

Title	Los códigos visuales asociados al deporte: una interpretación del espacio public (The Visual Codes Associated to Sport: an Interpretation of Public Space)
Type	Article
URL	http://ualresearchonline.arts.ac.uk/5734/
Date	2008
Citation	Willcocks, Marcus (2008) Los códigos visuales asociados al deporte: una interpretación del espacio public (The Visual Codes Associated to Sport: an Interpretation of Public Space). Apunts: Educació Física i Esports (Points: physical education and sports), 91. pp. 89-100. ISSN 0214-8757
Creators	Willcocks, Marcus

Usage Guidelines

Please refer to usage guidelines at <http://ualresearchonline.arts.ac.uk/policies.html> or alternatively contact ualresearchonline@arts.ac.uk.

License: Creative Commons Attribution Non-commercial No Derivatives

Unless otherwise stated, copyright owned by the author

Los códigos visuales asociados al deporte: una interpretación del espacio público

MARCUS WILLCOCKS

Licenciado en Diseño Industrial.

Central Saint Martins College of Art and Design (University of the Arts) London.

Máster en Diseño y Espacio Público. Elisava (Barcelona)

Becario-Investigador del Design Against Crime Research Centre (Londres)

m.willcocks@csm.arts.ac.uk



Marcus Willcocks

Traducción del inglés: Irene Strobl. Centro Linden (Pamplona)

Resumen

Este artículo se centra en algunos temas descubiertos mediante el análisis del aspecto visual o del diseño realizado en los estudios de espacios públicos que se utilizan para las actividades deportivas. Se basa en la investigación realizada sobre redes sociales en los espacios públicos de Barcelona (Puig y Maza, 2008). El artículo se fundamenta en la idea de que el desarrollo de redes sociales a través de la práctica del deporte en espacios públicos, mejora la posibilidad de mantener la llamada “calidad de vida” en dichos espacios y para las personas que en ellos se encuentran. El objetivo concreto es, sobre la base de la perspectiva de la práctica “centrada en el usuario”, analizar cómo se pueden combinar determinados elementos existentes en los espacios públicos para definir o comunicar *códigos visuales*, que para mucha gente no son sino pequeños elementos sin interconexión, pero que para quienes practican determinados deportes son ‘ingredientes’ básicos, buscados por la propia actividad deportiva y por las redes sociales asociadas a la misma. Del mismo modo, los ‘códigos visuales’ emitidos por un espacio indican si en él se ‘practica’ o no un deporte concreto, el modo en que se realiza y quiénes toman parte en la actividad.

Palabras clave

Diseño del espacio, Interpretación, Código visual, Posibilidad, Apropiación.

Abstract

The Visual Codes Associated to Sport: an Interpretation of Public Space

This paper consolidates some of what was learned from a visual, design-focussed research approach to studies of public spaces used for sporting activity. It starts from the base of research previously conducted linked into social networks, sport and public space (Puig y Maza, 2008). The article assumes that, where social networks can develop from the practice of sport in public spaces, there is a better chance of maintaining said ‘quality of life’ in the respective spaces and for those that use them. The specific focus of this paper draws on a perspective offered by ‘user-centred’ design practice to analyse how certain elements found in public spaces can combine to define or communicate visual codes, which to many people may just appear as disconnected specific details of spaces, but which to practitioners of particular sports, the same elements communicate as key ‘ingredients’ sought by that sporting activity and its associated social networks. Accordingly the ‘visual codes’ emitted by a space play a part in determining if sport is ‘played’ there or not, and if so - which type(s) and between who.

Key words

Spatial design, Interpretation, Visual code, Affordance, Appropriation.

Introducción: ¿qué códigos visuales atraen la práctica deportiva en un espacio público?

Para que pueda surgir cualquier red o grupo social allí donde confluyen un deporte y un espacio público,¹ hay que facilitar en primer lugar la actividad en dicho espa-

cio. Este artículo tiene como objetivo explorar la forma en que las combinaciones de elementos –planificadas o no– en espacios públicos pueden estimular la práctica deportiva; y cómo tienden a *apropiarse* de dichos espacios quienes practican esos deportes, en función de cómo hayan interpretado el conjunto de elementos o el *kit* allí existente, que define los *códigos visuales*: p.e. la interpre-

¹ Hay que señalar que el término espacio público se usa en sentido amplio. No se refiere solamente a plazas, oficialmente catalogadas como espacios públicos, sino también a todo tipo de espacios intermedios (solares) y otros espacios del entramado construido, accesibles sin restricciones, ‘abiertos’ tanto en sentido formal como informal.

tación de espacios que pertenecen a deportes concretos. En su intento de tratar adecuadamente el tema planteado, el artículo se fija en la ‘adecuación’ y en la distribución del espacio, que pueden reflejar la relación entre los creadores, los gestores y los usuarios de los mismos.

Partiendo de la premisa de que la existencia de redes sociales deportivas en el espacio público puede propiciar la mejora de la calidad de vida de la población tanto en el aspecto físico como en el social, el artículo considera que quienes practican deporte constituyen una fuente de actividad legítima, aceptable y positiva en nuestros entornos públicos, y que son potenciales catalizadores que pueden ayudar a la revitalización de zonas problemáticas. Asimismo el artículo considera que propiciando actividades de este tipo, se puede generar una mayor sensación de pertenencia al entorno geográfico.

El artículo introduce la idea de los *códigos visuales* como elementos influyentes a la hora de tomar decisiones relativas al tipo de uso de los espacios públicos. Considera dichos códigos como factores de *posibilidad* espacial: las posibilidades de acción que abre nuestra interpretación del espacio. Mediante estas posibilidades se puede facilitar o impulsar la práctica deportiva, para que un grupo o red social pueda desarrollarla en el espacio público. Dada su naturaleza ‘pública’, este espacio presenta pocas posibilidades de auto-promoción² y depende de su propia estructura para atraer el interés de los potenciales deportistas. Tradicionalmente el apoyo a estas prácticas deportivas se ha hecho siguiendo las convenciones establecidas: suele implicar una especificación del propósito de los diferentes espacios con objetos tridimensionales (p.e., la ‘portería’) y límites bidimensionales (p.e., el ‘campo’), que son específicos de cada deporte. Como veremos más adelante, se pueden reconocer de modo intuitivo los elementos espaciales que se necesitan para practicar un deporte concreto, de modo que se pueden abstraer los códigos necesarios (como interpretaciones del jugador) de entre los muchos tipos de elementos que se pueden encontrar en los espacios públicos. En estos casos, las instalaciones deportivas públicas definidas *institucionalmente* se hacen menos atractivas que las definidas *por los participantes* o que las definidas *en colaboración*, a la vez que los participantes (o “usuarios”, en términos de diseño) pueden proporcionar su propia experiencia para hacer que el espacio resulte más flexible, según su propia versión de la actividad.

El material que aquí se presenta se divide en dos

secciones, a las que siguen los comentarios de la conclusión:

1. Presenta el marco teórico, sobre la ayuda que puede aportar una perspectiva de diseño a la hora de estudiar el deporte en los espacios públicos. Esta sección se divide a su vez en tres partes:
 - a) *Códigos visuales*. Analiza qué tipos y mezclas de detalles de diseño, ‘posibilidades’ de espacios, pueden definir ‘kits’ de ‘códigos visuales’, interpretados por quienes practican deporte en dichos espacios.
 - b) Los códigos visuales y el diseño del espacio como *promoción de la actividad*. Esta parte presenta y subraya el papel de los códigos visuales como estímulo o catalizador potencial de actividades positivas. Hace referencia al análisis espacial centrado en el usuario para comprender o impulsar la actividad en espacios públicos y también se refiere a estrategias internacionales que han desarrollado conceptos como *la promoción de la actividad y territorialidad*, para ayudar a comprender que es lo que anima a que se desarrollen comportamientos deseables o concretos en los espacios públicos.
 - c) Apropiación = Diseño dirigido por los participantes. Introduce la reciprocidad en doble sentido en el proceso de relación entre el diseño de objetos o entornos y las respuestas y el acercamiento de los usuarios o participantes a dichos ‘diseños’ (apropiados) al practicar el deporte, así como en la creación y definición de los espacios que utilizan. Se hace referencia a los pioneros en los temas de metodología de diseño y estudios de ciencias sociales sobre la percepción. Más adelante, la parte c) de esta primera sección introduce cuatro tipos de apropiación según los grupos de comportamiento de los diferentes tipos de deportistas que interpretan la *posibilidad del espacio* de modos diversos lo que se traduce en diferentes tipos de apropiación.
2. Presenta estudios de caso, basados en deportes que se observan en espacios públicos de Barcelona, en un intento de identificar algunos de los *kits* de códigos visuales adoptados por los usuarios de los diferentes deportes. Presenta, asimismo, ejemplos

² El ‘boca a boca’ entre las redes sociales es sin duda vital para impulsar el uso del espacio, pero no se debería calificar como auto-promoción del espacio, como aquí se señala.

visuales de cómo pueden atraer los códigos visuales a la práctica deportiva en espacios públicos.

3. En la conclusión se hace una revisión de los tipos de códigos visuales que parecen influir en la práctica deportiva y se resumen de los tipos de apropiación de los espacios observados.

1. Teoría: la contribución de una perspectiva de diseño para la observación de la práctica deportiva en el espacio público

¿Cómo pueden cambiar una serie de simples elementos físicos visuales el uso del espacio público?

Para ayudar al análisis de este tema, se sugiere que tanto los detalles diseñados, como los no diseñados, de entornos construidos influyen en la respuesta física y en el comportamiento de las personas, de manera que pueden cambiar la naturaleza de un 'espacio' determinado, convirtiéndolo en un 'lugar'; es decir, dotarlo de una identidad asociada a la práctica de unas actividades concretas. Muchas veces la principal actividad que se realiza en un espacio a lo largo del tiempo no coincide precisamente con el objetivo que sus creadores le habían asignado inicialmente. A lo largo del estudio sobre redes sociales que se presenta en este dossier monográfico (Puig y Maza, 2008) se han identificado muchos ejemplos en los que la actividad más asociada a un espacio público determinado no era la originariamente prevista y, además, ésta actividad ha favorecido en mayor medida la apropiación del espacio en que se desenvuelve.

Códigos visuales

Todos los espacios públicos contienen combinaciones de detalles perceptibles, que en algunas ocasiones se combinan para presentar *códigos visuales* específicos, los cuales, en la terminología del psicólogo James Gibson (1977) y del científico cognitivo Donald Norman (1999), se pueden clasificar como tipos de *posibilidad* espacial. En nuestro caso utilizaremos principalmente el término *código visual*, ya que nuestro interés se centra en la recepción de estímulos percibidos por el sentido de la vista (conectados de modo más complejo a la memoria, la cultura, el ámbito social, etc.) y no tanto por los demás sentidos.

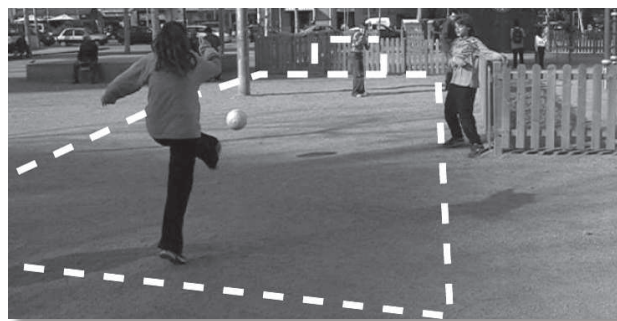
Los *kits* de *códigos visuales* son las combinaciones de elementos interpretados, que determinan la *apropiación* y los usos correspondientes en el espacio público. Difieren de los elementos reales (equipamiento) previstos para una

actividad deportiva por el hecho de que representan elementos espaciales que los usuarios utilizan para su deporte (p.e. los límites de la cancha) aunque no hayan sido concebidos originariamente para la práctica del mismo. Estos 'kits' sirven para comunicar lo que Donald Norman denomina en ocasiones como 'imagen del sistema': "Para que se llegue a utilizar bien un producto, la persona que lo utiliza tiene que disponer del mismo esquema mental (esquema del usuario) que el propio diseñador (esquema del creador). Pero el diseñador (creador) sólo tiene la oportunidad de comunicarse con el usuario mediante el producto, por lo que la comunicación se produce solamente en la 'imagen del sistema': la información que transmite el propio producto" (Norman, 2005, pp. 75-76)

En consecuencia, los *códigos visuales* son el resultado de las mezclas (kits) de detalles espaciales que favorecen la *apropiación* de ciertos deportes, y no de otros. No se trata sólo de unas líneas pintadas y de instalar equipamiento, sino también de vallas, árboles y otros tipos de mobiliario urbano; de variaciones en la superficie, cambios de nivel, ángulos, proporciones o materiales y cambios, texturas, colores y otros, que forman parte de la paleta visual de la que se interpretan los códigos para determinados deportes. Podemos ver un ejemplo al respecto en las *figuras 1* y *2*.



▲
Figura 1



▲
Figura 2

Los campos para jugar a fútbol informal están definidos sencillamente por elementos preexistentes o añadidos, que se interpretan como la portería o los límites del campo: en la figura 1 son unos patines y un jersey, que señalan los extremos de la portería, mientras el cambio de tono del pavimento delimita el campo de juego. En algunas partes de la Plaça de les Tres Xemeneies se pueden ver espacios, sin marcas para la práctica de ningún deporte, utilizados para jugar al fútbol. La figura 2 muestra que el perímetro de una valla, en combinación con una farola, sirve para marcar los límites del campo de juego, y la portería coincide con la altura de la valla. En todos casos los jugadores ven un ‘kit’ apropiado de elementos para practicar su deporte elegido.

Códigos visuales y diseño espacial para la promoción de la actividad

En 1961 la periodista y creadora de elementos urbanos Jane Jacobs defendió la necesidad de los “generadores de actividades diversas” (Jacobs, 1961) y la importancia de los “usos primarios mixtos” de los espacios urbanos; señaló que la práctica de estilos de vida activos en los espacios públicos constituye un buen indicador de la calidad de la estabilidad social de una ciudad y que la presencia frecuente de gente en actividad positiva, como es el caso de quienes practican un deporte, ayuda a que no aparezcan actividades menos deseables en dicho lugar. Sugirió que el modo en que se crea el entorno que nos rodea puede afectar e incluso impulsar las “actividades diversas” de las que hablaba. Según las líneas maestras del CPTED (Crime Prevention Through Environmental Design –Prevención de la delincuencia por medio del diseño del entorno–)³ referentes a la creación de ciudades y espacios públicos seguros y desarrollados a partir de los conceptos de Jacobs, el estímulo voluntario de los deportes para generar espacios públicos positivos se clasificaría como *promoción de la actividad*. Ello, a su vez, forma parte de la promoción de la *territorialidad* en una zona urbana determinada, de acuerdo con las opiniones de autores clave como Jeffrey (1971), Newman (1972), y otros. El objetivo común a todos ellos sería diseñar una zona para que se ocupe con usos legítimos, de modo que sea más fácil detectar las actividades no deseadas y se pueda reducir o disuadir la delincuencia, en parte gracias a una mayor sensibilidad de la comuni-

dad debida al uso regular del espacio y en parte gracias a una mayor vigilancia generada por la propia actividad. Por lo tanto, en este caso los códigos visuales que facilitan las diferentes prácticas deportivas pueden ayudar también a reforzar un uso legítimo y deseable de un espacio público o de un parque.

Estas reflexiones sobre *promoción de la actividad y territorialidad* son importantes al mismo tiempo porque subrayan la importancia de los detalles de un entorno público concreto y su influencia en generar actividades. El proceso de creación de espacios que originen redes sociales por medio del deporte, como una de las opciones de las ‘actividades diversas’ (Jacobs, 1961) supone que hay que identificar y localizar los detalles que pueden hacer que un ‘lugar’ sea algo más que un simple ‘espacio’. Además de los autores que han tratado el tema de la seguridad urbana, algunos expertos en ciencias sociales, entre los que se incluye William H. Whyte (1980), han reconocido la importancia que tiene comprender mejor cómo influye el diseño de un espacio en las actividades de los habitantes. Whyte desarrolló varios estudios sobre la vida diaria de varias ciudades estadounidenses y observó que los detalles de los espacios de las ciudades se pueden interpretar de modos diferentes dependiendo de las intenciones y necesidades de los ciudadanos y habitantes de la zona.

“Sitios así son de valor incalculable para una ciudad, cuesten lo que cuesten. Constituyen un conjunto de elementos básicos y están delante de nuestras narices. Eso sí, hay que mirarlos” (Whyte 1980, p. 101).

En relación con los espacios públicos para la actividad deportiva, parece que algunos de ellos, destinados a un uso deportivo específico, se utilizan muy poco mientras que otros, no diseñados para la práctica deportiva, tiene un mayor uso deportivo, dada la “apropiación” que han hecho de ellos los usuarios: en parte por la accesibilidad que presenta para un determinado grupo social y, en parte, como respuesta a que los elementos que presenta el espacio (códigos visuales) se combinan de modo que hacen posible o incluso fomentan la actividad. Podemos ver un ejemplo al contrario de ello en la *figura 3*.

No sólo la existencia, sino también el aspecto de este banco de ejercicios (*fig. 3*) forma parte del impacto visual general que transmite el espacio a los usuarios potencia-

³ Para más información, consultar también <http://www.cpted.net>, <http://www.doca.org.uk>, <http://www.designagainstcrime.com> y <http://humanics-es.com/recc-design.htm#cpted>

les y, tal como se puede observar, parece claro que la imagen –lo que se percibe visualmente, no la presencia en sí– disuade del uso del espacio como gimnasio al aire libre. De otro modo, las líneas que formen una valla del perímetro exterior de canchas deportivas, son casi lo primero que percibimos al acercarnos al espacio. Podemos entender que los detalles del entorno –tanto dentro como alrededor de una instalación deportiva– también podrían constituir parte de un código visual que hace que la gente no se acerque en lugar de animar a utilizar el espacio previsto para un uso deportivo.

Apropiación = Diseño dirigido por el participante

Los principales usos que vaya a tener un espacio determinado no dependen únicamente de lo que el propio espacio ofrezca, sino que pueden depender mucho de la demanda de las redes sociales del lugar sobre todo, de los que están dispuestos a tener contacto con el espacio físico. Por eso, tal vez, algunos de los espacios públicos más populares, en términos de facilitar las redes sociales, han resultado ser aquellos que permiten que los usuarios tengan influencia directa en ellos, o se puedan apropiar de los mismos. Es decir, un proceso que incluye el *diseño dirigido por el participante*.

Apropiación:

“Lo apropiado es aquello que se pone al servicio de las necesidades humanas, lo que es propio o adecuado” (Delgado, 2001, p. 34).

Esta definición del autor y antropólogo Manuel Delgado está muy en la línea con la descripción realizada por el experto en diseño centrado en el usuario, Jane Fulton Suri de IDEO, en relación con los hábitos de los usuarios (o ‘participantes’) que realizan las apropiaciones de las que habla Delgado:

“Alteramos el propósito o contexto de las cosas para conseguir nuestros objetivos” (Fulton Suri e IDEO, 2005 p. 103).

Sin embargo, en algunas ocasiones, como indica Delgado de modo más explícito, los espacios pueden ser también flexibles a las necesidades o interpretaciones del participante. Los espacios que lo consiguen permiten a los usuarios tratar el entorno como un lienzo en blanco, o casi blanco, al que pueden añadir los ingredientes necesarios para completar su *kit* (como veremos unas pági-



Figura 3

nas más adelante, en Barcelona en el caso de la tanguilla en el Puente de Calatrava; la escalada en la Foixarda y el *skate* en la plaça dels Països Catalans), para facilitar la práctica de su deporte. Por el contrario, otros espacios se adaptan sin cambios físicos, únicamente por medio de cambios de interpretación, tal como lo determinan los diferentes grupos sociales que practican deporte (criquet en Folch i Torres, surf en la playa de la Barceloneta, escalada en el Parc Güell). De modo paralelo, los códigos que transmiten cada uno de los lugares no se refieren tanto a la función física de un espacio como a la asociación con un ‘espacio social’, como lo describe Lefebvre en *The Production of Space* (1991), dependiendo de los diferentes grupos de participantes que lo usan y en respuesta a los espacios. Marc Augé señala que

“Las líneas, marcas, cambios de material, forma y color son importantes para la definición del espacio realizada por los grupos que hacen uso de él... y por la sociedad que lo rodea. [...] Independientemente del ámbito del proyecto, el arquitecto debería tener en mente tanto la singularidad del edificio que va a construir como su entorno. Pero, por encima de todo, debería tener en cuenta la relación con la sociedad que lo rodea, no sólo porque algunos de ellos acabarán viviendo o pasando el tiempo allí, sino fundamentalmente porque parte del ambiente de ese lugar y ese tiempo recae sobre el concepto del propio proyecto. Lo quiera o no, el arquitecto expresa su relación (conformista u original) con los criterios estéticos del momento y a través de ellos expresa un cierto concepto (ideología) de vida, trabajo, tiempo libre...” (Agué, 2001, pp. 97-99)

Barcelona es una ciudad internacionalmente reconocida tanto por el deporte como por sus espacios públicos y desempeña un importante papel en el modo en que el

diseño del entorno responde a los conceptos de espacio social, así como en el modo en que los participantes lo alteran. Como se ha señalado anteriormente, la investigación sobre redes sociales que presentamos en este dossier monográfico (Puig y Maza, 2008) mostró que algunos espacios de Barcelona creados *institucionalmente* para un deporte concreto apenas se utilizaban, mientras que se percibía que otros, no diseñados para la práctica deportiva, habían sido apropiados por diferentes grupos de *practicantes* (usuarios) de actividades deportivas. La insistencia de Agué en la relación entre la creación de un arquitecto y la sociedad que le rodea sirve para recordar que los edificios, y en el caso de este estudio sobre todo los edificios situados en entornos públicos, se encuentran ahí para interactuar y para que la gente de algún modo próxima a ellos los use. Consecuentemente, el estudio de los grupos que hacen uso de estos entornos y sus hábitos (p.e., sus apropiaciones) puede ayudar probablemente a reforzar la relación entre el diseñador y el participante o usuario.

En este sentido, quizás no se da siempre el caso de que proporcionando los *componentes* tradicionales de un gimnasio al aire libre, por ejemplo, se consiga que el espacio se use como tal gimnasio o que se utilice con la frecuencia deseada; depende, así mismo, del contexto social. Por otro lado, es posible que un o una practicante de *footing* utilice a lo largo de su circuito habitual varios elementos del mobiliario urbano –escalones, bancos para estiramiento, una fuente para refrescarse– que, al instalarse, no estaban previstos para ser utilizados por deportistas.

Donald Norman (1988) comenta la importancia de que los diseñadores (o proveedores) tengan en cuenta el mensaje que emite cualquier diseño. Habla de la interpretación humana en tres niveles: visceral (respuesta emotiva inicial); de comportamiento (cómo cambiamos nuestros actos según el diseño) y reflexivo (cambios consecuentes en la percepción del valor del objeto, unido a su imagen, satisfacción personal, recuerdos, tradición, etc.).

El psicólogo James J. Gibson (1979), conocido por haber acuñado el término *Affordance* (*Posibilidad*), que sugiere que percibimos el entorno en términos de posibilidades para la acción, de modo que los espacios nos “posibilitan” o permiten correr, escalar, patinar, etc.

Donald Norman va más allá al proponer que las “posibilidades percibidas” (Norman, 1999) pueden estimular respuestas intuitivas a los objetos y entornos. Sobre esta base, imagina que algunos deportes buscan la presencia de elementos visuales concretos en los es-

pacios públicos. Podemos comenzar a reconocer los tipos de códigos visuales que forman estas posibilidades mediante los breves estudios de caso que se exponen a continuación.

Al observar los diferentes deportes y espacios de Barcelona, se pueden distinguir cuatro niveles de apropiación, divididos en dos tipos de espacio: los diseñados para la práctica de un deporte concreto –los espacios deportivos ‘institucionalmente definidos’– y los lugares no diseñados originariamente para el deporte –‘definidos por el practicante’, mezcla de espacios deportivos y no deportivos.

Los usos y apropiaciones que experimentan los espacios institucionalmente definidos incluyen:

1. Grupos que *utilizan* el código visual de las instalaciones deportivas existentes *tal como las encuentran*, o que añaden al mismo unos objetos simples durante el juego (como un balón, un bate, etc.) que se retiran al finalizar la práctica deportiva. En estos casos, se juega al deporte al que corresponde el código visual que proporciona el espacio. Ejemplos de estos deportes son baloncesto, *footing*, ping-pong, deporte recreativo / familiar y, en ocasiones, *skate* (p.e. en la playa de la Mar Bella), fútbol y otros.
2. Grupos que *editan* el código visual existente, pues practican el deporte que prevé el espacio pero adaptando, personalizando o manteniendo el espacio. Aunque el código básico que proporciona el espacio puede ser apropiado para la actividad, en ocasiones, sobre todo si las redes sociales están bien establecidas, los practicantes del deporte en cuestión intervienen en el espacio, manteniéndolo o mejorándolo según su demanda. La adaptación o personalización puede incluir cambios físicos del espacio como añadir, por ejemplo, una rampa de skate o un gancho para bolsas y abrigos en una pista de petanca o una marquesina para facilitar un lugar de reunión junto a un campo de fútbol. El mantenimiento contempla el arreglo o la renovación parcial de los espacios existentes o de elementos deteriorados, como paredes, vallas, límites, etc. Los métodos concretos de este tipo de apropiación varían mucho pero, en todos los casos, se observa que constituyen un intento de completar los códigos que los practicantes consideran necesarios para utilizar el espacio para la práctica deportiva, p.e. frontón, petanca, softbol, tenis, bmx, *skate*.

Entre los usos y apropiaciones hallados en espacios definidos por el usuario (o definidos en colaboración con quienes los han diseñado) se incluyen:

3. Grupos que *re-interpretan* el código visual existente, sin cambios físicos (o añadiendo algunos elementos eliminables), pero para una práctica deportiva no prevista o distinta a la planeada originariamente. El modo en que se respeta el espacio es parecido al grupo 1 (utilización), pero la principal diferencia estriba en que el código del deporte que se practica es interpretado a partir de elementos no conectados necesariamente a dicha actividad, p.e. voley-playa, *surf*, *windsurf*, ecua-voley, deporte recreativo/familiar, *footing*, fútbol, *skate*, bicicleta de montaña, bmx, etc.
4. Grupos que tanto *reinterpretan* como *editan* los códigos visuales de instalaciones no deportivas. La reinterpretación se da al elegir un espacio ori-

ginariamente no diseñado para esa actividad y la edición ocurre al adaptar, personalizar o mantener físicamente el espacio, para adecuar los códigos al deporte en cuestión. Los deportes observados con este tipo de apropiación son: tanguilla/tuta, takata, bolos, ecua-voley, escalada, skate, fútbol, bmx, etc.

Se definen estos grupos según la observación de la actividad y las apropiaciones del espacio. Por lo tanto, algunos deportes pertenecen a más de un uso del espacio, puesto que los diferentes grupos responden de modo diferente a los códigos y tienen acceso, obviamente, a diferentes entornos.

A partir de los deportes observados a lo largo de la investigación sobre redes sociales realizada en Barcelona, se puede trazar la siguiente tabla de grupos de apropiaciones (*tabla 1*). Un análisis somero de la misma indicaría que cerca del 56% de los deportes observados

Tipo de espacio	Espacio definido institucionalmente (diseñado intencionadamente para el deporte practicado)		Espacio definido por el practicante (usuario) (originariamente no diseñado para el deporte practicado)	
Apropiación (Uso) de códigos espaciales (posibilidades) por los practicantes	(1) Utilización del código existente: Espacio utilizado tal como se encuentra o con elementos añadidos (retirados tras el juego)	(2) Edición de código: Los usuarios adaptan, personalizan o mantienen el espacio	(3) Re-interpretación del código: Espacio utilizado tal como se encuentra o con elementos añadidos (retirados tras el juego)	(4) Re-interpretación y edición del código: Los usuarios adaptan, personalizan o mantienen el espacio
Juegos y deportes tradicionales				
		Frontón/Pelota a mano Petanca		TANGUILLA / TUTA Takata Bolos
Deportes modernos				
Actividad deportiva practicada	Baloncesto Deporte recreativo-familiar Fútbol Footing Tenis de mesa	Baloncesto Fútbol Softbol Tenis	Voley-playa ECUAVOLEY Deporte recreativo-familiar Fútbol Footing	Cricket ECUAVOLEY Fútbol
Deportes post-modernos				
	Patinaje en línea SKATE	Bicicross SKATE	Bicicross Bicicleta de montaña SKATE Surf Windsurf	Bicicross CLIMBING SKATE
Totales	7	8	10	9
Los deportes listados en MAYÚSCULAS son los tratados en los estudios de caso del presente artículo				

Tabla 1
Grupos de apropiaciones de los espacios. (Fuente: elaboración propia)

en los espacios públicos de Barcelona se practican en lugares no diseñados para tales deportes.

Resulta también interesante señalar que la categoría con mayor número de deportes practicados (10) son los espacios definidos por el usuario y que son reinterpretados; es decir, cuando los usuarios pueden interpretar muchos de los códigos que necesitan para su deporte a partir de elementos ya existentes en el espacio, aunque no fuera diseñado para esa actividad.

Este dato puede ayudar a comprender que los códigos necesarios para atraer a la práctica del deporte no se limitan a los elementos bidimensionales y tridimensionales que tradicionalmente se asocian a los diferentes deportes.

2. Ejemplos de Barcelona

Por medio de ejemplos concretos, los siguientes breves estudios de casos pretenden mostrar cómo responden ciertas actividades deportivas a determinados “kits” de códigos visuales. Muestran cómo se combinan determinados detalles para emitir señales diferentes que contribuyen a facilitar o incluso promover las actividades que se pueden desarrollar en los respectivos emplazamientos.

En casi todos los casos, la identificación de límites o fronteras visuales constituye un elemento importante que ayuda a definir el reto y la naturaleza competitiva de muchos deportes. En ocasiones, como son el caso del fútbol, se puede formar un mínimo código visual con sólo unas intervenciones gráficas (bidimensionales) en el espacio: líneas y puntos de demarcación. Para otros deportes son necesarios cambios de tipo tridimensional en los planos, formas, escalas o materiales, como ocurre con la escalada, el surf o el monopatín. En otros casos, las interpretaciones de los códigos espaciales dejan clara muestra de otras necesidades sociales requeridas por las redes relacionadas con un deporte, más allá de la propia actividad. En estos casos los códigos pueden ser más complejos, pues representan elementos de interacción social –asientos, mesas, decoración, etc.–, como sucede con la tanguilla, la petanca y el ecuavoley.

Skate (monopatín)

Los principales elementos (o códigos) espaciales que atraen a los patinadores suelen ser las superficies planas y continuas con materiales lisos para poder deslizarse,

en combinación con cambios de nivel y plano que propicien los saltos y la práctica de piruetas. Casi cualquier espacio liso presente en el entorno urbano –que visualmente presente cinco, seis y hasta ocho planos, además del suelo– puede representar para un patinador un nuevo reto para practicar su deporte. A veces, cuando se extiende el plano de suelo liso, se interpreta como un buen punto de salida para los patinadores, desde el que añaden nuevos retos (nuevos códigos al ‘kit’), como rampas extra, barras a mayor altura, etc. (*fig. 4*)

La *figura 5* es un ejemplo de cómo la presencia o la adición de estos ‘retos urbanos’, que en realidad pueden no ser sino una pequeña elevación del nivel de la superficie, crea un efecto de ‘atracción’ sobre otros patinadores. Los patinadores son conscientes de los elementos que suponen retos y se reúnen para probar la nueva tentación. Al extenderse la fama de la calidad de ciertos códigos aplicados a un espacio concreto, es decir de ciertas combinaciones de elementos urbanos, aumenta el número de patinadores e interpretan el espacio de nuevas maneras. En la Plaça de les Tres Xemeneies se ha celebrado en varias ocasiones ‘Urban Funke’, un evento del skate y de sus culturas relacionadas, como música y baile ‘hip hop’. Casi con toda seguridad, se eligió el sitio en parte por la fama del espacio entre redes de patinadores, por ser uno de los lugares preferidos de Barcelona, porque ofrece un kit excelente de retos con sus variadas combinaciones de superficies, líneas, niveles y planos.

Tanguilla

Este espacio (*fig. 6*), situado bajo el puente de Calatrava en el Carrer de Bac de Roda en Sant Martí, no se diseñó originariamente, por supuesto, como pista para tanguilla, pero algunas personas que acuden frecuentemente al espacio a jugar tanguilla dedicaron mucho tiempo y esfuerzo a limpiar y prepararlo. El ‘kit’ empleado para conseguir que el espacio sea apropiado para la práctica de tanguilla es una combinación de códigos que se encuentran en el propio espacio y otros añadidos al espacio por los usuarios habituales. Se eligió y se usa este sitio porque se entiende que es un lugar adaptable a las exigencias de los tanguilleros.

El propio entorno ofrece dos códigos importantes, que constituyen la base para reunir a los jugadores: a) una pista, cuyo tamaño y proporción se describe por la distribución de vigas y pilares del puente superior y b) protección de las condiciones meteorológicas, de-

finido por el plano horizontal que forma la estructura inferior del puente. Para acabar de definir este código básico, los jugadores se han apropiado y han colocado otros elementos necesarios para el juego; maderas formando así el punto de lanzamiento, el límite final de la pista y un cuerdo que sigue el largo de la pista acaba de demarcar el 'propio' de los jugadores.

Además de los códigos funcionales necesarios para la práctica deportiva, los 'códigos sociales' del espacio tienen su importancia en contribuir al conjunto de códigos que se busca aquí. La *figura 6* muestra que el espacio percibido entre la línea del borde, delimitada por el puente y las vigas exteriores del puente, se reconoce

formalmente como espacio de espera o de colocación de los espectadores.

Es más, los jugadores han añadido sillas detrás de la pista y han formado una mesa con maderas que han encontrado (*fig. 7*), que simbolizan conjuntamente los principales elementos de tipo social, tanto para los espectadores como para los jugadores.

Para quien pasa por el lugar y observa este espacio y sus diversos elementos puede ser que los mismos códigos no comuniquen un lugar de reunión habitual, de socialización y de práctica de tanguilla pero para quienes conocen el juego, la interpretación resulta clara.



▲
Figura 4



▲
Figura 5



▲
Figura 6



▲
Figura 7



Figura 8



Figura 9

Escalada

Para los escaladores que practican el deporte a La Foixada, en Montjuïc los códigos espaciales básicos, que les empujan a practicar su deporte, incluyen: a) planos inclinados o verticales que estimulan el reto de escalar y b) una serie de pequeñas protuberancias o huecos y for-

mas tridimensionales a las que agarrarse con los dedos de pies y manos, que actúan como presas.

Por contraste, lo que se encuentra en La Foixarda es una pared más alta (fig. 8), y un túnel (fig. 9) de forma 'U' invertida, que se creó originariamente para el tráfico rodado en Montjuïc. Para los escaladores, las variadas líneas verticales simbolizan la base tradicional de su actividad deportiva y ofrecen una gran variedad de retos. El espacio resulta aún más apropiado al haberse añadido puntos de agarre necesarios para explotar las posibilidades del espacio. A medida que el lugar ha ido ganando fama para la práctica del deporte, ha ido atrayendo a más escaladores, que han adoptado el túnel próximo a la pared (fig. 9) como otra posibilidad de practicar variantes del mismo deporte. Esta 'U' invertida no sólo es una estructura reforzada que sirve de soporte al terreno de la parte superior (su función original), sino que representa un reto para quienes escalan por sus paredes curvas. Al ir adquiriendo popularidad esta apropiación, se han ido añadiendo más y más puntos de apoyo o presas, configurando nuevas rutas (fig. 8) y retos para que los escaladores muestren sus habilidades. De manera parecida a lo que sucedía como se comentaba anteriormente con el skate, estas identificaciones codificadas de la ciudad atraen a los demás escaladores, que tienden a converger, individualmente o en grupos, en este tipo de espacios.

Ecuavoley

Los espacios que ocupan los ecuatorianos de Barcelona para practicar el 'ecuavoley' responden por un lado a la interpretación de algunos códigos fundamentales que animan a la práctica de dicho deporte, pero a su vez seleccionan los espacios (puntos de encuentro) por la posibilidad que ofrecen para facilitar la reunión social. El Camp Municipal de Futbol de Horta-Guinardó constituye un buen ejemplo (fig. 10).

Para esta actividad de ecuavoley se requiere como elemento inicial una superficie plana, horizontal y consistente, en la que se pueda delimitar una cancha rectangular. En este lugar, la presencia de una superficie dura y en parte arenosa proporciona un buen material para saltar y aterrizar, a la vez que permite fijar con relativa facilidad los postes que sujetan la red. En esta cancha, los usuarios añaden ciertos elementos: una red especial de ecuavoley, fijada a dos postes y a una determinada altura y una cinta, que define la anchura de la cancha e indica que el espacio está listo para la práctica del deporte.

Principalmente con la inclusión en el espacio de tres cintas horizontales y 6 postes verticales se adapta el Camp Municipal de Fútbol, pasando de ser campo de fútbol a representar tres canchas adosadas de ecuavoley. Esta distribución anima a que se desarrollen a la vez partidos de diferentes niveles: algunos forman parte de torneos organizados, mientras que otros son partidos informales o sirven de entrenamiento para partidos posteriores.

Se ve que en muchos casos de ecuavoley, la zona de la cancha en sí no cumple con todos los códigos que necesitan los jugadores para considerarla apta para la práctica del ecuavoley. El aspecto social es también muy importante para la mayoría de los grupos que practican ecuavoley y tienden a buscar posibilidades de lo social en las ofertas de los espacios. En la Avinguda de l'Estatut los elementos definidos por los usuarios incluyen múltiples cortes de unos 30 cm. de ancho en la ladera, que simbolizan escalones, facilitan el acceso al lugar, incluyendo el acceso al vecino Camp Municipal de Fútbol y otros cortes en la ladera, más anchos y bajos (fig. 11) que significan una zona de espera y un banco para el público; en conjunto, dan idea del papel social que desempeña el espacio.

A menudo los espacios elegidos para crear una cancha emiten también códigos que comunican la posibilidad de establecer 'centros sociales', de modo que se pueda pasar en ellos la tarde, en compañía de amigos y familiares. En el Camp Municipal de Fútbol, la terraza adyacente al edificio existente en el lugar (fig. 10) suele ser reinterpretada por los grupos de ecuatorianos como un auténtico chiringuito, en el que preparan sus comidas típicas para jugadores y acompañantes. Además de los códigos que definen las propias canchas, la presencia de elementos espaciales que describen estos centros sociales en las canchas de ecuavoley desempeña un papel importante a la hora de identificar las localizaciones las redes sociales de este deporte.

Conclusiones

¿Cuáles son los códigos visuales que atraen la práctica deportiva en un determinado espacio público? Esta era la pregunta inicial del presente artículo cuya respuesta sintetizamos a continuación.

La investigación muestra que los espacios no son sólo una suma de elementos predeterminados, sino que es el usuario, ya sea un peatón, un residente en la zona, un visitante o un deportista, quien aporta su propia interpretación de cómo responder al entorno, dependiendo



Figura 10

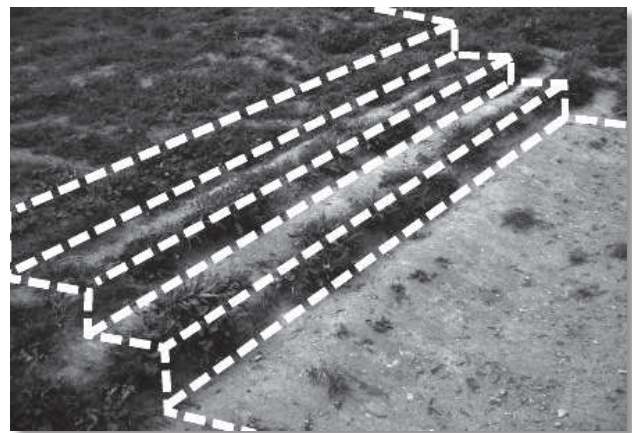


Figura 11

del modo en que percibe el lugar y el entorno. En este sentido, cada uno de los deportes parece tener su propio "kit" y quienes lo practican interpretan el espacio y sus elementos de modo diferente a otros usuarios del mismo espacio.

Podemos concluir a partir de los estudios de caso que los elementos físicos, que en la mente de quien practica un deporte pueden llegar a formar un campo de juego o deporte, son detalles del entorno como:

- Construcciones en forma de líneas, que se encuentran en el espacio.
- Cambios de planos.
- Escala del entorno.
- Cambios de color.
- Cambios de textura.
- Materiales de las principales superficies.

Estos elementos son ‘posibilidades’ que proporciona el espacio, y los deportistas les pueden añadir otros elementos, diferentes para cada deporte, que enriquecen el ‘campo de juego’. Al estudiar el modo en que se forman los códigos visuales de los diferentes deportes cuando los usuarios adaptan el espacio resulta evidente que los propios espacios se pueden presentar de un modo adaptable o flexible, sin perder su capacidad para atraer la práctica deportiva.

Los grupos sociales más organizados parecen demandar códigos más complejos en los espacios en los que practican el deporte. En muchas ocasiones los espacios tienen que comunicar códigos no sólo para la actividad deportiva, sino también para las necesidades intermedias de los grupos o redes sociales, como pueden ser el descanso, el refresco y la posibilidad de que los amigos y la familia observen el juego y esperen.

Todo espacio o instalación, tanto si se diseñó para la práctica deportiva como si no, está formado por combinaciones de elementos, planificados u ocasionales, que las personas interpretan para hacerse idea de identidad y posible uso, actuando después en consonancia con dicha idea. Sin embargo, un mismo espacio concreto admite interpretaciones diferentes, pues los usuarios observan y valoran elementos diferentes, que les indican cómo usar o comportarse ante dicho espacio. Este paquete de elementos interpretados constituyen los *códigos visuales* emitidos por el espacio. Algunos de los espacios más populares para la práctica deportiva se interpretan por medio de códigos visuales que resultan muy sutiles o incluso ambiguos para otras personas que utilizan el mismo espacio.

Se puede deducir asimismo de los estudios de caso,

que un espacio no tiene por qué estar diseñado para una sola práctica deportiva para que la estimule entre los miembros de determinadas redes sociales. No obstante, los espacios que ofrecen una diversidad de códigos visuales a usuarios diferentes, incluidos los potenciales practicantes de deporte, resultan ser populares y se usan con regularidad, tanto para el aspecto deportivo como para el social.

Bibliografía

- Agué, M. (2001). *Ficciones del fin del Siglo*. Barcelona: Gedisa.
- Cozens, P. (2006). Urban Sustainability and Crime Prevention Through Environmental Design. En *175th Anniversary State Conference: Western Australian 2029 A Shared Journey*. Perth, Exhibition Centre, Noviembre.
- Delgado, M. (2001). *Memoria y Lugar*. Valencia: Universidad Politécnica de Valencia.
- Fulton Suri, J. e Ideo. (2005). *Thoughtless Acts*. San Francisco: Chronicle Books.
- Gibson, J. (1986). *The Ecological Approach to Visual Perception*. New Jersey: Lawrence Erlbaum.
- (1977). The Theory of Affordances. In *Perceiving, Acting, and Knowing*. En R. Shaw y J. Bransford, *Toward an ecological psychology*, (pp. 67-82). Hillsdale/New Jersey: Erlbaum Associates, Pub.
- Jacobs, J. (1961). *The Life and Death of Great American Cities*. New York: Random House.
- Jeffery, C. R. (1971). *Crime Prevention Through Environmental Design*. Beverly Hills, CA: Sage Publications.
- Lefebvre, H. (1991). *The Production of Space*. London: Blackwells Publishing.
- Newman, O. (1972). *Defensible Space: Crime Prevention Through Urban Design*. New York: Macmillan.
- Norman, D. (1988). *The Design of Everyday Things*. New York: Basic Books.
- (1999). *Affordances, Conventions and Design. Interactions*. New York: ACM Press.
- (2005). *Emotional Design*. New York: Basic Books.
- Puig, N. y Maza, G. (coords.). (2008). El deporte en los espacios públicos urbanos. Monográfico de *Apunts. Educación Física y Deportes* (91).
- Whyte, W. (1980). *The Social Life of Small Urban Spaces*. New York: PPS.