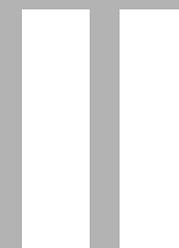




SOLUCIONES PARA EL DESCANSO NO CONVENCIONAL

Diseño de una pieza de mobiliario de uso colectivo.

ES TIEMPO DE UNA PAUSA



SOLUCIONES PARA EL DESCANSO NO CONVENCIONAL

Diseño de una pieza de mobiliario de uso colectivo.

ÍNDICE . 00

Trabajo Fin de Máster

REALIZADO *Marlene García Sosa*

DIRIGIDO *José Luis Higón Calvet*

*Máster en Ingeniería del Diseño
ETS. de Ingeniería del Diseño
Universitat Politècnica de València
Junio 2018. Valencia*

01 . Introducción
1-01 . Motivación p.8
1-02 . Objetivos generales y específicos p.9
1-03 . Estructura del trabajo p.10
p.57 Briefing del producto . 3-03
p.58 Mapas estratégicos valorativos
p.62 Pronóstico económico . 3-04
p.64 Observaciones etnográficas . 3-05

02 . Estado del Arte y Fundamentación Teórica
2-01 . Introducción p.12
2-02 . Hitos en la historia del mobiliario de descanso p.13
Edad antigua p.14
Edad media p.16
Edad moderna & contemporánea p.17
Estilo oriental p.20
Actualidad p.21
2-03 . Cultura del descanso actual p.26
El descanso en cifras p.26
Normas sociales p.31
Privacidad p.32
Confort p.34
Confort ambiental p.34
Espacio personal p.37
Ergonomía p.37
2-04 . Antecedentes del proyecto p.42
Referentes, imaginario, contextualización p.42

04 . Desarrollo del Trabajo y Resultados Obtenidos
p.68 Identificación de antecedentes: problemas, necesidades y deseos . 4-01
p.70 Forma & función: Moodboard . 4-02
p.71 Ideación
p.72 Refinamiento
p.73 Propuestas Preliminares . 4-03
p.78 Matriz de competencia . 4-04
p.80 Propuesta Final . 4-05
p.82 Materiales & colores: Moodboard . 4-06
p.83 Materiales a utilizar . 4-06
p.86 Elementos normalizados . 4-07
p.90 Color . 4-08
p.92 Imagen gráfica . 4-09
p.94 Resultados . 4-10

05 . Conclusiones

06 . Bibliografía & Referencias

07 . Anexos : Planimetría - Proceso de Diseño

03 . Plan de Trabajo y Metodología Utilizada

3-01 . Mapa mental p.52
3-02 . Análisis y conclusiones del mindmap p.54
Mapa Estratégico de cuadrantes p.55

INTRODUCCIÓN . 01

El objetivo de este proyecto es crear o mejorar una pieza de descanso de uso colectivo, que responda a las necesidades poco convencionales creadas por los ritmos de vida actuales.



Foto por Jana Jedinak en Unsplash

Gracias a los avances de nuestra civilización que dieron fruto al calendario y al reloj, los seres humanos nos hemos vistos influenciados a desarrollarnos con cada vez más rapidez. Se hace evidente el cambio en el modo de vida que hemos adoptado en estas últimas décadas, colocándose el apresuramiento como factor principal, e incrementando al pasar de los años. Antes se solía llevar un estilo de vida en el que cada momento del día era dedicado a una actividad específica sin importar que la misma fuese de descanso, ocio o trabajo; todas tenían su valor y prioridad, lo cual resultaba en días pausados y sin prisas. Sin embargo la realidad en la que se vive actualmente refleja todo lo contrario.

Toda persona que trabaje, descanse y se divierta en esta época, se ve influenciada y absorbida por la necesidad de fusionar estas tres actividades, soliendo tomar tiempo de una para aprovecharlo en otra. Esto crea un desequilibrio en

lo que naturalmente como seres humanos estamos diseñados a manejar, provocando una falsa ilusión de inteligencia, eficiencia y modernidad al individuo que está sometido a ella; sin embargo, es una realidad de la que la mayoría está consciente, pero a la vez obligados a mantener en mayor o menor proporción. Tal y como señala Carl Honoré en su texto *Elogio de la Lentitud*: "Hoy, todo el mundo sufre la enfermedad del tiempo. Todos pertenecemos al mismo culto a la velocidad".

Como consecuencia de lo antes estipulado no sería sorpresa el hecho de que hoy, con tanto que hacer y tiempo tan escaso para hacerlo, el estadounidense medio duerme por la noche noventa minutos menos que hace un siglo. En el sur de Europa, hogar espiritual de la dulce vida, la siesta de la tarde ha seguido el camino del tradicional trabajo de nueve a cinco: solo el 7% de los españoles tiene todavía tiempo para echar una cabezada después de comer... (Honoré, 2014, p. 5)

El cambio del mundo moderno permea tanto en la vida diaria, como en los usos y costumbres de las personas. Tal y como expresa Honoré (2014): "En la actualidad existimos para servir a la economía, cuando debería ser a la inversa. Las largas horas en el trabajo nos vuelven improductivos, tendemos a cometer errores, somos más infelices y estamos más enfermos." Y es que tanto las interrelaciones, la intimidad, el trabajo, el ejercicio, la alimentación y la medicina se ven afectados.

A raíz de esta nueva realidad en la que estamos influenciados a vivir, surgen inevitablemente nuevas necesidades y preferencias; y es en este momento también donde aparecen, en consecuencia, nuevas ideas que buscan brindar solución a las mismas. Soluciones que en vez de esforzarse por contrarrestarlas, deberían pretender proveer un equilibrio frente a ellas.

La decisión del desarrollo de este proyecto se basa en la

reacción que se tiene como diseñador de **responder y mejorar el bienestar humano frente a una realidad poco favorable de la generación en que vivimos**. El descanso, y cómo se ha visto afectado por nuestras nuevas modalidades de vida, serán el eje central de esta investigación y posterior propuesta de producto. Mejorando la nueva relación que se guarda con esta actividad tan básica pero fácilmente modificada y poco priorizada frente a otras, en función de las actividades que elegimos o se nos exigen día a día.

Cuando se trata de obtener descanso dentro de un estilo de vida volátil, rápido y muchas veces ocupado, se piensa en un producto que brinde flexibilidad y adaptabilidad de uso, sean cual sean las circunstancias en las cuales dicha actividad se desee realizar. Y es así que percibiendo los nuevos cambios, preferencias y necesidades, se propone el diseño de un mobiliario de descanso que responda a esto, y que brinde un equilibrio para las personas del mundo moderno sometidas a un ritmo rápido.

Con el fin de definir el ámbito de inserción del nuevo producto dentro del mundo de el mueble de descanso, se llevan a cabo análisis del comportamiento del mismo desde el punto de vista del mercado y las tendencias, los cuales brindarán resultados y visiones claras, que además servirán como pautas estratégicas de cómo se debe direccionar el posterior diseño.

Entendiendo la metodología a usar, entonces se puede decir que el aporte que se busca con el presente proyecto es entender los nuevos modos de vida actuales, dotando de información relevante y actual del mercado y el panorama de las tendencias de los mismos con respecto al mueble de descanso, llegando a conclusiones que servirán como lineamientos para la propuesta o rediseño de un producto que responda y equilibre una realidad actual e inevitable.

MOTIVACIÓN . 1-01

Sentada en un pequeño restaurante de pastas artesanales en el Barrio Gótico de Barcelona, en compañía de dos colegas diseñadoras de interiores; comiendo el último bocado de postre, acompañado de las típicas conversaciones de sobremesa, se apodera de todas el letargo que ocurre luego de comer cantidades considerables de platos ricos en carbohidratos.

En ese preciso instante, como interiorista al fin y bajo el instinto de imaginar lo que no existe, lo primero que me llega a la cabeza es en lo mucho pagaría por ir a comer a un restaurante en el cual me ofrecieran un espacio diseñado para poder dormir una pequeña siesta luego de comer. Mis colegas secundaron mi idea, pero también concluimos que probablemente el hecho de que el cliente dure sólo cierta cantidad de tiempo ocupando el local, por razones de rentabilidad, pueda ser la razón por la cual espacios de esta modalidad aún no existen.

Entonces, llevé mis deseos del momento fuera del contexto restaurante y me di cuenta que el poder dormir y reposar de manera poco planificada lejos de casa es una necesidad, que aunque pudiese parecer poco importante o trivial, era una que dentro de mi imaginario aún no ha sido resuelta o muy poco trabajada.

Intenté llegar rápidamente a una solución que pudiese resolver el problema que enfrentaba como potencial usuario bajo las circunstancias de ese momento: lejos de casa, abobada del sueño luego de almorzar y con una larga caminata turística por delante... Deduje que la solución debía responder a unas cualidades básicas: estar ubicado en un espacio que propiciara el

uso colectivo, ser utilizado por un tiempo regulado y moderado; y brindar seguridad y reclusión para el usuario. Esta idea de producto luego la llevé al contexto campus universitario, ya que la fórmula: lejanía campus/casa + cansancio + largas jornadas de clases, era también una realidad que vivía en el momento y de la cual me consideraba también usuario potencial.

Luego de tanto idealizar me di cuenta que el producto de uso colectivo que había imaginado podía ser utilizado en un sin número de situaciones más, ya que sin duda alguna no es sólo mi modo de vida el que hace llamado a satisfacer necesidades tan peculiares como estas. La realidad es que los patrones de comportamiento de la mayoría de las personas del mundo actual son cada vez más singulares y complicados.

Bajo el deseo de conocer cuál es el estado actual de las necesidades de usuarios con deseos tan peculiares como los míos, nace la motivación de desarrollar el presente trabajo de investigación.

Responder y mejorar el bienestar humano frente a una realidad poco favorable de la generación en que vivimos.

OBJETIVOS GENERALES & ESPECÍFICOS . 1-02

G

-Estudiar la evolución histórica de la sociedad en cuanto a su forma relacionarse con mueble de descanso dentro de lugares y situaciones poco comunes.

-Constatar el cambio en el estilo de vida, usos y costumbres de la sociedad moderna en la que vivimos, haciendo siempre referencia a la cultura de descanso.

-Brindar una solución de un producto que más que contrarrestar una realidad de vida actual, la equilibre.

E

-Recopilar productos existentes que sirvan como referentes y puntos de partida en cuanto a diseño.

-Investigar el mercado y el panorama de las tendencias actuales con respecto al mueble de descanso.

-Clasificar y contrastar la información obtenida del macro entorno referente al mueble de descanso, específicamente relacionada con la cultura de la siesta.

-Detectar brechas en el mercado en donde posiblemente se puede introducir el producto propuesto.

-Preparar un briefing sobre el cual se debe basar el diseño o mejora de producto, a partir de la información obtenida por parte del análisis de mercado y tendencias.

-Identificar a las personas que potencialmente les pueda interesar el producto propuesto.

ESTRUCTURA DEL TRABAJO . 1-03

El desarrollo del presente proyecto inicia con la recopilación de hitos referentes, desde el punto de vista histórico, de mobiliario que hace alusión al descanso en lugares o situaciones poco comunes. Obteniendo mediante la misma una perspectiva de la evolución de los deseos y necesidades de los usuarios a lo largo del tiempo, llegando a la actualidad de dicha situación.

Luego se indaga en profundidad sobre los aspectos que influyen en el descanso contemporáneo, desde estudios hasta normas tanto sociales como funcionales. Dentro del mismo ámbito de lo actual se recoge una muestra de mobiliario más específico y enfocado a la idea del proyecto a desarrollar, de manera que los mismos sirvan como antecedentes y a la vez como punto de referencia y herramienta de contextualización con las que se puedan impulsar y obtener el diseño de producto.

Posteriormente, utilizando las muestra de productos obtenidas de manera preliminar, se emplea una metodología que dota del componente investigativo al proyecto: análisis de tendencias y mercado. Por medio de mapas mentales, estratégicos y valorativos, se analiza y se obtiene el ámbito en el que debe moverse el producto a proponer. De esta manera se extrae un briefing de producto, y hasta su pronóstico económico.

Como método de investigación adicional se llevan a cabo observaciones etnográficas, que por medio de la utilización de la plataforma de redes sociales, se obtiene información gráfica valiosa y actual, que proporcionan datos de conducta tanto física como psíquica de las personas, que aunque puedan

resultar subjetivas, sirven como buen punto de contextualización y partida a la hora de tomar decisiones en cuanto diseño.

Una vez trabajado todo el estado del arte, fundamentación teórica y metodología, se procede a la fase de desarrollo de producto en base a los resultados obtenidos luego de analizar, depurar e interiorizar la información anterior. Como fase final del proyecto se trabaja con el proceso de diseño de producto donde primero se analizan los problemas, necesidades y deseos que presentan los que ofrece hasta ahora el mercado. Se inician aproximaciones formales del mueble; se depuran, afinan y finalmente se comparan mediante herramientas de valoración, obteniendo la propuesta de producto final, la cual sirve como conclusión tangible y resultado de todo lo expuesto en el presente documento.

ESTADO DEL ARTE & FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA . 02

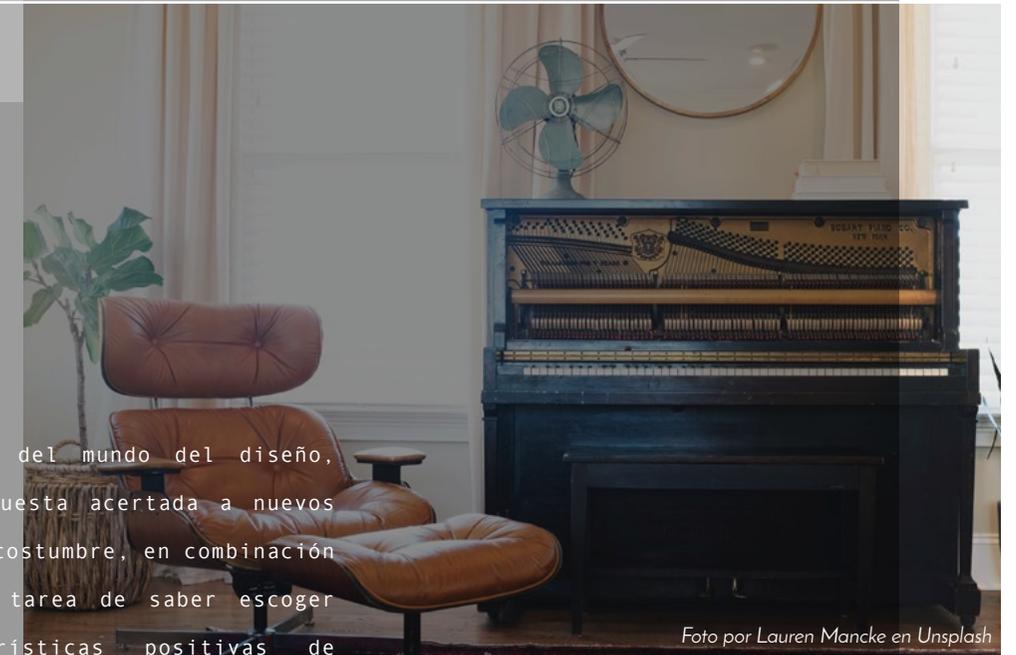


Foto por Lauren Mancke en Unsplash

“Dentro del mundo del diseño, la respuesta acertada a nuevos usos y costumbre, en combinación con la tarea de saber escoger características positivas de soluciones que han permanecido en el tiempo, y de descartar las que ya no funcionan, son la clave de que este quehacer sea existoso y beneficioso para la sociedad.” -Marlene García

Las formas de hacer las cosas a lo largo de la historia han ido cambiando sus matices y grados de ser consideradas aceptables por la mayoría de la sociedad, en base al mismo pasar del tiempo e inevitable evolución del ser humano.

Los usos y costumbres son objeto de transformación constante; dichas transformaciones se llevan a cabo de una manera natural y respondiendo a las necesidades de la sociedad, pudiendo ser las mismas altamente perceptibles como muy poco perceptibles, dependiendo con la velocidad en que cada actividad humana evolucione. También pueden ser efímeras o mantenerse a través del tiempo.

Una manera de reconocer dicho fenómeno de cambio es comparando la forma en que nuestros ancestros más próximos hacían las cosas, frente a como nuestra generación lo hace. Mientras que la mayoría de los usos y costumbres de nuestros abuelos y padres han perdido importancia o desaparecido en nuestra sociedad actual, también muchos han trascendido. Esta dinámica evolutiva de tener la capacidad de mantener y desechar, es lo que nos ha hecho reinar como especie.

Es interesante ver cómo es la relación entre los cambios de los estilos de vida, usos y costumbres en respuesta al contexto social o económico. Contrastando este tipo de información se pueden extraer conclusiones que pueden ayudar a entender el por qué del nacimiento de muchos de los objetos que conocemos.

La evolución del mobiliario está condicionada principalmente por la transformación de los estilos de vida. **Dentro del mundo**

del diseño, la respuesta acertada a nuevos usos y costumbre, en combinación con la tarea de saber escoger características positivas de soluciones que han permanecido en el tiempo, y de descartar las que ya no funcionan, son la clave de que este quehacer sea existoso y beneficioso para la sociedad.

La manera de descansar ha ido cambiando en forma, tiempo y circunstancias. En la historia de la humanidad, y haciendo referencia al mueble de descanso, se presentan ciertos hitos que dejan apreciar como la misma ha variado. Muchas de estas modalidades de mobiliario transmiten las creencias, gustos y formalidades de la época a la que pertenecen, y aunque pudiesen parecer extrañas actualmente, muestran que tan arriesgados podemos llegar a ser los seres humanos cuando de satisfacer nuestras necesidades o preferencias se trata.

Intentando entonces entender qué ha provocado dichas respuestas de diseño, se recopilan piezas de descanso acompañadas de su finalidad y contexto social a la que respondían en ese entonces. Su selección se hace exclusivamente a las que respondan a la premisa: **“descanso en situaciones, formas o lugares poco comunes”**.

Las piezas de descanso que se presentan a continuación como estado del arte, corresponden en un principio a los períodos comprendidos entre la Edad Antigua, Edad Moderna y Edad Contemporánea; continuando con una perspectiva actual del comportamiento de esta tipología de mobiliario. Todas las selecciones resaltan por su peculiaridad dentro del contexto de aquel entonces en comparación con lo que actualmente es usado, y brindarán una perspectiva clara de la transformación de la percepción del ser humano con respecto al descanso.

Se trata de, a partir de un estado del arte general, llegar al finalizar este apartado en uno particular; queriendo decir con esto que aunque se trate la historia del descanso con piezas

especiales, pero no encasilladas al contexto exclusivamente de siesta, al momento de incurrir en lo específico se irá inclinando a dicha actividad puntual, que será en la que se especializarán los estudios y resultados posteriores.

Las primeras muestras significativas que hacen referencia a la historia del mobiliario en general, corresponden al antiguo Egipto; por eso iniciamos el recuento a partir de este período, en vez de la pre-historia. Los restos de mobiliario que se toman como referencia a la hora de estudiarlos son escasas y pertenecientes a las clases sociales altas. La mayoría de las piezas presentadas anteriores a la Edad Contemporánea contarán con ésta característica como común denominador, cuando de contexto social se habla.

En el mueble contemporáneo “La artesanía del mueble va desapareciendo, sustituida por estos nuevos sistemas que sólo emplean la máquina, eliminando la mano de obra especializada, sin estudiar las posibilidades que la máquina lleva en sí misma, si no es por grupos de artistas, arquitectos y diseñadores, que tienen una clara consciencia del cambio y se dedican afanosamente al estudio de las posibilidades de los nuevos materiales y sistemas.

La aristocracia es sustituida por la plutocracia. El mueble ya no es de la corte, ni el de la alta burguesía, que crearon los grandes estilos del siglo XVIII, sino que surge un tipo de mueble especial para la pequeña burguesía o clase media, que cada vez va exigiendo un mejor nivel de vida. No debe extrañarnos que, a mediados del siglo pasado, se produzca una reacción

natural contra esta fiebre del maquinismo.” (Feduchi, 2001)

Muchas de las selecciones de mobiliario presentadas serán alguna especie de silla que a su vez sirvan para la función siesta. Esto se debe a que en nuestro mundo...ha sido preciso el uso de la silla, cuyo objetivo es pasar, de la posición vertical, a una inmediata con la horizontal; como sugería Sherban Cantacuzino, “la silla está unida al hombre y está estrechamente identificada con él, hasta volverse casi un objeto personal”, o como la define Neruda en su oda a la silla: “la dignidad suprema del reposo”. (Feduchi, 2001)

Reposacabezas Egipcio (Uol Egipcio)

Los antiguos egipcios dormían confortablemente en camas de madera, magníficamente hechas, que constaban de un bastidor, apoyado sobre cuatro patas de animal, y de un lecho de junquillos tejidos sobre el que el cuerpo descansaba. A los pies de la cama había una superficie de madera, generalmente decorada. En lugar de almohada los egipcios utilizaban un reposacabezas, consistente en una pieza curvada para adaptarse al cuello, colocada encima de un pequeño pilar, el cual descansaba sobre una base oblongada. La mayoría de estos reposacabezas eran de madera, pero también había algunos de piedra. Se han descubierto ejemplares envueltos con varias capas de tejido para mitigar su dureza... (Stead, 1998)

Enfocando el mobiliario egipcio al ámbito descanso podemos encontrar la cama, pero lo que de verdad llama la atención dentro de las costumbres de esta civilización en cuanto a dormir, no cabe duda que el reposacabezas egipcio es una de esas piezas.

El reposacabezas egipcio era utilizado por la alta sociedad, en especial el faraón. Ellos consideraban la cabeza como la sede de la vida, por lo que estas piezas eran preservadas después de su muerte y con ellos en su tumba.

La mayoría de los reposacabezas funerarios eran decorados con dioses que protegieran a su poseedor en momentos del sueño, así como inscripciones con nombre y títulos del difunto, o un mayor trabajado en su cincelado.

Su forma arqueada para apoyar la cabeza no sólo garantiza una posición relativamente cómoda mientras duerme, [no dañar el peinado], también permite que el aire circule alrededor de la cabeza, ventaja añadida con el clima caluroso y polvoriento de Egipto. (J.BAGOT Arqueología, Ancient Art, 2017)



Uol Egipcio



Uol Egipcio

Mueble Greco-Romano

Triclinio

Para hablar de triclinium, primero debemos hacer referencia a el “kline” o lecho de descanso, originario en Grecia. A partir del mismo entonces surge la modalidad de unir tres klines en forma de U, la cual tuvo tanta popularidad que fue utilizado tanto por los griegos, como los romanos.

El triclinium fue nombrado en referencia a los tres sofás que se encuentran típicamente en los comedores de la clase alta de los romanos. El lectus, o sofá, era una pieza de uso múltiple usualmente hechas de madera con adornos de bronce, el fondo abierto estaba entrecruzado con correas de cuero, que sostenían cojines rellenos. Se usaron diferentes tamaños y formas de lectus para **dormir**, conversar y cenar. Una silla con una espalda (cathedra), por ejemplo, se consideró adecuado sólo para mujeres o ancianos. Los sofás de comedor eran bastante anchos, ya que cada sofá tenía tres comensales, que se reclinaban sobre su lado izquierdo descansando sobre grandes cojines mientras los esclavos les servían comidas de varios platos. (McManus, 2006) ‘

“Generalmente se reunían alrededor de las pequeñas mesitas individuales y una mayor, central, para la colocación de las fuentes; los griegos se echaban de costado y, apoyados en el codo izquierdo, les quedaba libre el brazo derecho para comer; la comida tenía para los griegos una gran importancia: comían solemnemente; el uso del triclinio no termina en la romanización de Grecia y la caída del Imperio Romano, sino que continúa hasta muy entrado el Imperio Bizantino...” (Feduchi, 2001)

Dentro del mobiliario romano de descanso cabe destacar, sin lugar a dudas, el triclinio cuando de dormir en lugares poco comunes se refiere. Esta civilización se caracteriza por su frivolidad, amplios momentos de ocio y comodidad extrema; es decir que no es sorpresa el encontrar que el mobiliario donde solían tomar la cena las personas de alta sociedad tuviese una posición recostada que les permitiera realizar la siesta luego del gran manjar. Este espacio era utilizado para mostrar status social y bienestar del anfitrión de la velada.

El Lectus servía para diversas funciones y constituye la base del estilo romano en el mobiliario. Los romanos pobres o esclavos, comían en mesas y sillas normales.

Principales denominaciones:

Lectus triclinarius: Camas para comida en Triclinio.

Lectus cubicularius: Camas para dormir.

Lectus genialis: Camas para la boda.

Lectus lucubratorius: Camas para estudiar.

(Casa Romana: Triclinium, Casa Romana: Lectus, 2017)



EDAD MEDIA (477 - 1453)

Mueble Carolingio, Bizantino, Romanesco y Gótico

El dosel y Lo Transportable

Dentro de la época medieval la cama destaca al punto en que es el único mueble de descanso que resulta pertinente ser estudiado desde el punto de vista de dormir en situaciones, formas o lugares poco comunes. Esto se debe a que a pesar de que la cama es una pieza estándar e identificable desde el inicio de las civilizaciones hasta la actualidad, en la edad media la misma tomó ciertas características de uso, producto del estilo de vida de aquel entonces, por las cuales vale la pena analizarla.

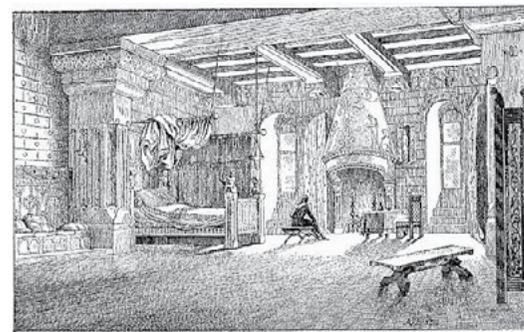
Las camas en tiempos sajones consistía en un tablero a menudo colocado en un receso, colgando llevaba cortinas que daban calor y privacidad. Un colchón áspero hecho de paja estaba cubierto con tejido decorativo. Los normandos trajeron con ellos de la Francia medieval un estilo más elaborado de la cama, en donde las barandillas de hierro fueron utilizadas para **colgar las cortinas**, las cuales eran ricas, elaboradas y altamente valoradas... (Furniturestyles.net, 2004)

El uso de dosel (cortinas) es característico de las camas medievales, y son uno de los elementos que resultan peculiares dentro del contexto descanso. Este tipo de mobiliario era utilizado mayormente en espacios pertenecientes a la alta sociedad, y brindaban beneficios que respondían a las necesidades climáticas y sociales específicas de la época, tal y como se describe a continuación referente al estilo Carolingio:

“Como con otras épocas medievales, las camas permanecieron

como la pieza más importante de los muebles en las casas carolingias, debido en gran parte a que las camas se adornaban con frecuencia con **cortinas costosas y textiles que mostraban la riqueza del dueño**. Recuerde también que en tiempos como estos **el dormitorio no era realmente una cámara privada, pero a menudo se utiliza para recibir a los invitados, etc.** En los más humildes casas la ropa de cama proporcionó cierta privacidad y protección de corrientes de aire.” (Furniturestyles.net, 2004)

Para las clases sociales menos pudientes, según



MEDIEVAL BED AND BEDROOM.
(From 'The Life of St. Dunst.')
FURNITURE: XIV. TO XV. CENTURIES. FRANCE.

Furniturestyles.net, las camas podrían ser camillas plegables, plataformas de dormir, marcos con cuerdas - o simplemente un colchón en el suelo. Lo cual trae a colación otra característica importante y pertinente para esta investigación: la transportabilidad del mobiliario. En ese entonces esta peculiaridad de portabilidad en el mobiliario era atribuida a que el contexto social en que se vivía era de peregrinación constante, actividad emblemática de la Edad Media, especialmente del mobiliario bizantino y medieval romano.

EDAD MODERNA (1454 -1789) & CONTEMPORÁNEA (1788 EN ADELANTE)

Renacimiento, Barroco, Rococó, Neoclasicismo, Vanguardia

El Chaise Longue

Una pieza imprescindible dentro del contexto “descanso en situaciones, formas o lugares poco comunes” es el famoso chaise longue, el cual puede ser considerado como una fusión entre una silla y una cama. Esta tipología de mobiliario se viene presentando desde la época egipcia de una manera muy rudimentaria y pasando por los griegos y romanos con sus “klines”. Sin embargo, es en la edad moderna y contemporánea donde alcanza su mayor esplendor, convirtiéndose en uno de los mobiliarios más emblemáticos de dichos periodos.

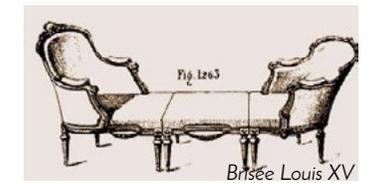
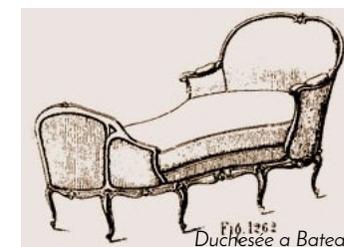
El chaise longue o “silla larga”, que nace en el Barroco Francés, admite un sin número de versiones con tantos nombres y denominaciones como se pueda imaginar, dependiendo de la época y el estilo al que respondan. Pero una cosa si guardan en común: su utilidad para semi-recostarse fuera del espacio de la recámara y fuera de las horas nocturnas destinadas para dormir. Según Anderson (2014), se puede decir que esta gran familia de mobiliario surge a partir de la suma de un “bergère” del Barroco Francés (Luis XV) y una butaca para los pies tipo escabel del Renacimiento Francés (Luis XIII).

El fenómeno chaise longue de la edad moderna incursionó tanto en la sociedad francesa, como la inglesa y la americana, por mencionar las más relevantes. Y es por dicha popularidad en internacionalización que podemos encontrar denominaciones como:

• Duchesse brisée (duquesa rota en francés): bergère alargada

con respaldo pequeño en los pies del asiento, de dos o tres piezas.

- Duchesse a bateau
- Récamier
- Veilleuse o Méridienne (su nombre es de su uso típico: descansar en el medio del día, cuando el sol está cerca del meridiano): Variación de la “duchesse”, que es un diván o sofá con los brazos a distinta altura. (Feduchi, 2001)
- Chaise Lounge en los Estados Unidos (adaptación folk-anagramática del siglo XIX de la francesa longue.)
- Turquoise
- Lit de repos
- Lit a la turque



Soluciones para el descanso no convencional:
Diseño de una pieza de mobiliario de uso colectivo.

EDAD MODERNA (1454 -1789) & CONTEMPORANEA (1788 EN ADELANTE)

Renacimiento, Barroco, Rococó, Neoclasicismo, Vanguardia

En el estilo Rococó Francés del siglo XVIII es uno de los escenarios más representativos de la pieza y "designa exactamente un capricho o una fantasía del estilo Luis XV, un desbordamiento de la decoración hasta un extremo que roza muchas veces la extravagancia" (Arola, 1966). Durante este período el chaise longue se convirtió en un símbolo de estatus social y se hizo a menudo de costosos tejidos y madera rara, con pies bellamente tallados y apoyabrazos. Sin embargo, alcanza su momento de esplendor en el 1800, bajo el estilo Imperio en Francia, y con la mediatización de la pieza producto del retrato de Jacques-Louis David de Madame Récamier en un chaise longue con los pies descubiertos (en la época se estilaba que las mujeres recibieran sus invitados recostadas en el mueble con los pies cubiertos), haciéndose tan popular que a menudo se le llama por récamier a este mueble .

Cabe destacar dentro de la época victoriana, la creación de "salas de desmayos" en las cuales el mueble principal era el "Fainting Couch" o "Sofá de Desmayo", una de las tantas versiones del conocido chaise longue. Esta tipología de mueble era utilizado sólo por las mujeres de la época, ya que estas solían padecer constantemente de episodios de histeria. Dentro de dichas salas y sobre dichos chaise longues se llevaban a cabo tratamientos caseros para la enfermedad, que según algunas teorías era causada por el uso de corsets muy apretados.

A raíz de la Primera Guerra Mundial, se genera una necesidad de cambio e investigación. La máquina convierte la delicada artesanía del mueble en una industria que repite modelos e interpretaciones de los estilos históricos.

La artesanía del mueble va desapareciendo, sustituida por estos nuevos sistemas que sólo emplean la máquina, eliminando la mano de obra especializada. (Pile, 1991)

Se destacan también muestras de chaise longue dentro del movimiento Art Nouveau, de finales del siglo XIX y principios de XX, dentro del cual se promueve una fusión del entre



Retrato de Madame Récamier.
Jacques-Louis David (1800)



Fainting Couch

la industrialización que caracteriza al nuevo período de vanguardia y las artes plásticas, nuevos espacios y materiales. De la mano del icónico representante del movimiento, el catalán Antoni Gaudí, resalta un chaise longue proyectado con una gran originalidad, derivado de los modelos de segundo Imperio francés.



Liege LC4 / Chaise longue B 306, 1928

Adentrados un poco más en la edad contemporánea, es evidente la trascendencia del chaise longue entre muchos diseñadores destacados de la época de vanguardia del siglo XX, haciendo evidente la demanda e importancia de la pieza que la lleva a ser reevaluada, rediseñada y mejorada cada vez más. Resaltan modelos como la emblemática Chaise Longue B306 por Le Corbusier junto con Charlotte Perriand y Edouard Jeanneret, caracterizada por poseer estructura metálica de tubo de acero junto con acolchados, de una manera funcional y sencilla.

En respuesta al poco éxito del momento frente al mobiliario metálico, se comienza a trabajar con un nuevo material: la madera contrachapada curvada. De esta técnica se tiene como precursor al famoso diseñador finlandés Alvar Aalto, fundador de la firma y centro de mobiliario contemporáneo Artek (1933). Bajo dicha marca se encuentra también modelos como "39" Chaise longue.



"39" Chaise Longue, Alvar Aalto (1936-37)



A 'PK-24' 'Hammock chair' (1965)

El chaise longue ha sido, sin lugar a dudas, una de las piezas de descanso ideal para la sociedad y la vida desde el inicio de las civilizaciones hasta la actualidad. Características como satisfacer necesidades específicas y un tanto peculiares y su multifuncionalidad reafirman y comprueban que las ideas centrales del proyecto que se propone en la presente

investigación son ideales para en base a ellas profundizar y seguir proyectando soluciones de diseño.

Desviando brevemente la mirada del chaise longue, no se puede obviar dentro de la selección de mobiliario de post-guerra caracterizados por su modularidad, producción en serie, confortabilidad, estética minimalista y materialidad sintética, una combinación idónea que invita al acto de la siesta y el descanso: sillón + reposapiés.

Dentro de esta clase de dúos de mobiliario se destaca dentro del estilo modernista la "Eames Lounge 670" + "Ottoman 671" (1956) de la mano de la famosa pareja estadounidense Charles y Ray Eames, apadrinada ahora bajo la marca Herman Miller. Esta pieza les tomó muchos años de diseño antes de ser lanzada y fue conceptualizada por ellos para proporcionar "un refugio especial de las tensiones de la vida moderna".



Eames Lounge 670 + Ottoman 671 (1956)

ESTILO ORIENTAL

Mueble Chino & Mueble Japonés

Viajando un poco más al oriente se encuentran muestras de que: "Los antiguos chinos no veían distinción entre los muebles para dormir y sentarse. Mucho antes de que las sillas emergieran en su cultura, los chinos utilizaban plataformas bajas donde un individuo o varias personas descansaban durante el día. Al ser relativamente ligero, el sofá-cama a menudo arreglado con otros muebles en una terraza o en el jardín, donde el aire fresco y el paisaje natural y la luz se podía disfrutar. A veces los arreglos de tiendas de campaña proporcionan un lugar cómodo para dormir durante las noches calurosas de verano. El bambú era el material favorito de la construcción en el sofá chino." (Bestliftchair.angelfire.com, 2017)



"Daybed" Dinastía Ming

Por otro lado, el mueble japonés se reduce a la mínima expresión y se rige por reglas extremadamente estrictas. En el Japón tradicional no existían asientos, se sentaban a la turca sobre el tatami. No había armarios ni camas. Se valora el objeto funcional de la casa, como las teteras, la vajilla de porcelana, etc. Las camas eran un lecho que cada mañana se coloca en un cofre de laca o detrás de un panel móvil.

ACTUALIDAD

Tal como se menciona en la introducción a este apartado, y haciendo referencia a Edward Lucie-Smith en su libro Breve Historia del Mueble: "Desde entonces, el estudio del mueble, surgido del interés de los anticuarios del siglo XIX, se ha visto dominado en exceso por las <<antigüedades>>. Aunque este libro trata sobre la historia del mueble, poco tiene que ver con cuestiones como las de la identificación o la autenticidad de las determinadas piezas, tan dominantes en otros estudios. A diferencia de éstos, intenta demostrar que **el mueble se halla relacionado con la evolución general de la sociedad y también con la psicología individual.**"

La capacidad de reajustarse a nuevas necesidades y costumbres sociales es lo que venimos haciendo hasta fechas actuales, y para poder hablar de actualidad es necesario reconocer la existencia de una "ruptura en la continuidad psicológica de la sociedad europea" que se hace evidente en los 1800 un poco antes de hacerse concreta con la Revolución industrial, según Lucie-Smith (1998).

La constante recuperación de estilos antiguos, característica del siglo XIX, responde precisamente al intento de conocer y rescatar ese pasado que se veía huido. La reacción posterior contra esta tendencia (primero por parte del movimiento Arts & Crafts, luego por el Art Nouveau y más tarde por el vanguardismo de De Stijl y la Bauhaus, y el de Le Corbusier y el Esprit Nouveau) es significativa no sólo por sus aportaciones, sino también porque ayuda a entender mejor aquello contra lo que reaccionaron (Lucie-Smith, 1998). Entonces cuando de analizar el mobiliario de las últimas décadas se trata, sabemos

que nos enfrentamos a esa inevitable "recuperación de estilos" acumulados hasta ahora.

La selección de muestras actuales de mobiliario que serán utilizadas como representación de la premisa "descanso en situaciones, formas o lugares poco comunes", estarán íntimamente ligadas con todas las vistas desde el período antiguo hasta la vanguardia y contemporaneidad. Los deseos de innovar, la masterización del manejo de los materiales y procesos, el poder lograr un estilo antiguo puesto al día; es parte lo que caracteriza el mundo de mueble actual. Es evidente que "la dispersión estilística sea un rasgo definitorio de la época que nos ocupa." (Lucie-Smith, 1998)

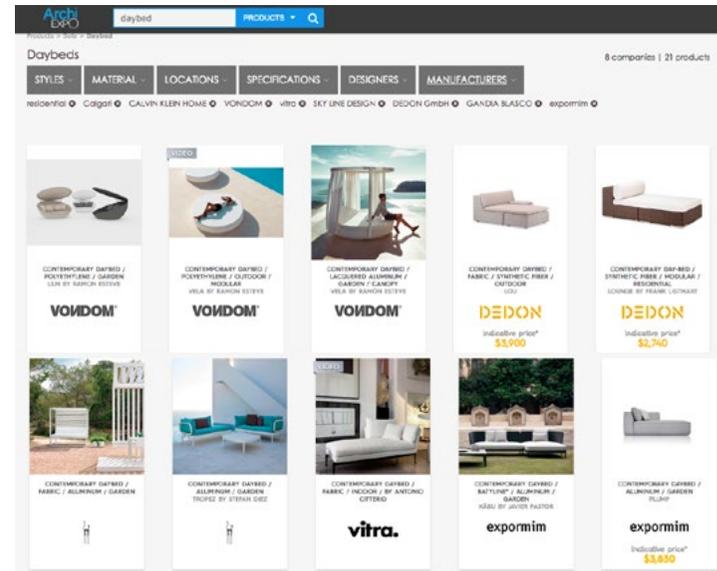
A continuación se presentan piezas de mobiliario comprendidos desde finales del siglo XX y todo presente siglo XXI; sirviendo las corrientes americanas, escandinavas, francesas e italianas como casas de los referentes del mueble de actualidad. Así mismo como el estilo se recicla, igual pasa con la función y tipologías. Es por eso que en esta parte final del apartado se procura crear una especie de extensión de los mobiliarios vistos a todo lo largo de mismo, limitándose a tipologías básicas del imaginario colectivo de reposar/dormir, con la idea de partir de esta vista general a una más específica. Pudiendo así establecer una relación clara de cómo evolucionan los hitos y posteriormente adentrar en el campo de las variables rompedoras e innovadoras de los mismos, pudiendo pasar de hablar de estilos a hablar de tendencias.

Daybed

El fenómeno del daybed se da principalmente bajo una adaptación de la anteriormente mencionada "lit a la turque", la cual es uno de los tantos tipos de chaise longue utilizados en toda la edad moderna. Esta nueva modalidad de mobiliario de reposo surge de la fusión entre un chaise longue, un sofá y una cama. Siendo el mismo respuesta de las nuevas necesidades que el usuario de actualidad presenta.

Surge para brindar función dentro del ámbito del mueble de uso privado como descansar, reclinarse, sentarse, dormir...y pueden diversificarse según los espacios a ocupar, con la única peculiaridad de que suelen ser colocados en zona de uso común. Una buena referencia para corroborar el uso para el cual se ha pensado y diseñado este tipo de piezas, son las imágenes que utilizan las marcas para vender el producto y bajo que contexto de estilo de vida se promueven.

Tras consultar catálogos de mobiliario que reúne marcas de referencia en el mundo del mueble, como por ejemplo Archiexpo.com, se puede encontrar que la oferta de daybed se impulsa mediante imágenes que promueven su uso en: casas de playa en zonas tanto de interior como exterior y salones comunes en los interiores de uso privado.



Catálogo de "Daybeds" en archiexpo.com

Es interesante ver también las recomendaciones que brinda la página a la hora de elegir este tipo de producto, exponiendo que:

"Los daybeds son un tipo de sofá con un solo apoyabrazos y, en algunos modelos, ningún respaldo. Su originalidad reside en el hecho de que pueden ser utilizados para sentarse, como en sofás o sofás ordinarios, y para acostarse para un descanso de la tarde.

Los pies se extienden más allá del extremo abierto de modo que no ensucien la tapicería."

Así mismo ocurre si usamos como referencia comerciantes de mobiliario low-cost, tanto de origen europeo como occidental. Tomando a Ikea y a Walmart, las ambientaciones con las que venden el producto son principalmente salas de estar, resaltando a la vez algunas funciones extras que puede tener este tipo de mueble, como lo son gabetas en su zona inferior o la posibilidad de duplicar el espacio al doble con un colchón extraíble, también de la zona inferior.

Es interesante su prominente uso dentro de los climas cálidos, peculiaridad que los ha hecho incursionar de una manera notable en el ámbito hotelero, específicamente playero. Dentro de su variedad de uso exterior grandes marcas mediterráneas se han hecho cargo de acaparar y explotar este mercado. Como resultado el daybed puede adquirir cualidades de ser colgante, estable, con estructura techada para proteger de condiciones climáticas como sol o lluvia, materialidades resistentes a la interperie y una infinidad de formas llamativas que invitan a su incorporación en las propuestas de interiorismo de actualidad.



Daybed "Hennes". IKEA



Sophia Daybed Trundle. Walmart

Hamacas

Las hamacas son emblema de relajación, bienestar, descanso y comodidad. Sus orígenes se encuentran en el continente americano, específicamente en todo noreste de Brasil, el Caribe y México, es decir, las regiones tropicales de Latinoamérica, y confeccionadas por los aborígenes de dichas zonas. Ha sido tanta su popularidad que ha podido incursionar en territorio europeo de manera muy temprana por medio de Colón y sus viajes de descubrimiento a América en la época colonial; y a la vez ha logrado trascender a la actualidad en ambos continentes.

El hecho de que la hamaca siga siendo una pieza de descanso importante se debe a que ha podido satisfacer necesidades muy específicas a través del tiempo: en los viajes de ultramar de la época colonial se convirtió pronto, para muchos marineros europeos, especialmente ingleses y franceses, en un lugar para dormir muy apreciado y generalizado en los barcos (telefuturo.com.py, 2016); en América Central y del Sur fue su capacidad para proporcionar la seguridad de la transmisión de enfermedades, picaduras de insectos o mordeduras de animales; que al suspender sus camas por encima del suelo, los habitantes estaban mejor protegidos de las serpientes, hormigas que pican y otras criaturas peligrosas. También posee una larga tradición a causa de su frescura nocturna siendo utilizada como lugar de descanso diario, sustituyendo totalmente a la cama. En el uso en faenas de pesca y lugares apartados de la residencia han sabido jugar un papel estratégico. Están también las razones prácticas, como ahorro de espacio y fácil colocación, ya que puede ser colgada y descolgada en cuestión de segundos. (Ecured.cu, n.d.)

Hoy en día la hamaca ha evolucionado y encontrado su lugar en el mercado, sirviendo para una amplia variedad de público y necesidades: niños, parejas, familias, viajeros y terapeutas figuran dentro de su público potencial. Pueden ser encontradas en diferentes tamaños (familiar, doble, individual), también siendo usadas tanto en interiores como exteriores.

“Hay hamacas que están diseñadas específicamente para mochileros e incluyen mosquiteros junto con los bolsillos para almacenamiento nocturno. Hay hamacas hechas de material delgado y ligero que las hace ideales para llevar en excursiones de un día.

Otras hamacas son auto portantes con estructuras de metal o de madera que la apoyan. Dado que las hamacas tienen longitudes comúnmente similares para dar cabida a la altura de un adulto promedio, la mayoría son universales en el diseño, por lo general con una barra separadora que corre por el suelo, con unos pies y un brazo en diagonal para la estabilidad en cada extremo y proporcionar dos puntos de suspensión.” (Mar, 2015)



Foto por Lionello DelPiccolo en Unsplash

Tiendas Acampar

El uso de las tiendas de campaña se presenta desde épocas pre históricas, sin embargo, al igual que las anteriores selecciones de tipologías básicas del imaginario colectivo de reposar/dormir de este sub-tema, han logrado evolucionar hasta llegar a convertirse en una pieza importante dentro de la sociedad, que a pesar de su larga historia sigue reinventándose y mejorándose.

La primera manifestación de este tipo de estructura para el alojamiento portátil se da en Moldavia hacia el 40,000 a.C., y estaba hecha de huesos de mamut y protegida con pieles. Estas tiendas se fueron utilizando en toda la pre historia, específicamente por los nómadas, los cuales adaptaron dicha estructura portátil a sus modos de vida y ambientes. Luego le siguieron los hebreos, los cuales se caracterizaron por vivir bajo las mismas alrededor de 40 años; los árabes, griegos y romanos la utilizaron por igual, dándoles estos por el contrario una finalidad militar, ya que levantaban grandes campamentos donde cientos de tiendas tipo “canadiense” se distribuían en filas, reservándose la tienda más grande y lujosa para el alto mando. Muestra de ello se puede apreciar en los grabados de la “Columna de Marco Aurelio”. Desde la Edad Media, se conjetura, por el dicho de escritores respetables, que hasta el siglo XVII solo había tiendas para los reyes, generales y oficiales superiores y que los demás individuos se guarecían bajo chozas o barracas. Después de las reformas de Luis XIV y Federico II, las tiendas de lona o lienzo se hicieron extensivas a todas las clases. Napoleón I volvió a establecer los vivacs y desde entonces se conservan sólo para los generales, jefes y oficiales. (Blog Camping, 2014)

Actualmente la tienda para acampar es utilizada como espacio portátil para una o más personas que desean pasar la noche, descansar, alimentarse, refugiarse del clima, como punto de reunión, etc., la cual desde principios del siglo XX es utilizada de forma específica para la actividad del excursionismo.

Existen muchos tipos de tiendas de campaña, y las mismas suelen sub-dividirse por tamaño o clima, pero las más comunes son:

- De dos aguas o canadiense: es la más sencilla, tienen dos paredes (una frontal y otra trasera), que vistas de frente, forman un triángulo isósceles junto con el piso. Son conocidas como canadienses, ya que fueron popularizadas por el ejército de Canadá.
- Hexagonales o de iglú: se asemejan a esta última geometría o a una semiesfera, son muy comunes.
- Rectangulares: generalmente son grandes y tienen un pequeño techo de dos aguas para evitar la acumulación de lluvia. (web.archive.org, 2008)

“Las carpas tomaron un giro recreativo en la segunda mitad del siglo 20, junto con la creciente popularidad de las organizaciones de campamentos y exploraciones. Hoy en día, al igual que el resto de las herramientas de campamento, las tiendas son cada vez más increíbles, con interpretaciones intensas como las carpas de kayak flotante y tiendas de campaña que se abren en dos segundos.

Si bien acampar no es un fenómeno nuevo, no se aplicó a la esfera recreativa hasta finales del siglo XIX. Organizaciones como la Asociación de Campistas Ciclistas y los Boy Scouts ayudaron a popularizar el campamento, y los parques nacionales y estatales recién establecidos proporcionaron áreas de alojamiento.” (Sedghi, 2015)

El acto de descansar ha evolucionado y ampliado sus modalidades de manera muy significativa a través del tiempo. Lo que antes se consideraba aceptable o común puede que actualmente no lo sea, y como se ha recalcado a lo largo del documento, lo que se busca es reconocer qué costumbres han caducado y cuáles han permanecido.

En este sub-tema se tratará del acto de descansar y/o dormir de una manera objetiva, e inclinándose por la cultura de la siesta, específicamente. Por medio de infografía, cifras, estudios y normas se busca conocer información que sirvan como base de referencia para futuras decisiones en cuanto a diseño.

Primero se presentan estudios médicos que muestran la efectividad de las siestas a nivel de desempeño cerebral y motor, en contraposición a la ingesta de cafeína y en comparación con tomar las típicas horas de sueño nocturnas. Básicamente nos muestra como evoluciona una persona durante el día con y sin siesta, lo cual sustenta la importancia y viabilidad del presente diseño propuesto.

Luego se indaga sobre la perspectiva sociocultural de las normas adoptadas por la mayoría de las personas en la actualidad, con respecto a dormir y/o descansar en zonas poco comunes, de uso colectivo; haciéndose especial atención al manejo de la privacidad y el confort requerido. Y para finalizar se recoge una última muestra de referentes de todo tipo, que servirán como puntos claves a la hora de dar cabida al próximo capítulo: análisis de mercado y tendencias.

"Nunca debemos olvidar que los objetos que nos rodean constituyen soportes mentales. **Debido a esto, la gente debe estar siempre en el centro de nuestras preocupaciones como individuos y no unidades de una categoría de consumo que puedan comportarse de acuerdo a las estadísticas.**

Así, para que el diseño de una novedad pueda ser eficaz, deberá presentarse a través de un perfil que asegure una síntesis entre las funciones suplementarias que contiene tanto en referencia a los productos existentes, como de las corrientes estilísticas, pues ambas son en la actualidad el soporte de su expresión seductora.

En este sentido, el reto no es dibujar la "enesima" silla sino reflexionar ante la pregunta: *como nos sentamos hoy?*" (Laizé, 1998)

El descanso en cifras

Es preciso conocer cuál es el estado de la sociedad actual con respecto al modo de obtener el descanso de un día. Numerosos estudios se han dedicado a investigar el tema debido a la peculiaridad en la forma en que los seres humanos manejamos las horas de sueño, frente a los distintos estilos de vida que adoptamos para subsistir a la velocidad acelerada de las rutinas. Son cada vez más las personas que carecen de horas de sueño debido a horarios de estudio, trabajo, lejanía de desplazamientos entre la casa y el trabajo, la hiperconexión por medio de los dispositivos electrónicos...en fin, todo se traduce a un déficit, el cual se debe compensar de alguna manera.

La forma más popular de lidiar con la necesidad de reponer horas de sueño no conseguidas dentro del horario monofásico nocturno, y para el cual estamos diseñados como seres humanos, es la siesta. El dormir de tarde o al medio día es un hábito común, siendo objeto de extensos estudios que buscan brindar información que ayude a sacar el mayor provecho del mismo, y que las mismas estén en servicio de la creciente cantidad de personas que hacen uso de él.

Según un estudio publicado en la revista "Sleep Medicine Review" (2017) la siesta es un hábito común en la cultura mediterránea, principalmente por razones climáticas, y en China, Taiwán y Japón como contramedida a horas de trabajo excesivas. En China, el derecho a la siesta en el trabajo ha sido escrito en la constitución desde 1948 con el fin de garantizar mejores condiciones de trabajo y productividad.

Para contrarrestar las consecuencias negativas a corto y largo plazo de déficit del sueño, la siesta se ha propuesto a menudo como una beneficiosa "herramienta de salud pública". En su libro "La promesa del sueño", William C Dement escribió: "Mis compañeros especialistas en el sueño y yo estamos haciendo campaña para rehabilitar la siesta y demostrar que tomarlas es una estrategia excelente y respetable para el manejo del sueño. Las siestas pueden hacerte más inteligente, más rápido y más seguro de lo que sería sin ellas. Deberían ser ampliamente reconocidas como una herramienta poderosa en la lucha contra la fatiga, y la persona que la elija debe ser considerada como heroica."

Dicho estudio llamado "Siesta: Un problema de salud pública. De estudios epidemiológicos a estudios de laboratorio", llevado a cabo por la Universidad Paris Descartes y la École Normale Supérieure-PSL Universidad de Investigación, Laboratorio de Ciencias Cognitivas y Psicolingüísticas; presenta una serie de datos cualitativos y cuantitativos recientes de la siesta como contramedida eficaz en respuesta del déficit de sueño principalmente en adultos jóvenes y de mediana edad. Entre los datos pertinentes para la presente investigación y propuesta de diseño, encontramos lo siguiente:

-Los estudios piloto de laboratorio basados en la siesta han informado de que **una siesta a mediodía de 20-30 minutos mejoró el estado de ánimo y estados mentales.**

-Uno de los efectos perjudiciales más frecuentes [de la siesta] es la inercia del sueño, que generalmente se define como una sensación de desorientación y una reducción transitoria en el rendimiento cognitivo después de largas siestas que superan los 30 minutos.

-No es lo mismo tener una siesta una vez a la semana los fines de semana y hacer una siesta a diario debido al trabajo por turnos. Mientras que los efectos a corto plazo de la siesta sobre la atención, la concentración y el tiempo de reacción pueden tener efecto con una sola siesta, **los beneficios a medio o largo plazo de la siesta sólo se pueden considerar en las personas que las toman regularmente (dormir varias veces a la semana).** Así, los diferentes tipos de siestas, dependiendo de la longitud, la posición circadiana, y la arquitectura del sueño, tienen diferente

beneficios.

-Las grabaciones objetivas del sueño... han demostrado que la siesta media de 28,0 min / d entre las 12:00 h y las 18:00 h en sujetos jóvenes (edad media 23,8 ± 3,8 años) no influye en el sueño nocturno.

-Una encuesta de la Fundación Nacional del Sueño (2008) informó que el 55% de los trabajadores por turnos (vs. 35% de los trabajadores no turnados) habían tomado al menos una siesta durante el mes previo a la encuesta. Sin embargo, el 89% no duerme en el trabajo, y los trabajadores de cuello azul son más propensos a dormir en el trabajo que los trabajadores de oficina (15% vs. 9%). Aproximadamente un tercio de los encuestados (34%) informó que sus empleadores les permitían hacer una siesta durante los descansos, y el 16% mencionó que tenían lugares dedicados a la siesta (24% para los que trabajan en servicios públicos, seguridad y salud). El veintiséis por ciento de los que no se les permitió

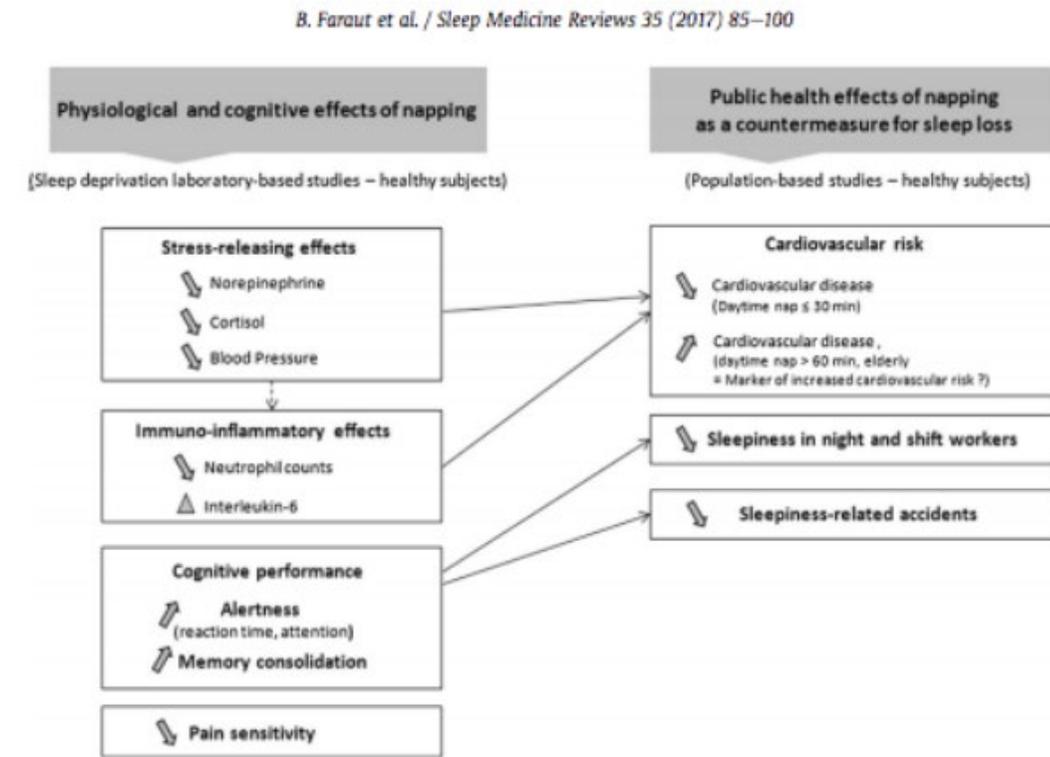


Fig. 1. Efectos proflácticos fisiológicos, cognitivos y de salud pública de la siesta como contramedida para la deuda de sueño. Los estudios experimentales de privación del sueño han informado que la siesta lleva a los efectos de liberación de estrés (blunt cortisol y noradrenalina respuestas [159,91] y la reducción de la presión arterial [92]), normaliza los componentes inmunes alterados por privación de sueño (recuento de neutrófilos e IL-6) [7, 159], y reduce la sensibilidad al dolor aumentada por la privación de sueño [188]. La siesta también facilita la recuperación de la pérdida del sueño [105, 109] y tiene un impacto beneficioso sobre la consolidación de la memoria [127, 133, 134]. Las siestas profilácticas podrían corregir el estrés neuroendocrino y los efectos inmunológicos consecutivos a la restricción del sueño, disminuyendo así el riesgo cardiovascular en adultos jóvenes y de mediana edad sanos [89]. Por el contrario, una mayor prevalencia de enfermedad cardiovascular en sujetos ancianos que toman largos (> 60 min) y siestas normales se ha informado [94,96]. La práctica de la siesta también se ha asociado con mejoras en la restricción del sueño rendimiento de trabajo y reducción de accidentes.

hacer una siesta hubiera deseado haber podido hacer una siesta en el trabajo si es posible.

-Aproximadamente uno de cada cinco trabajadores en los países industrializados trabaja por la noche, y este porcentaje continúa aumentando con la evolución de los servicios 24/7 en transporte, seguridad, salud y medios de comunicación alrededor del mundo. El trabajo nocturno afecta tanto la calidad del sueño como la duración del sueño, con un déficit de una hora, en promedio, por 24 h en comparación con los trabajadores diurnos. (Faraut et al., 2017)

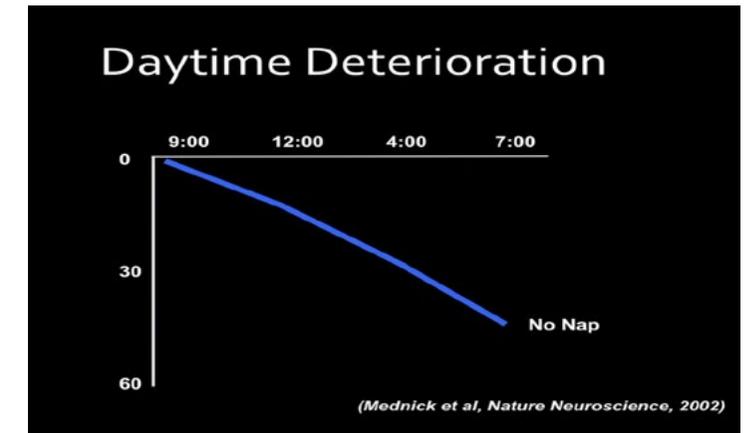
Por otro lado se encuentra también un estudio llevado a cabo por la Dra. Sara Mednick, Profesora Asistente en el Departamento de Psicología de la Universidad de California, Riverside; la cual se dedica a la investigación del sueño, dándole forma a la manera en que lo entendemos y la importancia del mismo.

Por medio de la organización de difusión de ideas, TEDx, a modo de charla ella aboga por qué todos debemos tomar un descanso. Con la misma expone sus estudios con respecto a la siesta y su eficacia, obteniendo lo siguiente:

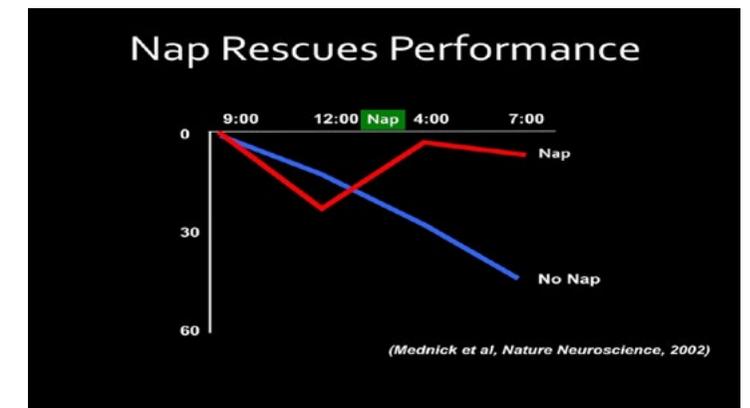
En el primero de los experimentos de laboratorio se reunieron un grupo de personas y se les examinó de una tarea de memoria visual simple cuatro veces en un mismo día (9:00 a.m., 12:00 a.m., 4:00 p.m. y 7:00 p.m.), y como se muestra en el gráfico siguiente, estas personas a pesar de haber dormido toda la noche, su rendimiento continuó disminuyendo cada día con cada sesión de prueba, incluso probando con diferentes métodos de incentivo, como dinero. Como la motivación no funcionó se les permitió tomar un pequeño descanso, manteniéndolos sentados con los ojos cerrados entre mediodía y las 4:00 p.m., sin embargo el rendimiento no mejoró en lo absoluto.

Lo único que les llevó a obtener el rendimiento al estado original fue tomar una siesta de 60 minutos entre mediodía y 4:00, lo

cual hizo que su rendimiento se mantuviera en las dos próximas sesiones, como se muestra en el gráfico siguiente:



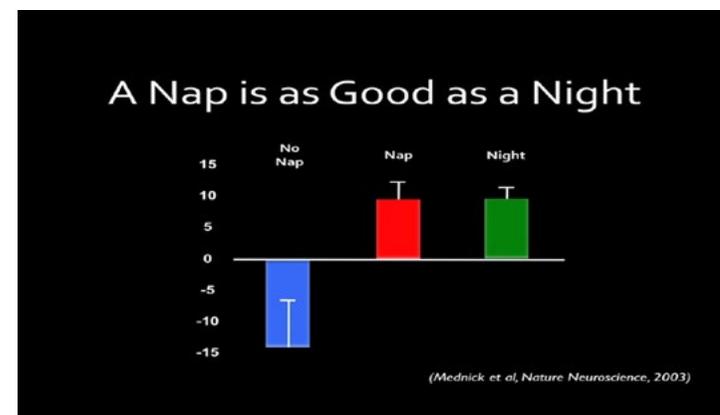
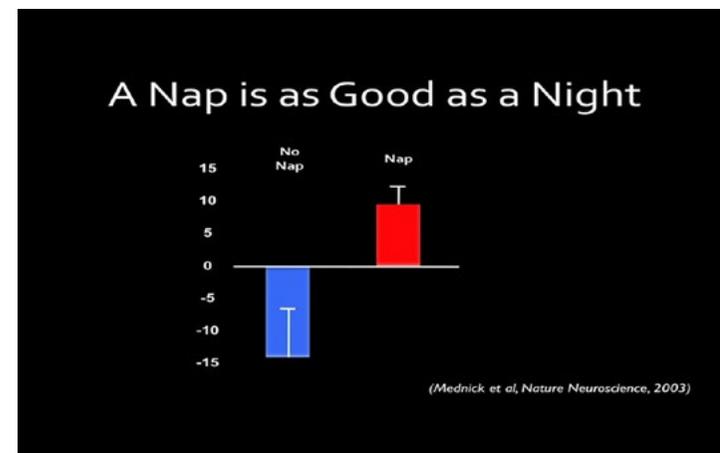
Recuperado de "Give it up for the down stare -- sleep". Mednick, S., 2013. TEDxUCRSalon. 13 de Septiembre 2017. Recuperado de: <https://www.youtube.com/watch?v=MkiZJprP5FO&t=846s>



Recuperado de "Give it up for the down stare -- sleep". Mednick, S., 2013. TEDxUCRSalon. 13 de Septiembre 2017. Recuperado de: <https://www.youtube.com/watch?v=MkiZJprP5FO&t=846s>

Se decidió entonces a replicar el experimento anterior, pero esta vez sólo a dos horas del día (9:00 a.m. y 7:00 p.m.), la barra azul muestra el desempeño de las personas que no tomaron siesta y la barra roja el de las personas que si la tomaron. El rendimiento de las personas que si tomaron la siesta no sólo volvieron a su estado original de rendimiento sino que lo superaron.

El anterior resultado de desempeño se comparó también con personas que había obtenido toda una noche de sueño, pensando que tal vez podrían obtener aún mejores resultados



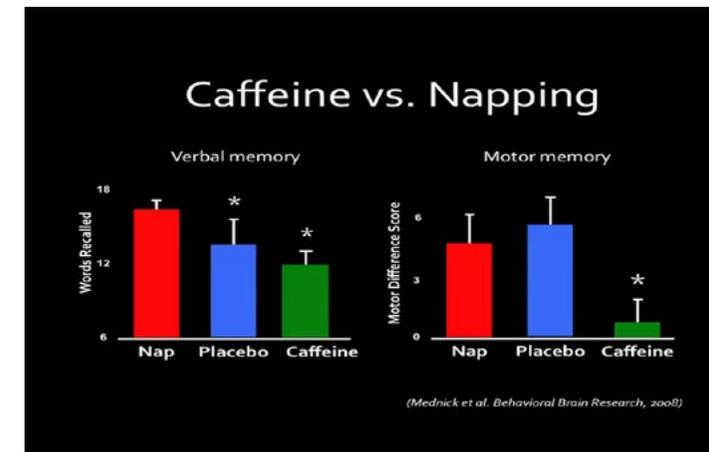
Recuperado de "Give it up for the down stare -- sleep". Mednick, S., 2013. TEDxUCRSalon. 13 de Septiembre 2017. Recuperado de: <https://www.youtube.com/watch?v=MklZJprP5FO&t=846s>

que una siesta diurna. Sin embargo, y sorprendentemente, los resultados en cuanto a beneficios fueron totalmente similares.

Debido a los resultados que obtuvo hasta ese punto sólo evaluando a las personas durante un día, no cabe duda de que mantener el ritmo a lo largo de la semana es aún más difícil. Este desgaste se da a que en realidad el ser humano no está naturalmente programado para trabajar tanto, por lo que se suele recurrir a la cafeína (90% de los estadounidenses la consumen a diario), o productos más agresivos como "Adderall" o "Ritalin" (5% de los universitarios recurren a este tipo de medicamentos, triplicándose la cantidad en los últimos 10 años).

Entonces, por último se lleva a cabo una comparación entre el beneficio de una siesta vs el de consumir cafeína para contrarrestar el sueño. Esta vez se les dio dos pruebas de laboratorio diferentes, una de memoria verbal (recordar una lista de palabras) y otra de memoria motora (escribir con la mano dominante una secuencia de números en un teclado). Se les hizo tomar ambas tareas en la mañana, dividiendo a las personas en tres grupos: el primero había tomado una siesta, el segundo una taza de café y el tercero un placebo (lo que el individuo piensa que va a pasar si ingiere cafeína); luego tarde en la noche se volvieron a repetir las tareas.

Los resultados en el gráfico de abajo muestra que en las tareas de memoria verbal, que son las que los estudiantes necesitan dominar a la hora de examinarse, sólo pueden ser mejoradas con siesta, sin poder igualarse a la ingesta de cafeína o placebo. Por otro lado en tareas de memoria motora, el incentivo del placebo funciona muy bien, incluso un poco mejor que la siesta, pero de nuevo la ingesta de cafeína funciona de manera incluso más pobre que todas la veces pasadas.



Recuperado de "Give it up for the down stare -- sleep". Mednick, S., 2013. TEDxUCRSalon. 13 de Septiembre 2017. Recuperado de: <https://www.youtube.com/watch?v=MklZJprP5FO&t=846s>

Normas sociales

Un componente importante cuando se trabaja con la conducta del ser humano en espacios públicos, es la comodidad con la que el mismo se desenvuelve dentro del lugar, y en relación recíproca con el resto de las personas que comparten dicho espacio.

Cuando se trata de diseñar un producto que debe responder a la realización de una actividad poco usual en ciertos contextos, es importante tener en cuenta cómo aliviar la carga psicológica negativa que dicha actividad pueda provocar en el usuario. Estudiando el cómo y porqué de las afecciones que pueda provocar el contexto social y cultural con respecto al confort de un individuo, tanto físico como mental, puede llevar a un diseñador a brindar soluciones coherentes frente a escenarios con condiciones peculiares respecto conducta y contexto.

Se recurre entonces a una disciplina como herramienta de estudio, que conjuga aspectos de la psicología social y las dimensiones físicas del entorno, y que expone el rol inevitable del mismo como

factor explicativo de la experiencia humana y de las relaciones sociales (Moser, 2014): la psicología ambiental.

La psicología ambiental "estudia el individuo en su contexto físico y social con el fin de encontrar la lógica de las interrelaciones entre el individuo y su entorno poniendo en evidencia, por un lado, las percepciones, actitudes, evaluaciones y representaciones ambientales y por el otro, los comportamientos y conductas ambientales que los acompañan". De esta manera la psicología ambiental se ocupa tanto de la influencia de los espacios sobre la experiencia humana, como de la influencia que las personas ejercen sobre estos espacios (apropiación, territorialidad, formas de ocupación y uso). (Moser, 1991)

Los comportamientos y prácticas dirigidos al entorno se inscriben en un conjunto de sistemas cognitivos complejos que constituye la trama de fondo del pensamiento social. El pensamiento social se refiere, por un lado, al conjunto de saberes comunes que se transmiten a través de las relaciones sociales y, por el otro, a los procesos socio cognitivos que subyacen a la construcción de estos saberes, ideologías, representaciones sociales, actitudes y opiniones se transmiten dentro de una realidad social que permite su desarrollo y evolución. Así, el pensamiento social es un sistema complejo que permite no solo comprender el mundo, sino también controlarlo e intervenirlo. p.38 (Doise, 1997)

Las ideologías son elementos de conocimiento compartido, que justifican las posiciones adoptadas con el fin de hacer posibles y compatibles los conjuntos de creencias, actitudes y representaciones en el seno de una sociedad dada (Rouquette, 1998)... En el marco del pensamiento social, las representaciones sociales coordinan las actitudes que expresan una posición específica en el individuo a través de su valoración positiva o negativa de un objeto determinado. P.38 (Doise, 1997)

Así pues, a continuación se expondrán conceptos concernientes a confort físico y psicológico en respuesta a las ideologías, tratando de responder a la cuestionante “¿Qué representa dormir en lugares poco usuales y de uso común?” y con la finalidad de ser capaz de tomar en cuenta los mismos dentro de la futura propuesta de diseño de mobiliario de uso colectivo.

Indagando más a fondo dentro de la psicología ambiental, se encuentra lo que son las barreras ambientales, las cuales permiten entender de una manera más específica como intervienen los diferentes factores tanto internos como externos a la hora de estudiar el individuo y su entorno.

Por definición encontramos que: “Las barreras ambientales son las circunstancias que se presentan no en las personas, sino en el medio ambiente y que impiden una buena comunicación. Los factores ambientales que se presentan como barreras ambientales constituyen el **ambiente físico, social y actitudinal** en el que las personas viven y se conducen.

Las barreras ambientales son las que están impuestas específicamente por las condiciones físicas o sociales del medio: barreras arquitectónicas, del transporte, ecológicas, de comunicación, o simplemente, de actitud o de rechazo. (Alonso López, 2002)

Sabiendo esto, a continuación se indagará sobre las barreras en sus vertientes espaciales, las cuales se encuentran incluidas dentro de las arquitectónicas, y actitudinales. Denominándolas en este caso “privacidad” y “confort”, ya que son los tópicos específicos pertinentes para el presente proyecto.

La experiencia humana está ligada a la experiencia espacial. En este sentido el espacio es más que el escenario del comportamiento, es la “condición” misma, en tanto que él afecta incluso la intencionalidad del acto. (Moser, 1991)

Privacidad

En encuestas llevadas a cabo dentro del proyecto “Lull, una silla de dormir diseñada para contrarrestar la privación de sueño entre los estudiantes universitarios”, ideado por Jaimie E. Chan de la Universidad de Washington, y la cual será punto de partida para la futura propuesta de diseño del presente proyecto; una de las principales barreras que los estudiantes cuestionados sentían que les impedía dormir dentro del campus era la privacidad, externando opiniones como:

–“Si hubiesen espacios privados designados para dormir ... yo consideraría dormir en el campus.”

–“Preferiría que la gente no me viera dormir.”

Partiendo de dicho estudio se determina el concepto de privacidad como clave para la investigación, por lo que es preciso estudiarlo y entender desde un punto de vista psíquico cómo puede afectar a un individuo y potencial usuario de mobiliario de uso colectivo, atendiendo a sus necesidades en cuestión de acondicionamiento del espacio, confort psicológico, calidad de vida (alojamiento, espacio de trabajo, escuela, lugares de esparcimiento...)

Altman define la privacidad como el “control selectivo del acceso a uno mismo o al grupo al que uno pertenece.” (Holahan,

1996) Esta definición enfatiza el control de la información, sin embargo, también comprende el aislamiento, ya que el control selectivo funge como una forma de restringir el acceso a sí mismo. La concebimos como el espacio personal, íntimo, en donde nada ni nadie perturbe nuestra actividad o pensamiento. (Ceron, 2009)

Altman (1975) señala también que en determinados momentos un individuo puede tener exigencias de privacidad y aspira a aislarse, mientras que en otros momentos, por el contrario, busca la presencia de los demás. Para cada situación, el individuo tiene exigencias de privacidad óptima. Si otro interfiere en el grado de intimidad buscado por el individuo, este reacciona huyendo, desviándose o levantando barreras. Por el contrario, si el individuo se siente muy solo, busca activamente los contactos sociales. (Pag. 20)

“En un intento por clasificar e identificar los conceptos populares de privacidad se han realizado diversos estudios, entre ellos el de Nancy Marshal que hizo a alumnos universitarios y sus padres. Desarrolló una escala de preferencia de privacidad, en la que resaltan dos grupos: aislamiento y control de información. En cuanto al aislamiento identifica soledad, reclusión e intimidad, es decir, el deseo de estar a solas, el deseo de vivir fuera del ruido y la vista de los vecinos y el tránsito, y la capacidad de aislarse de los demás. Respecto al control de información identifica tres tendencias: anonimato, reserva y retrainimiento. Es decir, evitar que otros conozcan todo acerca de uno, el deseo de no descubrir mucho de uno a desconocidos y la preferencia por no involucrarse con los vecinos.” (Ceron, 2009)

El concepto de control se puede definir como la percepción de

contingencias entre la conducta y el resultado. Si el individuo considera que su conducta le permite lograr la meta trazada, entonces percibe la situación como controlable. Así una situación amenazadora es controlable si puede evitarse a través de una respuesta instrumental apropiada, mientras que el individuo no podrá huir ni evitar una situación que considere incontrolable. (Moser, 2014)

Figura 5: Niveles de análisis y tipo de control



Recuperado de “Psicología ambiental.” de Moser, G. , 2014, p. 36, Bogotá: Ecoe Ediciones

Todo ser humano se enfrenta con la necesidad de ser eficaz y, por tanto, con la necesidad de controlar su entorno (White, 1959; Averill, 1973). La posibilidad real de poder controlar una situación estresante o el sentimiento de ser capaz de hacerlo, reduce los efectos negativos. (Moser, 2014)

Una de las maneras de lograr privacidad es el espacio personal, el cual tiene que ver específicamente con el ámbito físico y relacional. Es un concepto que va intrínsecamente ligado al quehacer del diseño de mobiliario, ya que permite controlar y regular por medio del mismo la privacidad del usuario.

También se utilizan mecanismos múltiples para lograr la privacidad deseada. Como la conducta verbal ("déjame solo" o "adelante"), el lenguaje no verbal o corporal (actitud corporal, mirada) y conductas que manipulan elementos de la ecología de los espacios (puertas, letreros, posición de muebles). (Ceron, 2009)

Proshansky, Ittelson y Rivlin consideran que la privacidad ofrece libertad de elección, más opciones de conducta y un alto grado de control personal, resumiendo así las tres palabras claves a tener en cuenta cuando de confort psíquico se trata, dentro de la fase de diseño de la presente investigación.

Confort

Otra de las barreras que los estudiantes cuestionados sentían que les impedía dormirar dentro del campus era el confort, en este caso meramente físico. La incomodidad del mobiliario existente, el ruido, la cantidad de personas alrededor... hacen alusión a algunos de los aspectos a los que hay que prestar

atención. Algunas de las opiniones externadas por medio de las encuestas fueron:

- "Yo duermo en mi dormitorio en raras ocasiones, y lo hago porque puedo estar completamente relajado y no preocupandome de mi entorno."

- "[Dormir en el campus] es un poco incómodo, preferiría no hacerlo."

- "La mayoría de los espacios comunes en la escuela por lo general están ocupados/lleños de gente, como para que la siesta sea usual."

Las barreras ambientales físicas más comunes son: ruidos, iluminación, distancias, olores, temperatura, aire, visuales, higiene, ergonomía, fallo o deficiencia de los medios que se utilizan para transmitir un mensaje, etc. Para aliviar o eliminar dichas barreras se recurre al manejo de conceptos como: **confort ambiental, espacio personal, ergonomía del producto, entre otros**; los cuales son en su mayoría dependientes del ente arquitectónico. Lo que se propone a continuación es proceder a estudiar y entender desde un punto de vista físico cómo las mismas puede afectar a un individuo y potencial usuario de mobiliario de uso colectivo, siendo concientes de que las mismas no serán resueltas de raíz, si no apasiguadas por medio del diseño de mobiliario. Se propone analizar sólo los conceptos principales que afectarán a la futura propuesta de diseño.

Confort Ambiental

El concepto de confort está ampliamente tratado por muchos

autores, pero si se reúnen todas las definiciones, todos coinciden en un término: bienestar. Más ampliamente dicho entonces, el confort es la situación o estado de bienestar fisiológico y ambiental; que proporciona comodidad y excluye molestias que puedan afectar al equilibrio entre el cuerpo humano y su entorno.

Todos concuerdan también en que la percepción de dicho bienestar que lleva al confort es dependiente de factores personales, y varían según edad, sexo, estado físico, aspectos naturales, modos de vida, prácticas cotidianas, ropa usada, acostumbamiento a determinado clima o condición, etc. (Vigo, n.d.); por ende el mismo es susceptible a diferentes perspectivas.

Dicha cualidad de variabilidad y ambigüedad no ha detenido la tarea de fijar estándares con respecto al confort, aunque ha sido difícil se han establecido parámetros de mínimos que permiten sin importar los agentes que puedan intervenir, lograr obtener un cierto nivel de bienestar siempre. Dichos rangos de niveles de confort son producto de estudios realizados por diversas instituciones a través de las estadísticas, los cuales se tratarán a continuación y servirán como punto de referencia para la investigación.

Atendiendo al ámbito físico al cual se inclina este apartado, hace falta adentrarse a un término más específico dentro del concepto confort: confort ambiental. Es un término que excluye algunos factores psicológicos-sociales determinantes del confort, tales como la tensión y el estrés ocasionados por la falta de trabajo, dinero o adecuadas condiciones laborales, etc.; y define sólo aquellos factores ambientales naturales o artificiales que determinan un estado de satisfacción o bienestar

psicológico. (Fuentes Freixanet, n.d.)

Según Fuentes F. (n.d.) en su libro *Arquitectura Bioclimática: Si bien el confort se obtiene a través de la integración de todos los factores, con fines prácticos se divide en varios tipos de acuerdo al canal de percepción sensorial que se involucra; de tal forma se cuenta con los siguientes tipos de confort:*

A. **Confort Térmico:** sensación de bienestar provocada por la percepción de la temperatura ambiental por medio de la piel. La misma se logra cuando el cuerpo de un individuo no necesita tomar ninguna acción para evitar sensación de calor o frío, es decir, cuando la temperatura neutral de su piel (36.5 y 37 grados celcius) no difiere de la temperatura del ambiente.

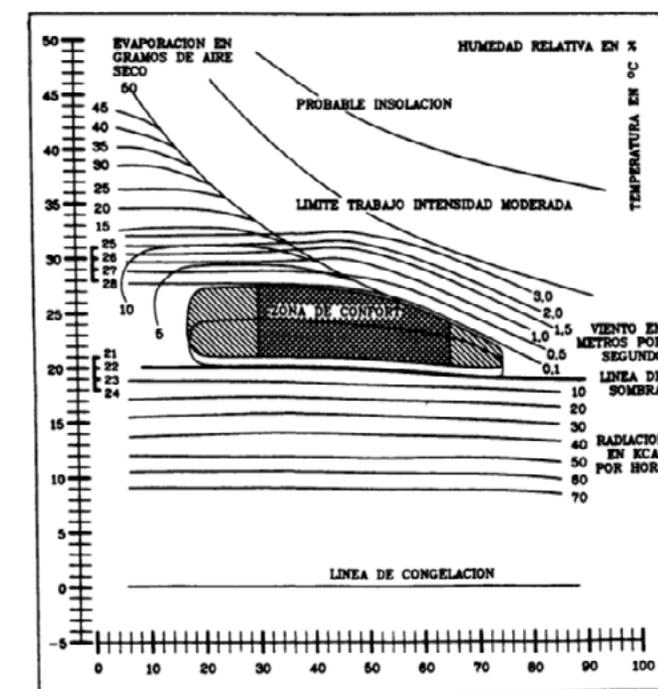
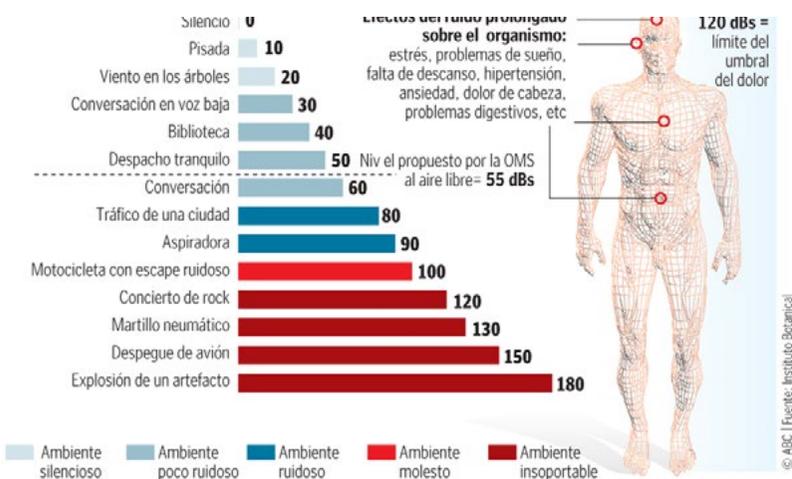


Diagrama bioclimático de Olgay (Reproducido de Fariña, 1990)

B. **Confort Lumínico:** es cuando hay un nivel de iluminación correcta que permite distinguir las formas, colores, objetos y que todo ello se realice fácilmente sin ocasionar fatiga visual. A la hora de diseñar un ambiente luminoso adecuado para la visión, es necesario atender a la luz proporcionada y a que ésta sea la más adecuada (Solana Martínez, 2011). Así mismo como un buen manejo de la iluminación puede reforzar la realización de tareas, e inducir y mejorar el descanso. A la hora de diseñar en busca de lograr un buen confort lumínico se toman en cuenta: niveles de iluminancia y uniformidad, índices de reproducción

ILUMINACION		
Nivel	LUX	ACTIVIDAD
muy baja	50	zonas de tráfico, almacén
baja	100	áreas de descanso
poca	200-300	trabajos mecánicos, taller, cepillado
media	500	Oficinas
alta	700-1000	dibujo técnico, trabajos de precisión
muy alta	1500	reparación de relojes

Niveles de iluminación recomendados para interiores (medidos en luxes)
Recuperado de "Iluminación a ojo de buen cubero", de Bruna, A. 02 de diciembre, 2017. <https://alfonsobruna.com/2016/08/18/iluminacion-a-ojo-de-buen-cubero/>



Salud y Niveles de Ruido. Recuperado de "El peligro del ruido. Daños a la salud", de European Acustica. 02 de diciembre, 2017. <https://www.europeana-custica.com/aislamiento-acustico/como-nos-afecta-el-ruido-a-la-salud>

cromáticos, temperatura del color, criterios energético de las instalaciones, entre otros. (Sanjuan Sanchez, n.d.)

C. **Confort Acústico:** nivel de ruido a partir del cual el sonido provocado por las actividades humanas, las infraestructuras o las industrias resulta pernicioso para el descanso, la comunicación y la salud de las personas. **El buen manejo de la acústica provee buena comunicación (niveles de voz adecuados), buena concentración y rendimiento, mejora del sueño (ruido ambiente por debajo de 30 decibelios), protección al órgano del oído, entre otros.**

TEMPERATURA DE COLOR	KELVIN	EFECTOS AMBIENTALES Y ASOCIADOS	APLICACIONES RECOMENDADAS
Blanco Incandescente	2 700K	Amistoso, íntimo, relajante, personal	Restaurantes, hoteles, cafés
Blanco Cálido	3 000K	Amistoso, invitante, exclusivo	Recepciones, salones, boutiques
Blanco Neutro	3 500K - 4 000K	Fresco, limpio, eficiente, productivo	Oficinas, salas de conferencia, escuelas, negocios, varios.
Blanco Frío	5 000K	Impersonal, dinámico, activo, movido	Escuelas, universidades, hospitales, consultorios, restaurantes de comidas rápidas, negocios abiertos las 24 horas
Blanco Luz de día	6 500K		

Temperaturas de color recomendadas para iluminación interior. Recuperado de "Sobre Iluminación LED", de PacificStar Panamericana. 02 de diciembre, 2017. <https://psp.ec/acercaled.html>

Espacio Personal

Es importante distinguir entre espacio personal, privacidad y territorialidad. El espacio personal va siempre relacionado a un referente espacial, a la distancia entre dos personas. La privacidad se refiere al control del acceso entre uno y los otros, va siempre acompañada de lenguaje verbal y no verbal. Sin embargo, el espacio personal puede utilizarse para conseguir mayor privacidad. En cuanto al espacio personal y la territorialidad, la diferencia consiste en que el espacio personal es un límite invisible, mientras que el territorial es un lugar visible. (Ceron, 2009)

Según Ceron (2009), Hall propone cuatro zonas de distancia que regulan el espacio personal, cada una con una fase abierta y una fase cerrada: (Hall, 1972)

a) **La distancia íntima:** en la fase cercana predomina la posibilidad de una relación física estrecha en donde se percibe el olor corporal (prácticas amorosas, deportes de contacto, confidencias). En la fase lejana hay una distancia de 15 a 45 cm en la que los cuerpos no entran fácilmente en contacto, pero las manos pueden alcanzar y agarrar las extremidades, y hay deformación visual de los rasgos de las personas.

b) **La distancia personal:** es una especie de burbuja protectora, en la fase cercana de 45 a 75 cm, se puede tomar o retener a la persona (amigos íntimos, conversaciones personales). La fase lejana está "a la distancia del brazo", de 75 a 120 cm, se tratan asuntos de interés y relación personal, los rasgos faciales son visibles, la voz moderada y no se percibe el olor corporal.

c) **La distancia social:** en la fase cercana que va de 120 cm a 2 m, se tratan asuntos impersonales como en el trabajo y

las reuniones sociales informales. En la fase lejana de 2 a 3.5m la visión del individuo es completa y distante, lo que permite mantener el contacto visual, esto sucede en la distancia entre los escritorios de la oficina o las mesas de juntas. También permite iniciar una conversación e interrumpirla sin parecer descortés.

d) **La distancia pública:** en la fase cercana que va de 3.5 a 7.5m, la voz es alta y hay más cuidado en las formas de expresión, las personas se observan de forma general y se contempla una visión periférica de otras personas, el contacto generalmente es superficial. Desde la fase lejana de aproximadamente 9m, se observa a los personajes públicos, artistas, oradores, etc.

Los rangos de distancia a tomar en cuenta para el presente proyecto serían medidas que contemplen la distancia personal, la distancia social, y todas las que queden comprendida entre ellas. Es decir que los valores a utilizar rondan desde los 75 cm hasta los 120 cm, como media.

Ergonomía

La ergonomía, de manera muy general, se define como la ciencia que estudia las capacidades y habilidades del ser humano, analizando aquellas características que afectan al diseño de bienes de consumo o de procesos de producción. Es una ciencia interdisciplinaria basada en la psicología, la biomecánica y la ingeniería, cuya meta es mejorar la eficiencia, seguridad y bienestar de los trabajadores, consumidores y usuarios. (García y Page, 1992)

El objetivo fundamental de la ergonomía es el mismo en todas las aplicaciones: optimizar los ámbitos, sistemas y objetos con los que el hombre interactúa, mediante su adaptación a las

capacidades y necesidades del ser humano. (García y Page, 1992)

De manera más específica existe lo que es la ergonomía de producto, y dentro de ella, todo lo relacionado al mobiliario ergonómico. Según García y Page (1992) en su libro "Guía de recomendaciones para el diseño de mobiliario ergonómico", la importancia que la consideración de criterios ergonómicos tiene en el diseño y fabricación de muebles es muy variable y depende del destino final del producto y del valor añadido que el consumidor reconoce a cada una de sus características. Por eso procedieron a establecer estándares explicitados de forma numérica, límites y márgenes de diseño cualitativo; obteniendo así información de utilidad sobre la ergonomía aplicada al mueble, basada en la biomecánica, antropometría, ensayos de comodidad y estudios científicos sobre la repercusión en la salud del individuo.

Antes de incurrir en normativas ergonómicas específicas del mobiliario, es preciso conocer acerca de dimensiones corporales, y sus características estándares. Por medio de la antropometría es posible entender las medidas del cuerpo humano de una manera estadística, dividiendo información en base a posturas, rango de movimiento de las partes del cuerpo, alcances, medidas de trayectorias, etc. (García y Page, 1992)

Evidentemente no hay un "hombre medio", por lo que a la hora de usar datos antropométricos se debe estudiar, dimensión por dimensión, los valores óptimos de diseño. Se presentan a continuación tablas antropométricas obtenidas por el método de la estimación proporcional (Pheasant, 1988), que utiliza datos de la población inglesa, y medidas y desviaciones típicas de la población española; este modelo contiene errores máximos de 2 cm y resulta aceptable para ser usada en diseño

TABLA 3.1
DATOS ANTROPOMETRICOS ESTIMADOS DE LA POBLACION ESPAÑOLA

(Dimensiones en mm)
EDAD de la POBLACION: 18 - 25 años

	VARONES			HEMBRAS		
	5%	50%	95%	5%	50%	95%
a) ESTATURA	1.656	1.756	1.855	1.518	1.612	1.705
b) ALTURA DE LOS OJOS	1.548	1.646	1.743	1.415	1.507	1.599
c) ALTURA DE LOS CODOS	1.029	1.102	1.175	940	1.009	1.079
d) ALTURA DE LOS OJOS, SENTADO	744	793	842	690	741	792
f) ALTURA DE LOS HOMBROS, SENTADO	553	598	643	509	557	604
g) ALTURA DE LOS CODOS, SENTADO	201	244	287	185	228	271
i) ESPESOR DE LOS MUSLOS	137	159	181	124	149	173
j) ALTURA DE LA RODILLA	503	548	593	457	497	537
k) ALTURA DEL HUECO POPLITEO	403	443	484	356	398	439
l) DISTANCIA NALGA-HUECO POPLITEO	452	498	544	428	472	517
m) DISTANCIA NALGA-RODILLA	530	593	637	517	562	606
n) ANCHURA DE LOS HOMBROS	424	463	503	356	393	429
p) ANCHURA DE LAS CADERAS	307	349	391	303	348	392

García y Page (1992). Guía de recomendaciones para el diseño de mobiliario ergonómico. Pag. 46

TABLA 3.2
DATOS ANTROPOMETRICOS ESTIMADOS DE LA POBLACION ESPAÑOLA

(Dimensiones en mm)
EDAD de la POBLACION: 25 - 42 años

	VARONES			HEMBRAS		
	5%	50%	95%	5%	50%	95%
a) ESTATURA	1.600	1.721	1.841	1.489	1.596	1.702
b) ALTURA DE LOS OJOS	1.493	1.612	1.731	1.392	1.497	1.602
c) ALTURA DE LOS CODOS	995	1.084	1.173	924	1.003	1.081
d) ALTURA DE LOS OJOS, SENTADO	724	784	843	678	736	794
f) ALTURA DE LOS HOMBROS, SENTADO	532	586	640	499	553	607
g) ALTURA DE LOS CODOS, SENTADO	189	241	293	183	232	281
i) ESPESOR DE LOS MUSLOS	131	157	183	125	153	181
j) ALTURA DE LA RODILLA	483	537	591	448	494	539
k) ALTURA DEL HUECO POPLITEO	390	438	487	347	395	442
l) DISTANCIA NALGA-HUECO POPLITEO	432	488	544	423	474	525
m) DISTANCIA NALGA-RODILLA	534	586	639	512	563	614
n) ANCHURA DE LOS HOMBROS	409	458	507	348	390	432
p) ANCHURA DE LAS CADERAS	299	350	400	295	360	425

García y Page (1992). Guía de recomendaciones para el diseño de mobiliario ergonómico. Pag. 46

TABLA 3.5
ESTIMACION DE DIMENSIONES DE ESPALDA PARA ADULTOS ESPAÑOLES

(Dimensiones en mm)

	VARONES			HEMBRAS		
	5%	50%	95%	5%	50%	95%
1. ALTURA SENTADO	840	902	963	782	844	905
2. ALTURA OCCIPITAL	757	822	886	702	764	825
3. ALTURA DE LA NUCA	653	718	782	593	655	716
4. ALTURA DE C7	598	654	709	555	610	664
5. ALTURA ESCAPULAR	403	441	478	374	412	449
6. ALTURA LUMBAR	192	237	281	189	228	266
7. ALTURA SACRAL	124	163	201	125	163	200
8. ANCHURA DE HOMBROS	412	460	507	349	392	434
9. ANCHURA TORÁCICA	271	307	342	231	263	294
10. ANCHURA ENTRE CODOS	362	446	529	309	382	454
11. ANCHO DE CINTURA	246	287	327	196	228	259

García y Page (1992). Guía de recomendaciones para el diseño de mobiliario ergonómico. Pag. 48

TABLA 3.3
DATOS ANTROPOMETRICOS ESTIMADOS DE LA POBLACION ESPAÑOLA

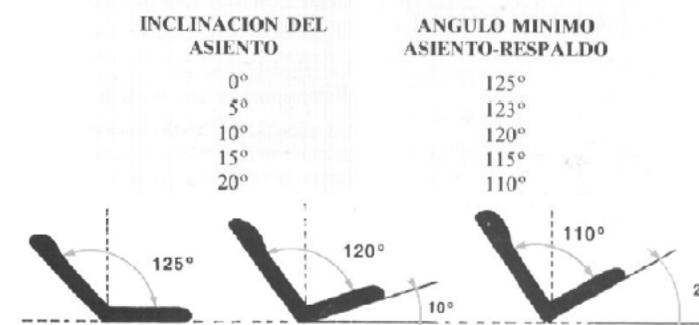
(Dimensiones en mm)
EDAD de la POBLACION: 42 - 65 años

	VARONES			HEMBRAS		
	5%	50%	95%	5%	50%	95%
a) ESTATURA	1.576	1.686	1.795	1.482	1.581	1.679
b) ALTURA DE LOS OJOS	1.469	1.578	1.686	1.385	1.481	1.578
c) ALTURA DE LOS CODOS	976	1.058	1.140	918	991	1.063
d) ALTURA DE LOS OJOS, SENTADO	708	764	820	675	728	781
f) ALTURA DE LOS HOMBROS, SENTADO	524	573	622	495	545	595
g) ALTURA DE LOS CODOS, SENTADO	187	235	282	182	227	273
i) ESPESOR DE LOS MUSLOS	132	156	181	127	153	179
j) ALTURA DE LA RODILLA	480	529	578	448	490	532
k) ALTURA DEL HUECO POPLITEO	382	426	470	347	391	435
l) DISTANCIA NALGA-HUECO POPLITEO	429	480	531	429	475	522
m) DISTANCIA NALGA-RODILLA	525	573	620	518	564	611
n) ANCHURA DE LOS HOMBROS	406	450	495	347	386	425
p) ANCHURA DE LAS CADERAS	306	352	398	312	371	431

García y Page (1992). Guía de recomendaciones para el diseño de mobiliario ergonómico. Pag. 47

A partir de la postura sentada, las siguientes recomendaciones ergonómicas se relacionan exclusivamente el mobiliario relax de descanso y ocio, el cual es objeto de estudio de la presente investigación. Este tipo de mobiliario, por su dedicación (ej. descanso, lectura, televisión, contacto social), deben hacer mínimas las fuerzas en los discos intervertebrales y la actividad de los músculos de la espalda y brazos, así como proporcionar un buen apoyo corporal.

TABLA 3.6
ANGULO MÍNIMO ENTRE ASIENTO Y RESPALDO PARA LOGRAR UNA POSTURA DE MÁXIMO CONFORT EN FUNCIÓN DE LA INCLINACIÓN DEL ASIENTO



García y Page (1992). Guía de recomendaciones para el diseño de mobiliario ergonómico. Pag. 97

Recomendaciones generales:

-Utilizar acolchados que no sean muy mullidos. El acolchado debe ser tal que el peso del cuerpo recaiga sobre la mayor superficie posible de las nalgas pero sin transferir cargas a zonas poco preparadas para soportarlas (caderas, zona del coxis, etc.). Es suficiente el mullido si el asiento se hunde 2 cm en la zona de máxima compresión.

-Deben evitarse posturas desplomadas. Una frecuente e incómoda postura consiste en el gradual deslizamiento hacia delante. De ser así puede deberse a que el asiento es muy profundo, el respaldo muy vertical, muy abatido, con curvatura incorrecta o tapicería muy resbaladiza.

-Uso de reposacabezas. Para ángulos de respaldo considerables, a partir de los 125 grados, el reposacabezas mejora considerablemente la comodidad postural. Se aconseja ser de altura regulable.

-Usar reposapiernas como complemento para grandes ángulos de respaldo. El reposapiernas permite adoptar posturas casi tumbadas, lo cual es especialmente cómodo para respaldos muy abatidos. No debe olvidarse que debe disponer de un fácil acceso al mecanismo de remoción del mismo para evitar que el usuario quede atrapado.

-Prestar atención al tapizado. Las tapicerías de materiales plásticos, poco transpirables, facilitan la acumulación de humedad y crean una sensación desagradable. También hay que cuidar que el material no sea muy resbaloso.

Recomendaciones dimensionales:

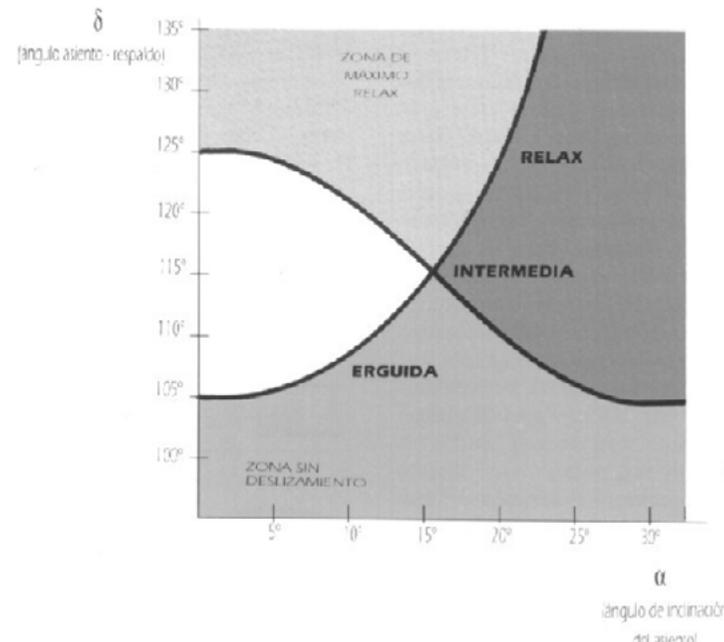
TABLA 6.4
DIMENSIONES RECOMENDADAS PARA LAS BUTACAS DE DESCANSO
(dimensiones en cm)

A) Altura del asiento	$\beta > 30^\circ \rightarrow 36-38$ $\beta < 30^\circ \rightarrow 38-40$
C) Profundidad del asiento	45-48
D) Anchura del asiento	48-52
α) Inclinación del asiento	15°-25°
E) Altura lumbar	13-18
δ) Angulo asiento-respaldo	$> 105^\circ$
G) Altura del respaldo	> 55
H) Altura del reposacabezas	60-80
I) Altura del reposabrazos	15-23
J) Distancia entre reposabrazos	46-52
K) Ancho útil de reposabrazos	> 5
L) Longitud útil de reposabrazos	> 35
μ) Inclinación de los reposabrazos	0°-5°
σ) Angulo libre debajo del asiento	$< 60^\circ$

García y Page (1992). Guía de recomendaciones para el diseño de mobiliario ergonómico. Pag. 101

A) *Altura del asiento.* Para proporcionar un alto nivel de relax, se evitará que los muslos estén presionados. Considerando además la tendencia a estirar las piernas en posiciones de descanso. Cuanto más se abate el respaldo, más conviene bajar la altura del asiento para poder estirar cómodamente las piernas. Para ángulos muy grandes de respaldo, en posturas muy próximas a la tumbada, se requiere un reposapiernas.

C) *Profundidad del asiento.* Ténga en cuenta el aumento de profundidad efectiva del asiento, medida desde el punto más prominente del respaldo, cuando aumenta el ángulo del mismo. Asimismo la longitud nalga-hueco poplítico aumenta conforme se inclina la espalda.



Gráfica para la selección del ángulo asiento-respaldo, en función de la postura. García y Page (1992). Guía de recomendaciones para el diseño de mobiliario ergonómico. Pag. 105



POSTURA DE RELAX
García y Page (1992). Guía de recomendaciones para el diseño de mobiliario ergonómico. Pag. 105

D) *Anchura del asiento.* Para la finalidad específica de proporcionar un alto nivel de comodidad, deberán ser algo más anchas, pero siempre de modo que no sobrepase la anchura de reposabrazos máxima de 52 cm.

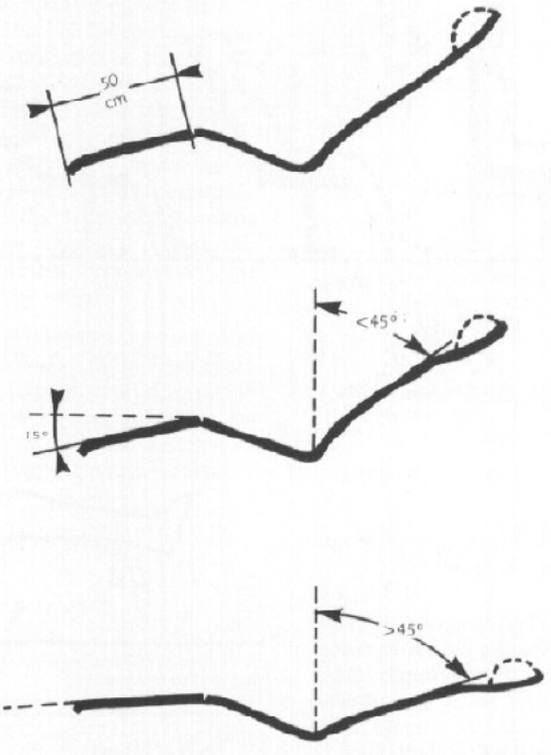
Inclinación del asiento y del respaldo. Para diseños destinados exclusivamente al relax se recomiendan los valores dentro de la zona indicada como relax, que está comprendida en los límites de "máximo relax y sin deslizamiento".

G y H) *Altura del respaldo y del reposacabezas.* Para ángulos de respaldo correspondientes a posiciones de relax es muy conveniente apoyar la nuca en un reposacabezas de altura regulable entre 60 y 80 cm. Considérese que la altura de la nuca es un valor con una gran varianza y, si no se contempla dicha regulabilidad, el usuario puede encontrarse peor que sin reposacabezas.

Dimensiones de los reposabrazos. En las butacas de descanso se deberá escoger más bien un valor alto de este rango, puesto que en posturas relajadas se requiere algo más de anchura. En las butacas de descanso, el criterio que priva es el de facilitar la maniobra de incorporación, para lo que es útil disponer de reposabrazos prominentes, donde el usuario pueda apoyarse mientras se levanta.

Ángulo libre debajo del asiento. En las sillas de descanso debe tenerse en cuenta el ángulo de espacio útil debajo del asiento. Considerando que en estas butacas, por efecto de los ángulos de asiento y respaldo, el usuario ha de realizar más esfuerzo para incorporarse, es importante disponer de sitio para los pies debajo del asiento.

Reposapiernas (50 cm de longitud - 0-15 grados de inclinación hace delante). Para ángulos limitados del respaldo las piernas se extienden moderadamente, por lo que si el asiento no es muy alto, se pueden apoyar en el suelo. Ahora bien, cuando el respaldo está muy abatido las piernas se estiran tanto que, salvo para alturas de asiento extraordinariamente bajas, no llegan al suelo y no tienen apoyo. Es importante que el talón del pie esté apoyado. Si el reposapiernas es corto, el talón queda fuera del mismo y se presiona la zona tendinosa de la cara posterior del tobillo, lo cual es incómodo.



Longitud de inclinación de reposapiernas según el ángulo de inclinación del respaldo. García y Page (1992). Guía de recomendaciones para el diseño de mobiliario ergonómico. Pag. 110

ANTECEDENTES DEL PROYECTO . 2-04

Al inicio del estado del arte, y en conjunto con la historia del mueble de descanso, se ha podido ver la evolución del mobiliario más común de diferentes épocas que responden a la premisa estudiada en el presente proyecto: "descanso en situaciones, formas o lugares poco comunes". Si bien estas muestras son el primer acercamiento a la premisa, en este sub tema se propone recopilar muestras de evidencia que se acerquen más a la misma y completen el panorama.

A continuación se presentan a modo de informe toda una gama de referentes que se encuentran estrechamente relacionados con la idea de producto del proyecto, figurando ejemplos tan variados en naturaleza como: productos, servicios y documentos de análisis; los cuales servirán como herramienta de contextualización y creación del imaginario, que luego abrirán las puertas a la antesala del próximo capítulo.

Se pretende que estos referentes funcionen como fuentes de inspiración e información de primera mano a la hora de la toma de decisiones en cuanto a diseño y mejora de la posterior propuesta de mobiliario que quedará como resultado de la previa investigación.

Referentes, Imaginario, Contextualización

Según López, L. (1998), el consumidor no quiere una oferta de estilos tipificados en valores del pasado más o menos actualizados, no busca arquetipos en las distintas piezas de mobiliario que puedan existir. El consumidor ya no se contenta con tener lo que quiere, sino que desea recibir del mercado estímulos y propuestas

que de un modo u otro le pongan por adelantado los nuevos valores que emergen. La autoidentificación del usuario con el producto nos lleva a una relación más estrechas con las cualidades psicológicas y del lenguaje mimético de las formas.

Los estilos ya no funcionan como referentes porque los muebles que comunican sólo imagen y creatividad, resultan insuficientes ya que el consumidor busca los nuevos estilos y modelos de vida basándose en sensaciones, percepciones e ideas del mundo en un sí total, y no en la parcialidad de tipologías y estilos de muebles.

La sensación antes que la forma. (Lecuona López, 1998)

Nap Bars & Cafes

Es un modelo de negocio presente en las grandes ciudades como Tokyo, Nueva York, Paris, Madrid, Londres y Bruselas, en el cual se ofrece un lugar para dormir la siesta cerca de zonas comerciales y financieras. Dentro de los mismos se suelen tener además zonas de trabajo o de estudio, conexión a internet, café, zona de lectura, etc. Las espacios de siesta ofrecidos varían desde camarotes, camas individuales privadas, hamacas, sillas reclinables, sillones con masajes, etc.

Tal y como expresa Singer (2007), para el New York Times: "El sueño es la nuevo agua embotellada. Aunque se puede obtener libremente, se está comercializando cada vez más como una amenidad de lujo. A nivel nacional, las ventas de medicamentos para dormir con receta alcanzaron los \$ 3 mil millones en los primeros nueve meses del año pasado, según IMS Health, una firma de investigación de salud. Eso no incluye los más de \$ 20 mil millones gastados en artefactos nocturnos

como colchones pillowtop, camas ajustables, almohadas hipoalergénicas, máquinas de ruido blanco y pijamas con monograma de cachemira." Es decir, que la creciente ploriferación de espacios de servicios como estos se da ya que hay una fuerte demanda de parte del mercado. A continuación algunos ejemplos:

SIESTA & GO

(MADRID) www.siestaandgo.com



Hammock cafe + gallery mahikamano

(TOKIO) www.mahikamano.com



국내 최초! 쉬어가는 신개념 프리미엄 바디케어 카페 MR.HEALING CAFE

(TOKIO) www.koreaherald.com



PAUZ take a break

(BRUSELAS) www.pauz.be



Zen BAR A SIESTE



(PARIS) www.barasieste.com



Sleeping Pods

Se trata de cápsulas que brindan en un espacio reducido las comodidades necesarias para dormir ya sea por un par de horas o todo un ciclo de sueño. Se caracterizan por poderse colocar en sitios públicos; también suelen ser más asequibles que hoteles u otro ambiente de este tipo, debido al poco espacio que ocupan y la versatilidad de poder ser colocado en cualquier lugar con espacio libre. La mayoría de los "sleeping pods" son un servicio pago y se pueden encontrar a menudo en zonas de espera.

Este tipo de producto, además de su uso básico y predecible como lo es el alojamiento, ha incurrido en muchos más ámbitos de la vida actual, es por eso que no resulta extraño encontrarlos como herramienta de marketing, como objetos de uso personal, festivales y una de las más populares del momento: en los espacios de trabajo y educativos al servicio de los empleados o estudiantes.

A continuación algunos ejemplos:



(BÉLGICA) - Alojamiento www.airclad.com



(BÉLGICA) - Alojamiento www.b-and-bee.com



(ALEMANIA) - Alojamiento www.dasparkhotel.net



(BRUSELAS) - Alojamiento www.studies.bc-as.org



(REINO UNIDO) - Alojamiento / Espacios de Trabajo o Estudio www.podtime.co.uk



Alojamiento / Aeropuertos www.napcabs.com



Alojamiento / Aeropuertos www.sleepbox.com



(ABU DHABI & DUBAI) Alojamiento / Aeropuertos www.gosleep.aero



Espacios de Trabajo o Estudio eu.haworth.com/home/technology/calmspace



Espacios de Trabajo o Estudio www.metronaps.com



(LÓNDRES) - Marketing Experiencial



(EEUU) - Marketing Experiencial www.caspernaptour.com

LayBag™
laybag.com



CRADLE CHAIR.

www.richardclarkson.com/cradle/



freyja sewell
www.freyjasewell.co.uk

Alberto Frias

www.albertofrias.com



LULL

www.jaimiechan.com/#/lull/



DVELAS®

Upcycled Sail Design

www.dvelas.com/product/vairien-floaing-sunbed/



Arquitectura Portátil paraSITE_ Michael Rakowitz



Arquitectura Portátil HOMELESS VEHICLE PROJECT. Krzysztof wodiczko



Tendencias: descansar en el trabajo

Dormir en el lugar de trabajo ha sido considerado desde hace tiempo como un asunto provocativo. En el pasado, no había lugar para dormir en el trabajo, ya que la siesta era un signo de pereza más que una estrategia ahora evocada por los defensores de la "siesta energética". El sueño también se consideró un asunto privado para los individuos vulnerables, y los empleadores no querían enfrentarse a problemas legales con los empleados que duermen en el trabajo. Numerosos trabajadores, sin embargo,

han decidido hacer una siesta dentro o fuera del lugar de trabajo cuando trabajan por turnos. (Faraut et al., 2017)

Los límites entre la vida profesional y la vida privada son cada vez menos marcados con los nuevos dispositivos de comunicación y los nuevos medios de manejar los movimientos de los seres humanos, los servicios y las mercancías. Muestra de ello se evidencia por medio de múltiples estudios de análisis de tendencia, los cuales se muestran a continuación:

Office Trends

Any place is a workspace!

Estamos inmersos en una revolución en la forma en que entendemos el trabajo y los lugares donde se desarrolla. Los cambios en las formas de trabajar y la introducción de las tecnologías posibilitan que lo laboral no se enmarque solo en las oficinas, sino que invada otros espacios. Así, el transporte, la calle, las cafeterías, restaurantes, hoteles y también el hogar se convierten en **oficinas temporales**.

Se pasa de una lógica de valorar la cantidad de horas que se permanece en la oficina a **priorizar el valor que cada empleado aporta al negocio**. Oficinas y horarios de trabajo son menos restrictivos, en parte porque fuera de la oficina también se trabaja.

PRINCIPALES CONCEPTOS

- Flexi-working
- Teletrabajo
- Freelancers y gignomics
- Commuters
- Trabajar en el espacio público
- El hogar-oficina

La necesidad de encontrar espacios puntuales para trabajar abre posibilidades para nuevos modelos de negocio en sector hostelero. Cafeterías como Tactic Café en Barcelona o Ziberfiat en Londres ofrecen la posibilidad de pago por minutos que se permanece en el local. Dentro de su oferta se incluye conexión wifi, bebidas y comida, por lo que son propuestas a medida para trabajar durante algunas horas en un ambiente más relajado.

© Observatorio de Tendencias del Hábitat, 2016

Recuperado de "Office Trends. Tendencias en oficinas y espacios de trabajo.", de Borja, S. (2016), p.38, 1era. ed. Comunidad Valenciana: Observatorio de Tendencias del Hábitat.

Office Trends

Any place is a workspace!

El papel que cumplirán las ciudades en este nuevo escenario será decisivo. No solo va a crecer el sector de construcción de oficinas en las grandes ciudades, sino que los espacios de trabajo se fusionarán con los espacios públicos. Esto es posible a través de tecnologías como el cloud computing, o mediante infraestructuras o equipamiento urbano diseñado para albergar actividades propias de un entorno de trabajo: reuniones, trabajo individual, descanso...

Los horarios laborales y los espacios de trabajo se vuelven flexibles, de modo que cualquier lugar se puede convertir en un espacio de trabajo esporádico. La ciudad se convierte en una oficina improvisada en la que reunirse con colegas de trabajo o clientes, enviar un email, revisar un documento o realizar una operación, mientras se descansa o se hace la parada del almuerzo.



Stanzes es un espacio de trabajo al aire libre creado por los arquitectos La Ville Flayé y fabricado por JC Decaux. Está equipado con pantallas y wifi de modo que se pueden organizar reuniones de trabajo. Esta situación en el barrio de La Defense en París.



Cudido® es un diseño de Comas-Port Arquitectes para la empresa Cyril. Se trata de un mobiliario urbano multifuncional que puede realizar la función de banco, para caminar de mano a mano, conectado a realizar tareas cortas.

© Observatorio de Tendencias del Hábitat, 2010

Recuperado de "Office Trends. Tendencias en oficinas y espacios de trabajo.", de Borja, S. (2016), p.48, 1era. ed. Comunidad Valenciana: Observatorio de Tendencias del Hábitat.

Office Trends

The happy & healthy office

El trabajo influye en la salud de los empleados, que a menudo puede resentirse con problemas de estrés, ansiedad, migrañas o dolores musculares. El diseño de la oficina se plantea como un ecosistema de espacios que aporte bienestar físico, emocional y cognitivo a los empleados. Reducir la fatiga intelectual, favorecer la comodidad y la corrección postural, ofrecer momentos de desconexión es una tendencia en auge a menudo con el objetivo de mejorar la productividad laboral.



Stadium (Actiu). Sillón tonos absorbente.

PRINCIPALES CONCEPTOS

- Ecosistema del bienestar
- Diseño para la productividad
- La oficina tipo loft
- Espacios de desconexión
- Sensorización
- Sistemas Producto-Servicio
- Office as a Service

© Observatorio de Tendencias del Hábitat, 2010

Recuperado de "Office Trends. Tendencias en oficinas y espacios de trabajo.", de Borja, S. (2016), p.56, 1era. ed. Comunidad Valenciana: Observatorio de Tendencias del Hábitat.

Office Trends

Any place is a workspace!

Opportunities for the company:

1. El mobiliario y equipamiento de oficina ocupa nuevos espacios que tradicionalmente no ocupaba (coworking, cafeterías, lobbys de hoteles...).
2. El espacio público asume funciones relacionadas con el trabajo, sin olvidar su uso tradicional.
3. Permitir funcionalidades temporales en el mueble y equipamiento de hogar.
4. Buscar sinergias con el sector hotelero y residencial de alquiler vacacional.



Espacio de coworking Betahaus (Berlin)

© Observatorio de Tendencias del Hábitat, 2016

Recuperado de "Office Trends. Tendencias en oficinas y espacios de trabajo.", de Borja, S. (2016), p.54, 1era. ed. Comunidad Valenciana: Observatorio de Tendencias del Hábitat.

Office Trends

The happy & healthy office

Opportunities for the company:

1. Diseñar mobiliario de trabajo para diferentes segmentos de edad, incorporando soluciones específicas para prevenir las dolencias propias de cada edad.
2. Utilizar materiales y acabados que refuercen las propiedades ambientales de la oficina, como la luz y el sonido.
3. Estudiar los momentos y distintas formas de realizar pequeñas tareas en casa, como forma de inspiración para crear mobiliario de trabajo para la oficina.
4. Introducir elementos de descanso y distracción en el puesto de trabajo para reducir la fatiga mental.



Calm (flaworth) Cabina de siesta en la oficina.

© Observatorio de Tendencias del Hábitat, 2016

Recuperado de "Office Trends. Tendencias en oficinas y espacios de trabajo.", de Borja, S. (2016), p.83, 1era. ed. Comunidad Valenciana: Observatorio de Tendencias del Hábitat.

Comparativa Productos Relax

PARAMETROS	Pumpki-Pierre Paulin	Alcove	Norik Balacín	Energy Pot
Nombre de empresa	Lignet rosy	Dropbox	Reyes Ordonez	Siestas Energéticas
Aplicación	Sillón confortable y para relajación, usos diversos en espacios laborales o lugares en el hogar.	Los diversos sofás se crearon para conseguir un lugar privado en las oficinas diáfanas.	Espacios concurrenciosos o de relajación.	Mejora la atención, la productividad, el aprendizaje, la creatividad y el humor.
Características	Suave Orgánico Confortable	Conveniencia individualidad Modernización Diversidad	Butacas de Diseño MINIMALISTA de estilo moderno y líneas atractivas, posee con un diseño atemporal y ergonómico.	Ergonomía y aporta semi-privacidad sin tener la sensación de cerramiento, aunque se puede rotar el visor totalmente para un mayor aislamiento.
Materiales	Polyester 30 kg/m3 - 3,0 kPa, el resto en thermoformed ABS base.	Espuma de poliuretano y fibra de poliéster. Acolchado Lounge = 485 mm, acolchado Work = 480 mm. virutas de poliuretano y relleno de microfibra.	Acabados de la madera: natural, nogal rústico, roble y wengé*	Acolchado de piel de alta calidad, suave y natural. Gris Lunar Colores personalizados pueden ser fabricados con coste adicional.
Innovación	Se convierte en un sofá de 2 y de 3. Versatilidad en mobiliario de espera.	Colorido, relajado, infantil.	Diseño flexible, y puede ser personalizado en cuanto colores se refieren.	Mejora la circulación sanguínea del sistema cardíaco al elevar los pies. El diseño contorneado relaja los músculos de la espalda y aligera las rodillas.

Comparativa Producto Relax | Cambio de tendencias en las metodologías de trabajo

40

Comparativa Productos Relax



Pumpki-pierre paulin

- Resolver nuevas necesidades
- Implementación de nuevas tecnologías
- Movimiento
- Flexibilidad
- Orgánico
- Confortable

Comparativa Productos Relax | Cambio de tendencias en las metodologías de trabajo

41

Recuperado de "Investigación de mercados y usuarios", de Bijlsma, J., Calle, V., Cheng, L., De La Rosa, M., Lozano, A., Moreno, C. and Patín, M. (2017), p.40 y 41. Memoria Final. Valencia. Profesor Manuel Lecuona.

PLAN DE TRABAJO Y/O METODOLOGÍA UTILIZADA . 03

“...La consecución de nuevas ideas para productos puede requerir una mezcla de ambos enfoques, que los diseñadores tengan la capacidad de crear nuevos productos con su imaginación y que además detecten las necesidades de los productos en el mercado. Por eso, generar nuevas ideas sobre productos puede describirse como un arte y una ciencia, y la variedad de métodos para pensar el diseño es probablemente lo que hace interesante y desafiante esta disciplina.” (Morris, 2014, p:44)



Foto por Patrick Perkins en Unsplash

Luego de obtenida la información del estado del arte relacionado al presente proyecto, se hace evidente la presencia de una gran cantidad de referentes al mueble de descanso, específicamente relacionados a la cultura de la siesta en situaciones, formas o lugares poco comunes.

Aprovechando la diversidad, cantidad y calidad de la información obtenida, se propone como método de trabajo el llevar a cabo un estudio cualitativo del mercado. El mismo tiene como finalidad obtener una visión del macro entorno referente al mueble de descanso, y a la vez detectar tendencias y/o brechas del sector por las cuales inclinarse a la hora de definir en qué dirección llevar el diseño de un mobiliario dentro de este ámbito.

“Una forma evidente para empezar a entender el mercado es estudiar los productos existentes para ver cómo los otros diseñadores están interpretando los requisitos del mercado. ¿A qué tipo de personas están dirigidos los productos? ¿Cuáles son las tendencias del diseño? ¿Cuáles son las diferencias entre las gamas, costes, materiales, formas y procesos de fabricación? ¿Cuáles triunfan más y por qué?” (Morris, 2004, p:32)

A partir de las muestras estudiadas y presentadas en todo el capítulo anterior, y adicionando algunas otras más que sean representativas en mayor proporción del mobiliario que se propone diseñar; se organiza y contrasta la información obtenida mediante un mapa mental (visual, conceptual y semántico).

Mediante el mapeado de la información recolectada se pretende detectar a quién le puede interesar este tipo de productos, tipologías que pueden presentar y los microcosmos en que los que se están utilizando. Permite también crear información preliminar base que luego será contrastada y evaluada, con el fin de obtener conclusiones que darán como resultado el briefing de cualidades a tomar en cuenta a la hora de desarrollar la propuesta y/o mejora de producto, resultado de la presente investigación.

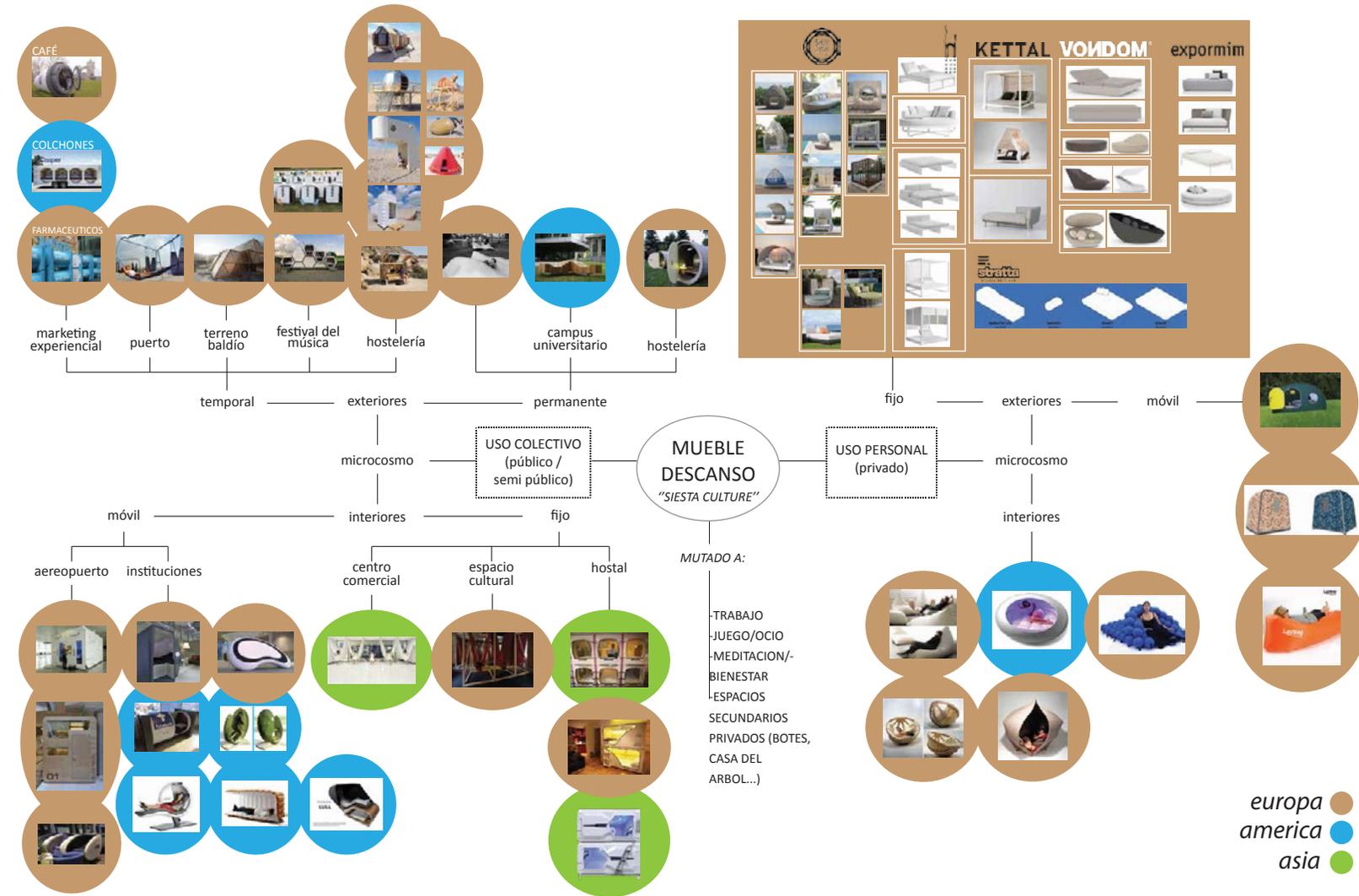
También, mediante el método de observación, se trabaja un análisis del comportamiento actual de las personas en situaciones espaciales peculiares a la hora de tomar siestas. Por medio de plataformas como la redes sociales, se trata de analizar a los potenciales usuarios en hábitats naturales, evaluando de manera visual y empírica posiciones, formas de uso del espacio y reacciones involuntarias.

Con esta herramienta se ha podido clasificar y organizar en varios niveles la información recolectada. Partiendo de las palabras claves "Mueble Descanso (Siesta Culture)", en las cuales se basó la búsqueda, se detectan las dos primeras grandes tipologías en las que se encuentran esparcidos la misma: "USO COLECTIVO (público y semi público)" y "USO PERSONAL (privado)".

Dentro de la primera gran tipología "USO COLECTIVO (público y semi público)" encontramos los microcosmos, que a la vez se dividen en interiores y exteriores, permitiendo que la ramificación se vaya segmentando de una manera más clara y organizada. Una vez dentro de los microcosmos tanto interiores como exteriores se empieza a definir un mayor grado de especificidad, pudiendo identificar tipologías como "exteriores-temporales", "exteriores-permanentes", "interiores-fijos" e "interiores-móvil"; finalizando posteriormente el recorrido con un último nivel que las clasifica en: "marketing experiencial", "puerto", "terreno baldío", "festival de música", "hostelería", "campus universitario", "aeropuerto", "instituciones", "centro comercial", "espacio cultural" y "hostal".

Dentro de la segunda gran tipología "USO PERSONAL (privado)" encontramos el mismo segundo nivel de clasificación que en la anterior: microcosmos interiores y exteriores. Ya en el tercer nivel se comienzan a evidenciar peculiaridades, en el sentido de que se presentan menos diversificación; entonces sólo encontramos "fijo" y "móvil" en uno de sus extremos.

También se procedió paralelamente a clasificar mediante un código de color la procedencia geográfica continental (Europa, América y Asia) de las muestras utilizadas como referencia, con el fin de tener a un golpe de vista dicha información.



Mapa mental del mueble de descanso "Siesta Culture". Fuente: Elaboración propia.

Mapas Estratégicos

Según Milton y Rodgers (2013), mediante los ejes X-Y, los diseñadores pueden organizar y trazar los datos de la investigación de mercado de forma visual usándo términos comparativos, por ejemplo, el coste, la calidad y el impacto, así como trazar un mapa del mercado y el público al que van dirigidos sus productos.

Para contrastar y evaluar de manera más objetiva la información obtenida del mapa mental, se utiliza la herramienta del mapa estratégico de cuadrantes. "Captar el comportamiento de los productos y obtener hipótesis del por qué de sus patrones o variaciones, es la finalidad del mismo." (Milton y Rodgers, 2013, p:80)

Vale la pena tener en cuenta a la hora de evaluar la información resultante del mapa que "una tendencia puede ser una idea, así como un conjunto de formas similares u objetos interrelacionados." (Raymond, 2010, p: 13)

“ Ser capaz de identificar los problemas, las cosas que se pueden mejorar, lo que falta en el mercado...y, sobre todo, no conformarse fácilmente con las cosas y tener una mente crítica difícil de acallar. -Wayne Hemingway (Morris, 2004, p:30)



Mapa estratégico de cuadrantes "Mueble de descanso en situaciones, formas o lugares poco comunes". Fuente: Elaboracion propia.

Al traducir el mindmap a cuadrantes seccionados en sus grandes cuatro tipologías, se procede a un nuevo análisis y posterior acumulación de conclusiones por medio de intuición estratégica¹.

Primero se evidencia de manera visual un cuadrante donde no hay tanta referencia como en los demás: **“Interiores Uso Privado”**. Se detecta la presencia de un **“Gap”** o hueco dentro del sector mediante el cual se genera la hipótesis de que probablemente no existe mucha oferta porque la cantidad de demanda no produce esa necesidad.

Segundo, se detecta otro **“Gap”** o hueco en el punto medio en referencia al eje vertical, de ambas columnas. Es en esta mitad donde se posicionan unos pocos referentes que hacen de **“híbridos”** entre la clasificación de interiores y exteriores, tanto de uso colectivo como uso privado. Esta detección se vuelve información importante, y punto a considerar como parte del briefing del nuevo producto.

Tercero, se añade otra hipótesis referente al cuadrante **“Exteriores de Uso Colectivo”**. Aquí mediante la mezcla de intuición estratégica e intuición experta² llegando a la conclusión de que es un área del sector con mucho recorrido, muy trabajada y con pocas variaciones; lo que la vuelve **poco atractiva**.

Por último, se identifica en el mapa estratégico, el área del sector que contrasta con la manera de pensar predominante del entorno referente al mueble de descanso “en situaciones, formas o lugares poco comunes”. Es entonces donde nos encontramos con una **tendencia** que camina en dirección a una de las grandes tipologías antes mencionadas: **“USO COLECTIVO”**.

¹(Raymond, M. 2010, p:78)

²(Raymond, M. 2010, p:75)

Haciendo referencia a Raymond (2010, p:14) una tendencia puede describirse como una anomalía, es decir, una excentricidad, incongruencia o digresión de la norma que va creciendo en notoriedad a lo largo de un periodo de tiempo a medida que se suman a dicho cambio más personas, productos e ideas... es la <<dirección>> que lleva algo nuevo o diferente.

Y tal cómo expresó Lecuona López (1998, p:16): “El conocimiento del mercado será la base necesaria para el nuevo marketing, en el que la investigación sobre las tendencias y las nuevas perspectivas socioculturales podrían ser el paso obligatorio para un nuevo sistema de anticipaciones de las necesidades y deseos.”

...Preveer dónde estará el mercado mañana consituye para el diseñador una valiosa herramienta de investigación. Mientras que los datos del mercado y de investigación puntuales y regulares pueden contribuir a identificar las necesidades del consumidor, también es preciso anticiparse en la realidad a sus deseos y requerimientos. (Milton & Rodgers, 2013, p:30)

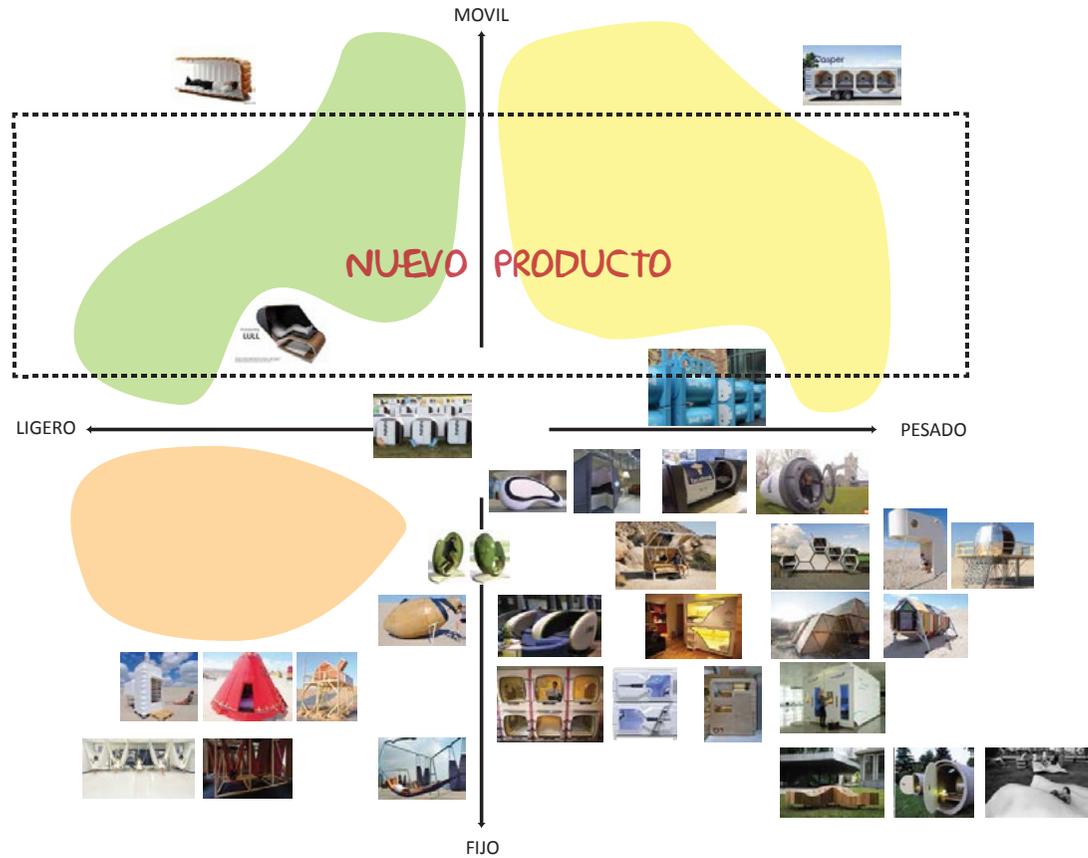
Luego de identificado el segmento de mercado en cual se enfocará el desarrollo del proyecto, se procede a tomar la muestra representativa del mismo y, mediante el método de mapas estratégicos cualitativos, detectar huecos que brinden información perceptual, estratégica, analítica y de criterio, que servirán para la posterior creación del briefing.

Antes de proceder a trabajar el mapa estratégico se establecen los criterios de valoración, los cuales se seleccionan dependiendo de la información que se desea obtener mediante la utilización de la herramienta, y con los cuales se analizarán las muestras:

- 1)móvil, fijo / ligero, pesado
- 2)forma orgánica, forma geométrica / construcción complicada, construcción simple
- 3)modular, único / reclusión, comunión
- 4)+valor añadido, -valor añadido / +tiempo de uso, -tiempo de uso

Mapas estratégicos

Tras colocar las muestras de la tipología representativa a "USO COLECTIVO" del mapa estratégico de cuadrantes, se obtienen los primeros parámetros que compondrán el briefing del producto.

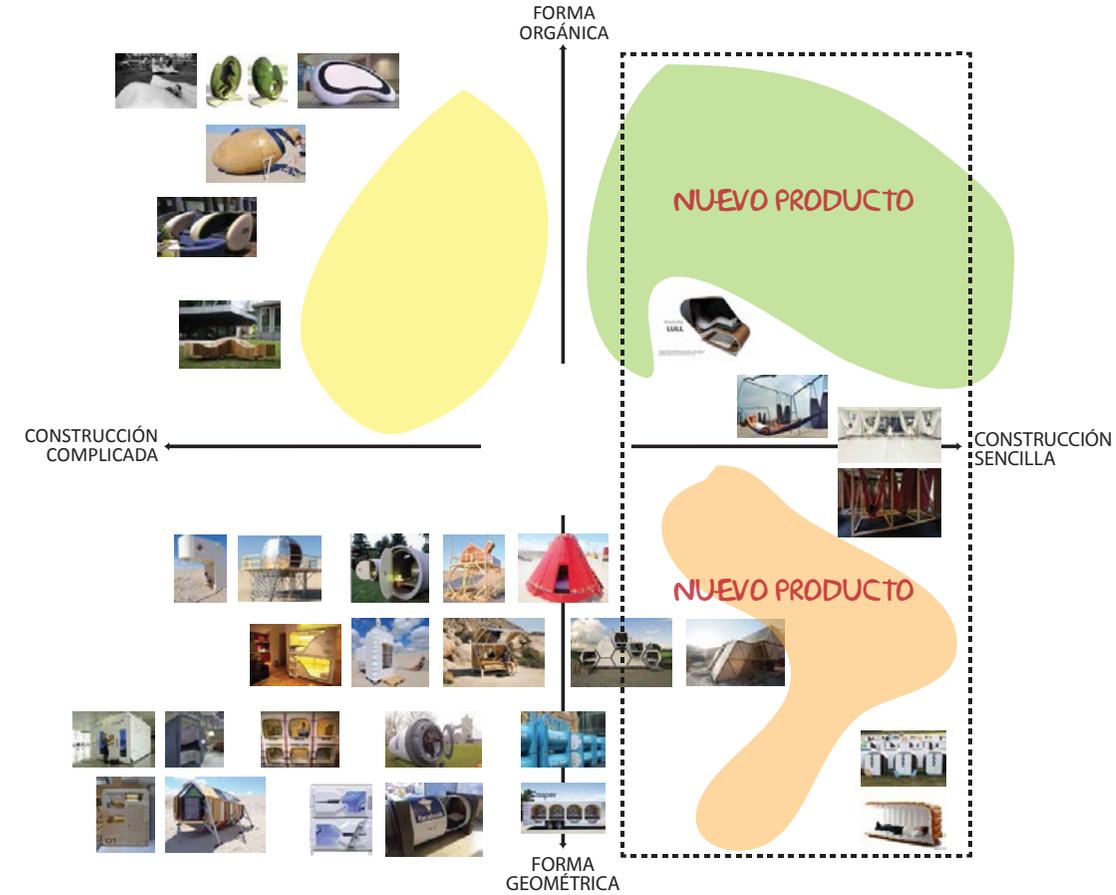


Mapa estratégico valorativo de cuadrantes 1 "Mueble de descanso en situaciones, formas o lugares poco comunes".
Fuente: Elaboración propia.

CONCLUSIÓN DE BRIEFING #1:

-Debe ser móvil, sin importar su ligereza o pesadez.

Se determina este primer enunciado ya que se presenta en el mapa un claro hueco de muestras que respondan al parámetro de capacidad y facilidad movilidad de un lugar a otro.

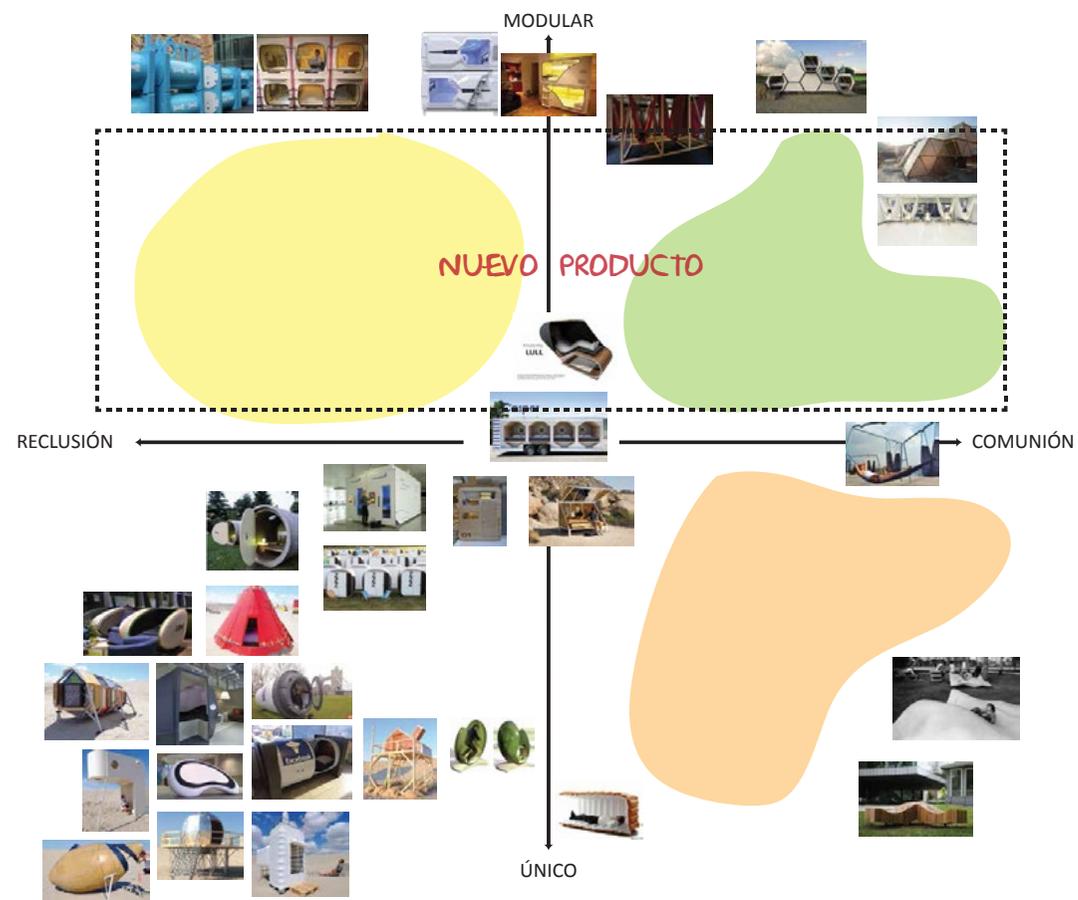


Mapa estratégico valorativo de cuadrantes 2 "Mueble de descanso en situaciones, formas o lugares poco comunes".
Fuente: Elaboración propia.

CONCLUSIÓN DE BRIEFING #2 & #3:

-Debe tender a una forma geométrica, preferiblemente.
-Debe poseer una construcción más sencilla que complicada.

Se determina estos dos enunciados ya que se presenta en el mapa un claro hueco de muestras que respondan a las formas geométricas mezcladas con una construcción sencilla.

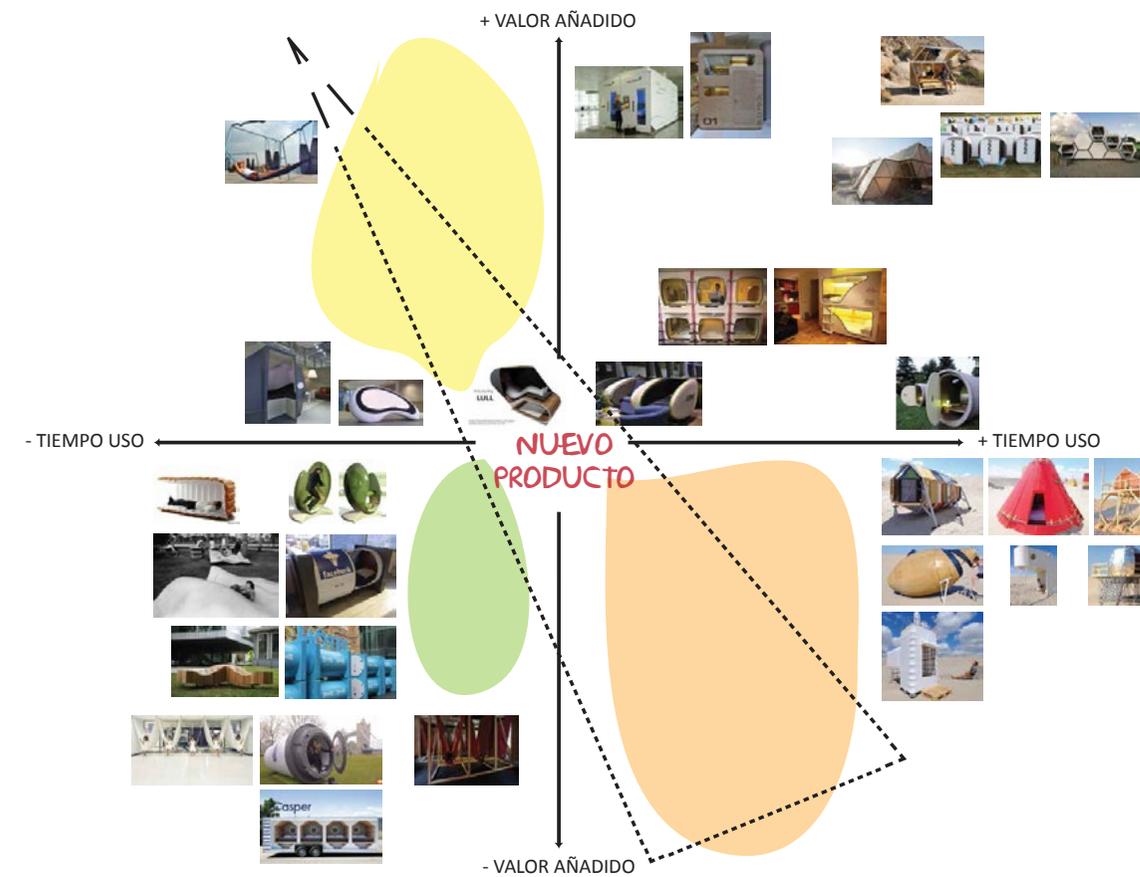


Mapa estratégico valorativo de cuadrantes 3 "Mueble de descanso en situaciones, formas o lugares poco comunes".
Fuente: Elaboración propia.

CONCLUSIÓN DE BRIEFING #4 & #5:

- Debe responder a una estructura de construcción modular.
- Debe incitar a la comunión, pero también propiciar opción de reclusión si es deseado por el usuario.

Se determina estos dos enunciados ya que se presenta en el mapa un claro hueco de muestras que respondan a un alto nivel de modulación, así como también que incite a la comunión. Sin embargo se considera necesario también incluir cierta reclusión opcional, ya que esta característica está presente en las muestras más representativas.



Mapa estratégico valorativo de cuadrantes 4 "Mueble de descanso en situaciones, formas o lugares poco comunes".
Fuente: Elaboración propia.

CONCLUSIÓN DE BRIEFING #6 & #7:

- Su diseño debe responder a un tiempo de uso moderado.
- Su diseño debe poseer cierto valor añadido (doble función, valor cultural, identidad, valor educativo...)

Se determinan estos dos enunciados ya que se presenta en el mapa un hueco que comprende una falta de muestras que combinen un tiempo de uso moderado y un valor añadido.

Además de las características formales y cualitativas a tener en cuenta para el briefing del producto, hace falta analizar en términos de mercado otro factor que es determinante para el diseño del producto: el precio.

El precio final de un producto tiene que ver mucho con la toma de decisiones con respecto al mismo. Por eso se procede a hacer una comparación de precios tomando las muestras de los productos englobados dentro de renglón "uso colectivo" del mapa estratégico de cuadrantes presentado anteriormente, identificándose las siguientes modalidades en cuanto a precio se refiere:

-Productos gestionados como franquicia (AirClad). Estos productos no fueron concebidos para venderse directamente a un cliente, por lo tanto el precio no se determina. Precios: no determinado, no hay fácil acceso a ellos.

-Productos con acceso gratuito (Off Ground, Lungo Mare, Lighthwave, Bench Between Pillars, etc.) Estos productos han sido concebidos para ser utilizados en los espacios públicos, por lo tanto los usuarios no tiene que pagar por usarlos.

-Productos para la hospitalidad (Hexa Estructuras, Campamento Urbano, Wagon Estation, Dasparkhotel, Japón Hoteles Cápsula). Estos productos fueron concebidos específicamente para ser alquilado por noche o semana, incluyendo la modalidad "pague cuanto desee". Rango de precios: 55-89 euros.

-Productos para estadía mínima en el aeropuerto. Estos fueron concebidos para ser alquilados por hora en los espacios del aeropuerto mientras se espera por las escalas durante el viaje. Rango de precios: 10-61 euros.

Toda esta información nos da un panorama de cómo el mercado está ofreciendo estos tipos de producto, y puede ayudarnos al venir con un plan de marketing. De todos modos, la información relevante son las que vienen con productos que tienen un costo final estudiado y publicado, y están listos para ser vendidos a cualquier potencial cliente.

Es por esto que finalmente fueron elegidas las siguientes muestras de producto para la realización del pronóstico económico: **LayBag, Pod Zone, Pod Time, B-and-Bee Events**

Capsules y Metro Naps. El rango de precios de las mismas van desde la mínima suma de 50 euros, hasta los 12.000 euros por unidad.

Al colocar cada producto gráficamente en una línea de valores, se puede detectar fácilmente donde existe la brecha en el mercado y dónde el nuevo producto debería de estar situado.

El diseño del nuevo producto debe responder entonces a una precio final rondando entre los **60-500 euros por unidad.**



Línea valorativa de posicionamiento "Comparación de precios tomando las muestras de los productos englobados dentro de renglón "uso colectivo". Fuente: Elaboración propia.

OBSERVACIONES ETNOGRÁFICAS . 3-05

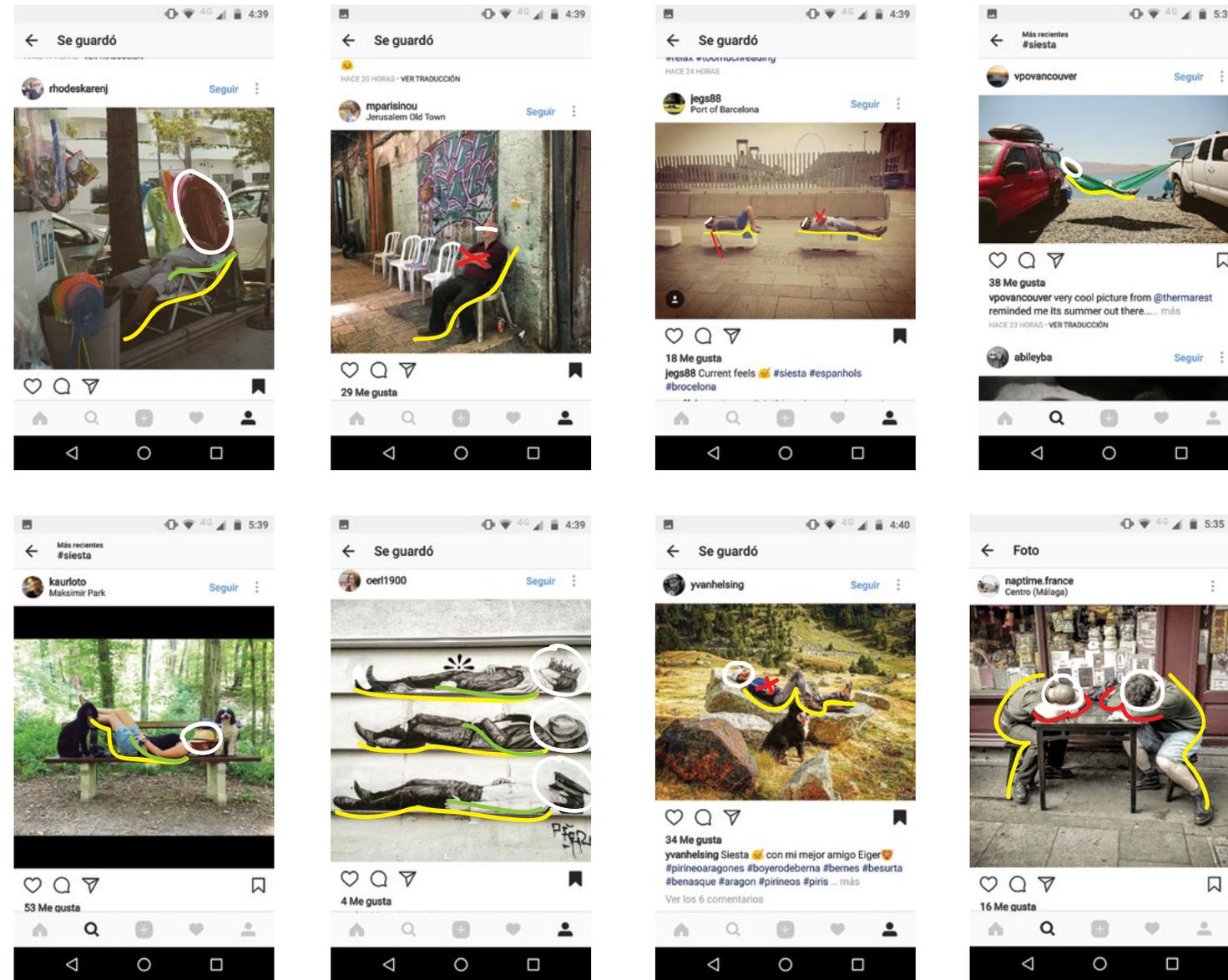
"Para descubrir lo que la gente realmente necesita, quiere y hace –en lugar de limitarse a lo que dice que necesita, quiere y hace, los diseñadores han desarrollado métodos de investigación observacionales." (Milton & Rodgers, 2013)

...se puede llegar a una mejor comprensión del mercado con otra técnica antropológica, la observación. En diseño, esto significa interpretar y entender el comportamiento y las decisiones de los consumidores a través de su interacción con los diferentes escenarios, productos o prototipos. Puede realizarse in situ (por ejemplo, en los lugares de trabajo) o como parte de una prueba específica. (Morris, 2014, p:34)

Usualmente el estado natural de actuación de un individuo se ve condicionado por las normas pre concebidas como socialmente aceptables, de manera que si una persona es cuestionada frente a alguna actividad, la respuesta probablemente estará condicionada por imágenes ideales y muchas veces de poco fiar. **Una manera de obtener respuestas sinceras y que representen las realidades en su estado más natural, es mediante la observación.**

Detrás de actividades obvias puede haber significados más profundos del comportamiento o del proceso cognitivo humano, que no permiten estudiar la asimilación de la información, por ejemplo. Por lo tanto, las observaciones se van registrando para, al analizar las situaciones, identificar las pistas y mensajes subliminales que pueden contener. (Morris, 2014, p:34)

Cuando se busca brindar solución a problemas de diseño, por



Muestra bajo observación etnográfica resultado de los hashtags #siesta #siestatime #nap. Fuente: Instagram

lo general se cuestiona directamente al usuario para que el mismo exponga sus necesidades. En cambio, la mayoría de las veces los principales y mayores problemas en cuanto a diseño son los que el usuario no se percata de que existen, y que mucho menos le afecta. Un método de investigación para obtener información relevante acerca del comportamiento del usuario frente a situaciones y acciones específicas de su entorno cotidiano, basado en la observación, es la etnografía.

La etnografía es muy efectiva para explicar las complejidades de las personas y culturas. Permite al investigador sumergirse en la vida de otros e identificar patrones de comportamiento en contextos de la vida real. Estudiar lo que la gente hace (en lugar de lo que dice que hace) proporciona una visión general más rica y más realista... (Milton & Rodgers, 2013)

En el diseño de productos, esto se traduce en la idea de que el diseñador puede desarrollar su conocimiento sobre los productos mediante la empatía y su propia experiencia. Los diseñadores pueden inspirarse en sus experiencias obtenidas simulando determinadas situaciones, como haciendo juegos de rol con productos específicos. (Morris, 2014, p:34)

En el presente caso, el estudio etnográfico se plantea ser realizado de una manera menos directa con relación al usuario, y mediante una plataforma que aunque informal, brinda información valiosa y actualizada: las redes sociales.

Usualmente en el estudio etnográfico se tiene un contacto directo y personal con el usuario estudiado, y "los métodos de

realización de las pruebas pueden ser poco científicos y estar abiertos a interpretaciones contradictorias” (Morris, 2014, p:34). Sin embargo la utilización la técnica de observación de una red social actual, como Instagram, representa una manera innovadora de procesar y analizar a los potenciales usuarios.

Utilizando el motor de búsqueda de la aplicación Instagram, y colocando palabras claves como “#siesta”, “#siestatime”, “nap”; se hizo selección de las publicaciones que contuvieran personas tomando siestas en situación y lugares poco comunes, y que a la vez pudiesen brindar algún tipo de información pertinente en cuanto a postura, manejo de la privacidad, manejo del confort, etc.

Como resultado de las observaciones del estudio se obtuvieron las siguientes conclusiones:

-Postura: el individuo trata de adoptar una posición relajada, lo más próxima a la utilizada usualmente para dormir en una cama. Los puntos en común a resaltar son la flexión de las rodillas en diferentes grados, en todos los casos evaluados, la posición de los brazos usualmente cruzada y cerca del pecho, y la cabeza totalmente relajada.

-Privacidad: se concentra en la cabeza, ya que es la zona más vulnerable. La misma se logra tratándose de cubrirla ya sea con una capucha, gorra, lentes, o cualquier elemento que esté a la mano en el momento de la siesta. Resulta curioso como el ser humano puede llegar a lograr su nivel de privacidad mínimo con tan solo cubrir una pequeña y puntual zona del cuerpo.

-Confort: va totalmente ligado a la postura y privacidad, adicionándose el medio ambiente circundante. El confort en la mayoría de los casos evaluados se logra mediante el uso de elementos urbanos (bancos, muros, sillas, mesas), por elemento naturales (rocas) o por mobiliario especial (hamacas).

DESARROLLO DEL TRABAJO & RESULTADOS OBTENIDOS .04

“Diseños modernos, materiales duraderos y funcionalidad del espacio personal hacen una buena adición a espacios abiertos, oficinas, parques urbanos, hoteles, centros comerciales, aeropuertos y clubes de golf.” -MZPA (Mazepa) en archiproducts.com

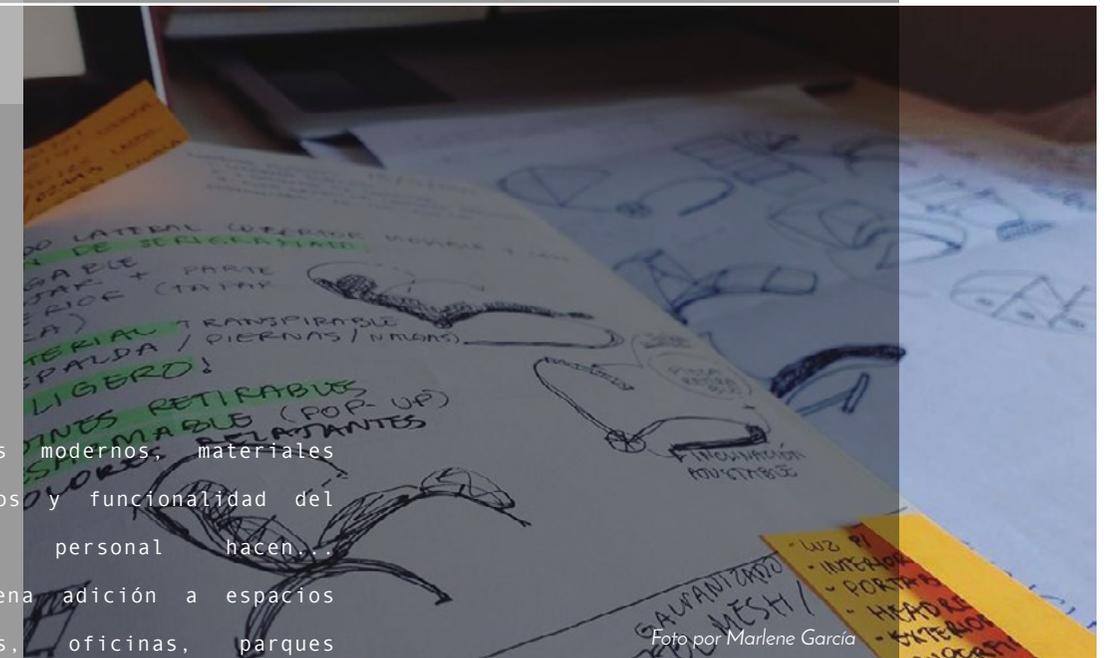


Foto por Marlene García

IDENTIFICACIÓN DE ANTECEDENTES . 4-01

Problemas, necesidades & deseos

“Suele ser propio de la naturaleza humana pensar que la mejor solución tiene que ser radical y nueva, pero en realidad las mejoras también pueden ser pequeñas y sutiles. Esto no significa que los diseñadores deban aspirar a hacer un trabajo aburrido; se pueden conseguir cambios simplemente adaptando de forma sencilla diseños existentes, por ejemplo cambiando las dimensiones, alterando las características o redefiniendo los atributos.

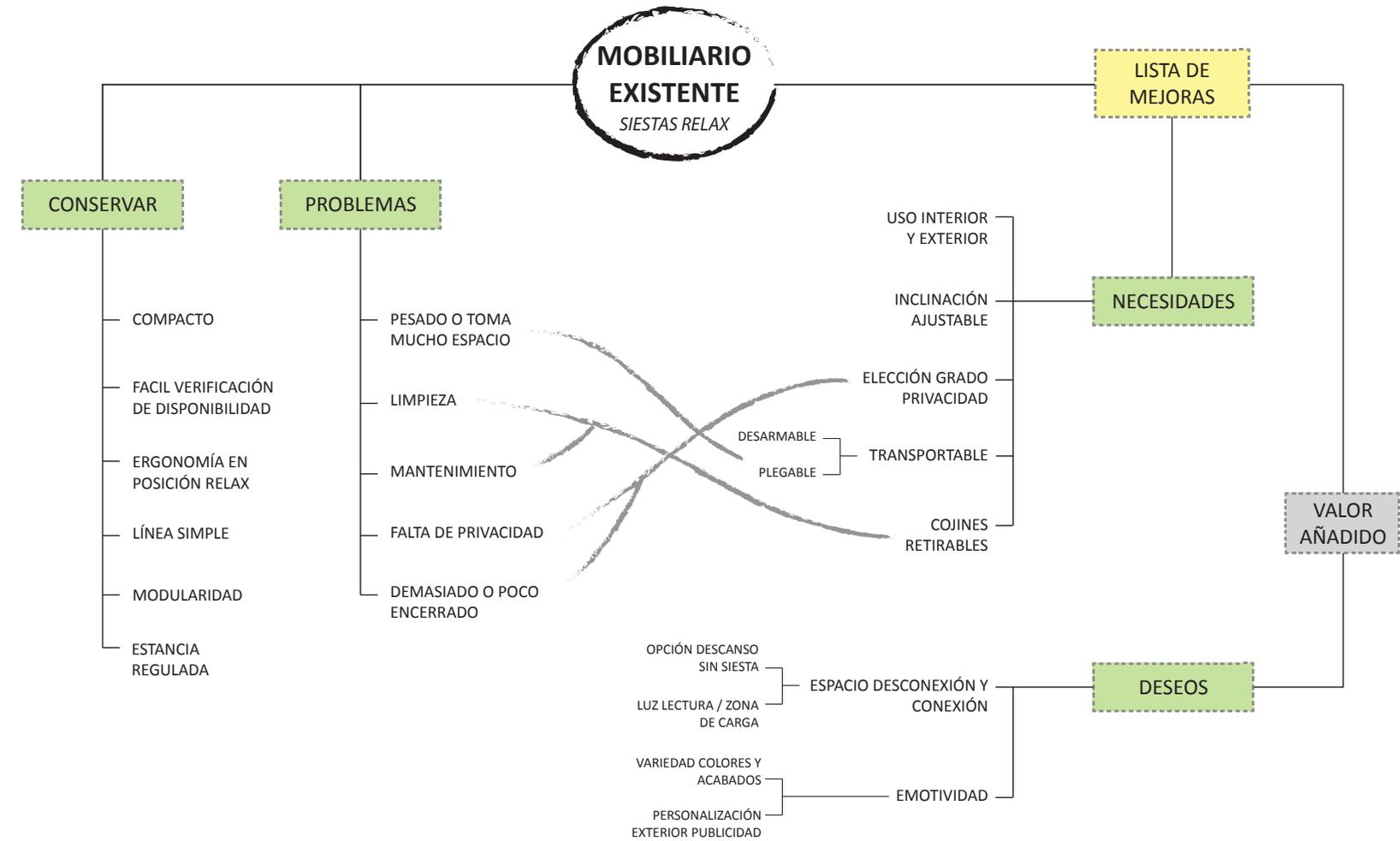
Los diseñadores pueden tener en cuenta no sólo los productos existentes, sino también el trabajo de otros diseñadores. Esto no significa copiar el trabajo de nadie, sino aprender del modo en que otros trabajan y piensan. ¿En qué están trabajando otros diseñadores? ¿Cómo llegaron al punto en que están ahora? Las exposiciones, revistas de diseño, redes y foros, entre otros, permiten informarse de manera fácil y eficaz.” (Morris, 2014, p:16)

Por la misma razón que anteriormente se pudo llevar un estudio de mercado tan exhaustivo y sustancioso, se toma la decisión ahora de no diseñar el producto a proyectar desde cero. La cantidad de muestras válidas y diferentes hacen que elegir proponer un producto enfocándose en mejoras en vez de invención sea lo más lógico y beneficioso.

Teniendo en consideración todas las muestras de referentes vistas a lo largo de la investigación se propone la identificación de los aspectos a mantener y a mejorar; optando entonces por hacer un mapa mental que organice todas las ideas dentro de factores como: “conservar”, “problemas”, “necesidades” y “deseos”.

Estos factores son elegidos debido a que se considera prioridad dentro del desarrollo del proyecto el enfoque de **diseño centrado en el usuario**, ya que el mismo brinda “un enfoque del diseño basado en el mercado, en cuyo núcleo está el deseo de comprender cuáles son las principales necesidades (o, cada vez más, deseos) de las personas. ¿Estas necesidades son uniformes o varían entre personas similares, o de diferentes edades, géneros o culturas? De este modo pueden definirse y crearse nuevos o mejores productos.” (Morris, 2014, p:32)

Por medio de este mapa se obtienen los aspectos finales a tomar en cuenta, que en conjunto con el briefing obtenido anteriormente, servirán como señal de inicio para la fase de ideación de las primeras propuestas de lo que será el diseño final del producto.



Mapa mental de análisis de los problemas, mejoras y deseos en base al mobiliario existente para siestas relax. Fuente: Elaboración propia.

FORMA & FUNCIÓN . 4-02

Moodboard

Lounge Seating - Jean Marie Massaud



Felt Chaise - Jeremy Kaplan



The Tiny House - Bauhaus Archives (2017)



Janus Chairs - Ryder Architecture (2009)



Famiglia Grande - Kacey Wong (2009)



Soft Rockers - Sheila Kennedy (2011)

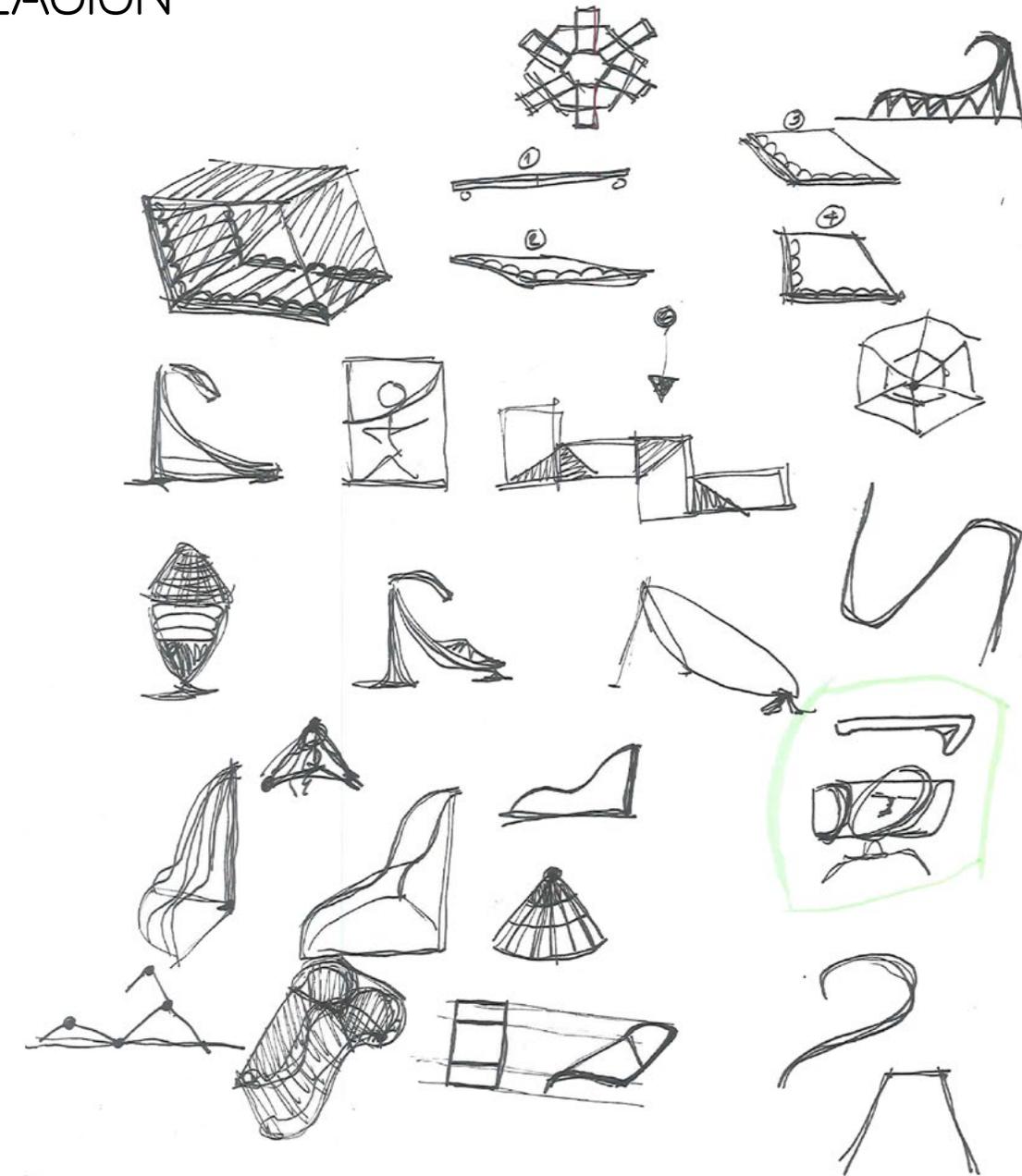


Collapsible Urban Shelter - Chat Travieso



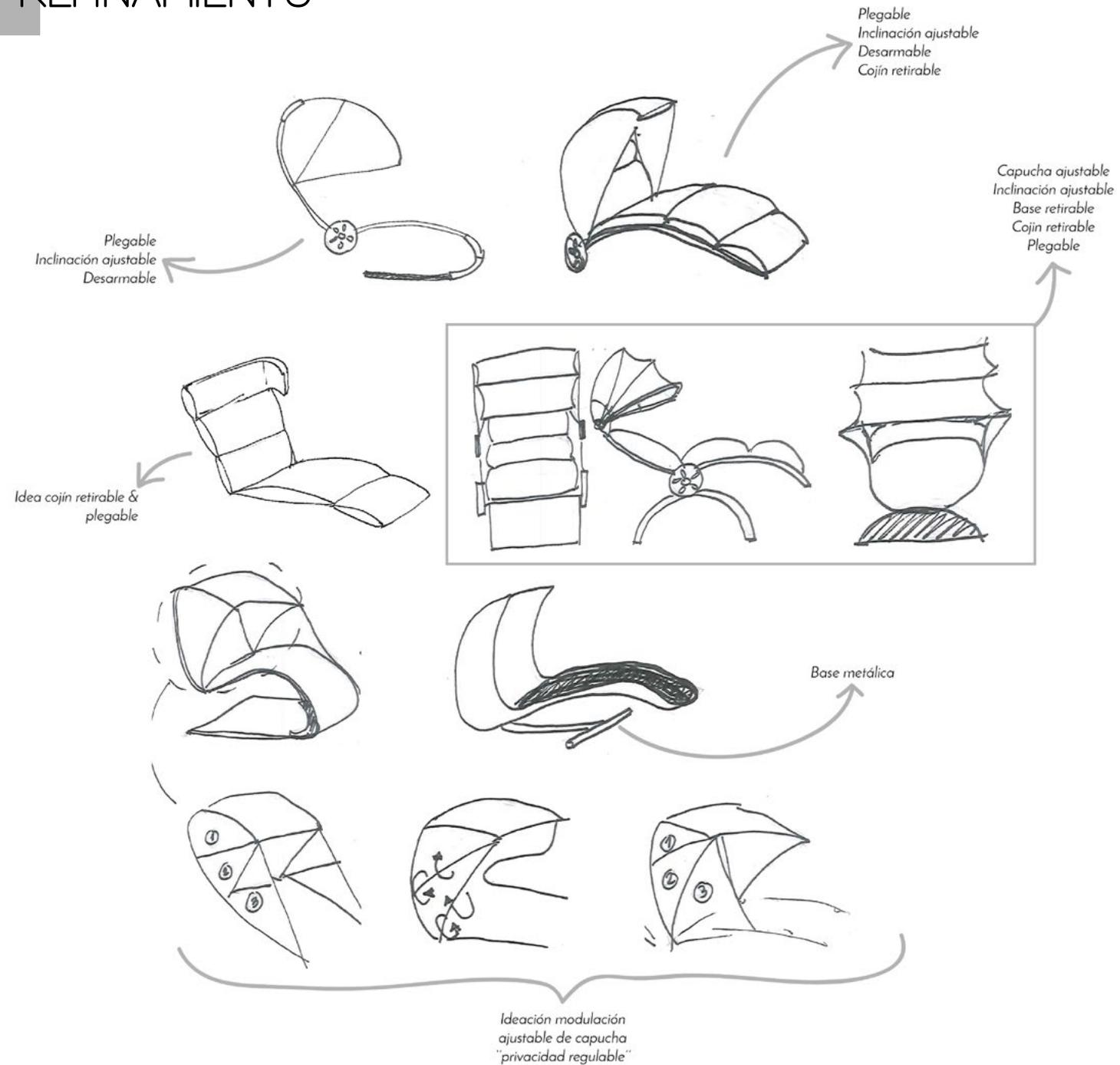
Hush - Freyja Sewell

IDEACIÓN



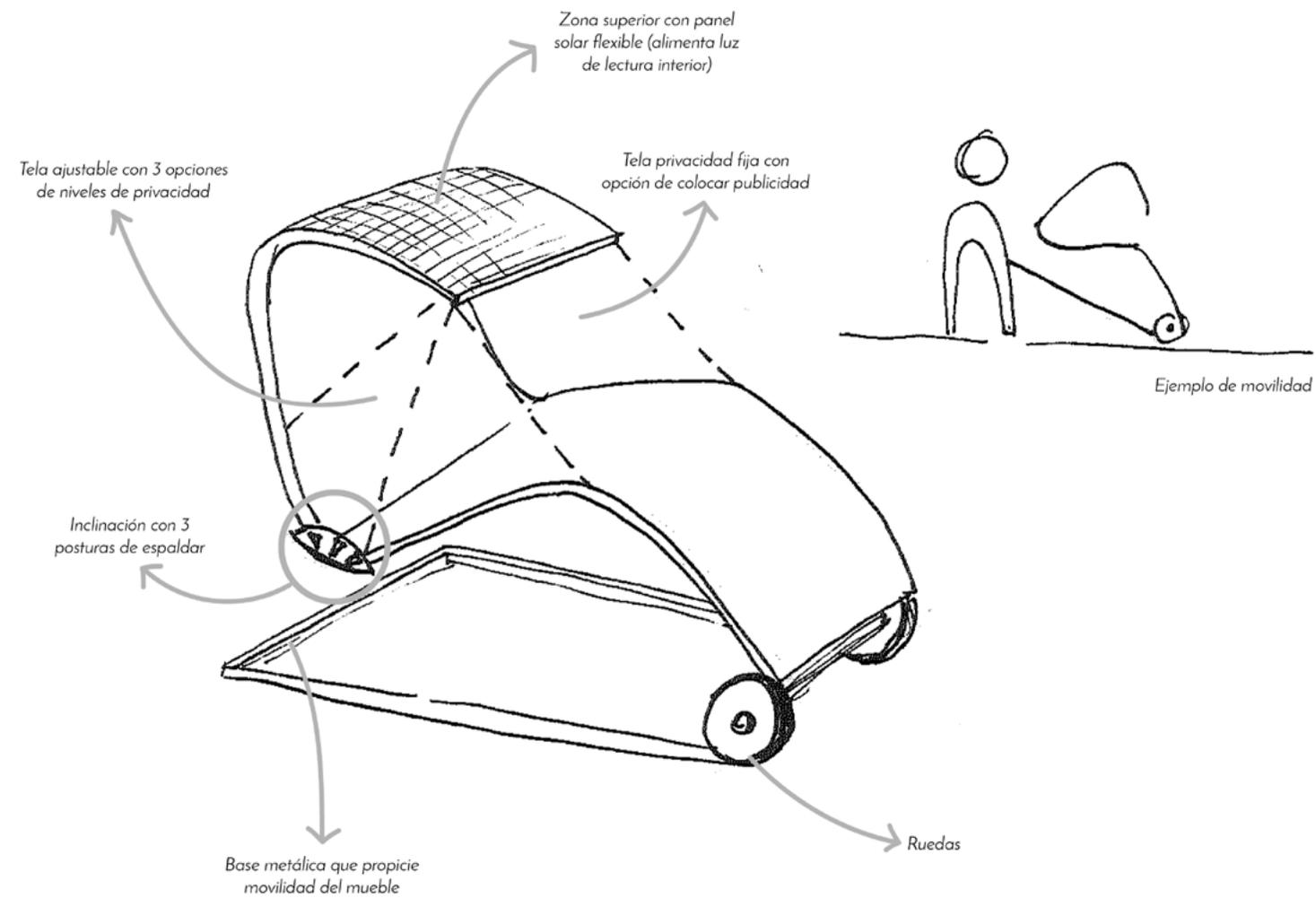
Soluciones para el descanso no convencional:
Diseño de una pieza de mobiliario de uso colectivo.

REFINAMIENTO

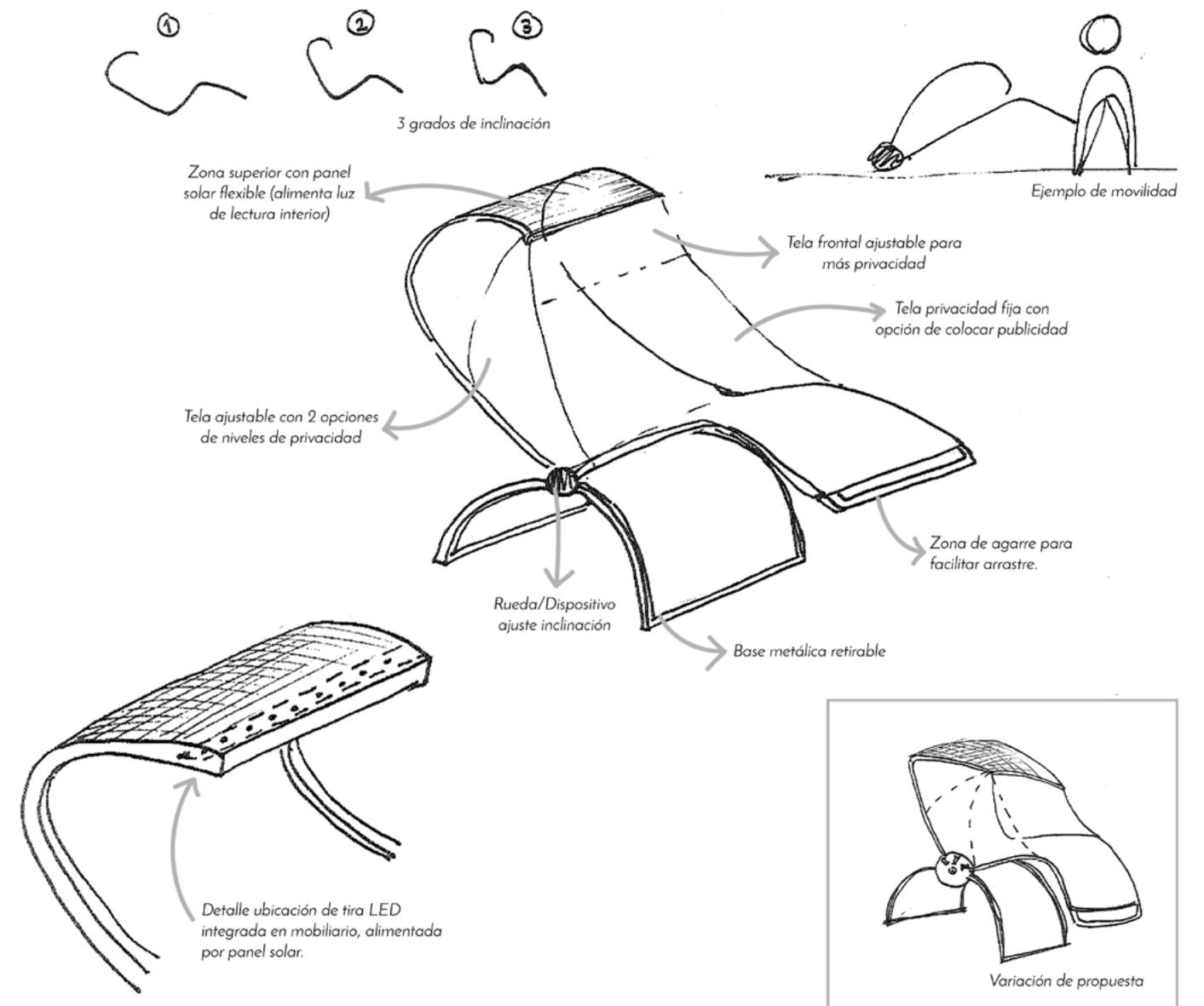


PROPUESTAS PRELIMINARES . 4-03

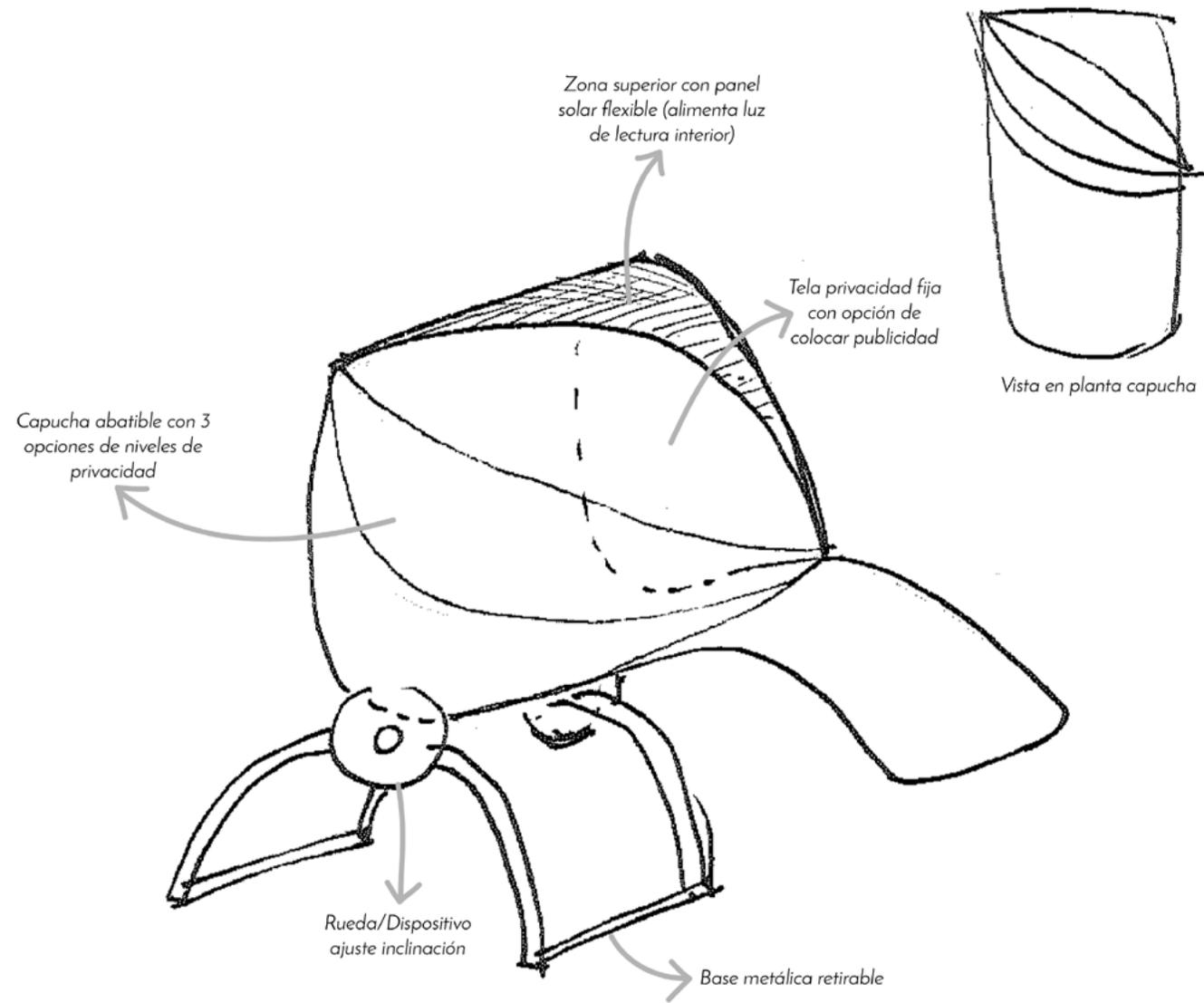
PROPUESTA 1



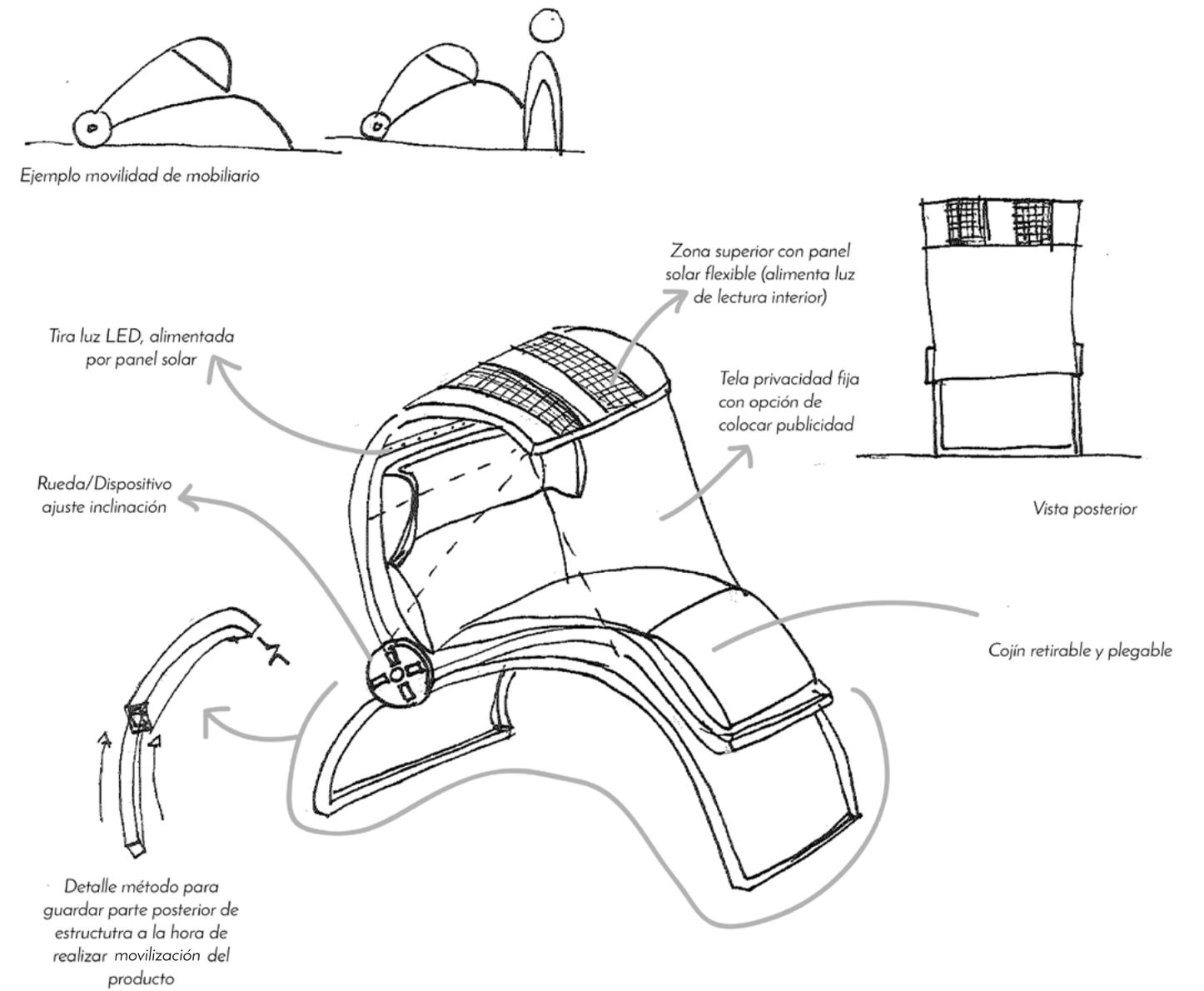
PROPUESTA 2



PROPUESTA 3



PROPUESTA 4



MATRIZ COMPARATIVA . 4-04

Con el fin de puntuar adecuadamente las cuatro propuestas presentadas, se ha decidido emplear el método de matriz comparativa de competencia para evaluar adecuadamente cada una de las características objetivas del producto a realizar.

Así pues, estas características cualitativas y cuantitativas o parámetros se han obtenido a partir del estudio realizado anteriormente dónde se exponen una lista de mejoras, deseos, necesidades y problemas de los mobiliarios existentes dentro de la tipología estudiada dentro de la presente investigación.

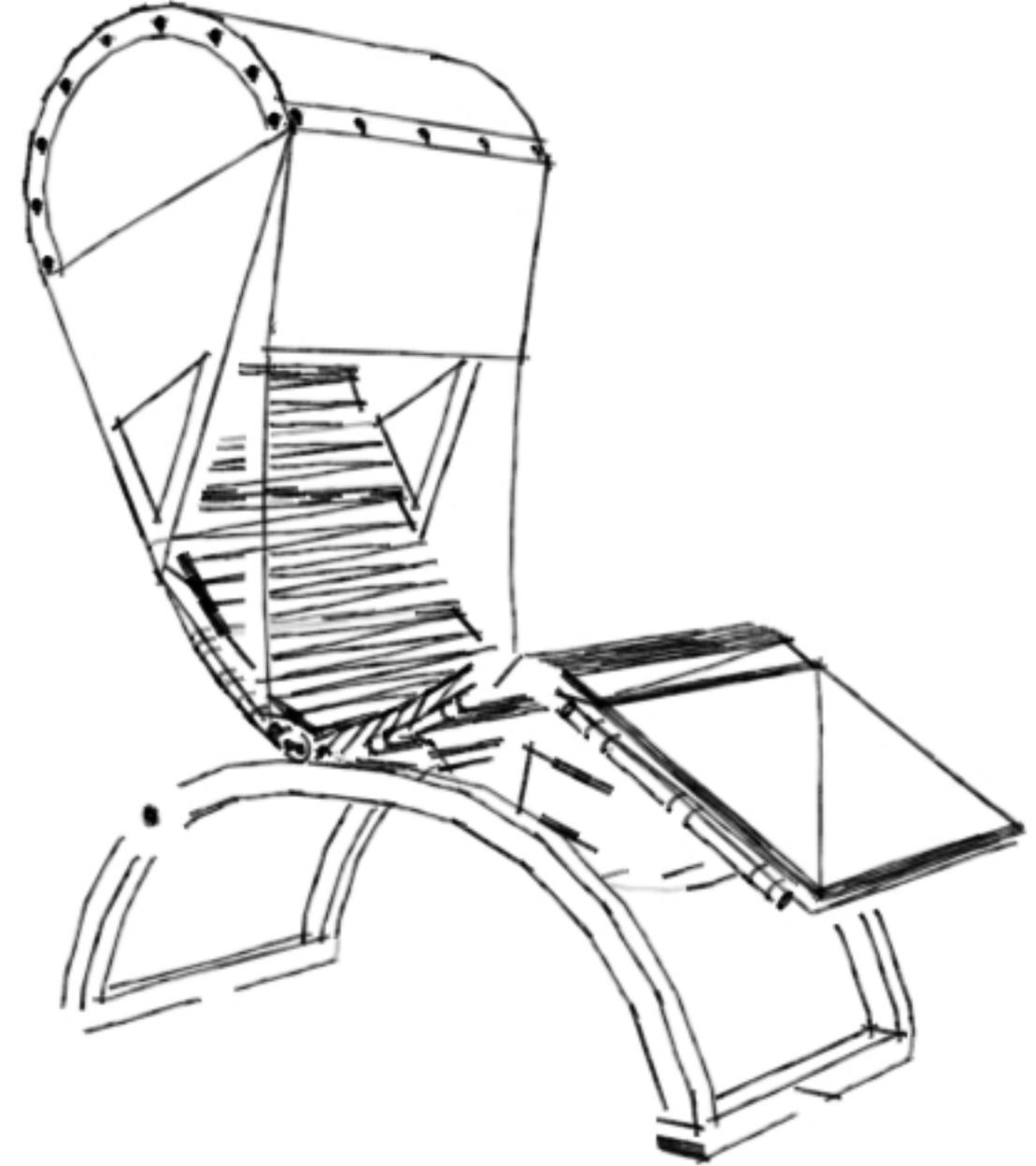
Por medio de este método de valoración objetiva se procede a la elección de la propuesta, o combinación de propuestas que contenga las características necesarias pre-establecidas en su mejor versión y mayor potencial.

Luego de llevado a cabo el proceso y obtenido los resultados se llega a la conclusión de que son las opciones 2 y 4 las más potentes, por lo que la propuesta final y definitiva resultará de la fusión de las mejores características de ambas.

MATRIZ VALORATIVA DE PUNTUACION (1 A 5)		PROPUESTAS DE DISEÑO			
		 OPCION 1	 OPCION 2	 OPCION 3	 OPCION 4
CARACTERISTICAS	Compacto	1	2	1	3
	Varios Niveles de Privacidad	3	4	4	4
	Ergonomía Relax	3	4	3	4
	Línea Simple	4	4	2	3
	Modular	3	4	1	4
	Ligereza	4	3	3	4
	Privacidad	4	4	4	4
	Uso Exterior / Interior	4	4	4	4
	Inclinación Ajustable	3	3	3	4
	Facilidad de Transporte	4	3	2	4
	Extras (conexión USB, Luz, Etc.)	4	4	3	4
Suma Total	37	39	30	42	

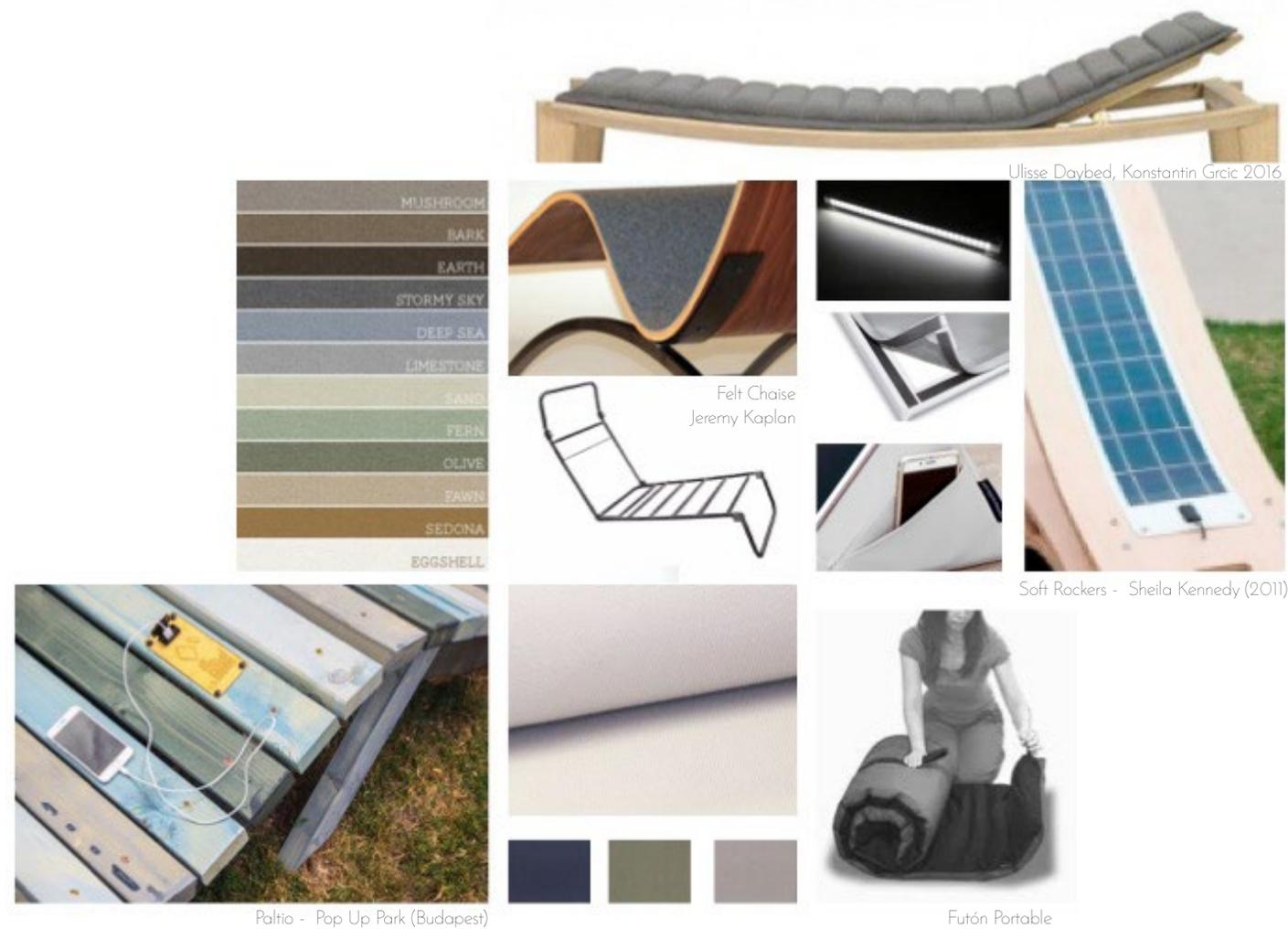
Matriz valorativa con puntuación de propuesta preliminares de diseño.
Fuente: Elaboración propia.

PROPUESTA
FINAL . 4-05



MATERIALES & COLORES

Moodboard



MATERIALES A UTILIZAR . 4-06

Para el diseño de mobiliario de uso colectivo, ha de tomarse en especial cuenta la elección de materiales, ya que de los mismos dependen gran parte de su efectividad y vida útil.

A la hora de seleccionarlos se han tomado en cuenta factores como: practicidad, ligereza, resistencia al uso constante, impermeabilidad, confort térmico, facilidad de limpieza, capacidad de personalización, etc.

A continuación se presentan los materiales que brindarán comodidad, función, vida y personalidad a la propuesta de mobiliario:

ALUMINIO ANODIZADO (aplicación: estructura base)



Metal de color blanco brillante y ligero. Viene en diferentes colores: negro, blanco y plata; a la vez, si es anodizado, puede adoptar diferentes pigmentaciones.

Las características por las cuales se ha seleccionado este material en el diseño son las siguientes:

- Muy dúctil y maleable (permite el curvado de la base)
- Resistente a la corrosión
- Reciclable
- Protección contra el calor, agua y viento (puede ser utilizado en exteriores e interiores)
- Rápido registro de enfriamiento (al ser colocado al sol, y llevado a sombra, enfría rápido y permite mejor uso del mueble)
- Material no tóxico
- Ligereza (facilita la movilidad el mobiliario de un lugar a otro)

Tiene la capacidad para combinarse con otros materiales como PVC, resina, madera o vidrio. De esta manera se posibilita la convivencia de varios materiales en el diseño sin afectar la estética y correcto funcionamiento.

La perfilería de aluminio puede presentarse en modalidad cuadrada, rectangular y redonda, y responden por lo general a

las siguientes medidas:

Redonda:
1", 1 1/2", 3/4", 3/8" (Diámetro)
El Largo es de 20' - 21'
Rectangular:
1/4" x 4"

Cuadrada:
1/2" x 1/2" x 21' hasta 1 3/4 x 1 3/4" x 21'

LONETA HIDRÓFUGA (aplicación: funda de asiento y mecanismo de privacidad)



Este tejido hidrófugo repele totalmente el agua y viene acabado con un tacto aterciopelado o de piel de melocotón. Queda muy agradable al tacto aunque no deja de ser un tejido fuerte para que dé cuerpo a los accesorios y productos diseñados con este material.

Se ha elegido para este diseño el hidrófugo de la marca Textilfy®, ya que la misma posibilita la impresión sobre el tejido con lo cual se resolverá la función de colocar personalización o promoción sobre el mobiliario.

Está compuesto por poliéster al 100% y tiene 140 centímetros de ancho de impresión con un peso de 124 g/m². No estira ni al largo ni al ancho.

El hidrófugo está terminado en blanco óptico. La tinta se incrusta en la fibra del tejido permitiendo que pueda ser lavado en lavadora sin miedo a que destiña o se roce. Es importante decir que este tejido apaga un poco la impresión y es necesario elegir "doble pasada de tinta" para que los colores suban más. (Textify, 2018)

TABLERO CONTRACHAPADO FENÓLICO (aplicación: estructura capucha de privacidad)



Tablero obtenido por el encolado de chapas de madera que forman ángulo recto. Los materiales que entran en su composición son: chapas o capas

de madera, adhesivos y revestimientos. Dependiendo del uso y de las características del tablero se pueden usar adhesivos de urea formol para interiores y de urea formol reforzadas con melamina o fenol formaldehído, para exteriores. Siendo el último el elegido para el diseño del producto. (Libro 11 - Tableros Contrachapados, n.d.)

Las dimensiones más frecuentes son 1.220 x 2.440 mm que se corresponden a los módulos constructivos más importantes: 300, 400 y 600 mm. También existen dimensiones especiales de 2.500 y 3.000 mm. El grueso varía entre 4 y 50 mm y el número de chapas, normalmente impar puede variar entre 3 y

35. (Libro 11 - Tableros Contrachapados, n.d.)

Las características por las cuales se ha seleccionado este material en el diseño son las siguientes:

- Ligereza (facilita la movilidad del mobiliario de un lugar a otro)
- Elevada resistencia
- Uniformidad
- Estabilidad dimensional
- Uso interior y exterior
- Resistencia a productos químicos

Con la elección de este material se busca además mejorar la absorción de calor en la parte superior de más contacto con el sol, brindando un mejor confort térmico; y así como también un aspecto más cálido y acogedor al diseño.

FIELTRO DE CAÑAMO

(aplicación: dentro de mecanismo de privacidad para absorción acústica)



Es un material utilizado en la bioconstrucción ya que es una fibra considerada sostenible y 100% reciclable. Tiene la emisión de CO₂ más baja en comparación con los otros fieltros del mercado.

Las características por las cuales se ha seleccionado este material en el diseño son las siguientes:

- Aislante acústico (absorción de 0,7 sobre 1)
- Aislante térmico
- 100% vegetal
- Libre de fibras sintéticas
- Elástico

A partir de las fibras de cáñamo, se obtienen numerosos y variados productos destinados a la construcción. El producto más habitual son las mantas o rollos siendo su colocación muy sencilla. En caso de ser necesario ajustar el tamaño de las mantas, por irregularidad de la superficie a aislar, es muy sencillo contarlos con un cuchillo de dientes finos.

La dimensión de los rollos es de 1,00m x 25m y tiene un espesor de 5mm. También existen bandas de 10cm x 5m para mayor practicidad. (Gálvez, 2018)

TELA DE MALLA

(aplicación: en conjunto con mecanismo de privacidad brindar ventilación)



Tela agujereada disponible en diferentes colores, acabados y materiales (fibra de vidrio, plástico, aluminio, etc.). Puede cortarse con tijeras, coserse, perforarse, remacharse y adherirse con cola. Se ofrecen en rollos y se venden al metro, como cualquier otra tela.

Las características por las cuales se ha seleccionado este material en el diseño son las siguientes:

- Fácil de manejar
- Económico
- Permite la ventilación
- Brinda privacidad
- Uso interior y exterior
- Delimita
- Protege del sol e insectos

CHAPA METÁLICA DE ALUMINO

(aplicación: soporte, distribución de cargas y zona de almacenaje del asiento)



La chapa es un metal formado por un proceso industrial en piezas finas y planas. La chapa es una de las formas fundamentales utilizadas en la metalurgia y se puede cortar y

doblar en una variedad de formas. Los espesores pueden variar significativamente; las hojas extremadamente delgadas se consideran láminas u hojas, y las piezas con un grosor superior a 6 mm (0,25 pulgadas) se consideran láminas.

Hay muchos metales diferentes que se pueden convertir en chapa, como aluminio, latón, cobre, acero, estaño, níquel y titanio.

El aluminio es el seleccionado para ser utilizado en este caso debido a su flexibilidad, amplia gama de opciones, rentabilidad, y otras propiedades.

Los cuatro grados de aluminio más comunes disponibles como chapa metálica son 1100-H14, 3003-H14, 5052-H32 y 6061-T6. (Web.archive.org, 2014)

En este caso se escoge el grado 3003-H14, el cual es más fuerte que 1100 pero mantiene la misma formabilidad y bajo costo. Es resistente a la corrosión y soldable. Es muy usado para fabricar utensilios que necesiten dureza media y que sea necesario buena trabajabilidad para fabricarlos como son botellas para bebidas, utensilios de cocina, intercambiadores de calor, mobiliario, señales de tráfico, tejados y otras aplicaciones arquitectónicas. (Ortolá, 2009)

Así como la elección de materiales protagónicos y que dotan de forma y carácter al diseño, existen elementos que hacen que los mismos convivan y funcionen en conjunto.

Los elementos normalizados que conllevan la realización de la pieza de mobiliario propuesta responden a: transportabilidad, multifunción, facilidad de manejo, seguridad y comodidad.

RUEDA

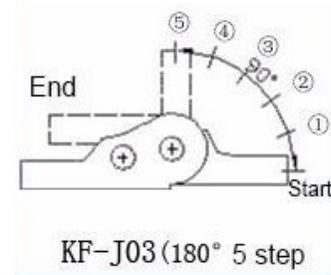


Son las que proporcionarán la posibilidad de que el mueble cumpla su función de movilidad.

Las elegidas son de aro suelto, y van sujetadas a la estructura del asiento por medio de un eje metálico, el cuál les proporcionará también capacidad de giro.

Las mismas serán de aro de polipropileno (plástico), cubiertos con banda de poliuretano termoplástico, de un diámetro de 126mm y soportan una carga de hasta 120kg, con lo cual aguanta el peso del mueble plegado.

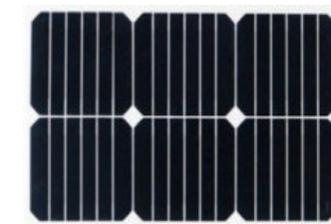
BISAGRAS RECLINABLES



Con este mecanismo será posible ajustar el mueble a la inclinación deseada, de una manera fácil e intuitiva gracias a su sistema de engranajes y bloqueo que permite su accionamiento sólo con ejercer un pequeño empuje en la zona a reclinar y luego soltarla.

La bisagra metálica que se utilizará en el diseño se colocará en la intersección del respaldo con el asiento, posee un diámetro de 15.5mm, un espesor de 1.8mm y proporcionará 5 ángulos de inclinación (90-180).

PANEL SOLAR FLEXIBLE



La utilización de este tipo de tecnología dentro de esta propuesta de mobiliario se hace útil a la hora de proporcionar valor añadido, tanto en función como en brindar un enfoque sostenible cuando de energía renovable se habla.

El panel solar va colocado en la capucha del diseño, que es la zona superior y la que más recibe incidencia de luz solar. En ella se albergará todas las funciones alimentadas por el panel solar (puerto de carga usb, luz led), al igual que todos los

componente que se necesitan para su funcionamiento de una manera discimulada (regulador, botón de encendido/apagado, cableado)

La instalación a utilizar está formada por módulos policristalinos de silicio que generan energía para autoconsumo, insertando el mobiliario dentro de la microproducción energética. Con unas medidas de: Largo x Ancho x Grueso (mm) 530 x 310 x 3 mm, potencia de 20W y 12V.

TIRA LED ADHESIVA



Alimentada por el panel solar, brindará como valor añadido la opción de contar con iluminación en circunstancias que el usuario lo precise.

Ubicada en el extremo de la zona de capucha de madera del mobiliario, se coloca mediante un pequeño perfil de aluminio dentro de un zurco realizado en la superficie, de manera que quede oculto a simple vista y que evite deslumbramiento al usuario.

La temperatura de color a utilizar para la luz emitida será neutra (3000-4500K) de manera que sirva tanto para el descanso como para tareas sencillas.

La tira a utilizar consumirá alrededor de 5W, con una potencia de 12V, presentada en rollos de 1m los cuales se pueden cortar

cada 3-4 cms, ajustandose así al espacio requerido. La misma contará también con su transformador que será colocado dentro de la estructura de madera hueca.

BOTON DE PRESIÓN



Proporcionarán el funcionamiento y versatilidad de uso de las telas que brindan la privacidad característica del diseño de este mobiliario.

Estos botones permitirán el fácil montaje y desmontaje de las telas. Serán utilizados principalmente en la zona curva que cubren las mismas, y como punto de unión con la estructura de madera.

El tipo de material de los botones sería plástico coloreado de la tonalidad de la madera, de manera que al momento de quedar expuesto a la vista tenga todo un mismo lenguaje visual. Mientras que la pieza que vaya adherida a la tela será cubierta por la misma, por lo cual resultará invisible.

ANTIDESLIZANTE PLÁSTICO



Elemento seleccionado para brindar seguridad y estabilidad al mueble. Con su formato en tiras irán colocados en las zonas de la base metálica que vayan en contacto con el suelo, de manera que el usuario al sentarse o

ponerse de pie no ocasione el posible deslizamiento del mueble.

Los antideslizantes elegidos para la seguridad de esta propuesta de mobiliario serían de PTFE adhesivos y de color gris; con unas de medida de 15x100 mm.

ESPUMA DE POLIURETANO (FOAM)



La principal función de las espumas flexibles de poliuretano es la obtención de amortiguación, es por esto que es muy utilizada en el mundo de la tapicería, sirviendo como relleno para superficies que necesiten acolchamiento. Este material mitiga la carga y compresión.

Otras características:

- Transpirabilidad
- Capacidad aislante
- Facilidad de perfilar o dar forma
- Ligereza

Su presentación viene en diferentes grosores: 10mm, 30mm, 40mm.

En este caso será utilizada como relleno para el cojín que servirá como asiento y que proporcionará confort ergonómico a la cabeza, espalda, glúteos y piernas. Y se seleccionará un grosor medio de manera que el cuerpo del usuario al sentarse no quede muy mullido, facilite el acto de ponerse de pie y restrinja el tiempo de uso del mobiliario.

CINTA DE FIJACIÓN AUTOADEHERENTE



Son dos tiras de tejido lineal y paralelo, una formada por ganchos diminutos y la otra por cintas bucles, que al unirse se adhieren una a la otra temporalmente. Al separarlos,

tirando de las superficies o despegándolas, las tiras hacen un sonido característico de desgarro.

Los cierres por contacto se fabrican con diversas resistencias y construcciones, realizadas por diversos fabricantes, sobre todo por Velcro.

Las tres maneras de maximizar la resistencia de una unión entre las dos piezas flexibles son:

- aumentar el área de la unión, p. ej., usando piezas más grandes;
- garantizar que la fuerza se aplique paralela al plano de la superficie de la fijación, como doblando una esquina o mediante una polea
- aumentar el número de gancho y bucle por unidad de área.

Ventajas:

- Fáciles de usar
- Seguros
- No tienen mantenimiento.
- Sólo se produce una reducción mínima de la efectividad tras unirlos y separarlos muchas veces.

En el caso del diseño propuesto esta tiras de fijación serán utilizadas para unir, recoger y fijar las telas utilizadas en la zona superior del mueble como mecanismos de privacidad. Estas tiras dotarán de versatilidad al diseño, dándole la opción al usuario de manejar y decidir el grado de cerramiento deseado.

COLOR . 4-08

El color en la presente propuesta de diseño juega un papel que va muy de la mano con la personalización, opción y finalmente identidad de quién decida adquirirlo.

Se propone como una manera de que el cliente personalice su pieza de mobiliario según sus necesidades individuales. Es por esto que se pretende brindar un canvas de materiales neutros en lo que es el soporte base e inmodificable de la pieza (zona dura: estructura metálica y capucha de madera), y luego en todo lo que es textil (zona blanda: funda de asiento y telas de privacidad) ofrecer una gama amplia y adaptable de colores de donde se pueda elegir a la hora de adquirir el asiento.

"Parte de la explicación del impacto del color en nuestras decisiones sobre qué producto comprar se deben a que el color es un símbolo que señala nuestra personalidad y proyecta la imagen que tenemos de nosotros mismos. La gente elige el color de sus coches, hogares, ropa y calzado dependiendo de la imagen que quieren proyectar y en ese proceso tiene un fuerte impacto la socialización." [César Pérez Carballada en <http://marketisimo.blogspot.com.es/2009/07/el-color-del-marketing-usando-los.html>]

La gama de colores que se ofrece responde a varios factores como: **facilidad de limpieza, resistencia al uso constante y variedad**; sin comprometer la imagen con el se ha concebido el diseño, por lo que todos los colores aunque variados en matiz guardarán homogeneidad y compatibilidad en tono y saturación.

"El color resulta un elemento esencial para comunicar los atributos del producto. Tal como ha explicado Kotler¹, el producto tangible es solo una pequeña parte de lo que consumen las personas, y los consumidores responden al "producto total" que también incluye la imagen del mismo.

Es así que el color puede comunicar información sobre la calidad y el precio de un producto." [César Pérez Carballada en <http://marketisimo.blogspot.com.es/2009/07/el-color-del-marketing-usando-los.html>]

Es decir que el color en este caso ejerce la función de **herramienta de marketing**; haciendo reconocimiento de que su elección, asociación, y significado variará dependiendo del usuario.

¹ Kotler, P. (1973) Atmospherics as a marketing tool, *Journal of Retailing*, 49(4), pp. 48-64.



L*41.20 a*-1.62 b*-0.57	L*33.32 a*0.04 b*9.71	L*27.08 a*-2.56 b*-17.74	L*77.56 a*5.65 b*78.44	L*13.86 a*18.63 b*-4.39

L*81.90, a*-1.36, b*9.90	L*71.07, a*3.46, b*14.72	L*65.11, a*0.00, b*0.00	L*50.54, a*-3.85, b*10.05	L*50.41, a*10.28, b*25.92

En complemento a la intención principal de este proyecto, que es el diseño de una pieza de mobiliario, se decide desarrollar una imagen gráfica que vaya de acorde al concepto del mismo y que comunique rápidamente la esencia del producto.

El proceso creativo de la marca inició queriendo obtener un nombre que evocara la función del producto, y la vez obtener un símbolo que hiciera referencia a esa palabra.

Luego de varias versiones y propuestas se selecciona y desarrolla una que contuviera tanto un elemento que se pudiese leer y otro que no (pictográfico o símbolo), contando así con dos opciones en una para representar la marca. Este tipo de representación gráfica de marca es llamada **imagotipo**.

Es así que nace **PAUZA**. Su nombre evidencia la finalidad primordial de este producto: el descanso. Por otro lado el símbolo, además de contener el signo de universal de pausa, hace alegoría a la misma pieza de mobiliario vista en elevación frontal o posterior, y adicionándole la forma en U debajo se obtiene el signo de "cara sonriente", con el cual se comunica bienestar.

Vale la pena destacar el cambio de S por Z en la palabra, que al mismo tiempo que dota al nombre de singularidad también sirve para hacer referencia al acto de dormir tan presente en el producto, colocándole una z adicional y decorativa sobre la letra.

Se mantiene la elección de color en un matiz neutro para que cualquier versión del producto pueda convivir estéticamente con la imagen gráfica.

SÍMBOLO DE SUEÑO



PAUZA

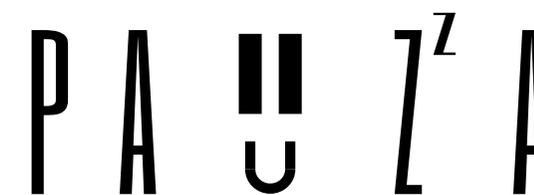
SÍMBOLO = PAUSA CARA SONRIENTE BIENESTAR

COLOR



TIPOGRAFÍA

SIX CAPS



RESULTADOS 4 - 10

PRIVACIDAD & CONFORT ACÚSTICO

Telas ajustables que permiten varios niveles de privacidad y reclusión al usuario; cuidándolos a su vez del ruido y temperaturas que puedan afectar su confort, mediante el uso de fieltro de cañamo dentro de las telas y malla en ciertos puntos, que permite circular aire dentro de la capucha que al ser de madera no absorbe el calor y brinda un ambiente acogedor.

ERGONOMÍA ADAPTABLE

Asiento que permite la incorporación de personas desde 18 hasta 65 años gracias a su medidas que responden al promedio para estas edades. Propicia también el fácil acceso y evita el quedar atrapado a la hora de querer ponerse de pie gracias a su colchoneta de sólo 2cm de espesor y material no resbaladizo. Por último su capacidad de reclinación del respaldo y pieza resorte debajo de la zona de las piernas facilita el ajuste del mismo dependiendo de la necesidad del usuario.

FORMA ACOGEDORA & PRÁCTICA

Líneas curvas y sinuosas que se adaptan a la ergonomía relax del cuerpo, brindando la comodidad de sentirse dentro de un balance entre lo seguro y lo vulnerable al momento de realizar una siesta; potenciando al mismo tiempo la practicidad y movilidad del mueble gracias a sus zonas de compartimentos.

PESO LIGERO

Uso de materiales resistentes pero a la vez ligeros que permiten facilidad de levante desde la zona inferior y arrastre mediante ruedas del asiento, propiciando su movilidad y transporte.





- ≥ MATERIALES RESISTENTES A LA INTERPERIE
- ≥ PLEGABLE & TRANSPORTABLE
- ≥ PUERTO USB, FUENTE DE LUZ LED
- ≥ ZONAS DE ALMACENAJE
- ≥ TELA TRANSPIRABLE EN ZONA SUPERIOR
- ≥ INCLINACIÓN DEL ESPALDAR REGULABLE



DIFERENTES NIVELES DE PRIVACIDAD



Foto por Jan Kahane en Shutterstock



Foto: Alejandro Herrero

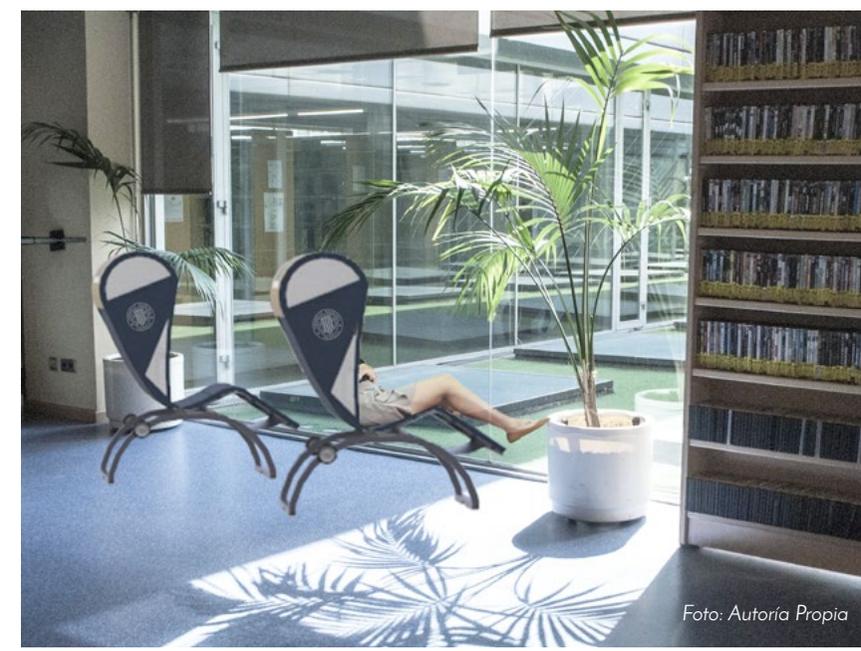


Foto: Autoría Propia

Soluciones para el descanso no convencional:
Diseño de una pieza de mobiliario de uso colectivo.

CONCLUSIONES

05

Tras la presente propuesta de una pieza de mobiliario de uso colectivo par el descanso no convencional, como tema central de esta tesina, se llegan a las siguiente conclusiones:

En la actualidad, a diferencia de épocas pasadas, es cada vez más usual el pasar la mayoría del día fuera de la casa, por lo que mantenerse productivo, alerta y energético requiere de **soluciones efectivas y prácticas que permitan el descanso fuera del espacio habitual destinado para el mismo.**

Existen desde siempre muchos productos que buscan brindar una solución de descanso fuera de lo que es la cama (*chaise longue, hamaca, sillón reclinable*) sin embargo es fuera de este ámbito usual que se ha abierto un nicho en el cuál el usuario demanda muebles que brinde un descanso no importa donde se esté.

Aunque este nuevo nicho de mercado para muebles de descanso poco convencionales posee ya amplias ofertas, se detectó que todos tenían pros y contras pero **ninguna propuesta combinaba todos los pros ni solucionaba los contra**, proponiéndose de esta manera un productos que respondiera a éste análisis.

Se ha detectado que una siesta rápida de 20-30 min es suficiente para recobrar el nivel de energía a lo largo del día¹, y que no afecta con las horas nocturnas de sueño. Por lo que **el mobiliario destinado a estos fines puede ser aprovechado varias veces al día, por varias personas, brindándose para ser destinado a un uso colectivo en espacios semi-privados y/o públicos.**

Dentro del nicho del mueble de descanso no convencional no existe un producto que combine movilidad, forma y construcción sencilla, modularidad; que incite a la comunión y a la vez brinde reclusión si así se dese, ni que su diseño incite a un tiempo de uso moderado ni con valores añadidos como la multifunción, identidad, promoción, etc. Premisas a las cuáles responde el diseño de producto propuesto.

Gracias a las características de este nuevo producto se hace potencialmente interesante el **ser utilizado en el espacio público regulado, donde las personas suelen pasar largas horas reclusas y donde suelen padecer de agotamiento**, como por ejemplo: *resintos universitarios, aeropuertos, oficinas, centros comerciales, etc.*

¹ Faraut, B., Andriillon, T., Vecchierini, M. and Leger, D. (2017). Napping: A public health issue. From epidemiological to laboratory studies. *Sleep Medicine Reviews*, 35, pp.85-100.

A

Anderson, D. (2014). *La enseñanza de la historia del diseño de muebles, reconsiderada*.

Alonso López, F. (2002). *Plan de accesibilidad "ACCEPLAN", 2003-2010*. [Bellaterra: Institut Universitari d'Estudis Europeus].

B

Bijlsma, J., Calle, V., Cheng, L., De La Rosa, M., Lozano, A., Moreno, C. and Patín, M. (2017). *Memoria Final. INVESTIGACIÓN DE MERCADOS Y USUARIOS*. Valencia: Profesor Manuel Lecuona.

Bestliftchair.angelfire.com. (2017). *The History of the Chaise Longue*. [online] Disponible en: <http://bestliftchair.angelfire.com/thehistoryofthechaiselongue/> [Accesado el 4 Sep. 2017].

Blog Camping. (2014). *La tienda de campaña en la antigüedad*. [online] Disponible en: <https://www.blogcamping.com/la-tienda-de-campana-en-la-antigüedad/> [Accesado el 12 Sep. 2017].

C

Casado D'Amato, P., Revert Carreres, C., Sales Vivó, V. & Veral Borja, S. (2016). *Office Trends. Tendencias en oficinas y espacios de trabajo*. 1era. ed. Comunidad Valenciana: Observatorio de Tendencias del Hábitat. Ceron, C. (2009).

Conducta espacial humana. [online] Para los alumnos. Disponible en: <https://cyntiaceron.wordpress.com/2009/10/19/conducta-espacial-humana/> [Accesado el 18 Sep. 2017].

E

Echavarría M, P. and Mostaedi, A. (2006). *Arquitectura portátil*. [Barcelona]: Structure.

Endick, M. (n.d.). *The Humble Daybed Has A Storied History*. [online] Streetdirectory.com. Disponible en: <http://www.streetdirectory.com/etoday/the-humble-daybed-has-a-storied-history-eljajw.html> [Accesado el 8 Sep. 2017].

Ecured.cu. (n.d.). *Hamaca - EcuRed*. [online] Disponible en: <https://www.ecured.cu/Hamaca> [Accesado el 12 Sep. 2017].

F

Furniturestyles.net. (2004). *Medieval Furniture, Home Decor Styles in Medieval Times*. [online] Disponible en: <http://www.furniturestyles.net/medieval/> [Accesado el 11 Agosto 2017].

Feduchi, L. (2001). *Historia del mueble*. Barcelona: Leopold Blume.

Faraut, B., Andrillon, T., Vecchierini, M. and Leger, D. (2017). *Napping: A public health issue. From epidemiological to laboratory studies*. *Sleep Medicine Reviews*, 35, pp.85-100.

Fuentes Freixanet, V. (n.d.). *Arquitectura Bioclimática*. [ebook] Azcapotzalco, México: Universidad Autónoma Metropolitana-Azcapotzalco. División de Ciencias y Artes para el Diseño. Departamento del Medio Ambiente, pp.59-74. Disponible en: <https://es.scribd.com/doc/102028439/Arquitectura-Bioclimatica-Victor-Armando-Fuentes-Freixanet#> [Accesado el 19 Sep. 2017].

Fernández García, F. (1994). *Clima y confortabilidad humana*.

Aspectos metodológicos. 4ta. ed. [ebook] Serie Geográfica, pp.109-125. Disponible en: <http://www.divulgameteo.es/fotos/meteoroteca/Clima-Confortabilidad.pdf> [Accesado el 19 Sep. 2017].

G

García, C. and Page, A. (1992). *Guía de recomendaciones para el diseño de mobiliario ergonómico*. Valencia: Instituto de Biomecánica de Valencia.

Gálvez, H. (2018). *Aislamientos Naturales I: Productos industriales de cáñamo | mimbrea*. [online] Mimbrea.com. Disponible en: <http://www.mimbrea.com/aislanientos-naturales-i-productos-industriales-de-canamo/> [Accesado el 22 Abril 2018].

H

Honoré, C. and Fibla, J. (2014). *Elogio de la lentitud*. Barcelona: RBA Revistas.

L

Lucie-Smith, E. (1998). *Breve historia del mueble*. Barcelona: Ediciones Destino.

Lecuona López, M. (1998). *Las tendencias del mueble en la década de los '90*. 3rd ed. Valencia, España: Departamento de Publicaciones Universidad Politécnica de Valencia.

Lecuona, M. (2010). *domovisión 2005-2010 - Corrientes de la evolución del ambiente de vida*. Valencia, España, p.1.

Libro 11 - *Tableros Contrachapados*. (n.d.). [ebook] CSCAE, pp.60-69. Disponible en: http://www.cscae.com/area_tecnica/aitim/actividades/act_paginas/libro/11%20Tableros%20contrachapados.pdf [Accesado e 22 Abril 2018].

M

Milton, A. and Rodgers, P. (2013). *Métodos de investigación para el diseño de producto*. Barcelona: Blume.

McManus, B. (2006). *Triclinium*. [online] Vroma.org. Disponible en: <http://www.vroma.org/~bmcmanus/triclinium.html> [Accesado el 9 Agosto 2017].

Mehlhose, A., Wellner, M. and Albus, V. (2009). *El mueble moderno, 150 años de diseño*. Königswinter: H.f.ullmann.

MENDELSON, M. (2013). *A Short History of the Fainting Couch*. [online] Nytimes.com. Disponible en: <http://www.nytimes.com/interactive/2013/10/20/magazine/key-short-history-fainting-couch.html?mcubz=0> [Accesado el 8 Sep. 2017].

Mar, V. (2015). *Breve historia del origen de la hamaca*. [online] Vistaalmar.es. Disponible en: <https://www.vistaalmar.es/ciencia-tecnologia/historia/4845-breve-historia-del-origen-de-la-hamaca.html> [Accesado el 12 Sep. 2017].

Mednick, S. (2013). *Give it up for the down state -- sleep* | Sara Mednick | TEDxUCRSalon. [video] Disponible en: <https://www.youtube.com/watch?v=MklZjprP5FO&t=846s> [Accesado el 13 Sep. 2017].

Moser, G. (2014). *Psicología ambiental*. Bogotá: Ecoe Ediciones.

Morris, R. (2014). *Fundamentos del diseño de productos*. Barcelona: Parramón, Arts & Design.

O

Ortolá, S. (2009). *Manual del Aluminio y sus Aleaciones*. [online] *Ingeniería de Materiales*. Disponible en: <https://ingenieriademateriales.wordpress.com/2009/04/17/manual-del-aluminio-y-sus-aleaciones/> [Accesado el 22 Abril 2018].

P

Proshansky, H., Ittelson, W. and Rivlin, L. (1978). *Psicología Ambiental - El hombre y su entorno físico*. México: Editorial Trillas.

R

Raymond, M. (2010). *Tendencias - Qué son, cómo identificarlas, en qué fijarnos*. Barcelona: Promopress.

S

Stead, M. (1998). *La Vida en el antiguo Egipto*. Tres Cantos: Akal, p.14.

Storck, J. (2017). *Duchesse - J. Justin Storck*. [online] *Justinstorck.free.fr*. Disponible en: <http://justinstorck.free.fr/d/duchesse.php> [Accesado el 7 Sep. 2017].

Sedghi, S. (2015). *Time Travel: The History of Tents*. [online] *pastemagazine.com*. Disponible en: <https://www.pastemagazine.com/articles/2015/08/time-travel-the-intense-history-of-tents.html> [Accesado el 12 Sep. 2017].

Startzman, E. (2014). *A Brief History of Sleeping Bags*. [online] *fzine articles*. Disponible en: <http://ezinearticles.com/?A-Brief-History-of-Sleeping-Bags&id=8266462> [Accesado 12 Sep. 2017].

Solana Martínez, L. (2011). *La percepción del confort. Análisis de los parámetros de diseño y ambientales mediante Ingeniería Kansei: Aplicación a la biblioteca de Ingeniería del Diseño (UPV)*. PFG Científico-Técnico. Universidad Politécnica de Valencia.

Sanjuan Sánchez, E. (n.d.). *Conceptos básicos de luminotecnia*.

T

Tasma-Anargyros, S., Loeb, F., Laizé, G. and Sagaru, L. (1998). *What if we put the clocks back to zero?*. Besançon: Editions de l'Imprimeur.

Telefuturo.com.py. (2016). *Conocé la historia de la Hamaca*. [online] Disponible en: <http://telefuturo.com.py/noticia/18746-Conoc%C3%A9-la-historia-de-la-Hamaca> [Accesado el 12 Sep. 2017].

Textify. (2018). *Hidrófugo*. [online] Disponible en: <https://textilfy.es/nuestras-telas/hidrofugo/> [Accesado el 8 Abril 2018].

V

Vigo, M. (n.d.). *Propuestas para el Diseño Urbano Bioambiental en Zonas Cálidas Semiáridas. Caso Área del Gran Catamarca*. [ebook] *Catamarca: Universidad Nacional de Catamarca Secretaría de Ciencia y Tecnología - Editorial Científica Universitaria*. Disponible en: <http://www.editorial.unca.edu.ar/Publicacione%20on%20line/DIGITESIS/marta%20vigo/pdf/1.2conforthumano.pdf> [Accesado el 22 Sep. 2017].

W

wiseGEEK. (2017). *What is a Fainting Couch? (with pictures)*. [online] Disponible en: <http://www.wisegeek.com/what-is-a-fainting-couch.htm> [Accesado el 5 Sep. 2017].

Web.archive.org. (2008). *CARPAS*. [online] Disponible en:

<http://web.archive.org/web/20100813205744/http://www.scoutsdelay.com.ar:80/carpas.htm> [Accesado el 12 Sep. 2017].

WEBS

www.powerfilmsolar.com
www.solidrop.net
www.ikea.com
www.espumaamedida.com
www.naisa.es
www.wholesaler.alibaba.com
www.maderasplanells.com
www.esteba.com
www.mimbrea.com
www.cannabric.com
www.apypsa.com
www.corporaciontextilea.com
www.leroymerlin.es
www.mwmaterialsworld.com
www.amazon.es
www.autosolar.es
www.timberdesignandtechnology.com
www.efectoled.com
www.nersolar.es
www.ruedasindustrialespoveda.com

PLANIMETRÍA

PLANO 1 . PLANO DE CONJUNTO

PLANO 2 . VISTA SUPERIOR

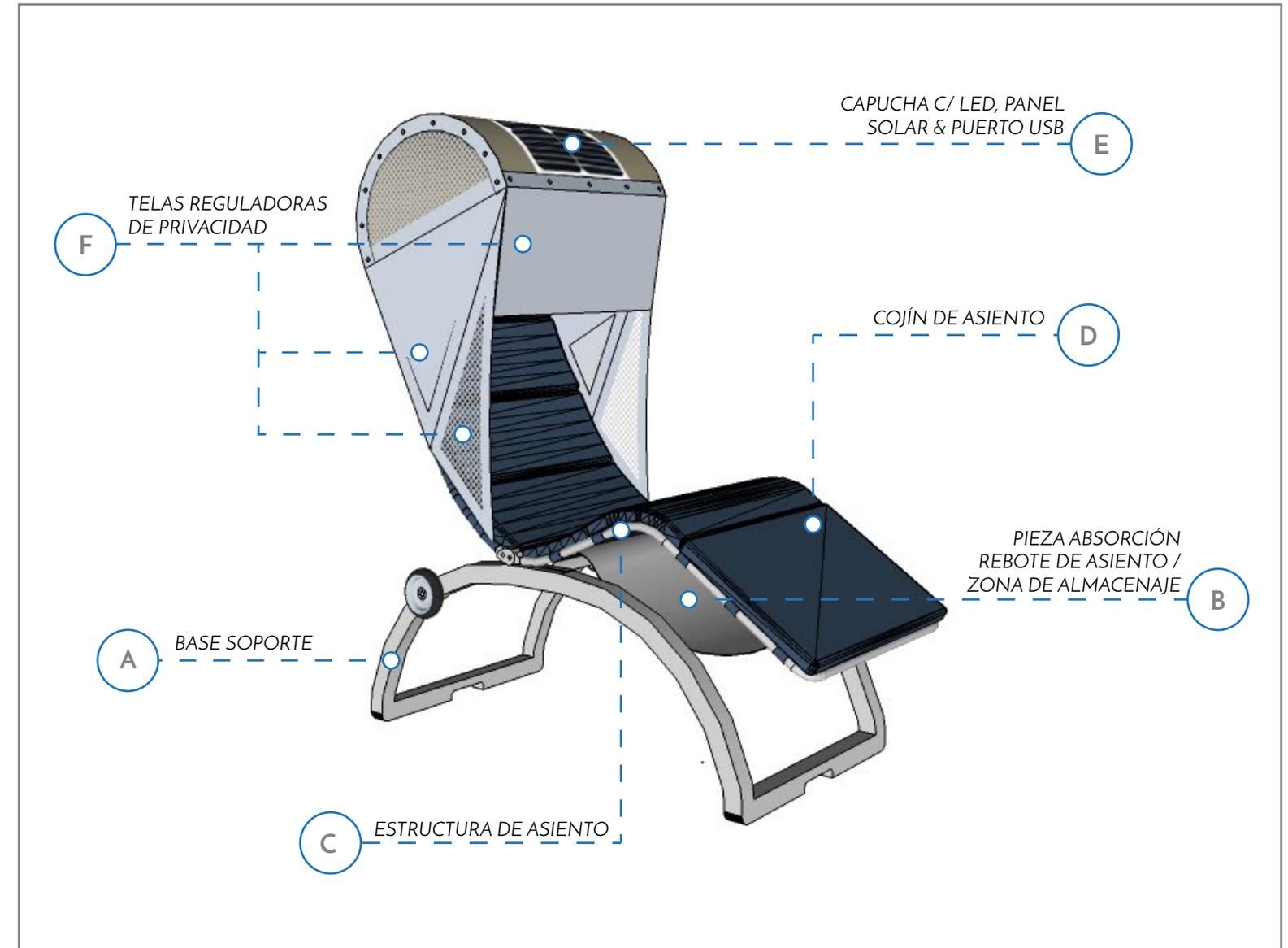
PLANO 3 . ELEVACION POSTERIOR & ELEVACIÓN FRONTAL

PLANO 4 . ELEVACION LATERAL DERECHA E IZQUIERDA

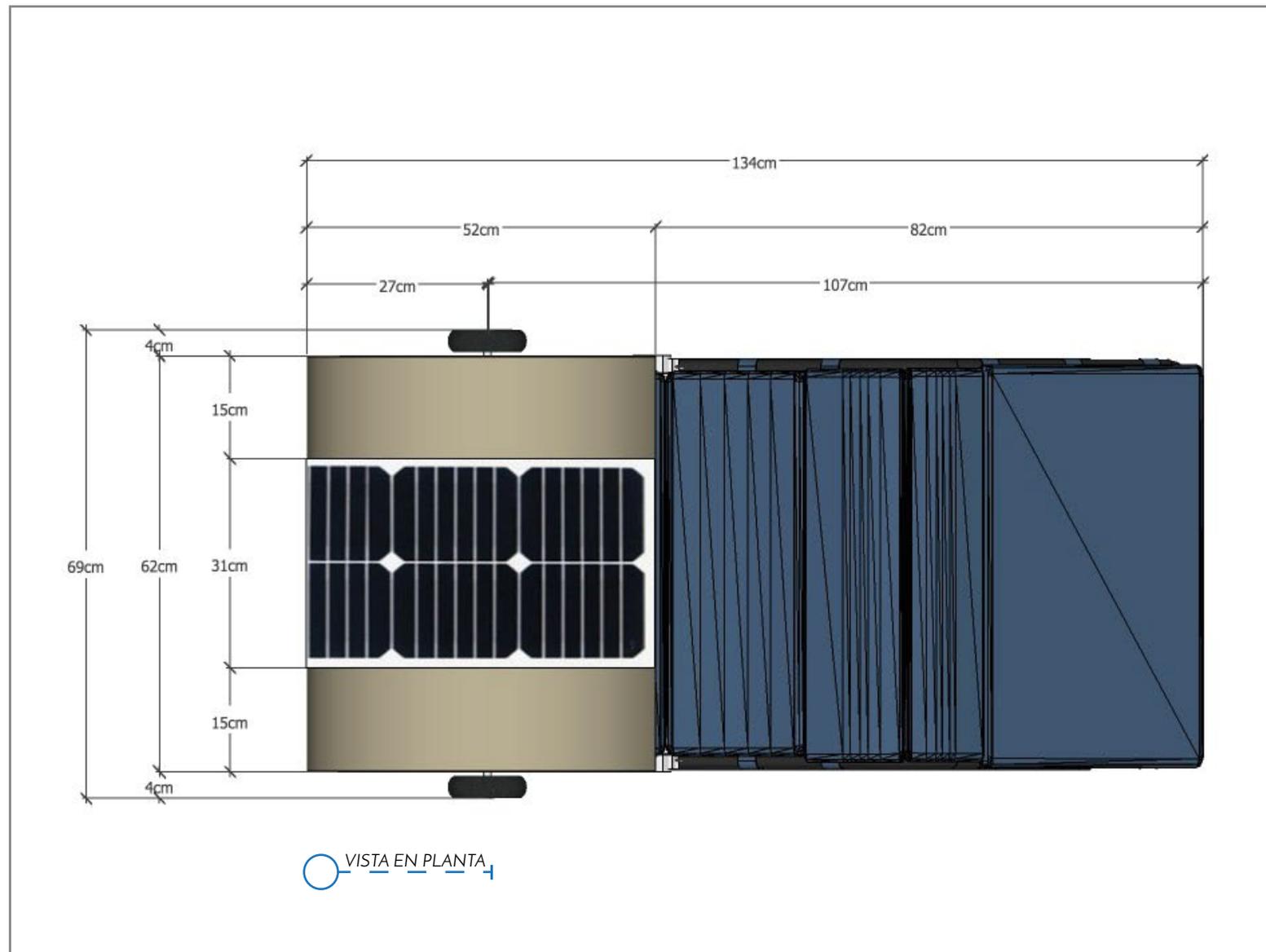
PLANO 5 . DETALLES CONSTRUCTIVOS

- Detalle A: Base Soporte
- Detalle A': Base Soporte
- Detalle B: Pieza Absorción de Rebote de Asiento / Zona de Almacenaje
- Detalle C: Estructura de Asiento
- Detalle D: Cojín de Asiento
- Detalle E: Capucha c/ LED, Panel Solar & Puerto USB
- Detalle F: Telas Reguladoras de Privacidad

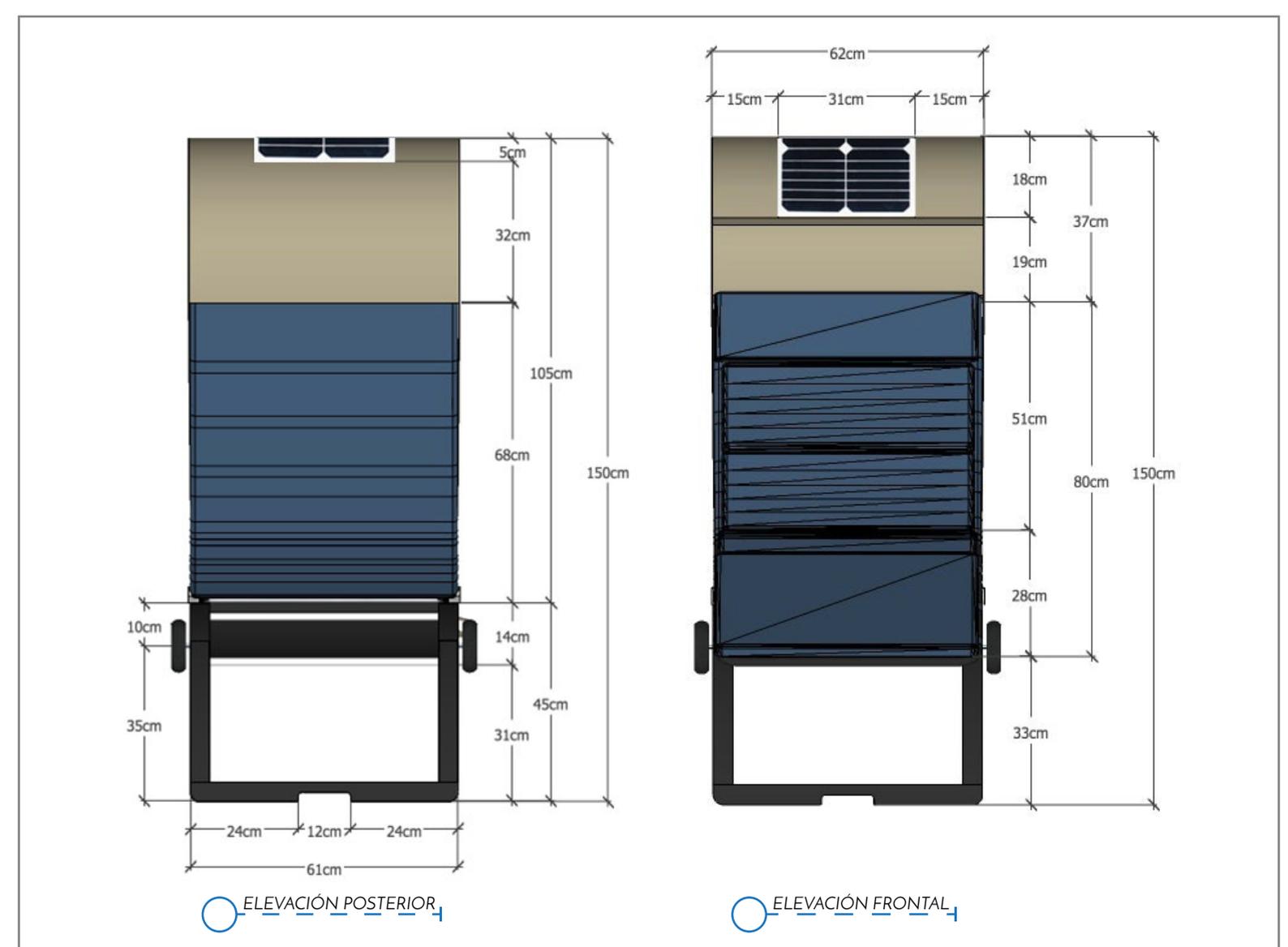
PROCESO DE DISEÑO



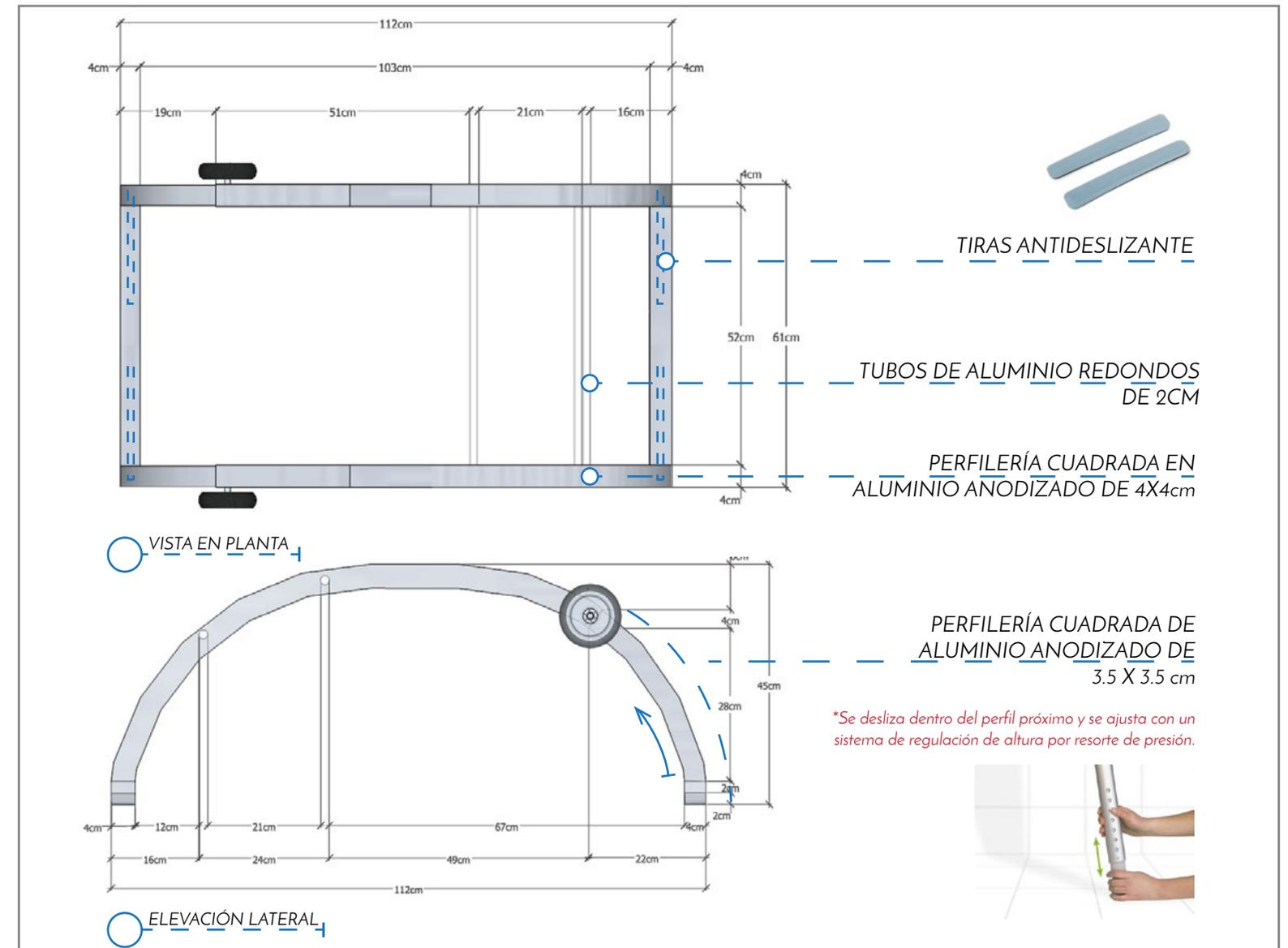
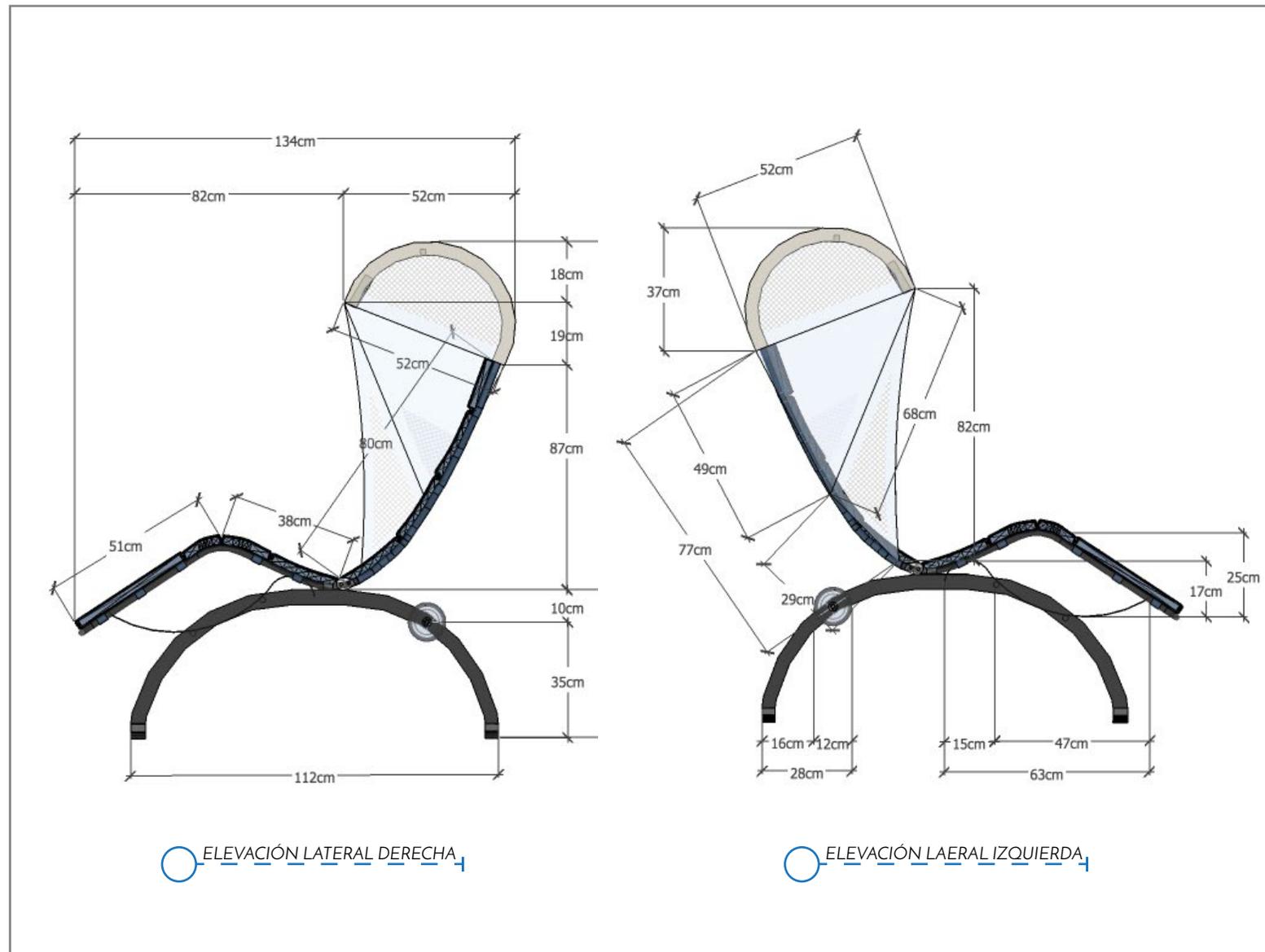
	FECHA	Nombre	Título
Dibujo	13/5/2018	Marlene García Sosa	SOLUCIONES PARA EL DESCANSO NO CONVENCIONAL: DISEÑO DE UNA PIEZA DE MOBILIARIO DE USO COLECTIVO.
Comprobado		Prof. José Luis Higón	
 	Designación		Escala
	PLANO DE CONJUNTO		N/A
			Unidades
			cm
		Año de creación	# de plano
		2018	1
		Formato	
		9x9 pulgadas	



	FECHA	Nombre	Título
Dibujo	13/5/2018	Marlene García Sosa	SOLUCIONES PARA EL DESCANSO NO CONVENCIONAL: DISEÑO DE UNA PIEZA DE MOBILIARIO DE USO COLECTIVO.
Comprobado		Prof. José Luis Higón	
 	Designación		Escala
	VISTA SUPERIOR		N/A
			Unidades
			cm
Año de creación		2018	Formato
			9x9 pulgadas
			# de plano
			2



	FECHA	Nombre	Título
Dibujo	13/5/2018	Marlene García Sosa	SOLUCIONES PARA EL DESCANSO NO CONVENCIONAL: DISEÑO DE UNA PIEZA DE MOBILIARIO DE USO COLECTIVO.
Comprobado		Prof. José Luis Higón	
 	Designación		Escala
	ELEVACIÓN POSTERIOR & ELEVACIÓN FRONTAL		N/A
			Unidades
			cm
Año de creación		2018	Formato
			9x9 pulgadas
			# de plano
			3



	FECHA	Nombre	Título
Dibujo	13/5/2018	Marlene García Sosa	SOLUCIONES PARA EL DESCANSO NO CONVENCIONAL: DISEÑO DE UNA PIEZA DE MOBILIARIO DE USO COLECTIVO.
Comprobado		Prof. José Luis Higón	

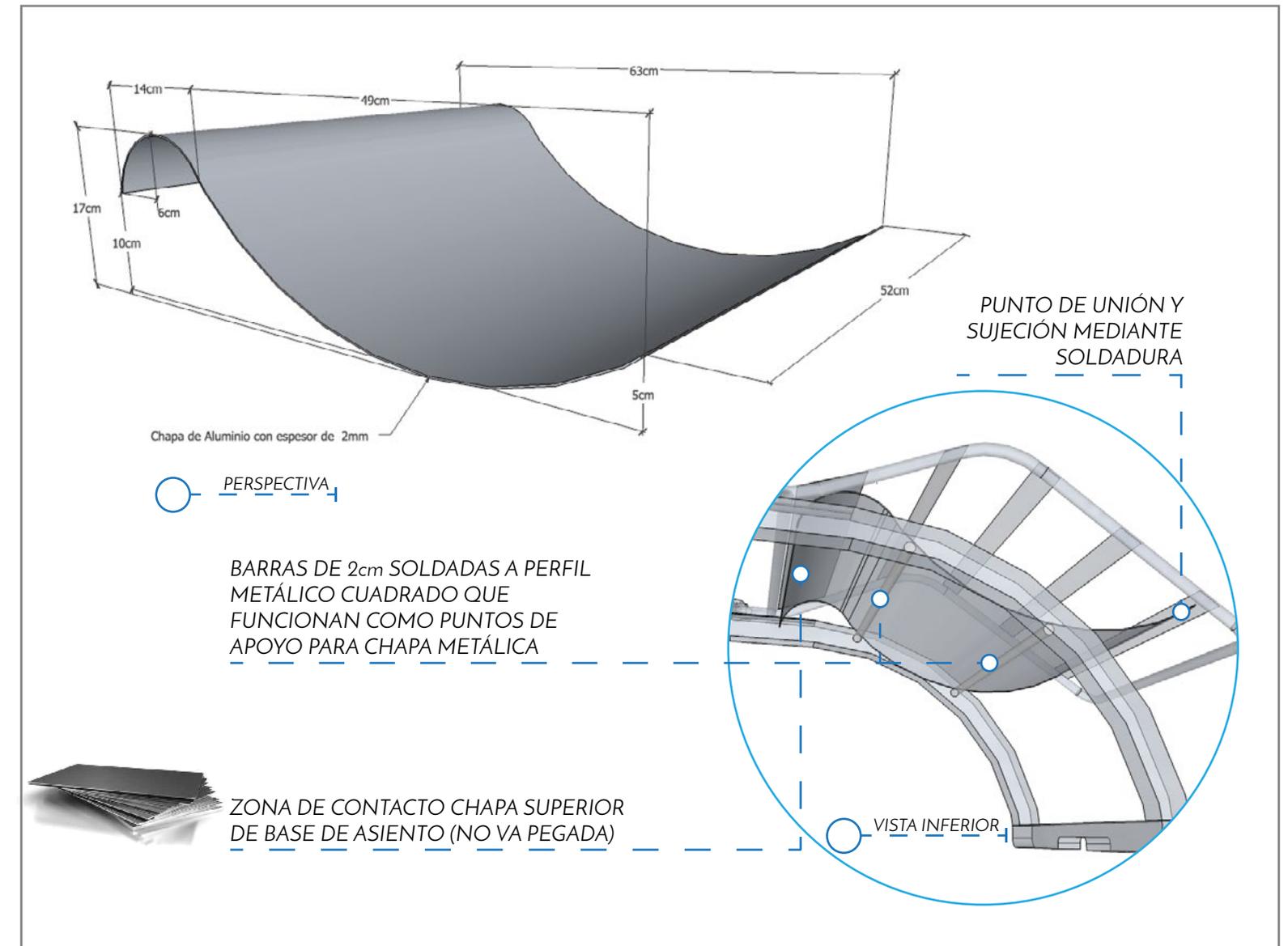
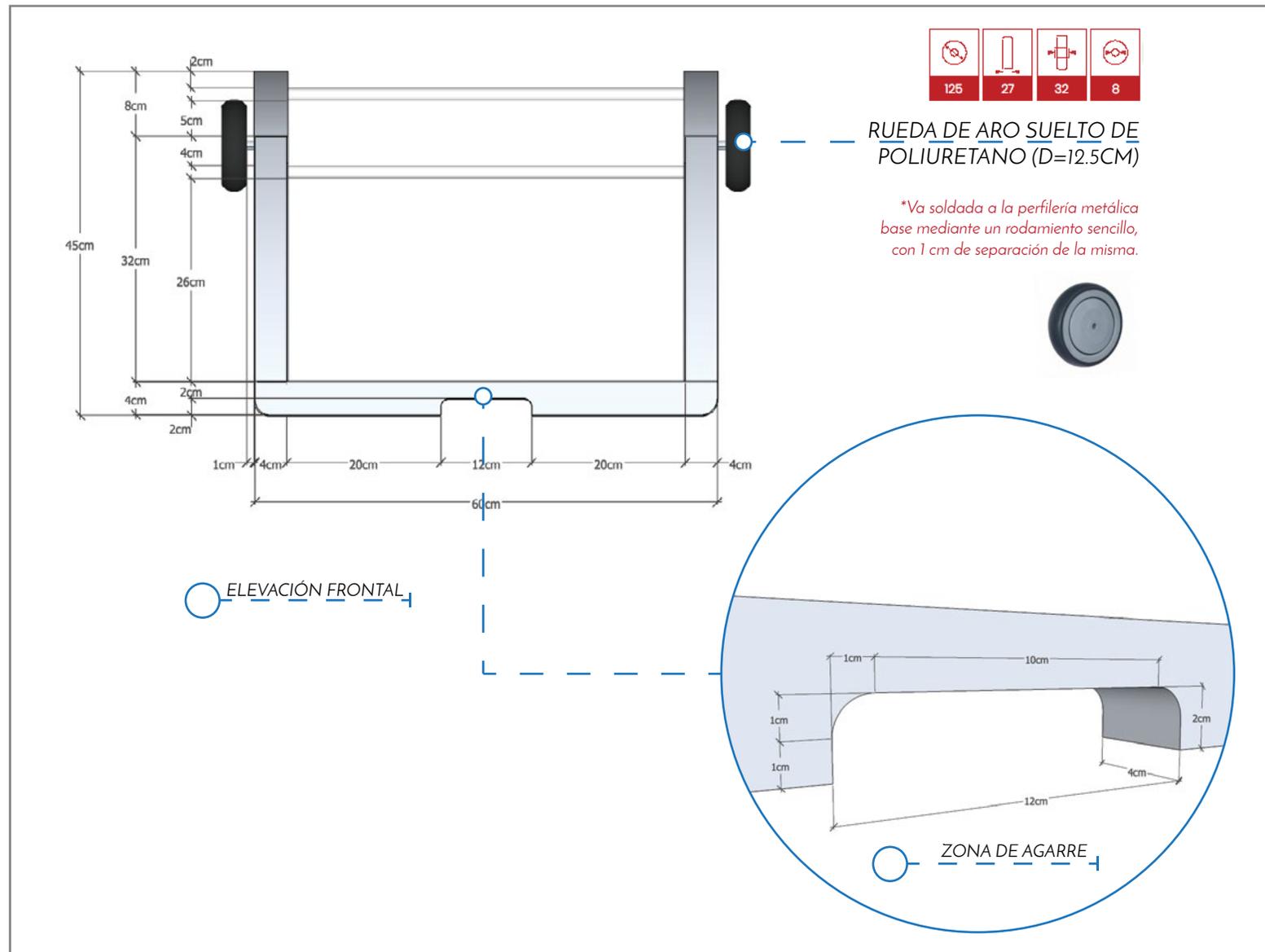
	FECHA	Nombre	Título
Dibujo	13/5/2018	Marlene García Sosa	SOLUCIONES PARA EL DESCANSO NO CONVENCIONAL: DISEÑO DE UNA PIEZA DE MOBILIARIO DE USO COLECTIVO.
Comprobado		Prof. José Luis Higón	



Designación	Escala
ELEVACIÓN LATERAL DERECHA & IZQUIERDA	N/A
	cm
Año de creación	# de plano
2018	4
Formato	
9x9 pulgadas	



Designación	Escala
DETALLE A: BASE SOPORTE	N/A
	cm
Año de creación	# de plano
2018	5
Formato	
9x9 pulgadas	



	FECHA	Nombre	Título
Dibujo	13/5/2018	Marlene García Sosa	SOLUCIONES PARA EL DESCANSO NO CONVENCIONAL: DISEÑO DE UNA PIEZA DE MOBILIARIO DE USO COLECTIVO.
Comprobado		Prof. José Luis Higón	

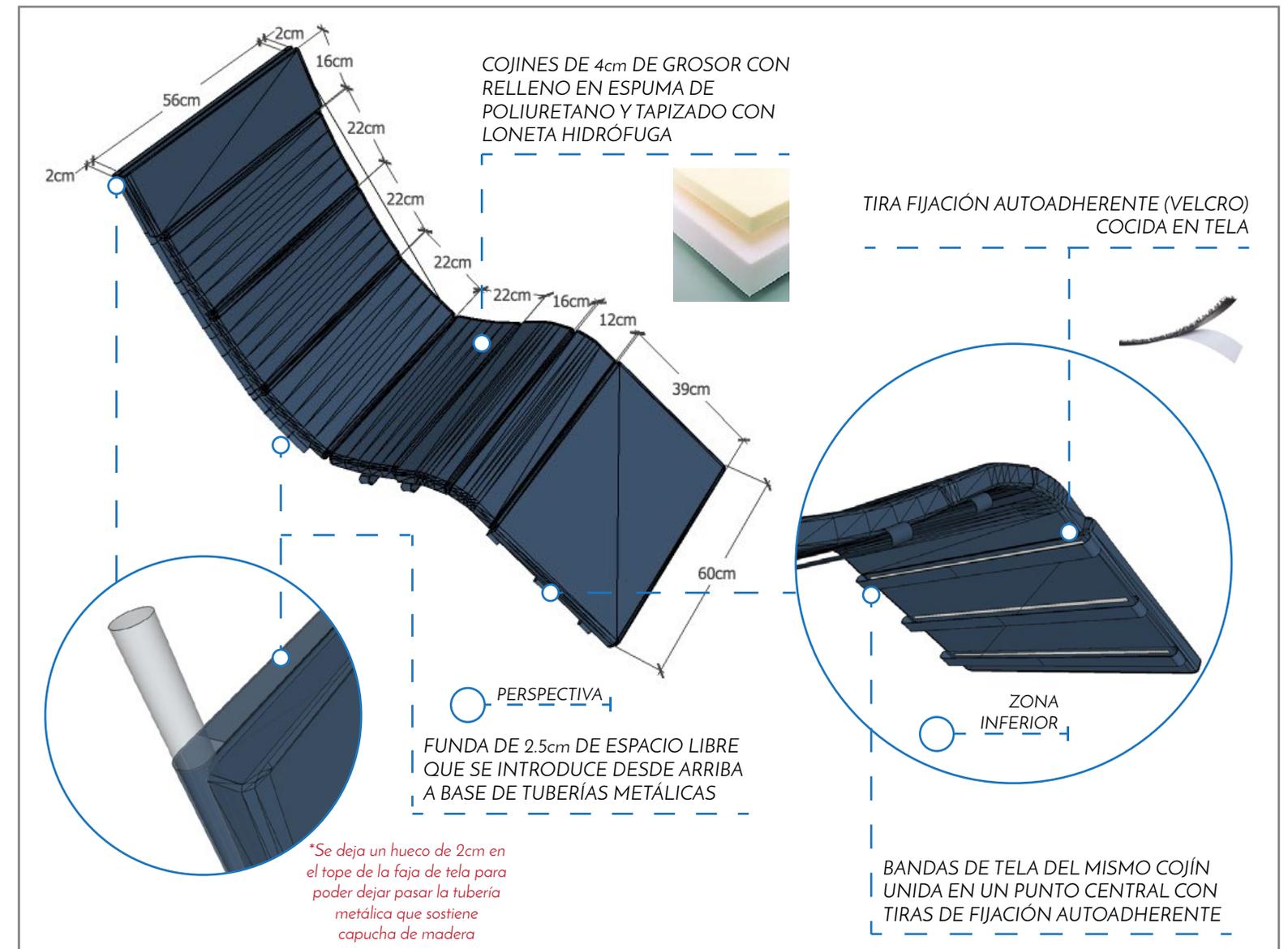
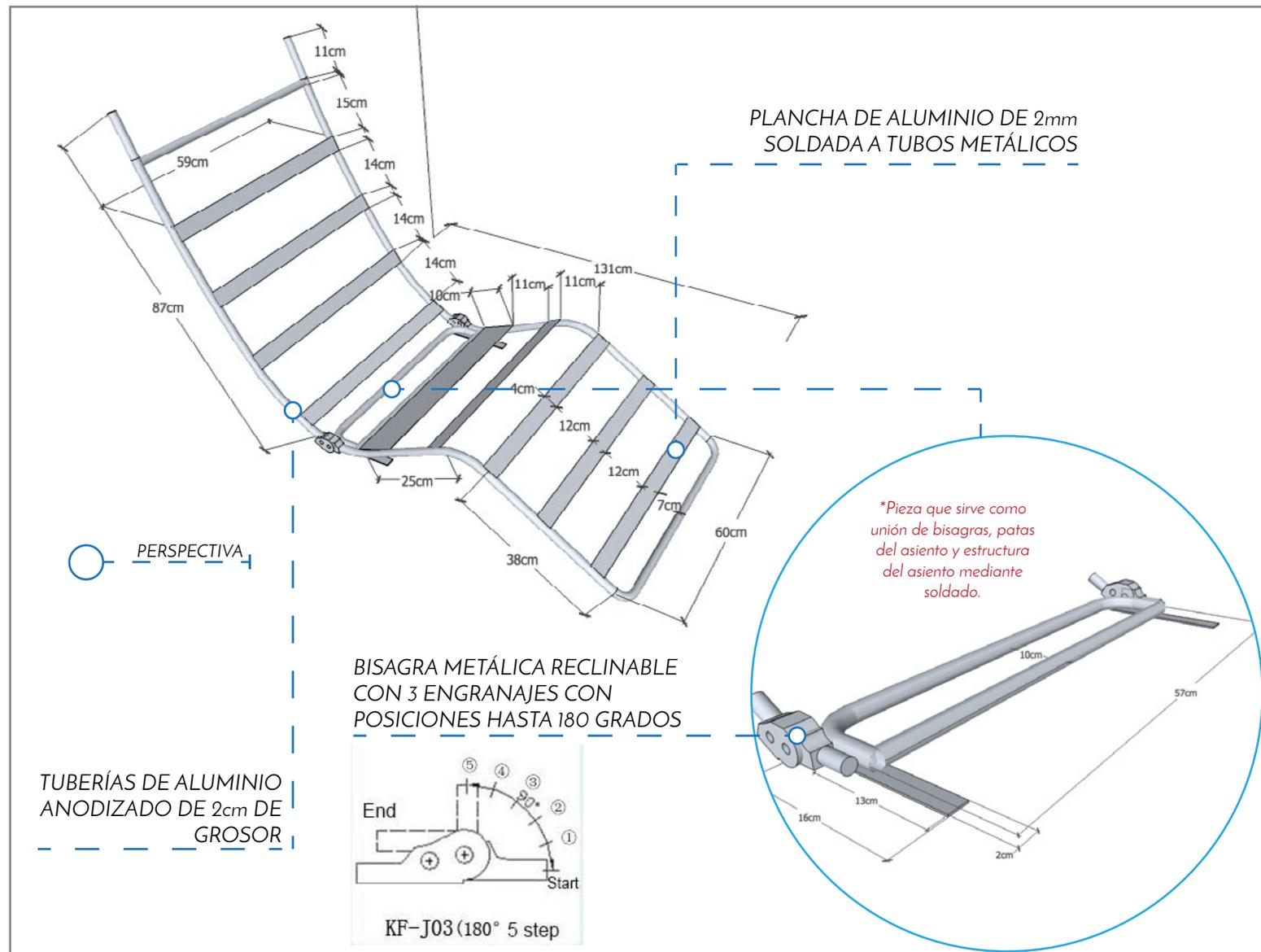
	FECHA	Nombre	Título
Dibujo	13/5/2018	Marlene García Sosa	SOLUCIONES PARA EL DESCANSO NO CONVENCIONAL: DISEÑO DE UNA PIEZA DE MOBILIARIO DE USO COLECTIVO.
Comprobado		Prof. José Luis Higón	



Designación	Escala
DETALLE A: BASE SOPORTE	N/A
	Unidades cm
Año de creación	# de plano
2018	6
Formato	
9x9 pulgadas	



Designación	Escala
DETALLE B: PIEZA ABSORCIÓN REBOTE DE ASIENTO / ZONA DE ALMACENAJE	N/A
	Unidades cm
Año de creación	# de plano
2018	7
Formato	
9x9 pulgadas	



	FECHA	Nombre	Título
Dibujo	13/5/2018	Marlene García Sosa	SOLUCIONES PARA EL DESCANSO NO CONVENCIONAL: DISEÑO DE UNA PIEZA DE MOBILIARIO DE USO COLECTIVO.
Comprobado		Prof. José Luis Higón	

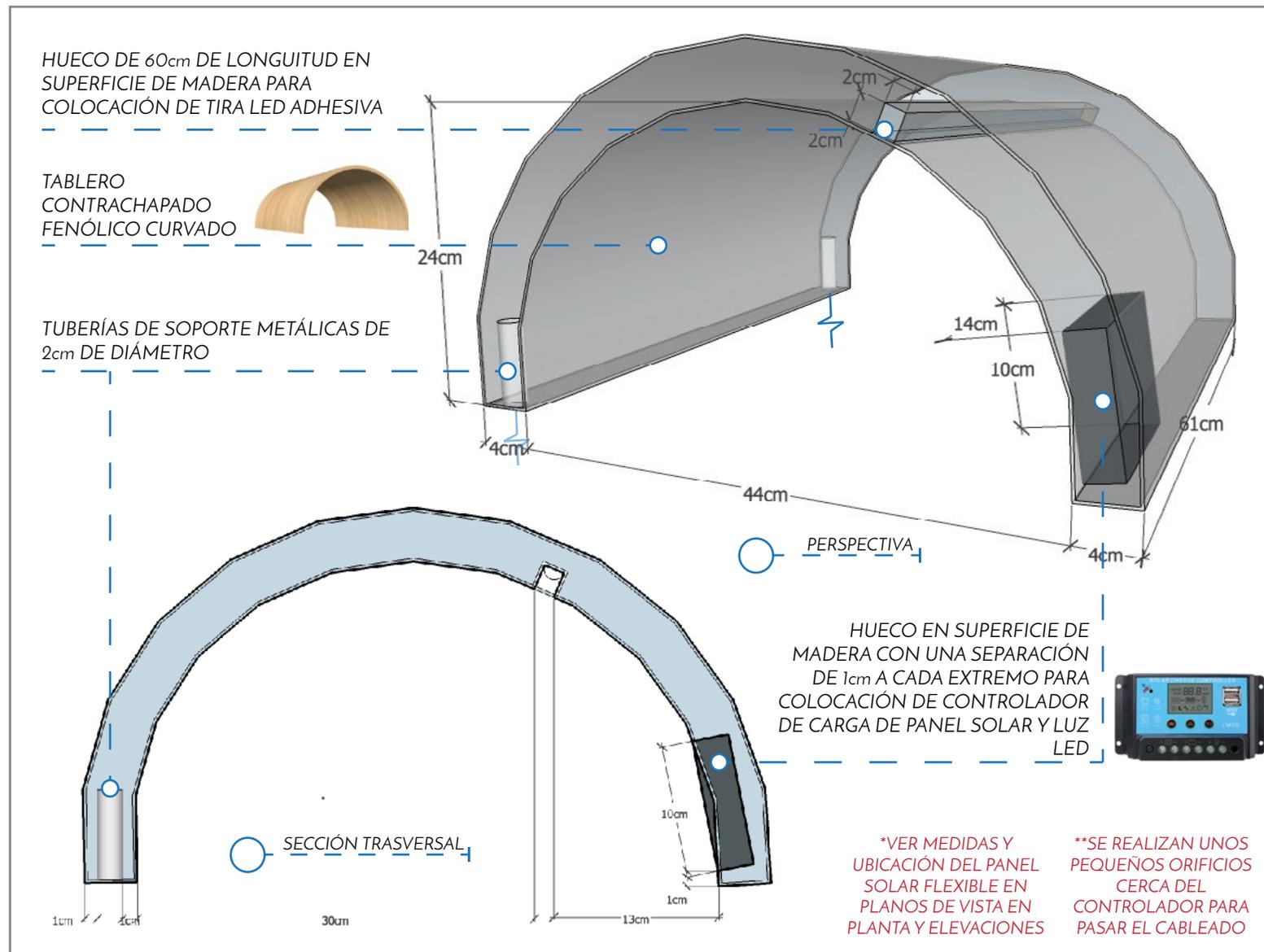
	FECHA	Nombre	Título
Dibujo	13/5/2018	Marlene García Sosa	SOLUCIONES PARA EL DESCANSO NO CONVENCIONAL: DISEÑO DE UNA PIEZA DE MOBILIARIO DE USO COLECTIVO.
Comprobado		Prof. José Luis Higón	



Designación	Escala
DETALLE C: ESTRUCTURA DE ASIENTO	N/A
	cm
Año de creación	# de plano
2018	8
Formato	
9x9 pulgadas	



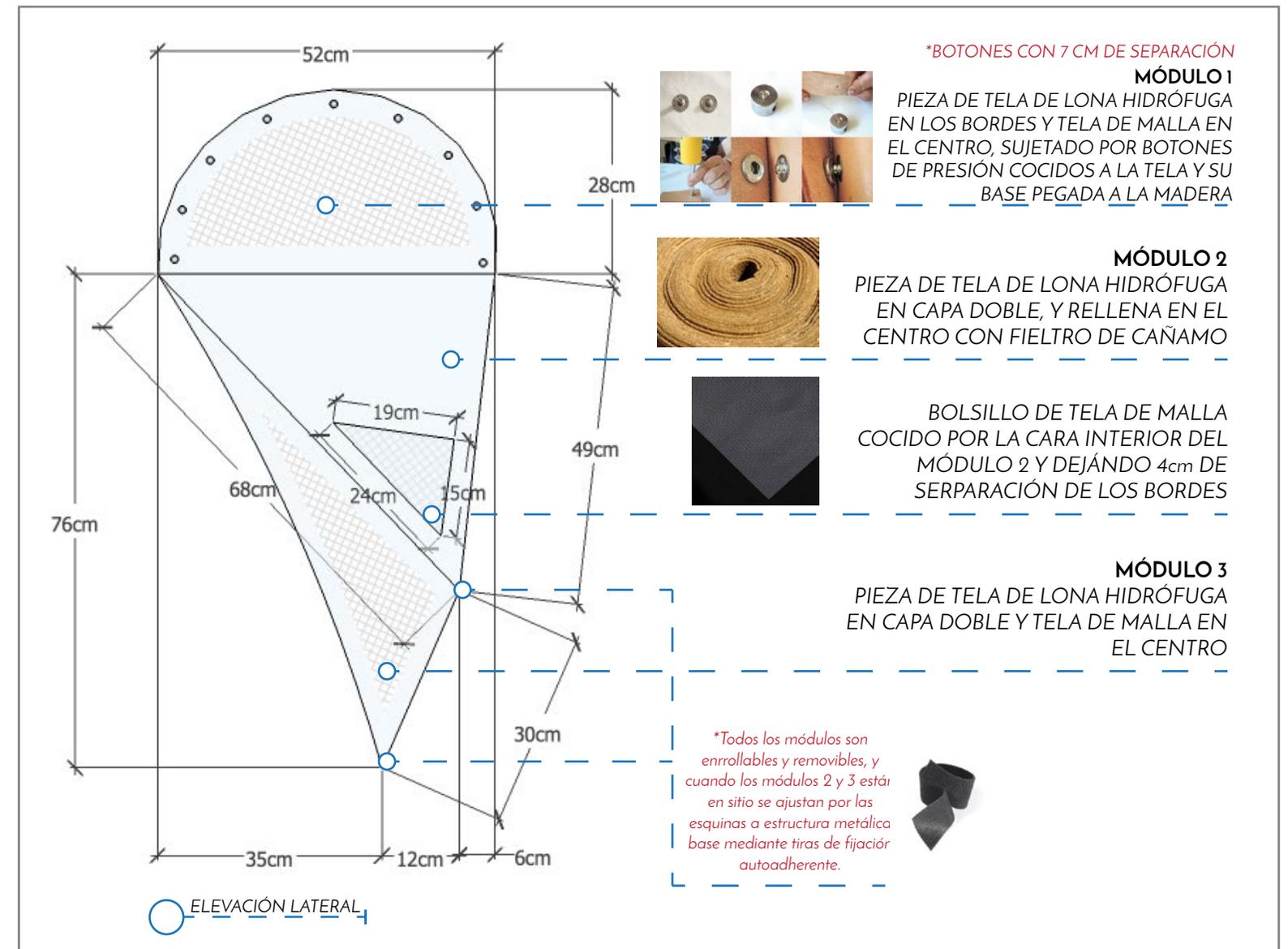
Designación	Escala
DETALLE D: COJÍN DE ASIENTO	N/A
	cm
Año de creación	# de plano
2018	9
Formato	
9x9 pulgadas	



	FECHA	Nombre	Título
Dibujo	13/5/2018	Marlene García Sosa	SOLUCIONES PARA EL DESCANSO NO CONVENCIONAL: DISEÑO DE UNA PIEZA DE MOBILIARIO DE USO COLECTIVO.
Comprobado		Prof. José Luis Higón	



Designación	Escala
DETALLE E: CAPUCHA C/ LED, PANEL SOLAR & PUERTO USB	N/A
	Unidades cm
Año de creación	# de plano
2018	10
Formato	
9x9 pulgadas	



	FECHA	Nombre	Título
Dibujo	13/5/2018	Marlene García Sosa	SOLUCIONES PARA EL DESCANSO NO CONVENCIONAL: DISEÑO DE UNA PIEZA DE MOBILIARIO DE USO COLECTIVO.
Comprobado		Prof. José Luis Higón	



Designación	Escala
DETALLE F: TELAS REGULADORAS DE PRIVACIDAD	N/A
	Unidades cm
Año de creación	# de plano
2018	11
Formato	
9x9 pulgadas	

*BOTONES CON 13 CM DE SEPARACIÓN

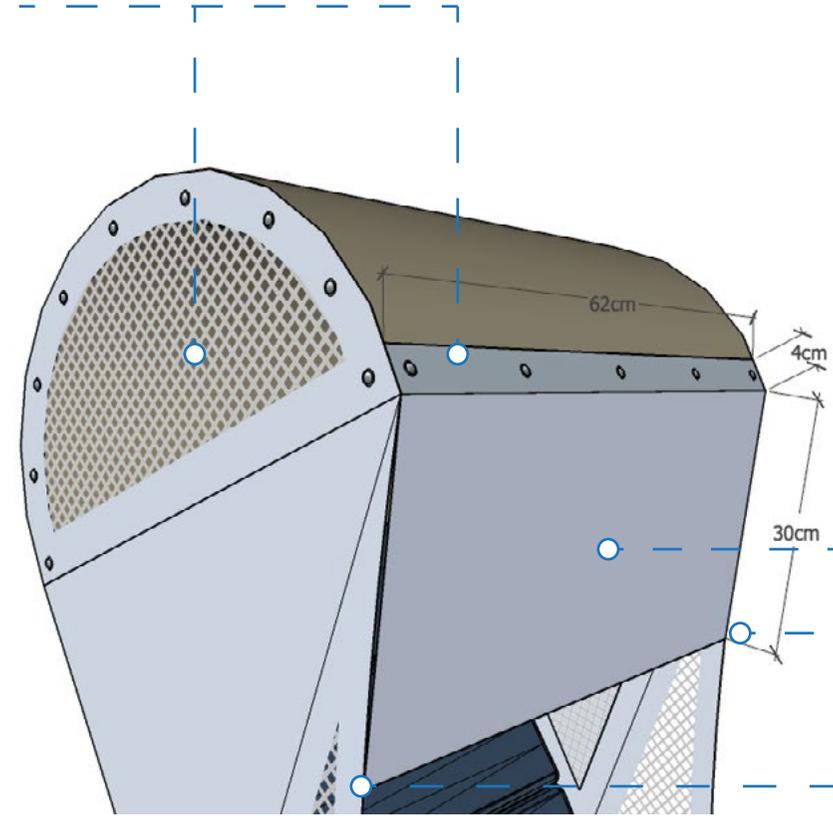
MÓDULO 1

PIEZA DE TELA DE LONA HIDRÓFUGA EN LOS BORDES Y TELA DE MALLA EN EL CENTRO, SUJETADO POR BOTONES DE PRESIÓN COCIDOS A LA TELA Y SU BASE PEGADA A LA MADERA



MÓDULO 4

PIEZA DE TELA DE LONA HIDRÓFUGA EN CAPA DOBLE, Y RELLENA EN EL CENTRO CON FIELTRO DE CAÑAMO



*Todos los módulos son enrollables y removibles, y cuando los módulos 2 y 3 están en sitio se ajustan por las esquinas a estructura metálica base mediante tiras de fijación autoadherente.



PERSPECTIVA

	FECHA	Nombre	Título
Dibujo	13/5/2018	Marlene García Sosa	SOLUCIONES PARA EL DESCANSO NO CONVENCIONAL: DISEÑO DE UNA PIEZA DE MOBILIARIO DE USO COLECTIVO.
Comprobado		Prof. José Luis Higón	



Designación		Escala	
DETALLE F: TELAS REGULADORAS DE PRIVACIDAD		N/A	
		Unidades	
		cm	
Año de creación	2018	Formato	# de plano
		9x9 pulgadas	12

PROCESO DE DISEÑO

B6-1/00731
 B0-1/00199 *WUPEA*
 B3-01/00125 *INFO*
 B-025/02443
 B0-25/02081 *HUMA*

CONFORT FISICO: 18/9/2017
 1- LIBERTAD ELECCION
 2- + OPCIONES DE CONDUCTA
 3- ALTO GRADO DE CONTROL PERSONAL
 DISTANCIAS: 75-120-200 CM

- *TEJIDO LATERAL COBERTOR MOVIBLE Y CON OPCION DE SER GRAFIADO.
- * PLEGABLE
- * BAJAR + PARTE SUPERIOR (TAPAR ARA)
- * MATERIAL TRANSPIRABLE (ESPALDA / PIERNAS / NALGAS)
- * + LIGERO!
- * CINTAS RETIRABLES
- * DESARMABLE (POP-UP)
- * COLORES RELAJANTES

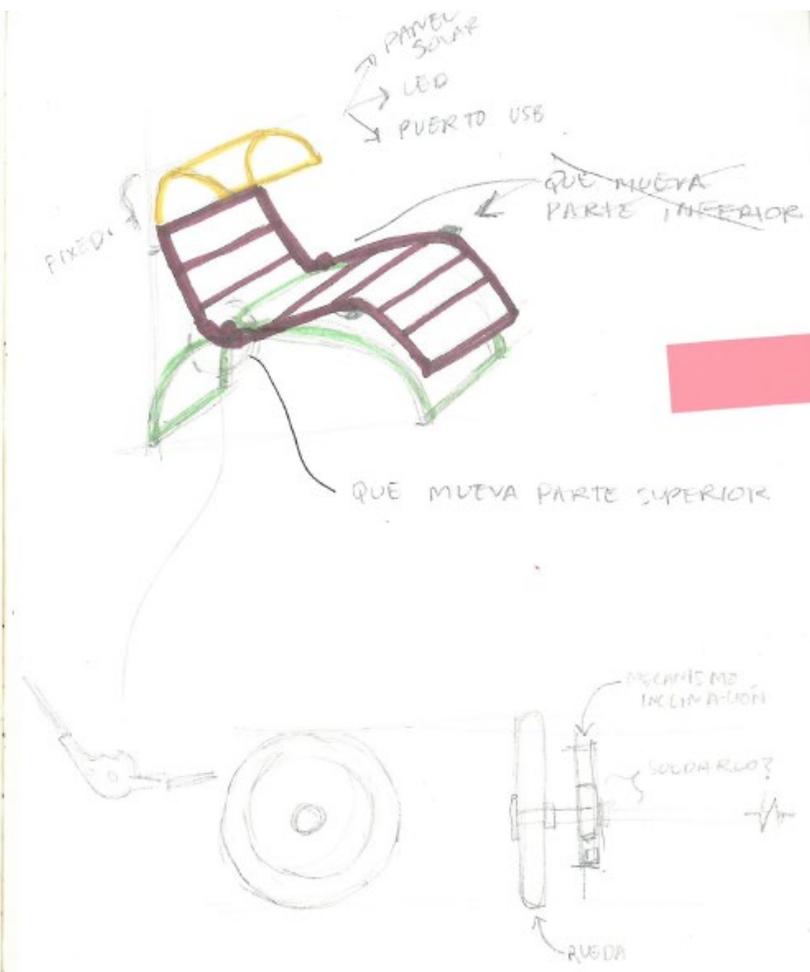


MATERIALES → GALVANIZADO / STEEL MESH /
 LONA / ACERO (PERALES) / FIBRA VIDRIO HORIPUOS
 - W2 P1
 - INTERIO
 - PORTA
 - HEAD
 - EXTERIO
 - SUPERT
 - OPCION

PAUSA OTIUM PAUSA PAVITA!

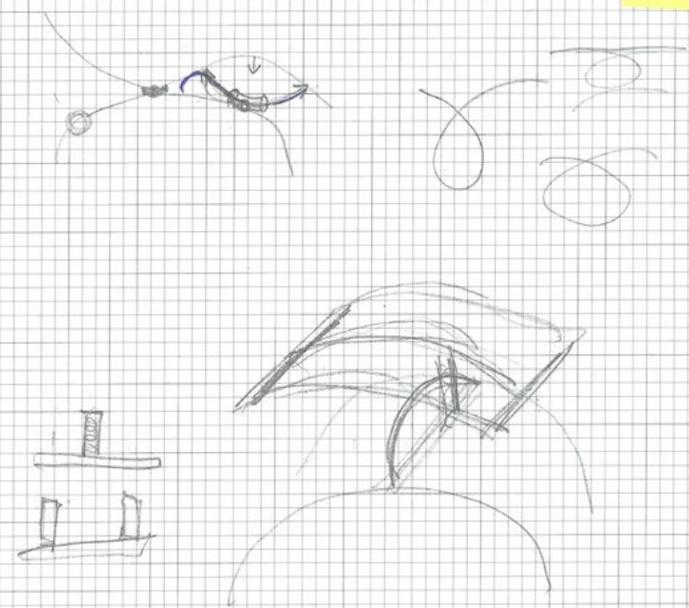
- 1 MANTENER BASE
 - MEJOR PARA TODO TIPO DE PAVIMENTOS (EXT. - INT.)
- 2 CAPUCHA: 1 LADO FIJO (TELA) → PUBLICIDAD?
 OTRO LADO AJUSTABLE (TELA) → 30%
 QUE NUEVA PARTE INFERIOR
- 3 AJUSTE INCLINACION: 1 POSTURA + ACOSTADO
 2 " MEDIA
 3 " SENTADO
- 4 FOLDABLE:
 ARRASTRABLE Y RUEDA
 QUE NUEVA PARTE SUPERIOR
- 5 ESPALDA PDA CON PUBLICIDAD Y PANEL SOLAR PARA FLEXIBLE

[PLEXIGLAS EN MEDIO (CARGA SOUNDINGS)
 FILTRO (ABSORBE SONIDO) → POLIESTER



acpezzo

DATE
 SUBJECT

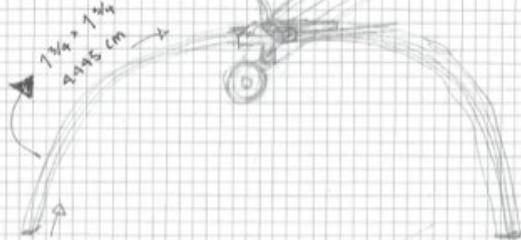


Añadir color CC [KULER]
 COLORS

atpezzo

DATE
SUBJECT

bugaboo bee 5



LA +
SARNOB

MATERIALES

- FIELTRO DE LANA 100%
- COAMA E-FUMA BUTEX
- FIBRA POLI SILICONA NO ALERGENICA
- ROBLE INGLES ORIGEN SOST.
- EXTREMOS MOBILES
- VINIL, FOAM
- NYLON

- upholstery polyurethane with polyester filling.
- ANTI SLIP PLASTIC GLIDERS.
- FOAM 4CM

ALUMINIO IONIZADO NEGRO

atpezzo

DATE
SUBJECT

COMFORT
↑
TERMICO



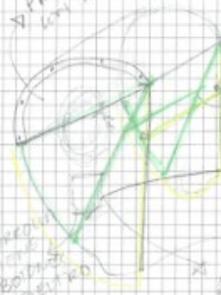
- CONTRALMADRE PERMANENTE
- MARRA / COCINO / MARRA (PERMANENTE RECHINADO)
- PINO
- DRYME

VENTILACIÓN

- MÁS PUBLI
- MENOS PUBLI

SE PAPA FIBRA
CON TRANSDUCIDOR

SE SECCIONA
DESDE LA PARTE
DE LOS BOTONES
Y FIELTRO



SE PAPA FIBRA
CON TRANSDUCIDOR

- UNA DE LAS
DOS FIJA X:
- HOLDER
- PUBLI

- FIELTRO
- IMBIB
- BOTON
- FICHA CHUCAL

SE PAPA FIBRA
CON TRANSDUCIDOR
Y SE SECCIONA
DESDE LA PARTE
DE LOS BOTONES
Y FIELTRO

SE PAPA FIBRA
CON TRANSDUCIDOR
Y SE SECCIONA
DESDE LA PARTE
DE LOS BOTONES
Y FIELTRO

- FIELTRO LINA
- LINA