



LA PARTICIPACIÓN CIUDADANA EN EL DISEÑO DE ESPACIOS PÚBLICOS

Estudio basado en la Ingeniería Kansei

TRABAJO FINAL DE MASTER EN EDIFICACIÓN
ESPECIALIDAD GESTIÓN
Curso 2012-2013

Raquel Hervás Linares

Directores del trabajo:

M^a Carmen Llinares Millán

Departamento de Organización de Empresas. UPV

Juan Serra Lluch

Departamento de Expresión Gráfica Arquitectónica. UPV



UNIVERSITAT
POLITÈCNICA
DE VALÈNCIA



ESCUELA TÉCNICA SUPERIOR
INGENIERÍA DE
EDIFICACIÓN

INTRODUCCIÓN

Antecedentes	5
Objetivos	7
Estructura del Trabajo	8

CAPÍTULOS

1 La Participación Ciudadana	11
1.1 Qué es la participación	11
1.2 Evolución histórica	12
1.3 Marco político-jurídico	13
1.4 Formas de Participación	16
2 La Ingeniería Kansei	18
2.1 Introducción	18
2.2 Sistema de Ingeniería Kansei	18
2.3 Aplicaciones de la Ingeniería Kansei	21
3 Material y Métodos	22
3.1 Expresiones y estímulos	22
3.1.1 Selección de expresiones	22
3.1.2 Selección de estímulos	25
3.2 Cuestionario	30
3.2.1 Contenido del cuestionario	30
3.2.2 Tamaño y selección de la muestra	31
3.3 Estudio de campo	33
3.4 Tratamiento de datos	34

4	Resultados	36
4.1	Análisis descriptivo de la muestra	36
4.2	Análisis descriptivo de propuestas según espacios públicos a través de renders	38
4.2.1	Totalidad de propuestas	38
4.2.2	Clasificación según la tipología de imagen	40
4.3	Análisis discriminante	43
4.3.1	Arquitecto Técnico	44
4.3.2	Renders	44
4.3.3	Jurado Arquitectura	45
4.3.4	Cargo Político	45
4.3.5	Tipo de Imagen	45
4.4	Obtención del universo semántico	46
4.5	Relación entre el universo semántico obtenido y la valoración global	50
4.5.1	Modelos de regresión	50
4.5.2	Perfil semántico de cada tipología de imagen	53
5	Conclusiones	55
5.1	Conclusiones generales	55
5.2	Futuras líneas de investigación	56
	BIBLIOGRAFÍA	59
	ANEXOS	63

INTRODUCCIÓN

Antecedentes

Los espacios públicos pueden llegar a dar el sentido de lugar que hace que las ciudades sean singulares y atractivas.

La participación ciudadana ofrece la oportunidad de desarrollar estos espacios públicos, de manera que introduce al ciudadano en ese entorno construido.

El análisis de la literatura existente sobre el campo de la participación, proporciona la comprensión de las distintas actitudes y métodos empleados para captar la "voz del usuario" y justifica el porqué de la importancia de su integración en el diseño de los espacios públicos.

Los espacios públicos diseñados a través del modelo de diseño participativo permiten al ciudadano tomar posesión del espacio, haciéndolo propio, lo que genera un continuo desarrollo que convierte el espacio en un lugar para la ciudad.

En el caso que nos ocupa, la manera en la que el ciudadano participa de un posible proyecto final, es mediante la valoración de imágenes en una primera fase de un concurso de arquitectura, como miembros no expertos del jurado.

Las perspectivas digitales, las imágenes, suponen un modo de expresión gráfica fundamental e indispensable dentro de la arquitectura actual. Ofrecen una visión general de un proyecto arquitectónico previa a su ejecución, en este caso un espacio público, permitiendo la comprensión de la propuesta planteada de una manera rápida.

En la actualidad, existen distintas formas de elaboración de una imagen, no pretendiendo siempre la búsqueda de la realidad, sino la búsqueda de las sensaciones que la arquitectura del proyecto puede ser capaz de evocar.

En este estudio lo que se plantea es aplicar una metodología, distinta de las aplicadas hasta el momento, que permita de una manera sistemática captar la "voz del usuario" para introducirla en el proceso de diseño, de manera que los resultados obtenidos sean cuantitativos además de cualitativos.

Es por ello, que para poder desarrollar este trabajo, se ha partido de la posibilidad de determinar y cuantificar la respuesta emocional de un individuo ante esa imagen digital, antesala de un proyecto.

Nos basaremos en la metodología que recibe el nombre de Ingeniería Kansei (Kansei Engineering System). Tecnología capaz de cuantificar las percepciones de los usuarios y relacionarlas con elementos de diseño, que surge en la década de los 70 en el Kure Institute of Technology (Hiroshima, Japón), en el ámbito del desarrollo de productos orientados al usuario.

Esta metodología considera que la valoración de los sujetos está condicionada no sólo por el estímulo o imagen, sino también por el esquema de conceptos que utiliza un determinado grupo de usuarios. De esta forma, para valorar adecuadamente una situación, las variables de valoración deben adaptarse al esquema mental del usuario. Por tanto la primera fase de la metodología consistirá en establecer el universo de atributos percibidos realmente por el usuario. Solamente una vez definida dicha estructura conceptual es posible establecer las relaciones entre cada atributo percibido, sea simbólico o material, sobre la valoración global del producto.¹

Entenderemos como valoración global, como miembro de un jurado de arquitectura:

1. La aceptación o rechazo de la imagen que representa el proyecto de un espacio urbano, para pasar a una siguiente fase en la que el análisis de la propuesta es más detallado.
2. La aceptación o rechazo de la propuesta del proyecto de espacio público representado para ser construida en el municipio o barrio del sujeto encuestado.

1. LLINARES M.C., PAGE, A Differential semantics as a Kansei Engineering tool for analysing the emotional impressions which determine the choice of neighbourhood: The case of Valencia, Spain. 2008

Este trabajo se ha hecho en la línea de investigación, realizada en la Escuela Técnica Superior de Ingeniería de la Edificación, sobre Ingeniería Kansei aplicada a la arquitectura, dirigida por la profesora Llinares.

En concreto, la parte de material y métodos se ha hecho en colaboración con la profesora Susana Iñarra, del Departamento de Expresión Gráfica, arquitecta especializada en la realización de renders, que desarrollaba un trabajo cuyo objeto era analizar las características del grupo de expertos, actualmente publicado en su trabajo de investigación como docente a la obtención del Diploma de Estudios Avanzados.

Objetivos

El objetivo principal del presente estudio, es el de justificar que el método Kansei es un método válido para mejorar la gestión de los procesos de participación ciudadana en la intervención urbana, en el diseño de espacios públicos.

Además, se pretende:

- Demostrar que el lenguaje semántico facilita la comprensión del usuario del proyecto final.
- Identificar el conjunto de factores o atributos semánticos utilizados por los usuarios al valorar propuestas de espacios públicos presentados a concursos de arquitectura.
- Identificar la incidencia de dichos factores en la valoración final (tanto de la imagen como del proyecto).
- Demostrar que es factible aplicar un método que hasta la fecha se ha aplicado en el ámbito de la industria, en un ámbito nuevo como es la arquitectura.
- Encontrar vías nuevas que recojan la voz del usuario final.

Estructura del trabajo

El presente trabajo, con la finalidad de alcanzar los objetivos planteados, se estructura en 5 capítulos, encabezados por esta introducción general.

En el capítulo 1 se realiza un análisis de lo que se entiende como participación ciudadana, su evolución histórica, el marco político-jurídico, las distintas formas de participación, las metodologías empleadas para recoger la "voz del usuario" y su contextualización en el marco del diseño de la arquitectura urbana, en concreto en los espacios públicos.

En el capítulo 2 se describe el concepto de la Ingeniería Kansei, revisando algunos trabajos previos en diferentes ámbitos de aplicación.

En el capítulo 3 se detalla la metodología de trabajo desarrollada para conseguir los objetivos planteados en el estudio, a través de las diferentes fases y actividades realizadas en el estudio de campo.

En el capítulo 4 se presentan los resultados obtenidos tras el análisis de los datos extraídos del trabajo de campo.

En el Capítulo 5 se exponen las conclusiones principales establecidas en base a los resultados del estudio y se definen las principales líneas de investigación derivadas de los resultados, que conformarán los objetivos de la futura Tesis Doctoral.

CAPÍTULOS

Capítulo 1. LA PARTICIPACIÓN CIUDADANA

1.1 Qué es la participación

Cuando se habla de participación ciudadana, lo que habitualmente se entiende al referirse a este concepto es la legitimación por parte de la población a alguna propuesta política ya definida, la realización de sondeos de opinión, encuestas, etc.

Sin embargo, en este estudio es necesario entender la participación ciudadana en su concepto "real".

Es condición esencial para poder valorar la participación ciudadana en el diseño de espacios públicos, que todos los agentes implicados intervengan en cada una de las fases del proceso: identificación de problemas, determinación de prioridades, definición de objetivos, intervención en el diseño y gestión de soluciones; debiendo en todo momento existir una relación igualitaria entre los diferentes actores.

John F.C. Turner en su libro *La Vivienda, todo el poder para el usuario (1977)*, distingue como agentes intervinientes al Estado, al sector privado y al usuario; y clasifica el proceso de alojamiento en tres fases: planeamiento, construcción, y gestión y mantenimiento de lo construido. Según él, los modelos de alojamiento producidos son resultado de las diferentes combinaciones y defiende la posibilidad de la participación del usuario en las diferentes fases. Fácilmente se podría extender este esquema al proceso de diseño de espacios urbanos.

Neef (1986) expone que los proyectos, por mucha inversión económica que se realice en ellos, no funcionan si la comunidad no se implica.¹

La participación ciudadana hace que haya un uso más eficiente de los recursos y que la calidad del producto y el sentimiento de apropiación mejoren.²

1. NEEF, M. La economía descalza. CEPUR-Nordan. 1986

2. BISHOP, J. Community involvement in planning and development processes Departement of the Environment, Planning Research Program. England. 1994

1.2 Evolución histórica

Los referentes históricos más importantes en cuanto a participación y el inicio de experiencias significativas pueden encontrarse en los años 60 y 70. Muchos de los conceptos que se analizan en aquellos momentos son los mismos por los que se lucha en la actualidad, si bien es verdad que sólo mantienen la integridad de la propuesta en sus planteamientos algunos grupos considerados radicales. Las propuestas se basan en la vivienda y en la autogestión, respondiendo a la necesidad de los usuarios de alojarse según sus necesidades, analizando con estudios de campo cuáles son las ventajas que esto supone.¹

Como propuestas destacables citar:

1. La defensa de la autogestión y la implicación de la mano de obra local de Turner:²

<<Las estructuras radiales y las tecnologías descentralizadoras, esto es, los sistemas locales autogobernados, constituyen los únicos métodos y medios capaces de proporcionar bienes y servicios satisfactorios, además de ser los únicos que garantizan el equilibrio ecológico.>>

2. La Teoría de soportes de Habraken, que permite un método de autoconstrucción flexible y variable con el tiempo.

3. Lucien Kroll. Basándose en las ideas de Habraken, permite que los usuarios desarrollen sus propios espacios de vida.

4. La defensa de la capacidad del no experto para decidir sobre su entorno, de Christopher Alexander.

5. El derecho a la ciudad, de Lefèbvre.

6. Lawrence Halprin y Jim Burns. Desarrollaron un marco de trabajo que ayudó a guiar el proceso de funcionamiento de talleres de participación (RSVP Cycles).

1. MORÁN, N., HERNÁNDEZ, A. La participación ciudadana en la intervención urbana. 2002. <<http://habitat.aq.upm.es/boletin/n34/anmor.html>>

2. TURNER, JFC. La vivienda, todo el poder del usuario. Herman Blume. 1977

En cuanto a experiencias prácticas, destacar las cooperativas de viviendas en Inglaterra, Suecia, Noruega o Dinamarca, que se vienen realizando desde los años 60; la participación comunitaria obligatoria en Inglaterra en proyectos municipales: viviendas de promoción pública en Inglaterra (desde 1975); y la arquitectura del arquitecto inglés Ralph Erskine, para el cual los edificios dependen de las personas que los habitarán y del clima, lo cual hace que su obra se caracterice por los procesos de participación, ejemplo de ellos es la ampliación de Gästrike-Hammarby, Suecia (1948) y el proyecto urbanístico del barrio minero de Byker, Inglaterra (1968).

En la década de los 80, como consecuencia de las dudas generadas acerca de la calidad de gestión de las Administraciones Públicas, aparece el concepto de gobierno relacional, que propone una democracia participativa incluyendo más actores sociales en los procesos de debate, decisión e implementación de políticas sociales.

1.3 Marco político-jurídico.

La finalidad de este nuevo tipo de democracia es el de buscar el fortalecimiento de la participación ciudadana en proyectos e iniciativas institucionales, desarrollados paralelamente en tres niveles: transnacional, nacional y regional/local.

En el marco de la UE, El artículo 11 del Tratado de la Unión Europea y el Artículo 24 del Tratado de Funcionamiento de la Unión Europea establecen las bases legales de la participación ciudadana.³

En el marco nacional, la Constitución Española es el primer texto que define los mecanismos de participación ciudadana. En su Artículo 9, apartado 2, dice:⁴ «Corresponde a los poderes públicos promover las condiciones para que la libertad y la igualdad del individuo y los grupos en los que se integra sean reales y efectivas: remover los obstáculos que impidan o dificulten su plenitud y facilitar la participación de todos los ciudadanos en la vida política, económica cultural y social».

3. Versiones Consolidadas del Tratado de la Unión Europea y del Tratado de Funcionamiento de la Unión Europea. Diario Oficial de la Unión Europea. 2012/C326/01

4. La Constitución Española. BOE-A-1978-31229

Y en el principal entorno de políticas de participación ciudadana, en el ámbito regional y local, en los últimos años gobiernos regionales y grandes Ayuntamientos han definido leyes y programas de participación ciudadana. Ejemplo de ello son la Ley 11/2008 de Participación Ciudadana de la Comunitat Valenciana, la Ley 11/2009 de la Generalitat de Ciudadanía Corporativa, el Reglamento de Participación Ciudadana de Sevilla (1999) o el Plan Participativo de Córdoba.

En particular, la Ley 11/2008 que nos atañe, recoge en su título II, *De la participación ciudadana*, y a fin de definir políticas públicas, cuatro instrumentos de participación ciudadana novedosos:⁵ *la audiencia ciudadana, los foros de consulta, los paneles ciudadanos y los jurados ciudadanos*, y que se detallan en el Decreto 76/2009, de 5 de junio, del Consell, por el que se aprueba el Reglamento de desarrollo y ejecución de la Ley 11/2008, de 3 de julio, de la Generalitat, de Participación Ciudadana de la Comunitat Valenciana.

Este Decreto ha impulsado también la creación del *Registro de Participación Ciudadana* -actualmente gestionado por la Dirección General de Participación Ciudadana dependiente de la Conselleria de Presidencia y Agricultura, Pesca, Alimentación y Agua-, que sirve para tener constancia de las Entidades Ciudadanas y de los ciudadanos que deseen recibir información sobre materias específicas de la competencia de la administración Autonómica Valenciana y tomar parte activa de los instrumentos de participación ciudadana previstos en la Ley.

El decreto, por otra parte, fía a las consellerias, organismos o instituciones dependientes de la Generalitat la revisión y adaptación al propio decreto de los instrumentos de participación ciudadana que tengan constituidos. Tal previsión no alcanza a otros instrumentos de participación ciudadana regulados por leyes sectoriales, entre los que se enmarca la participación ciudadana en la ordenación urbanística, en la que los ciudadanos tienen garantizado el acceso a los documentos que integran los instrumentos de planeamiento y ejecución, durante el proceso de su redacción y con posterioridad a su aprobación.

5. Ley 11/2008, de 3 de julio, de participación ciudadana de la Comunidad Valenciana (14049). BOE 19/08/2008.

El proceso de participación en los diferentes instrumentos de planeamiento viene establecido en su normativa sectorial; a cambio, valga traer a colación las reflexiones que el Arquitecto Jefe del Servicio de Edificación y Patrimonio del Excmo. Ayuntamiento de Santa Cruz de Tenerife, Germán J. Delgado Pérez, hace en su artículo "La Ciudad Que Queremos. Apología De Un Urbanismo Radical. Planeamiento Urbanístico, Participación Ciudadana y Gestión (2005)":⁶

<<Tal sea el sino del Planeamiento. El interés por el mismo decae tras su aprobación inicial y finaliza con su aprobación definitiva, como si tras este acto administrativo y por arte de magia, se fueran a producir efectos beneficiosos y espectaculares para la ciudad. Tras la aprobación definitiva y su puesta en práctica surgen las primeras críticas, a sus pequeños defectos, planteándose a la vez la posibilidad de cambiarlo. No se piensa, sin embargo, en la posibilidad de gestionarlo, de desarrollarlo, sino en realizar trajes a medida para los diferentes operadores que actúan en las ciudades. El esfuerzo de gestión constante y sistemática se abandona por otros objetivos más lucidos, instantáneos. El medio y largo plazo de la gestión urbanística dejan de interesar.

... La capacidad de consenso y respeto de los puntos de vista ajenos son las características principales de las sociedades maduras, puesta de manifiesto en el caso que aquí se presenta desde los inicios de la transición hacia la democracia y que hoy se hecha de menos. Otro de los aspectos destacados es la necesidad de partir en primer lugar de la ciudad que tenemos, levantando acta de la ciudad real y las necesidades y demandas de sus habitantes para recorrer con paso seguro el largo y a veces sinuoso camino hacia la ciudad que anhelamos, y por que no hacia la ciudad utópica, valorando en su justo término el legado de la historia dentro de un marco de máxima economía material e intelectual... En el caso del planeamiento urbanístico es imprescindible fomentar la transparencia en la gestión, la participación ciudadana y la profesional. >>

6. DELGADO, GJ. La ciudad que queremos. Apología de un urbanismo radical. *Scripta Nova. Revista Electrónica de Geografía y Ciencias Sociales*, Vol. IX, núm. 194 (117), 2005. Barcelona, Universidad de Barcelona. [En línea]. <<http://www.ub.edu/geocrit/sn/sn-194-117.htm>>.

1.4 Formas de Participación.

En la actualidad existen diversas y múltiples formas de participación ciudadana; escritos de alegaciones y recursos, de carácter individual o colectivo; asociaciones de vecinos, colectivos ciudadanos, colegios profesionales, etc.; publicaciones en los medios de comunicación; manifestaciones; la ciber-participación, a través de las redes sociales; y la inter-actuación y participación para incidir en aspectos públicos, siendo esta última de especial interés dentro del trabajo que nos ocupa.

Ejemplos claros de inter-actuación y participación, o en términos aplicados en la legislación vigente de la Comunidad Valenciana, son los denominados *Planes de Participación Pública*, que se han venido desarrollando desde la entrada en vigencia del Decreto 120/2006, de 11 de agosto, del Consell, por el que se aprueba El Reglamento de Paisaje de la Comunidad Valenciana, en el que establece en su artículo 29, como parte del contenido del Estudio del Paisaje, el Plan de Participación Pública.

La Ley de Ordenación del Territorio y Protección del Paisaje (LOTPP)⁷ contempla en los artículos 30 y 11.1 los Estudios de Paisaje como instrumentos de ordenación paisajística para coadyuvar, en materia de paisaje, a la planificación territorial y urbanística de ámbito municipal y supramunicipal, y establece la necesidad de formar parte de los Planes de Acción Territorial y los Planes Generales.

Haciendo un breve análisis a diversos Planes de Participación Pública desarrollados en proyectos como la *Modificación del PGOU de Valencia en el ámbito "Grao-Cocoteros" y Plan Parcial Sector "Grao"*, o el *Proyecto de construcción del acondicionamiento y refuerzo de firme de la carretera CV-377. Tramo Bugarra-Gestalgar*, y en especial, por su gran relevancia, el *Pla d'Acció Territorial (PAT) de Protecció de L'Horta*⁸, se llega a la conclusión de que, tras las fases de consulta e información pública (PAT L'Horta):

- Consulta y participación (1. presentación del proceso, 2. anuncio en el DGOV y BOP, 3. comunicado de prensa),

7. Ley 4/2004, de 30 de junio, de la Generalitat, de Ordenación del Territorio y Protección del Paisaje (13470). BOE 20-06-2004

8. MUÑOZ-CRIADO, A. Plan de la Huerta de Valencia: Un paisaje cultural milenario. Vol. 1: estrategias de preservación y gestión. Vol. 2: Conclusiones del Proceso de participación Pública. Generalitat Valenciana, Conselleria de Medi Ambient, Aigua, Urbanisme i Habitatge. 2009

- Suministro de información (1. exposiciones itinerantes, 2. web de participación, 3. correo publicitario, 4. información documentos divulgativos preliminares del Plan, 5. difusión en ayuntamientos, radio-prensa-televisión),
- Consulta y participación activa (1. talleres de paisaje, 2. jornadas participativas, 3. reuniones con expertos, 4. consulta a las administraciones públicas afectadas),
- Concienciación ciudadana (1. seminario y jornada internacional, 2. actividades educativas, 3. actividades recreativas)

, la información recogida del ciudadano interesado a través del cuestionario, al igual que en los otros dos casos expuestos, consiste en datos únicamente de carácter informativo; conocimiento de la huerta por parte de los ciudadanos, relación de los ciudadanos con la Huerta, valoración de los cambios y tendencias, y su opinión y valoración ante las distintas estrategias previstas en el Pla de l'Horta.

La participación ciudadana es fundamental dentro del ámbito de su entorno construido, pues constituye el usuario final. Sin embargo hay que reconocer que la mayoría de las actuaciones no tienen en cuenta su opinión.

En otros ámbitos, como pueden ser el de consumo, es habitual la participación del futuro cliente o usuario en las etapas iniciales de creación del producto. Las empresas se aseguran así, que el producto resultante cubra las necesidades y deseos de los usuarios. Para ello, se vienen aplicando técnicas capaces de recoger de manera sistemática la opinión del usuario atendiendo a su vertiente más subjetiva.

Una de estas técnicas es la Ingeniería Kansei, técnica que permite cuantificar la opinión subjetiva del usuario, aquella que está más relacionada con la percepción.

Es por ello, que en este estudio se pretende ir más allá al proponer como novedad, la aplicación de esta técnica en el área del urbanismo y en concreto en el diseño de espacios públicos.

Capítulo 2. LA INGENIERÍA KANSEI

2.1 Introducción

No existe una definición plena de la palabra Kansei, sin embargo, incluye estos significados:

1. Un sentimiento personal hacia un objeto, que al ser percibido, aumenta la calidad de un producto.
2. El conjunto de sentimientos y emociones que se perciben de un producto, en el contexto funcional y de su apariencia.
3. Los sentimientos y emociones difusos que se tienen de un producto y que no se expresan.

El sistema de Ingeniería Kansei (KES), creado a mediados de los 70's en Japón por Mitsuo Nagamachi, es una metodología de desarrollo de productos orientada al usuario, que establece procedimientos para traducir las percepciones, gustos y sensaciones de productos existentes o conceptos, en términos de soluciones y parámetros de diseño concretos¹.

En la aplicación de este procedimiento es necesario, en nuestro caso, que intervenga únicamente el usuario al que el producto va destinado, y no expertos diseñadores con ideas preconcebidas, con objeto de determinar la importancia de cada atributo y poder incorporarla en su medida en el proceso de desarrollo, pues los atributos o conceptos que maneja un experto son diferentes de los que utiliza el usuario².

2.2 Sistema de Ingeniería Kansei

Schütte (2005) considera que el producto objeto de estudio elegido, se puede describir desde dos perspectivas diferentes: desde las propiedades físicas y desde la descripción semántica del producto (Figura 2.1).

1. NAGAMICHI, M. Kansei Engineering: A new ergonomic consumer-oriented technology for Product Development. *International journal of industrial ergonomics*, 15, pp 3-11, 1995.

2. MONTAÑANA I AVINÓ, A. Estudio cuantitativo de la percepción del usuario en la valoración de ofertas inmobiliarias mediante Ingeniería Kansei. Tesis Doctoral, Universidad Politécnica de Valencia, 2009.



Figura 2.1 Modelo propuesto por Shütte para la Ingeniería Kansei.

En una primera etapa, se recogen todas las palabras Kansei como sea posible que describan las sensaciones percibidas por el usuario ante el estímulo mostrado, el producto. A continuación, se reduce el campo semántico mediante la aplicación de la Semántica Diferencial (Osgood et al, 1957).

En la segunda etapa, mediante técnicas de tratamiento de datos, se determinan las relaciones entre las propiedades del producto (o estímulo) y los Kansei que se han valorado.

El análisis estadístico de la percepción de productos, permite establecer las reglas de diseño Kansei. Dichas reglas de diseño relacionan en ambos sentidos los parámetros de diseño con la percepción de usuario y al contrario (Figura 2.2), permitiendo construir y utilizar el KES de dos formas distintas.

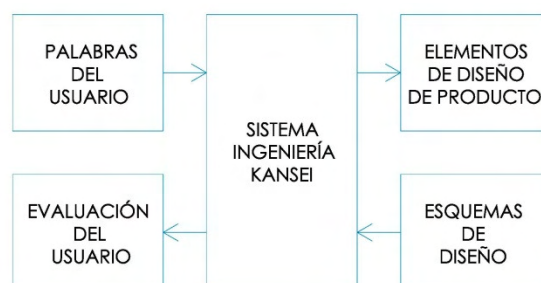


Figura 2.2 Diagrama de proceso reversible de KES ³

3. MATSUBARA, Y., NAMAGACHI, M. Kansei análisis support system and virtual KES. 1997

Mediante un análisis factorial de los datos recogidos en la segunda etapa y la comparación de los resultados con el espacio semántico inicial, se validará el modelo Kansei obtenido. Esto permitirá aislar las palabras que no tienen efecto Kansei y determinar qué propiedades del producto no están asociadas a palabras Kansei.

Los resultados obtenidos en la validación, generarán un modelo o medida de asociación, con el cual se podrá decidir en qué propiedades centrarse y así activar las emociones valoradas.⁴

La figura 2.3 representa de forma esquemática la relativamente compleja estructura del sistema que soporta la aplicación de la Ingeniería Kansei, lo que se ha dado en llamar Kansei híbrido.

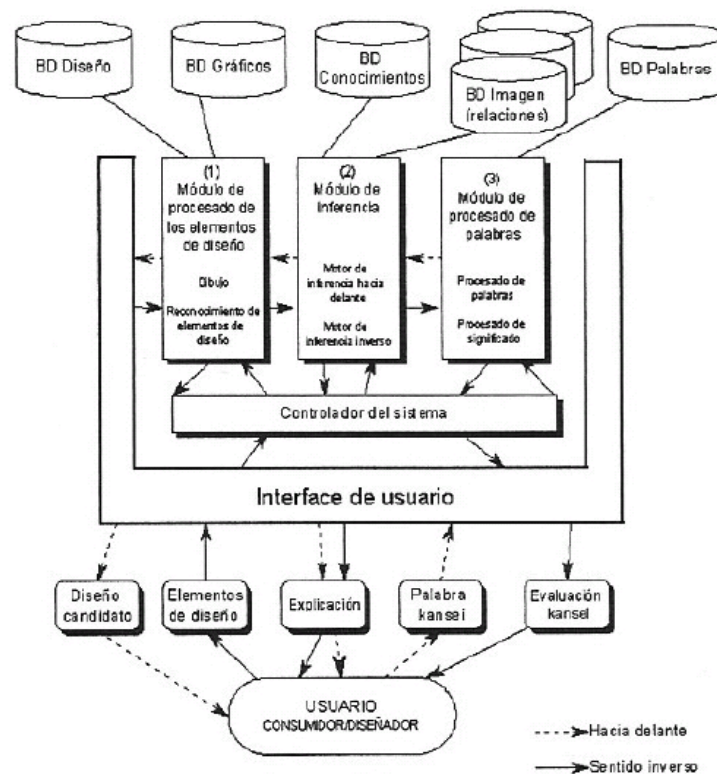


Figura 2.3 Estructura del sistema del KES híbrido.⁵

4. TANUE, C., ISHAZAKA, K., NAMAGACHI, M. Kansei Engineering: A study on perception of vehicle interior image. 1997.
 5. MATSUBARA, Y., NAMAGACHI, M. Hybrid Kansei engineering system and design support. 1997.

2.3 Aplicaciones de la Ingeniería Kansei

Las aplicaciones de la Ingeniería Kansei son variadas y amplias¹, siendo el sector del automovilismo en el que más aplicaciones se han realizado; volantes, velocímetros o frontales (Namagachi, 2005).

Como ejemplos de esta técnica podemos mencionar el diseño de fachadas realizado por Nagasawa⁶, el de puertas de Matsubara y Nagamachi⁷, el de sillas de oficina de Jindo⁸, el realizado en la industria del calzado por Alcántara⁹ y el realizado en el sector inmobiliario por Llinares y Page que analiza la respuesta emocional del usuario ante una promoción inmobiliaria¹⁰.

Mención especial, por su relación con el ámbito de la arquitectura, en concreto la configuración urbana, el trabajo realizado por Llinares y Page (2008), en el que determinan las impresiones percibidas por el ciudadano en determinadas zonas de la ciudad y su repercusión en la elección de un barrio.

6. NAGASAWA, S. Kansei evaluation using fuzzy structural modeling. In: M. Nagamachi, Editor, Kansei engineering—I: Proceedings of the First Japan–Korea Symposium on Kansei Engineering—Consumer-Oriented product Development Technology, Kaibundo, pp. 119–125. 1997

7. MATSUBARA, Y., NAMAGACHI, M. Hybrid Kansei engineering system and design support. 1997

8. JINDO, T.; HIRASAGO, K. Y NAGAMACHI, M. Development of a Design Support System for Office Chairs Using 3-D Graphics. International Journal of Industrial Ergonomics, 15 (1), pp. 49-62. 1995

9. ALCÁNTARA, E. ARTACHO M. A., GONZALEZ, J. C., GARCÍA, A.C., Application of products semantics to footwear design. 2005

10. LLINARES, M.C., PAGE, A. Application of product differential semantics to quantify purchaser perceptions in housing assessment. 2007

Capítulo 3. MATERIAL Y MÉTODOS

3.1 Expresiones y estímulos

No se pueden determinar las expresiones que ayudan al sujeto encuestado a definir las sensaciones percibidas, sin tener en cuenta los estímulos que las generan, pues se hayan íntimamente ligados.

Por ello se ha realizado en paralelo, la búsqueda del conjunto de adjetivos con las que el miembro no experto de un jurado definirá el futuro proyecto de un espacio público y la herramienta capaz de generar esos estímulos, los renders.

3.1.1 SELECCIÓN DE EXPRESIONES

a) Listado inicial

El objetivo de esta primera fase inicial es el de obtener aquellas expresiones que un jurado de arquitectura pudiera emplear para la elección o descarte de un futuro proyecto en una primera fase de selección.

No se ha encontrado documentación oficial en la que se recojan las expresiones a las que se hacía referencia anteriormente, por ello se han recopilado adjetivos de otras fuentes, como son publicaciones especializadas del ámbito de la arquitectura, revistas y páginas web, en las que se publican imágenes de proyectos acompañadas de artículos o comentarios realizados por especialistas o visitantes, según el caso.

www.dezeen.com
www.coolhunter.com
www.architizer.com
www.trendhunter.com
www.scalae.net
arqa.com

Se obtiene un primer listado compuesto por 130 descriptivos, que responden a adjetivos y sustantivos, que califican o definen la imagen

en función de la expresión “la imagen me parece ...” y “la imagen me transmite...”, respectivamente.

b) Diagrama de Afinidad. Listado Definitivo

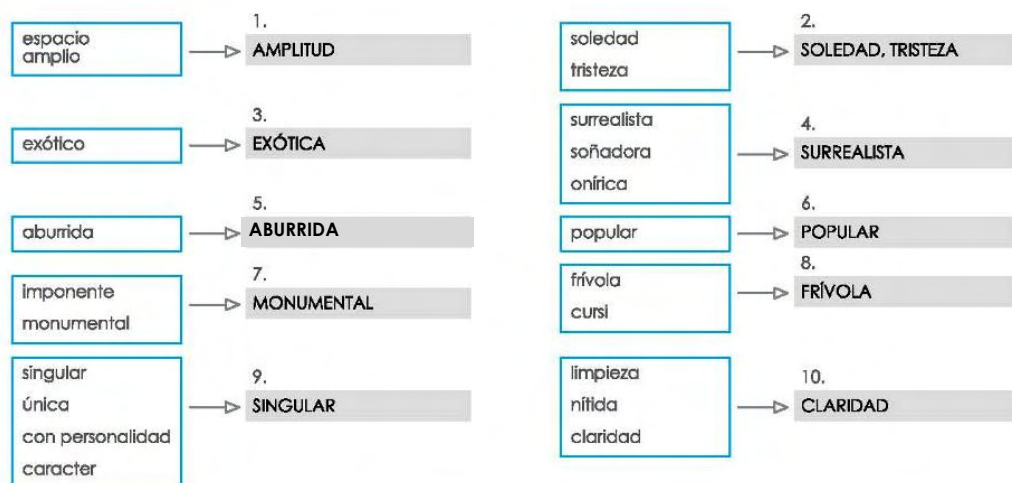
Elaborar un cuestionario en el que el sujeto encuestado deba responder a un número excesivo de expresiones, lo hace directamente inviable. En cierta medida, la validez de un cuestionario viene determinada por la rapidez, espontaneidad, a la hora de ser respondido.

El conjunto inicial de 130 expresiones se reduce mediante el método de Diagrama de Afinidad¹, por el cual se agrupan los elementos relacionados de forma natural formando grupos con un tema o concepto común, en un listado definitivo de 48 expresiones.



Figura 3.1 Esquema Diagrama de Afinidad

LISTADO DE EXPRESIONES QUE CONFORMAN EL GRUPO DE ESTÍMULOS



1. TERNINKO, J. Step by Step QFD: Customer-Driven Product Design, St. Luice Press. EEUU 1997

sexy descarada desenfadada seductora	11. SEDUCTORA	ligereza ligera pesada	12. LIGERA
refrescante	13. FRESCA	seguridad	14. SEGURIDAD
espacio funcional organización estructurada ordenada práctica	15. FUNCIONALIDAD	calidez calor	16. CALIDEZ
tensión violencia estrés	17. ESTRÉS, TENSIÓN	curiosidad inquietud inquietante	18. CURIOSIDAD
clásica retro intemporal	19. INTEMPORAL	familiar hogareña	20. FAMILIAR
simple austera sencilla	21. SENCILLA	ruidosa estridente caos confusa	22. CAOS
saturada recargada barroca	23. SATURADA, RECARGADA	infantil	24. INFANTIL
bonita bella	25. BONITA	vitalidad	26. VIDA
ecológica naturalidad campestre bucólica	27. ECOLÓGICA	alegría diversión felicidad exultante	28. ALEGRÍA
movimiento acción dinámica dinamismo	29. DINÁMICA	pureza espiritual etérea	30. ESPIRITUAL, ETÉREA
fría frío aséptica artificial impersonal	31. FRÍA	estabilidad equilibrio armonía armoniosa	32. ARMONÍA, EQUILIBRIO
desasosiego angustia miedo	33. DESASOSIEGO	con encanto	34. CON ENCANTO
colorista	35. COLORISTA	agresiva	36. AGRESIVA
exclusivo exquisita lujo	37. LUJO	calma paz relax silenciosa tranquilidad	38. TRANQUILIDAD, CALMA
actual de moda	39. DE MODA	romántica	40. ROMÁNTICA



3.1.2 SELECCIÓN DE ESTÍMULOS

Los estímulos a utilizar en el trabajo de campo, están formados por un conjunto imágenes digitales que simbolizan futuros proyectos de espacios públicos extraídas de recientes concursos de arquitectura.

En la definición y selección de los estímulos se ha atendido a los tres criterios que deben guiar cualquier trabajo de investigación experimental²:

- Representatividad: las imágenes presentadas deben corresponder a una muestra representativa del universo de posibles estímulos, de manera que los resultados del estudio puedan ser extrapolables a otros estudios.
- Realismo: los estímulos presentados deben provocar en el usuario reacciones similares a las que producirían los productos analizados.
- Aleatorización: la aleatorización hace referencia a la distribución al azar y equilibrada de los posibles factores objetivos que determinan la respuesta de los usuarios ante determinados estímulos, para facilitar el control de posibles sesgos.

2. LLINARES MILLÁN, M.C. Aplicaciones a la Ingeniería Kansei al Análisis de Productos Inmobiliarios. Tesis Doctoral. Universidad Politécnica de Valencia. 2001

Las propuestas seleccionadas se han obtenido de la revista "av poyectos", las páginas web de las oficinas de concursos asociadas a los Colegios de Arquitectos como www.oco.com o www.ocam.com y de los trabajos realizados por la selección de estudios que hace Fabio Schillaci en su libro "Architectural Renderings"³. Los datos de las imágenes seleccionadas se incluyen en el Anexo 1.

En nuestro caso, el encuestado analizará las imágenes a través de una plataforma digital. En ella se intentará que la resolución de la imagen sea la más apropiada posible, de manera que el equipo informático desvirtúe mínimamente las percepciones generadas.

Para conseguir la aleatoriedad de los estímulos ante el número total de encuestados, ha sido necesario clasificar las imágenes o renders seleccionados en tres grupos. De manera que a cada encuestado se le muestra una imagen de cada uno de los grupos.

Los tres grupos que se han confeccionado, dependiendo de la técnica y estilos empleados, son los siguientes:

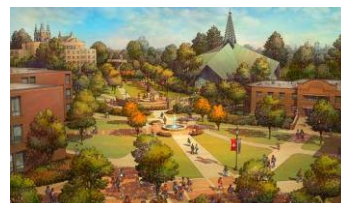
Grupo 1. Imágenes Básicas



01-01



01-02



01-03



01-04



01-05



01-06

3. IÑARRA, S. La percepción en la imagen digital. DEA. Universidad Politécnica de Valencia. 2011



01-07



01-08



01-09



01-10



01-11



01-12



01-13



01-14



01-15



01-16



01-17



01-18

Constituyen este grupo de imágenes, aquellas en las que no se utiliza una técnica muy sofisticada y en las que las texturas de los materiales e iluminación están poco elaboradas. Por lo tanto podríamos decir, que esa “falta de realismo” no consigue de forma inmediata trasladar al observador a ese espacio público.

Grupo 2. Imágenes Fotoidealistas



02-01



02-02



02-03



02-04



02-05



02-08



02-06



02-07



02-09



02-10



02-11



02-12



02-13



02-14



02-15



02-16



02-17



02-18



02-19



02-20

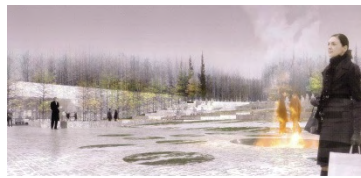
Como su nombre indica, este grupo lo conforman aquellas imágenes que representan un espacio ideal.

El dominio de una técnica depurada y la genial integración de la propuesta en el espacio real, ofrecen una fácil lectura al observador.

Grupo 3. Imágenes Artísticas



03-03



03-04



03-05



03-06



03-07



03-08



03-09



03-10



03-11



03-12



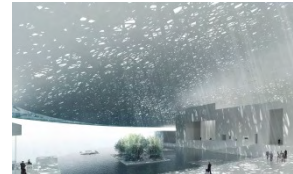
03-13



03-14



03-15



03-16

Forman parte de este grupo aquellas imágenes de gran impacto visual, resultado conseguido no únicamente con la técnica infográfica empleada, en si excepcional, si no que es su composición, colorido y forma las que dan la intencionalidad pretendida.

Podría decirse que los espacios representados se asemejan más a una ilusión óptica que a un espacio real.

3.2 Cuestionario

3.2.1 CONTENIDO DEL CUESTIONARIO

El siguiente paso es el de elaborar el cuestionario que recogerá la opinión de los sujetos encuestados, debiendo contener datos objetivos y subjetivos.

A partir de los datos objetivos (edad, sexo, hijos, formación, actividad laboral, realización de renders en la actividad laboral, participación en jurados de concursos de arquitectura y ocupación de cargos políticos) se podrá describir a los sujetos de la muestra, identificando la existencia o no

de grupos diferenciados, y analizar posibles variaciones en las variables del estudio en función de esos grupos.

Los datos subjetivos serán obtenidos de:

- las 48 expresiones en base a las cuales se evalúan cada una de las 3 imágenes mostradas en la encuesta,
- la valoración global, a la selección de la imagen para una segunda fase del concurso y a la aceptación del proyecto representado para ser construido en la localidad o barrio del encuestado, en el caso de encontrarse en un concurso de arquitectura,
- y a la clasificación de las tres imágenes observadas por orden de preferencia.

La valoración de las imágenes se realizará en una escala de diferencial semántico Likert de cinco puntos⁴, que irán desde el totalmente de acuerdo al totalmente en desacuerdo, pasando por el parcialmente de acuerdo y parcialmente en desacuerdo y como valoración neutra ni de acuerdo ni en desacuerdo.

La información de tipo objetivo constituye un conjunto de variables de control necesarias para posteriores estudios de inferencia estadística en el que se utilizan técnicas de análisis multivariante, como es el caso del estudio realizado⁵.

3.2.2 TAMAÑO Y SELECCIÓN DE LA MUESTRA

Se emplearán técnicas de análisis multivariante y de análisis de correlaciones para el análisis de las percepciones. Para evitar errores que puedan producirse por la aparición de factores espurios o “de confusión” en el análisis factorial, al trabajar con un número de variables elevado y una muestra reducida, es necesario que el tamaño de la muestra asegure niveles de potencia estadística aceptables para el tipo de contrastes de significación a realizar.⁶

4. OSGOOD, CE., VINING, J., EBREO. The effect of Street Trees on Perceived Values of Residential Property. *Environment and Behavior*. 1957

5. KISH. Representatividad, aleatorización y realismo. CIS. 1995

6. LEBART, L et al. Tratamiento estadístico de datos. Ed. Marcombo. Barcelona. 1985

Por ello, considerando que el número de variables está ya definido por las expresiones que conforman nuestro universo semántico, habrá que determinar qué número de registros mínimos por variable es necesario.

Partiendo del criterio de disponer por cada variable (48 expresiones) de 6 registros, se obtiene un tamaño muestral de 288 registros, cada uno de ellos equivalentes a la respuesta del encuestado a una de las imágenes.

Se plantea entonces, que cada sujeto pueda responder a más de un cuestionario, pero en número tal que no le cause fatiga y su respuesta pueda desvirtuar el resultado.

Teniendo en cuenta que el número de encuestas a realizar por cada sujeto será de 3, y que el número de registros es de 288, se obtiene un tamaño mínimo de la muestra de 96 sujetos.

Llegados a este punto se debe establecer el criterio para la selección de los sujetos que conformarán la muestra. ¿Qué formación deben tener? ¿Qué labor deben desempeñar en su puesto de trabajo? Este tipo de cuestiones son las planteadas para definir el perfil del componente no experto de un jurado de concurso de arquitectura de ámbito público.

La legislación actual (Ley 30/2007, de 30 de octubre, de Contratos del Sector público) define el concepto de *concursos de proyectos*, pero no establece qué criterios deben seguirse para la composición del tipo de jurados que nos ocupa.

Las únicas referencias que se han encontrado en cuanto a quiénes y en qué proporción deben ser miembros integrantes de un jurado, son las que cita S. Iñarra (2011); el Libro Blanco de Concursos del Colegio Oficial de Arquitectos de Madrid y las oficinas de concursos vinculadas a los Colegios de Arquitectos.

Partiendo del hecho de que es aconsejable que como mínimo el 50 % de los miembros de un jurado, en nuestro caso de concurso de arquitectura de espacios públicos, por su formación o actividad laboral tengan experiencia y conocimiento en el desarrollo de proyectos de arquitectura, establecemos que el 50% restante estará formado por miembros de formación diversa, siempre y cuando no sean arquitectos, urbanistas o paisajistas que constituyen el grupo de sujetos expertos.

3.3 Trabajo de campo

Para la realización de la encuesta se pensó crear un cuestionario online que permitiese un acceso más rápido y más numeroso en un breve espacio de tiempo a los posibles encuestados y de igual forma fuese ágil en su uso y en el tratamiento de los datos recogidos.

A modo de información indicar que los lenguajes empleados para la creación de cada una de las partes que conforman la página web en la que está programada la aplicación, son HTML, CSS, MySQL, AJAX y PHP.

Destacar que en el desarrollo del software se ha utilizado la estructura MVC ("Model-View-Controller"). Este "Framework" logra una división de las diferentes partes que conforman una aplicación, siendo su principal razón de ser: manutención del código fuente. Con ello lo que se busca es que posibles modificaciones a realizar en una de ellas, no afecte al resto.

A través de MVC se realiza la siguiente división:

Model: Concentra las funcionalidades relacionadas con el Modelo de datos, esto es, el acceso y manipulación de depósitos informativos como Bases de Datos y Archivos.

View: Se basa en el aspecto visual/gráfico que será empleado por la aplicación en cuestión.

Controller: Empleado como un mediador entre el medio gráfico ("View") y el modelo ("Model"), coordina las acciones que son llevadas acabo entre ambos.

Para que la aplicación de la web fuese válida debía:

- mostrar las 52 imágenes un mínimo de 8 veces, de manera aleatoria, en número de tres por encuesta, una de cada grupo,
- no permitir preguntas por responder, impidiendo el avance de página, y
- no permitir retroceder para modificar respuestas a preguntas ya efectuadas,

Por último se generó un listado con 300 enlaces, correspondientes a 300 futuras encuestas, que una vez utilizados no podrían volver a serlo.

El modo de proceder con los encuestados consistió en mandar un correo electrónico personalizado en el que, hecha la presentación, se adjuntaban instrucciones generales, el enlace a través del cual accederían a la aplicación y se daban las gracias por adelantado.

En el Anexo 2 se incluye un ejemplo del procedimiento empleado y una encuesta tipo.

En los dos meses que duró la encuesta se llegaron a enviar 260 enlaces de los 300 generados, con un índice de participación elevado (83%). Ello significa que participaron 217 sujetos, de los cuales 113 eran no expertos.

3.4 Tratamiento de datos

Elaborada la base de datos de los sujetos no expertos, se procede a su tratamiento estadístico mediante la aplicación del programa informático SPSS (Statistical Package for the Social Sciences) versión 16.0.

Los resultados se obtendrán tras el análisis de los datos extraídos en las fases de:

Análisis descriptivo de la muestra. Determinará, tras el análisis de las variables objetivas del cuestionario y empleando técnicas de análisis de frecuencias e histogramas, la homogeneidad de la muestra.

Análisis descriptivo de propuestas. Determinará, tras el análisis de las variables subjetivas del cuestionario y empleando técnicas de obtención de medias y desviaciones típicas, la media de las expresiones que según los encuestados definen los estímulos mostrados y la valoración global en función del tipo de imagen.

Análisis discriminante. Determinará la existencia de diferencias significativas entre los diferentes grupos de la muestra. Para ello la técnica empleada es el Análisis Discriminante.

Obtención del universo semántico. Mediante la técnica del análisis factorial se obtendrá el campo semántico de expresiones utilizado por los encuestados para describir las imágenes de proyectos. Se reducirá el conjunto inicial de 53 expresiones a un conjunto más pequeño de Ejes o Factores independientes entre sí.

Relación entre el universo semántico obtenido y la valoración global.

Mediante modelos de regresión se obtendrán modelos de predicción que relacionen los factores obtenidos con la valoración global (buena imagen, buen proyecto).

A través del método de obtención de medias y desviaciones típicas, comprobaremos la valoración de cada uno de los 8 ejes semánticos establecidos para las imágenes que conforman los tres grupos.

Capítulo 4. RESULTADOS

4.1 Análisis descriptivo de la muestra

Realizar un análisis descriptivo de la muestra, desde el punto de vista de las variables objetivas, es necesario antes de realizar un análisis detallado de las respuestas subjetivas de los usuarios.

En el estudio de percepción de imágenes han participado 113 sujetos, los cuales al valorar cada uno de ellos 3 imágenes han generado un total de 339 encuestas.

Las características más relevantes de la muestra de sujetos que participaron en el estudio son las siguientes:

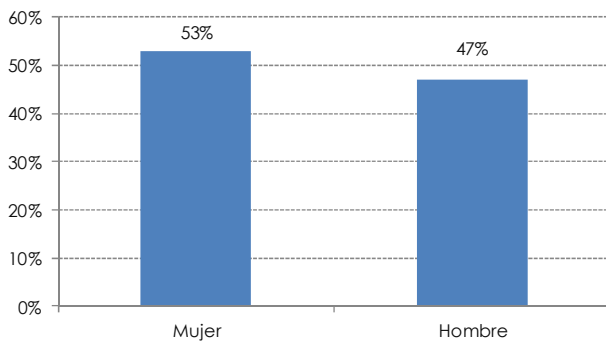


Figura 4.1 Distribución de frecuencias variable sexo

Sexo

El 53% de los sujetos encuestados son mujeres y el 47% son hombres.

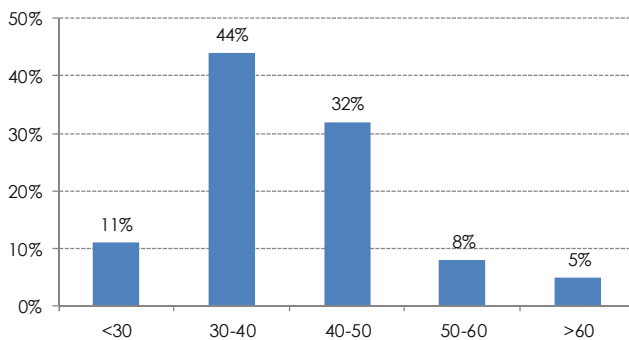


Figura 4.2 Distribución de frecuencias variable edad

Edad

El 44% de los sujetos de la muestra tienen edades comprendidas entre los 30 y 40 años.

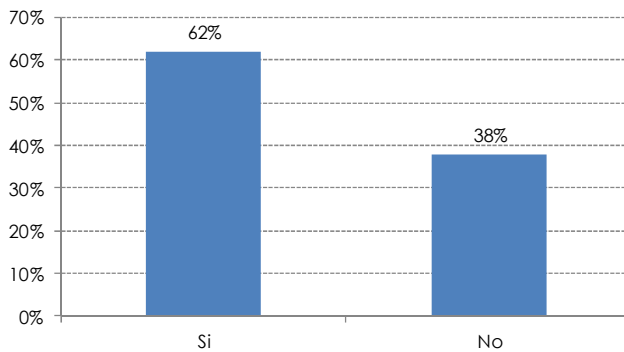


Figura 4.3 Distribución de frecuencias variable hijos

Hijos

El 62% de los sujetos de la muestra tienen hijos.

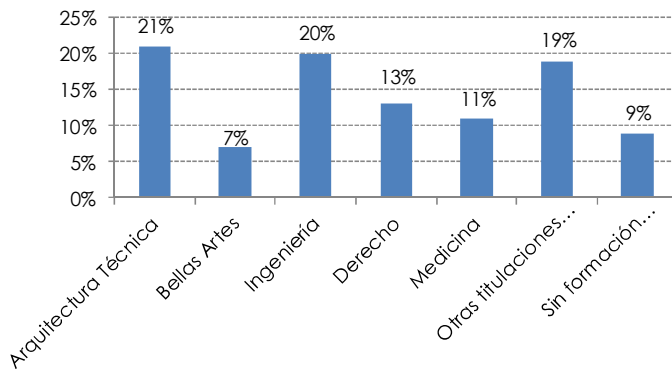


Figura 4.4 Distribución de frecuencias variable formación

Formación

No forman parte de los sujetos encuestados, el colectivo con formación en arquitectura, al establecer el criterio de que son éstos los considerados "expertos".

El 21% de los sujetos de la muestra tienen formación en Arquitectura Técnica.

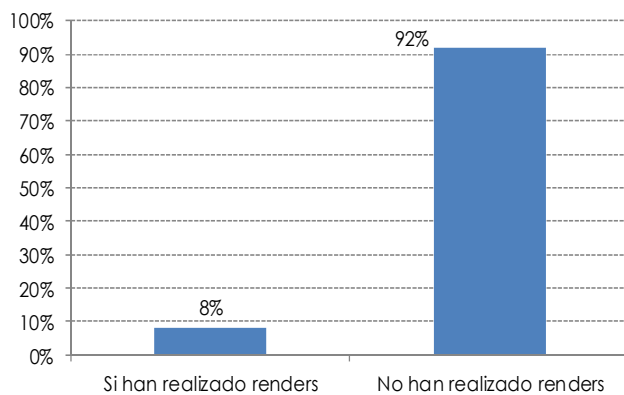


Figura 4.5 Distribución de frecuencias variable experiencia renders

Experiencia en realización de renders

Sobre el total de encuestados, solo un 8% de ha realizado renders.

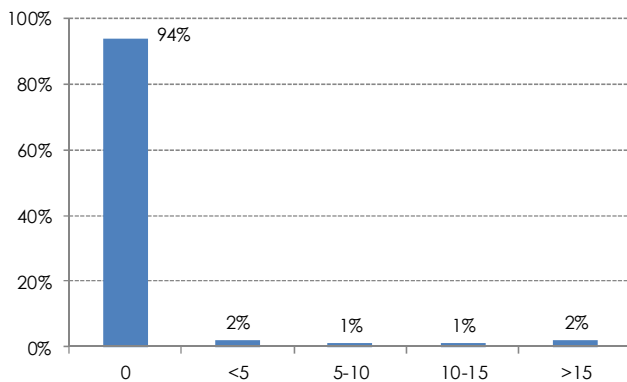


Figura 4.6 Distribución de frecuencias variable participación como jurado

Miembro de un jurado de concurso

El 94% de los sujetos, nunca han formado parte de un jurado en concursos de arquitectura.

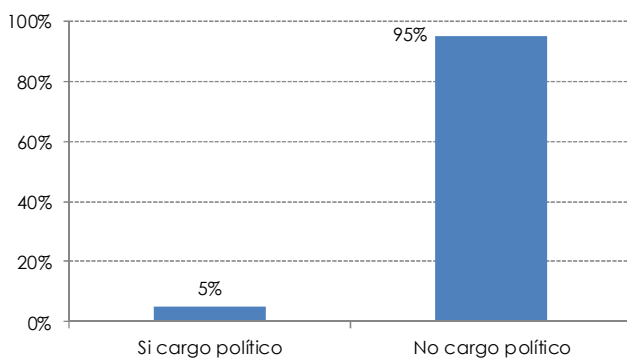


Figura 4.7 Distribución de frecuencias variable cargo político

Ostentado cargo político

El 95% de los sujetos, nunca han ocupado un cargo político.

4.2 Análisis descriptivo de propuestas sobre espacios públicos representados a través de imágenes

4.2.1 TOTALIDAD DE PROPUESTAS

a) Análisis de las expresiones

Para determinar la opinión media de los encuestados, en relación a las sensaciones generadas al observar las imágenes, es necesaria la obtención de medias y desviaciones típicas (Ver Anexo 3. Tabla A3.1).

Realizado este cálculo, y teniendo en cuenta que los valores de respuesta van de -2 a +2 (-2, -1, 0, +1, +2), en función de si se está totalmente en desacuerdo, parcialmente en desacuerdo, ni de acuerdo ni en desacuerdo, parcialmente de acuerdo y totalmente de acuerdo, se observa que el adjetivo con mayor valor es "amplitud", presentando una media de +1'09 en la muestra global. Por el contrario, el adjetivo que presenta el valor mínimo es "infantil", presentando una media de -1'05 en la muestra global.

Las desviaciones que podrían destacarse, pues no se han obtenido desviaciones típicas muy importantes, son las correspondientes a los adjetivos "fría", "saturada" y "surrealista", 1'450, 1'442 y 1'446 respectivamente, cuando por el valor de la media obtenida, por debajo del cero pero próximo a el, se podría entender que no han generado en el sujeto esa percepción.

Se puede afirmar que los adjetivos de las expresiones "La imagen me parece fría", "La imagen me parece saturada" o "La imagen me parece surrealista" generan interpretaciones dispares, con lo cual no son adjetivos claramente definidos.

b) Análisis de la valoración global

Los valores obtenidos de los sujetos encuestados en el supuesto de que formasen parte de un jurado de un concurso de arquitectura, a las preguntas "Me parecería una buena imagen y la seleccionaría para ser valorada con mayor profundidad en una fase posterior" y "Me gustaría que este proyecto se construyera en mi municipio o barrio", empleadas para la valoración global de la encuesta, son valores neutros al encontrarse próximos al eje y por lo tanto no muy significativos.

Tal y como se observa en la tabla 4.1, en la que el resultado en la valoración de la imagen de 0'52 y del proyecto de 0'36.

Sin embargo, de los resultados obtenidos se puede afirmar que los sujetos encuestados, además de valorar el elemento representado valoran la representación del mismo, es decir la forma en la que el autor ha plasmado la esencia de ese futuro proyecto.

VALORACIÓN	Nº encuestas	Mínimo	Máximo	Media	Desviación típica
Buena IMAGEN	339	-2	2	0,52	1,304
Buen PROYECTO	339	-2	2	0,36	1,447

Tabla 4.1 Descriptivos Valoración Global

4.2.2 CLASIFICACIÓN SEGÚN LA TIPOLOGÍA DE IMAGEN

a) Análisis de las expresiones por grupos de imágenes

El análisis de los valores totales de la muestra resultado de las percepciones de los sujetos encuestados ante los distintos grupos de imágenes, determina qué expresiones asocian a ese espacio público para su comprensión y definición.

En las **Imágenes 1**, que conforman el denominado grupo de imágenes básicas, la expresión claramente más valorada es la de “La imagen me transmite amplitud” y la menos valorada “La imagen me parece infantil”.

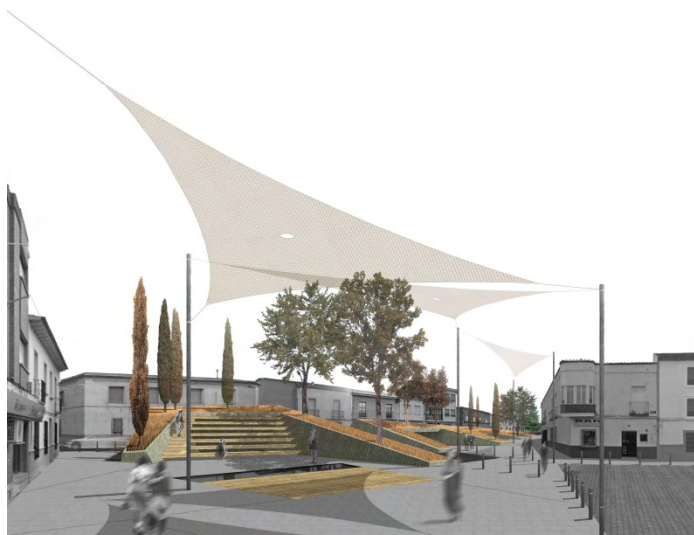


Figura 4.8 Ejemplo de imagen del conjunto IMÁGENES BÁSICAS

Las **Imágenes 2**, que conforman el denominado grupo de imágenes fotoidealistas, son las que los sujetos identifican con sensaciones de amplitud, bienestar y armonía. Sensaciones opuestas a estrés, agresión

y caos, que se corresponden con las expresiones con valores medios más bajos.



Figura 4.9 Ejemplo de imagen del conjunto IMÁGENES FOTOIDEALISTAS

El grupo de imágenes denominado artísticas, **Imágenes 3**, son valoradas por los sujetos como futuristas, singulares, amplias y que transmiten curiosidad.

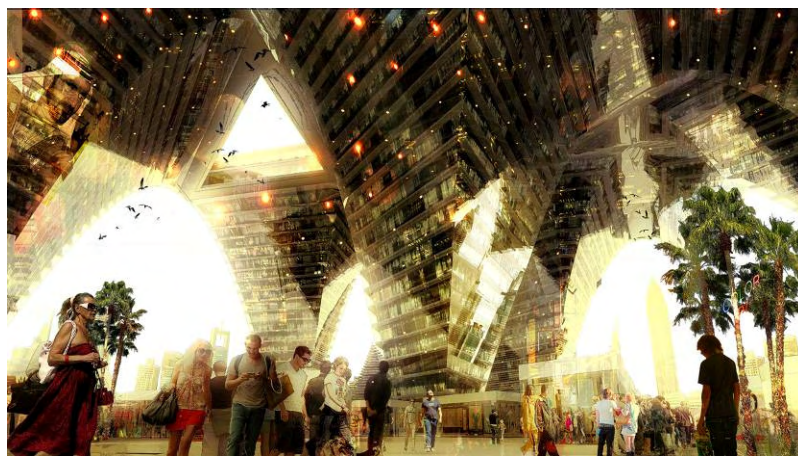


Figura 4.10 Ejemplo de imagen del conjunto IMÁGENES ARTÍSTICAS

Los valores obtenidos para las Imágenes 1, las Imágenes 2 y las Imágenes 3, tablas A3.2, A3.3 y A3.4 respectivamente, se adjuntan completas con los valores medios y las desviaciones en el Anexo 3.

Destacar que en los tres conjuntos de imágenes, dentro de las percepciones más valoradas se encuentran la "amplitud" coincidiendo como valoración media más alta en imágenes 1 y 2, y tercera más valorada en imágenes 3, lo cual implica que es un

objetivo común y primordial en los renders, independientemente de la técnica empleada o lo realista o abstracto que sea, generar este tipo de sensaciones ante el sujeto observador.

En esta misma línea, hacer referencia a la valoración media de la percepción "bienestar", la cual está dentro de las 5 percepciones mejor valoradas en el conjunto de imágenes 1 y 2, y un valor neutro por ser próximo al 0 en el conjunto de imágenes 3, aunque positivo.

En cuanto a sensaciones que no evocan las imágenes, hacer mención al hecho de que los conjuntos de imágenes 1 y 3 coinciden en que la percepción menos valorada es la de "infantil". Reforzado por la valoración de la sensación "romántica" se puede atribuir este resultado al hecho de ser imágenes más abstractas y poco realistas.

Las diferencias generadas por cada tipo de imagen y los bajos índices de desviación, tal y como afirma la profesora Susana Lñarra Abad en su DEA, <<nos permiten considerar que la clasificación establecida entre las imágenes seleccionadas es válida y los usuarios tienen respuestas diferenciadas ante los diferentes grupos de estímulos>>.

b) Análisis de la valoración global

Las valoraciones globales obtenidas respecto a cada uno de los conjuntos de imágenes, nos muestran claramente que en una selección de concurso las imágenes mejor valoradas serán las que conforman el denominado Imágenes 3. Imágenes ARTÍSTICAS.

VALORACIÓN	Nº encuestas	Mínimo	Máximo	Media	Desviación típica
Buena IMAGEN	339	-2	2	0,19	1,419
Buen PROYECTO	339	-2	2	0,07	1,292

Tabla 4.2 Descriptivos Valoración Global Imágenes Tipo 1. Básicas

VALORACIÓN	Nº encuestas	Mínimo	Máximo	Media	Desviación típica
Buena IMAGEN	339	-2	2	0,64	1,261
Buen PROYECTO	339	-2	2	0,85	1,297

Tabla 4.3 Descriptivos Valoración Global Imágenes Tipo 2. Fotoidealistas

VALORACIÓN	Nº encuestas	Mínimo	Máximo	Media	Desviación típica
Buena IMAGEN	339	-2	2	0,73	1,503
Buen PROYECTO	339	-2	2	0,16	1,304

Tabla 4.4 Descriptivos Valoración Global Imágenes Tipo 3. Artísticas

La comparativa entre grupos de imágenes, resultado de la valoración realizada por el sujeto al final de la encuesta, al ordenarlas por orden de preferencia, muestra claramente que las imágenes 2, las imágenes que transmiten una visión más real, más idílica, son ampliamente las preferidas al obtener un 53,10% frente al 27,43 % de las imágenes 3 y el 19,47 % de las imágenes 1.

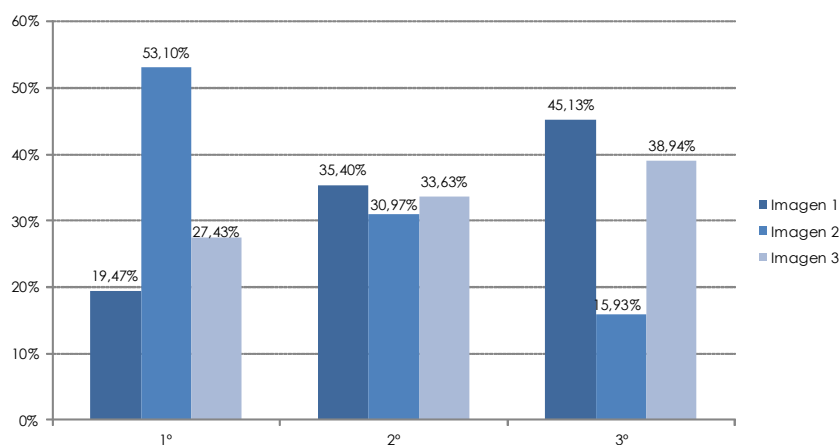


Figura 4.8 Comparativa valoración tipo imagen por orden preferencia

4.3 Análisis discriminante de la muestra

Para poder determinar si la percepción entre los distintos grupos es distinta, y previo al tratamiento de los datos, se realiza un análisis discriminante para las variables objetivas.

Este análisis discriminante para ver si existen diferencias significativas en las percepciones atendiendo a características del propio sujeto o atendiendo a características de la propia imagen, permite obtener las funciones discriminantes o combinaciones de las variables independientes.

Las funciones discriminantes se obtienen tomando como variables independientes los adjetivos del cuestionario y las respuestas de

valoración global (buena imagen y buen proyecto) y como variable agrupada cada una de las variables de agrupación (sexo, edad, hijos, formación, experiencia en realización de renders, miembro de un jurado de concurso, ostentado cargo político y tipo de imagen).

El poder de la función que discrimina entre dos grupos es mayor cuanto mayor es el valor de la Lambda de Wilks y las diferencias son suficientemente significativas, debiendo ser el valor de Sig.< 0,05.

Se observa que del conjunto de variables que se han tomado de agrupación, solo existen diferencias significativas en las siguientes:

4.3.1 DISCRIMINANTE ARQUITECTO TÉCNICO

Contraste de las funciones	Lambda de Wilks	Chi-cuadrado	Sig.
1	0,796	71,360	0,025

Tabla 4.5 Lambda de Wilks de la función discriminante FORMACIÓN

La Tabla 4.5 muestra un elevado valor de la Lambda de Wilks y un nivel de significación por debajo del 0,05 (0,025). Eso significa que existen diferencias significativas en las respuestas entre los que tienen la formación de arquitecto técnico y los que no.

4.3.2 DISCRIMINANTE RENDERS

Contraste de las funciones	Lambda de Wilks	Chi-cuadrado	Sig.
1	0,779	77,926	0,007

Tabla 4.6 Lambda de Wilks de la función discriminante EXPERIENCIA EN LA REALIZACIÓN DE RENDERS

La Tabla 4.6 muestra un elevado valor de la Lambda de Wilks y un nivel de significación por debajo del 0,05 (0,007). Eso significa que existen diferencias significativas en las respuestas entre los que tienen experiencia en la realización de renders y los que no.

4.3.3 DISCRIMINANTE JURADO ARQUITECTURA

Contraste de las funciones	Lambda de Wilks	Chi-cuadrado	Sig.
1	0,779	77,926	0,007

Tabla 4.7 Lambda de Wilks de la función discriminante MIEMBRO DE UN JURADO DE CONCURSO

La Tabla 4.7 muestra un elevado valor de la Lambda de Wilks (0,779) y un nivel de significación de 0,007, valor por debajo del 0,05. Eso significa que existen diferencias significativas en las respuestas entre los que han formado parte como jurado en un concurso de arquitectura y los que no.

4.3.4 DISCRIMINANTE CARGO POLÍTICO

Contraste de las funciones	Lambda de Wilks	Chi-cuadrado	Sig.
1	0,790	73,535	0,017

Tabla 4.8 Lambda de Wilks de la función discriminante OSTENTADO CARGO POLÍTICO

La Tabla 4.8 muestra un elevado valor de la Lambda de Wilks y un nivel de significación por debajo del 0,05 (0,017). Eso significa que existen diferencias significativas en las respuestas entre los que han ostentado u ostentan cargo político y los que no.

4.3.5 DISCRIMINANTE TIPO DE IMAGEN

Contraste de las funciones	Lambda de Wilks	Chi-cuadrado	Sig.
1 a la 2	0,385	297,601	0,000
2	0,757	86,614	0,001

Tabla 4.9 Lambda de Wilks de la función discriminante TIPO DE IMAGEN

La Tabla 4.9 muestra que la separación dada por la función discriminante en el contraste de funciones de la 1 a la 2 no es significativa, al no ser elevado el valor de Lambda de Wilks (0,385), sin embargo el nivel de significación es de 0,000, valor por debajo del 0,05.

Sin embargo, en el contraste de las funciones 2, la Tabla 4.9 muestra un elevado valor de la Lambda de Wilks y un nivel de significación por debajo del 0,05 (0,001).

Se puede deducir de lo anteriormente expuesto, que está justificada la agrupación de imágenes en función de su tipología, ya que la respuesta es significativamente diferente en función de esta.

4.4 Obtención del Universo Semántico General

Mediante la aplicación del análisis factorial, análisis conjunto que determina los ejes semánticos correspondientes al conjunto de sujetos no expertos, se consigue reducir el conjunto de 48 descriptores o adjetivos iniciales, es decir las variables iniciales del cuestionario, en un conjunto de 8 factores independientes capaces de explicar el 62,75 % de la varianza de las variables originales.

La Tabla 4.10 recoge los valores propios de los factores, los porcentajes de varianza explicada por cada factor y los porcentajes acumulados.

Factores	Autovalores	% Varianza	% Acumulado
1	7,877	16,41	16,41
2	7,438	15,50	31,91
3	4,604	9,59	41,50
4	2,831	5,90	47,40
5	2,569	5,35	52,75
6	1,910	3,98	56,73
7	1,462	3,05	59,78
8	1,428	2,97	62,75

Tabla 4.10 Varianza total explicada por los 8 factores

A partir de los valores de la matriz rotada de componentes de puntuaciones, se procede a interpretar el significado de los factores.

El análisis factorial identifica y ordena los 8 ejes semánticos utilizados por los encuestados para describir las sensaciones percibidas. El orden de estos factores indica que el usuario final diferencia un espacio público en primer lugar por las sensaciones de tranquilidad y bienestar transmitidas, seguidas de alegría y familiaridad; y así sucesivamente.

Para interpretar el significado de cada factor es fundamental conocer las variables que lo conforman, pudiendo ser su aportación positiva o negativa.

A continuación se analiza cada uno de los factores, determinando el nombre que lo define:

Factor 1. BIENESTAR

El primer factor consigue explicar el 16,41% de la varianza de las variables originales. Se trata del atributo que mejor define las sensaciones que conforman la encuesta.

Agrupar con coeficientes positivos las variables relacionadas con la tranquilidad, la armonía, la sencillez, mientras que con coeficientes negativos las variables opuestas al bienestar del individuo, como el caos, el estrés o la agresividad.

VARIABLES	BIENESTAR	
	Relación +	Relación -
Caos		-0,785
Saturada		-0,766
Tranquilidad	0,744	
Estrés		-0,733
Armonía	0,683	
Ligera	0,650	
Agresiva		-0,649
Sencilla	0,629	
Amplitud	0,623	
Claridad	0,588	
Bienestar	0,570	
Fresca	0,557	
Surrealista		-0,513
Ecológica	0,504	
Bonita	0,486	
Seguridad	0,408	

Tabla 4.11 Variables del FACTOR 1

Factor 2. ALEGRÍA

Consigue explicar el 15,50% de la varianza de las variables originales.

Agrupar con coeficientes positivos las variables relacionadas con la alegría y con coeficientes negativos las variables que definen la ausencia de esta (fría, soledad,...).

VARIABLES	ALEGRÍA	
	Relación	
	+	-
Fría		- 0,783
Alegría	0,703	
Soledad		- 0,693
Calidez	0,683	
Colorista	0,641	
Aburrida		- 0,632
Cercanía	0,620	
Familiar	0,575	
Encanto (con)	0,570	
Vitalidad	0,547	
Frívola		- 0,492
Seductora	0,450	
Desasosiego		- 0,398

Tabla 4.12 Variables del FACTOR 2

Factor 3. INNOVACIÓN

Consigue explicar el 9,59% de la varianza de las variables originales.

Agrupar las variables relacionadas con cualidades estéticas (innovadora, futurista, dinámica,...), no recogiendo ninguna variable negativa.

VARIABLES	INNOVACIÓN	
	Relación	
	+	-
Innovadora	0,827	
Futurista	0,794	
Singular	0,650	
Dinámica	0,587	
Artística	0,578	
Moda (de)	0,547	
Curiosidad	0,458	

Tabla 4.13 Variables del FACTOR 3

Factor 4. SENSIBILIDAD

Consigue explicar el 5,90% de la varianza de las variables originales.

Agrupar variables con coeficientes positivos relacionados con la sensibilidad artística del estímulo.

SENSIBILIDAD		
VARIABLES	Relación	
	+	-
Nostálgica	0,758	
Romántica	0,591	
Sensible	0,559	
Espiritual	0,524	

Tabla 4.14 Variables del FACTOR 4

Factor 5. MONUMENTALIDAD

Consigue explicar el 5,35% de la varianza de las variables originales.

Las variables que agrupa son aquellas que se refieren a expresiones de grandiosidad, no recogiendo variables con coeficientes negativos.

MONUMENTALIDAD		
VARIABLES	Relación	
	+	-
Lujo	0,718	
Monumental	0,700	
Exótica	0,565	

Tabla 4.15 Variables del FACTOR 5

Factor 6. FUNCIONALIDAD

Consigue explicar el 3,98% de la varianza de las variables originales.

Las variables que agrupa son aquellas que se refieren a expresiones de grandiosidad, no recogiendo variables con coeficientes negativos.

FUNCIONALIDAD		
VARIABLES	Relación	
	+	-
Popular	0,622	
Funcionalidad	0,501	

Tabla 4.16 Variables del FACTOR 6

Factor 7. INTEMPORALIDAD

Consigue explicar el 3,05% de la varianza de las variables originales.

Agrupar únicamente dos variables con coeficiente positivo, popular y funcionalidad.

FUNCIONALIDAD		
VARIABLES	Relación	
	+	-
Intemporal	0,697	
Seria	0,569	

Tabla 4.17 Variables del FACTOR 7

Factor 8. NO SERIEDAD

Consigue explicar el 2,97% de la varianza de las variables originales.

Este factor solo se encuentra formado por una variable, el concepto de infantil.

NO SERIEDAD		
VARIABLES	Relación	
	+	-
Infantil	0,672	

Tabla 4.18 Variables del FACTOR 8

4.5 Obtención de la relación entre el universo semántico obtenido y la valoración global

4.5.1 MODELOS DE REGRESIÓN

Es necesario determinar la importancia de cada uno de los ejes semánticos obtenidos en función de su valoración global, para ello se aplica el análisis de regresión lineal.

Esta técnica permite definir un modelo cuantitativo capaz de estimar el nivel de aceptación de una imagen o de un proyecto en función de las puntuaciones de los diferentes factores.

Partiendo de los valores obtenidos en la regresión lineal de una buena imagen y de un buen proyecto, reflejados en las Tablas A3.5 y A3.6, respectivamente del Anexo 3, se obtiene el análisis y ecuaciones de regresión siguientes:

a) Regresión buena imagen

La Tabla 4.19 muestra los factores incluidos y excluidos en este modelo, ordenados según el peso en la valoración global. De los 8 factores iniciales, en la ecuación de regresión entran 7 factores, quedando excluido aquel cuyo nivel de significación es inferior a 0,05.

FACTORES INCLUIDOS	FACTORES NO INCLUIDOS
Factor 3. INNOVACIÓN	
Factor 1. BIENESTAR	
Factor 2. ALEGRÍA	
Factor 5. MONUMENTALIDAD	Factor 7. INTEMPORALIDAD
Factor 6. FUNCIONALIDAD	
Factor 4. SENSIBILIDAD	
Factor 8. NO SERIEDAD	

Tabla 4.19 Valores incluidos y excluidos de la ecuación de regresión lineal BUENA IMAGEN

El valor de mayor relevancia al valorar una imagen es que esta se perciba como innovadora; en segundo lugar que transmita sensación de bienestar; en tercer lugar que sea alegre; y así sucesivamente. No teniendo ninguna relevancia el hecho de ser intemporal.

El resultado del análisis de regresión lineal ha dado lugar a la siguiente ecuación de regresión:

$$\text{Valoración Global Imagen} = 0,516 + 0,565 \text{ factor 3} + 0,518 \text{ factor 1} + 0,465 \text{ factor 2} + 0,359 \text{ factor 5} + 0,142 \text{ factor 6} + 0,127 \text{ factor 4} - 0,111 \text{ factor 8}$$

El análisis proporciona un coeficiente de correlación para una buena imagen de 0,762^a, valor bastante elevado para tratarse de relaciones entre variables extraídas de encuestas. Esto demuestra la consistencia del modelo y su capacidad para estimar la valoración global de la imagen a partir de los juicios sobre los ejes semánticos incluidos en la ecuación.

b) Regresión buen proyecto

La Tabla 4.20 muestra los factores incluidos y excluidos en este modelo, ordenados según el peso en la valoración global. De los 8 factores iniciales, en la ecuación de regresión entran 6 factores, quedando excluido aquellos cuyo nivel de significación es inferior a 0,05.

FACTORES INCLUIDOS	FACTORES NO INCLUIDOS
Factor 2. ALEGRÍA	
Factor 1. BIENESTAR	
Factor 3. INNOVACIÓN	Factor 7. INTEMPORALIDAD
Factor 4. SENSIBILIDAD	Factor 8. NO SERIEDAD
Factor 5. MONUMENTALIDAD	
Factor 6. FUNCIONALIDAD	

Tabla 4.20 Valores incluidos y excluidos de la ecuación de regresión lineal BUEN PROYECTO

El valor de mayor relevancia al valorar el proyecto representado es que este se perciba como alegre; en segundo lugar que transmita sensación de bienestar; en tercer lugar que sea innovador; y así sucesivamente. No teniendo ninguna relevancia el hecho de ser intemporal y no transmitir sensación de no seriedad o infantil.

El resultado del análisis de regresión lineal ha dado lugar a la siguiente ecuación de regresión:

$$\text{Valoración Global Proyecto} = 0,360 + 0,746 \text{ factor 2} + 0,636 \text{ factor 1} + 0,308 \text{ factor 3} + 0,274 \text{ factor 4} + 0,213 \text{ factor 5} + 0,184 \text{ factor 6}$$

El análisis proporciona un coeficiente de correlación para un buen proyecto de 0,760^a, valor bastante elevado para tratarse de relaciones entre variables extraídas de encuestas. Esto demuestra la consistencia del modelo y su capacidad para estimar la valoración global del proyecto a partir de los juicios sobre los ejes semánticos incluidos en la ecuación.

A modo de resumen, la Figura 4.9 recoge los coeficientes no estandarizados β y el nivel de significación de los modelos de regresión de una buena imagen y de un buen proyecto.



Figura 4.9 Modelo de lente BUENA IMAGEN / BUEN PROYECTO

En los dos modelos, los 3 primeros factores son los mismos; tanto para valorar la imagen como para valorar el proyecto las percepciones en las que nos fijamos son el bienestar, la alegría y la innovación. La diferencia es el orden por su peso dentro de la expresión.

En la valoración del proyecto, la alegría y el bienestar, tienen el doble de importancia que la innovación, lo cual implica que el proyecto que genera estas sensaciones se valora como mejor proyecto. Sin embargo, en la valoración de la imagen, han gustado más aquellas imágenes innovadoras o futuristas.

El sujeto encuestado al valorar la propuesta también valora la imagen como tal, de manera que si lo que se quiere es llegar al proyecto, este tendrá que generar una serie de sensaciones a través de su imagen.

De esto se deduce que no se puede desligar la propuesta de espacio público como proyecto, de la imagen que lo representa. Es por ello que surge la necesidad de generar una variable de valoración global que recoja por una parte la imagen y por otra parte la propuesta.

4.5.2 PERFIL SEMÁNTICO DE CADA TIPOLOGÍA DE IMAGEN

A través del método de obtención de medias y desviaciones típicas, comprobaremos la valoración de cada uno de los 8 ejes semánticos establecidos para las imágenes que conforman los tres grupos.

Del análisis de la Figura 4.10, generada en base a los valores de las Tablas A3.7, A3.8 y A3.9, recogidas en el Anexo 3, se deduce que las imágenes en las que más se valoran los ejes de bienestar y alegría son las del grupo

2, en contraposición con las imágenes del grupo 3 cuya valoración de estos ejes es negativa.

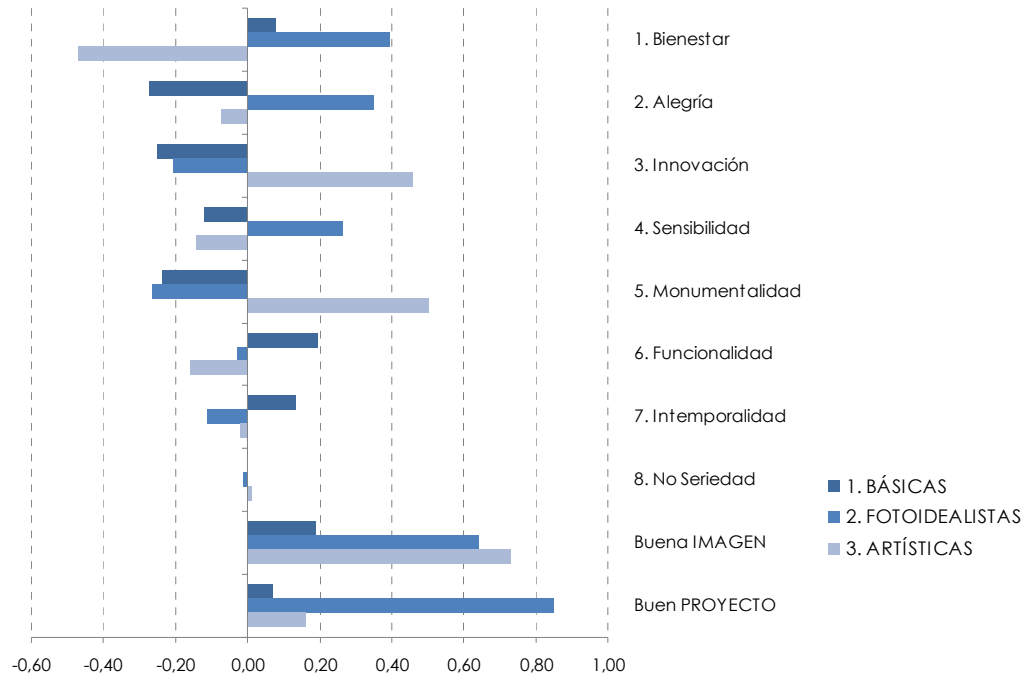


Figura 4.10 Medias por factores imágenes BÁSICAS / FOTOIDEALISTAS / ARTÍSTICAS

Las imágenes del grupo 3, sin embargo son muy innovadoras además de ser consideradas como grandiosas o monumentales por el impacto visual que genera en el observador.

Las imágenes menos valoradas en general, y con más valoraciones negativas son las del grupo 1.

Por los resultados obtenidos se observa claramente que las imágenes con una mejor valoración global en la calificación de BUENA IMAGEN, son las imágenes del grupo 2 y 3, siendo la valoración de estas últimas, las imágenes artísticas, superior.

En cuanto a las imágenes con una mejor valoración global en la calificación de BUEN PROYECTO, no hay duda de que son las imágenes fotoidealistas (grupo 2) las más valoradas, alcanzando un valor de 0,85 frente al 0,16 de las imágenes del grupo 3 y al 0,07 de las imágenes del grupo 1.

Capítulo 5. CONCLUSIONES

5.1 Conclusiones generales

Las conclusiones extraídas del trabajo de investigación realizado son las siguientes:

- El lenguaje semántico con el que se ha confeccionado el cuestionario, consistente en 48 expresiones, ha permitido expresar a los encuestados las sensaciones generadas ante los distintos estímulos.

El alto porcentaje de la varianza de las variables originales que son capaces de explicar los 8 factores independientes, resultado del análisis factorial del conjunto inicial de 48 descriptores, demuestran que la metodología elegida para la percepción de los estímulos es válida para los procesos de participación ciudadana en el diseño de espacios públicos.

- La clasificación inicial de las imágenes realizada para el desarrollo del trabajo de campo (básicas, fotoidealistas y artísticas) ha resultado ser válida. Del análisis de los valores totales de la muestra por grupos de imágenes, se deduce que los usuarios tienen respuestas diferenciadas ante los grupos de estímulos creados y se ha podido determinar qué expresiones se asocian a ese espacio público representado para su comprensión y definición.

La valoración global de cada uno de los conjuntos de imágenes, nos ha permitido establecer que las imágenes ampliamente preferidas son aquellas que representan el futuro proyecto de manera más real e idílica, las imágenes fotoidealistas.

- El análisis discriminante de la muestra atendiendo a características del propio sujeto (edad, sexo, hijos, ...), ha dado como resultado que existen diferencias significativas en las percepciones del encuestado atendiendo a su formación como arquitecto técnico frente al resto de formaciones que constituyen el denominado grupo de "no expertos" (ingenieros, médicos, abogados, etc.).

Aunque la formación de arquitecto técnico no está incluida en el grupo definido como miembros expertos en un concurso de arquitectura (arquitecto, urbanista o paisajista), las diferencias de percepción obtenidas en este colectivo y dado que existe una clara relación o

afinidad entre arquitectura y arquitectura técnica, justifican la realización del trabajo de investigación para el conjunto de “no expertos”, por entender de la existencia de diferencias significativas entre ambos grupos.

- La valoración por orden de preferencia de los grupos de imágenes para identificarlos como buen proyecto indica que, en un proceso de participación ciudadana, los espacios públicos preferidos serán los representados por imágenes fotoidealistas, aquellas que generan sensaciones de alegría y bienestar.

Sin embargo, la valoración por orden de preferencia, determina que el grupo considerado como mejor imagen es el constituido por imágenes artísticas, contrapuesta a su valoración como buen proyecto.

Es por ello, que aunque el objeto de este estudio sea la propuesta del proyecto en sí, dado que el ciudadano no valora de igual forma la imagen que el proyecto que va implícito, será necesario que en la representación de ese futuro espacio público se tenga en cuenta el tipo de imagen.

- Los valores altos de regresión obtenidos en los modelos de buena imagen y buen proyecto, indica que estos modelos son adecuados. A través de la metodología Kansei, se ha conseguido establecer la relación entre la valoración de una imagen o de un proyecto y el conjunto de percepciones que provocan con un ajuste bueno.

Podemos afirmar por lo expuesto que, la metodología Kansei constituye una herramienta valiosa para desarrollar sistemas expertos con los que tomar decisiones de diseño de espacios públicos incorporando la percepción de los usuarios.

5.2 Futuras líneas de investigación

En base a los resultados obtenidos en este trabajo, futuras líneas de investigación podrían ser las siguientes:

- Continuación de Kansei con la integración de técnicas que permiten medir la respuesta psicofisiológica del usuario como eye-tracking, técnicas que se están realizando en el instituto LabHuman, y sería interesante conocer cómo se desarrollan conjuntamente en el ámbito del diseño de espacios públicos, estudiándose las

respuesta de los mecanismos de la atención y las emociones a los estímulos, llegándose a percibir diferencias entre las propuestas muy sensibles.

- Aplicación de la metodología Kansei en otras facetas de la arquitectura, como determinar qué cualidades externas de diseño (forma, geometría, composición, color, ...) debe tener una promoción inmobiliaria para captar la "curiosidad" de un futuro comprador, y/o determinar en función de estas cualidades hacia qué tipo de público van dirigidas las promociones.

BIBLIOGRAFÍA

- ALCÁNTARA, E. ARTACHO M. A., GONZALEZ, J. C., GARCÍA, A.C., Application of products semantics to footwear design. 2005.
- ALEXANDER, C.(et al) Urbanismo y participación. El caso de la Universidad de Oregón. Barcelona: Gustavo Gili. 1978
- AL-KODMANY, K. Using visualization techniques for enhancing public participation in planning and design: process, implementation, and evaluation. *Landscape and Urban Planning* 45 (1999), 37-45 .
- BISHOP, J. Community involvement in planning and development processes Department of the Environment, Planning Research Program. England. 1994
- DECRETO 120/2006, de 11 de agosto, del Consell, por el que se aprueba El Reglamento de Paisaje de la Comunidad Valenciana [2006/9858] DOGV 16/08/2006.
- DECRETO 76/2009, de 5 de junio, del Consell, por el que se aprueba el Reglamento de desarrollo y ejecución de la Ley 11/2008, de 3 de julio, de la Generalitat, de Participación Ciudadana de la Comunitat Valenciana. [2009/6653] DOCV 09/06/2009.
- DELGADO, G.J. La ciudad que queremos. Apología de un urbanismo radical. *Scripta Nova. Revista Electrónica de Geografía y Ciencias Sociales*, Vol. IX, núm. 194 (117), 2005. Barcelona, Universidad de Barcelona.
- GARCÍA DEL MONTE, JM. Libro blanco de concursos 3ª Edición. Colegio Oficial de Arquitectos de Madris. 2008.
- HABRAKEN, NJ. El diseño de soportes. Barcelona, etc.: Gustavo Gili. 2000 (2ª ed).
- IÑARRA, S. La percepción en la imagen digital. DEA. Universidad Politécnica de Valencia. 2011.
- JINDO, T.; HIRASAGO, K. Y NAGAMACHI, M. Development of a Design Support System for Office Chairs Using 3-D Graphics. *International Journal of Industrial Ergonomics*, 15 (1), pp. 49-62. 1995.
- JUAN VIDAL, F. Figurando lugares. XI Congreso de Expresión Gráfica Arquitectónica. 2006.
- KISH. Representatividad, aleatorización y realismo. CIS. 1995.
- La Constitución Española. BOE-A-1978-31229
- LEBART, L et al. Tratamiento estadístico de datos. Ed. Marcombo. Barcelona. 1985.
- LEFÈBVRE, H. El derecho a la ciudad. Barcelona: Península. 1969
- LEY 4/2004, de 30 de junio, de la Generalitat, de Ordenación del Territorio y Protección del Paisaje (13470). BOE 20-06-2004.
- LEY 11/2008, de 3 de julio, de participación ciudadana de la Comunitat Valenciana (14049). BOE 19/08/2008.
- LLINARES MILLÁN, M.C. Aplicaciones a la Ingeniería Kansei al Análisis de Productos Inmobiliarios. Tesis Doctoral. Universidad Politécnica de Valencia. 2001.
- LLINARES, M.C., PAGE, A. Application of product differential semantics to quantify purchaser perceptions in housing assessment. 2007.

LLINARES M.C., PAGE, A Differential semantics as a Kansei Engineering tool for analysing the emotional impressions which determine the choice of neighbourhood: The case of Valencia, Spain. 2008

MATSUBARA, Y., NAMAGACHI, M. Kansei análisis support system and virtual KES. 1997.

MATSUBARA, Y., NAMAGACHI, M. Hybrid Kansei engineering system and design support. 1997.

MONTAÑANA I AVINÓ, A. Estudio cuantitativo de la percepción del usuario en la valoración de ofertas inmobiliarias mediante Ingeniería Kansei. Tesis Doctoral, Universidad Politécnica de Valencia, 2009.

MORÁN, N., HERNÁNDEZ, A. La participación ciudadana en la intervención urbana. 2002. Boletín CF+S, nº 34, 30/09/2006. <<http://habitat.aq.upm.es/boletin/n34/anmor.html>>

MUÑOZ-CRIADO, A. Plan de la Huerta de Valencia: Un paisaje cultural milenario. Vol. 1: estrategias de preservación y gestión. Vol. 2: Conclusiones del Proceso de participación Pública. Generalitat Valenciana, Conselleria de Medi Ambient, Aigua, Urbanisme i Habitatge. 2009.

NAGASAWA, S. Kansei evaluation using fuzzy structural modeling. In: M. Nagamachi, Editor, Kansei engineering-I: Proceedings of the First Japan-Korea Symposium on Kansei Engineering-Consumer-Oriented product Development Technology, Kaibundo, pp. 119-125. 1997.

NAGAMICHI, M. Kansei Engineering: A new ergonomic consumer-oriented technology for Product Development. International journal of industrial ergonomics, 15, pp 3-11, 1995.

NEEF, MM. La Economía Decalza. CEPUR-Nordan. 1986

OSGOOD, CE., VINING, J., EBREO. The effect of Street Trees on Perceived Values of Residential Property. Environment and Behavior. 1957.

SANOFF, H. Participatory Design: Theory and Techniques. Raleigh, NC: Bookmasters.

SANTESMASES, M. Diseño y análisis de encuestas en investigación social y de mercados. Ediciones Pirámide. 1997.

TANUE, C., ISHAZAKA, K., NAMAGACHI, M. Kansei Engineering: A study on perception of vehicle interior image. 1997.

TERNINKO, J. Step by Step QFD: Customer-Driven Product Design, St. Luice Press. EEUU 1997.

TURNER, JFC. La Vivienda, todo el poder del usuario. Herman Blume. 1977

Versiones Consolidadas del Tratado de la Unión Europea y del Tratado de Funcionamiento de la Unión Europea. Diario Oficial de la Unión Europea. 2012/C326/01

WATES, N. 1985. Co-op Consolidation. The Architectural Review. 177 (1058), 57-64.

ANEXOS

Anexo 1: Imágenes seleccionadas para el estudio. Datos

CÓDIGO	AUTOR IMAGEN	PROYECTO	ARQUITECTO	FUENTE
01-01	-	Concurso Bulevar de Benicassim	F. Mangado	resultados de concurso
01-02	-	Concurso Bulevar de Benicassim	F. Mangado	resultados de concurso
01-03	Kirk Fromm	St Josephs University	Metro Architects	F. SCHILLACI. Architectural Renderings. DOM publishers, 2010
01-04	Artand design	JFK Plaza, Philadelohia	W.Roberts&Todd	Architectural Renderings
01-05	Kirk Fromm	Uptown Miami	Beame Achitectural	Architectural Renderings
01-06	Artefactorylab	Colegio en Paris	Kengo Kuma	web Artefactorylab
01-07	-	Pl. País Valenciá. Picanya	J. García-Solera	web OCOA
01-08	-	Concurso Bulevar de Benicassim	G. Vazquez-Consuegra	resultados de concurso
01-09	-	Concurso Plaza de Mayo. Pedro Muñoz	R. Ortega, MJ. Saura	web OCOA
01-10	Mgr	Mercado	-	facilitado por los autores
01-11	Mgr	Instituto de cerámica	-	facilitado por los autores
01-12	-	Concurso Plaza Séneca. Alicante	D.bravo , J. Mosquera	resultados de concurso
01-13	bg studio	Zona de servicio autopista. Paris	L. Caradec, F. Risterucci	facilitado por los autores
01-14	-	Concurso Bulevar de Benicassim	G. Vazquez-Consuegra	resultados de concurso
01-15	-	Concurso Plaza Matadero de Madrid	-	ecosistemaurbano.org
01-17	-	Plaza de la Garduyna. Barcelona	Carmen Pinós	ecosistemaurbano.org
01-18	Mgr	Mercado	-	facilitado por los autores
02-01	-	Concurso Bulevar de Benicassim	I. Alday	resultados de Concurso
02-02	-	Concurso Bulevar de Benicassim	I. Alday	resultados de concurso
02-03	-	Concurso Bulevar de Benicassim	I. Alday	resultados de concurso
02-04	bg studio	Concurso Playa de Palma	J. M. Tomás	facilitado por los autores
02-05	Artefactorylab		Michel Desvigne	web Artefactorylab
02-06	Artefactorylab		Michel Desvigne	web Artefactorylab
02-08	bg studio	Intervención Casco Antiguo de Alcoy.	M. Espí	facilitado por los autores
02-09	bg studio	Concurso Bulevar de Benicassim	E. Fernandez-Vivancos	facilitado por los autores
02-10	bg studio	Concurso Puerto de La Spezia	J. M. Tomás	facilitado por los autores
02-11	bg studio	Concurso Bulevar de Benicassim	E. Fernandez-Vivancos	facilitado por los autores
02-12	bg studio	Concurso Puerto de Vado Ligure	J. M. Tomás	facilitado por los autores
02-13	bg studio	Concurso Bulevar de Benicassim	E. Fernandez-Vivancos	facilitado por los autores
02-14	bg studio	Concurso Bulevar de Benicassim	E. Fernandez-Vivancos	facilitado por los autores
02-15	bg studio	Concurso Playa de Palma	J. M. Tomás	facilitado por los autores
02-16	bg studio	Concurso Playa de Palma	J. M. Tomás	facilitado por los autores
02-17	bg studio	Concurso Playa de Palma	J. M. Tomás	facilitado por los autores
02-18	bg studio	Concurso Playa de Palma	J. M. Tomás	facilitado por los autores
02-19	bg studio	Concurso Puerto de La Spezia	J. M. Tomás	facilitado por los autores
02-20	-	Concurso Bulevar de Benicassim	G. Vazquez-Consuegra	resultados de Concurso
03-03	-	Loop City. Copenhagen	B. Ingels	web BIG
03-04	-	Centro de Arte Walker. Minneapolis	Michel Desvigne	Natures Intermediéres. Les pysages de Michel Desvignes
03-05	Labtop Rendering	Aprakasin. St Petesburg	MVRDV	web Labtop
03-06	Labtop Rendering	Shenzen	J. de Smedt	web Labtop
03-07	Labtop Rendering	Walter Towers en Praga	B. Ingels	web Labtop
03-08	luxigon	Puerto en Nordhavnen	COBE	web luxigon
03-09	luxigon	Estación central de Bologna	MVRDV	web luxigon
03-10	Labtop Rendering	Bawadi. Dubai	B. Ingels	Architectural Renderings
03-11	luxigon	Concurso Opera de Kristiansund	Brisac, Gonzalez	web luxigon
03-12	luxigon	Mediaspace en Aarhus	Mecanoo	web luxigon
03-13	luxigon	Parque Museo de Qatar	Michel Desvigne	web luxigon
03-14	luxigon	Concurso Teatro en Geneve	MVRDV	web luxigon
03-16	ArtefactoryLab	Louvre Abu Dhabi. Emir. Arabes	Ateliers Jean Nouvel	Architectural Renderings

Anexo 2: Ejemplo completo de cuestionario

Estimado compañero.

El motivo de contactar contigo es para pedirte participes en una encuesta que estamos realizando conjuntamente los Departamentos de Expresión Gráfica y de Organización de Empresas de la Universidad Politécnica de Valencia, para el desarrollo de un trabajo de investigación.

Concretamente se necesitan analizar las percepciones generadas ante distintas propuestas de espacios públicos, partiendo de la premisa de que se trata de una primera fase de preselección como miembro de un jurado.

Para acceder a la encuesta, debes pinchar en el siguiente enlace o copiar y pegar en tu navegador: <http://suiab.webs.upv.es/index.php?id=R05614a6c74245c1ef99c738e96231f3f7e3>

MODO DE EVALUAR:

1. Habiéndose cumplimentado en la página inicial una serie de datos personales, necesarios para el posterior análisis y evaluación de los resultados obtenidos, se mostrará la primera de las 3 imágenes.

Para cada una de las se deberá contestar a un total de 48 adjetivos relacionados con las percepciones que sugiere la imagen observada, los cuales aparecerán en grupos máximos de 10.

Por ejemplo:

- La imagen me transmite TRISTEZA
- totalmente de acuerdo
 - parcialmente de acuerdo
 - ni de acuerdo ni en desacuerdo
 - parcialmente en desacuerdo
 - totalmente en desacuerdo

Se considerará la opción “ni de acuerdo ni en desacuerdo” cuando la imagen no transmita esa percepción.

2. Descrito el ESPACIO PÚBLICO a través de los adjetivos que han ido apareciendo, se contestarán dos últimas cuestiones.

3. Por último, las tres imágenes valoradas se enumerarán por orden de preferencia.

ATENCIÓN:

Debes dirigir tu respuesta a tu percepción del ESPACIO PÚBLICO en cada una de las imágenes.

Solo puede marcarse una casilla.

Es importante puntuar la primera impresión percibida por la imagen, por lo que debes realizar el test con rapidez.

Valorarás tu percepción en cada una de las escalas independientemente, no debiendo tener en cuenta la seleccionada en anteriores escalas de adjetivos.

La validez de los resultados a obtener con el cuestionario, ha motivado la duración del mismo, por lo que ¡Agradecerte de antemano la colaboración y tiempo prestados!

Un saludo,

Raquel Hervás Linares
D. Expresión Gráfica Arquitectónica. UPV

Cuestionario general

Departament de Expressió Gràfica Arquitectònica
Departament de Organització de Empreses



Información sobre participante: C033

29 Agosto 2013, 10:36

1. Edad	<input type="radio"/> Menos de 30 <input type="radio"/> 30-40 <input checked="" type="radio"/> 40-50 <input type="radio"/> 50-60 <input type="radio"/> Más de 60	5. Actividad laboral	<input type="text" value="CONSTRUCCION"/>
2. Sexo	<input type="radio"/> Mujer <input checked="" type="radio"/> Hombre	6. En su actividad laboral, ¿realiza renders?	<input type="radio"/> Sí <input checked="" type="radio"/> No
3. Hijos	<input checked="" type="radio"/> Sí <input type="radio"/> No	7. ¿Ha formado parte de algún jurado de concurso de arquitectura?	<input type="radio"/> Sí <input checked="" type="radio"/> No
4. Formación	<input type="radio"/> Arquitectura, urbanismo <input checked="" type="radio"/> Arquitectura técnica <input type="radio"/> Bellas-artes <input type="radio"/> Ingenierías <input type="radio"/> Económicas <input type="radio"/> Derecho <input type="radio"/> Medicina <input type="radio"/> Otros estudios universitarios <input type="radio"/> Sin estudios universitarios	8. ¿En cuanto años?	<input type="radio"/> Menos de 5 <input type="radio"/> 5-10 <input type="radio"/> 10-15 <input type="radio"/> Más de 15
		9. ¿Ocupa o ha ocupado un cargo político?	<input type="radio"/> Sí <input checked="" type="radio"/> No

[pasar a la pregunta nº 1 >>](#)



La imagen me transmite

- | | | | | |
|---|--|---|--|--|
| <p>AMPLITUD</p> <p><input checked="" type="radio"/> Totalmente de acuerdo</p> <p><input type="radio"/> Parcialmente de acuerdo</p> <p><input type="radio"/> Ni de acuerdo ni en desacuerdo</p> <p><input type="radio"/> Parcialmente en desacuerdo</p> <p><input type="radio"/> Totalmente en desacuerdo</p> | <p>SOLEDAD, TRISTEZA</p> <p><input type="radio"/> Totalmente de acuerdo</p> <p><input type="radio"/> Parcialmente de acuerdo</p> <p><input type="radio"/> Ni de acuerdo ni en desacuerdo</p> <p><input type="radio"/> Parcialmente en desacuerdo</p> <p><input checked="" type="radio"/> Totalmente en desacuerdo</p> | <p>CLARIDAD</p> <p><input checked="" type="radio"/> Totalmente de acuerdo</p> <p><input type="radio"/> Parcialmente de acuerdo</p> <p><input type="radio"/> Ni de acuerdo ni en desacuerdo</p> <p><input type="radio"/> Parcialmente en desacuerdo</p> <p><input type="radio"/> Totalmente en desacuerdo</p> | <p>SEGURIDAD</p> <p><input type="radio"/> Totalmente de acuerdo</p> <p><input checked="" type="radio"/> Parcialmente de acuerdo</p> <p><input type="radio"/> Ni de acuerdo ni en desacuerdo</p> <p><input type="radio"/> Parcialmente en desacuerdo</p> <p><input type="radio"/> Totalmente en desacuerdo</p> | <p>FUNCIONALIDAD</p> <p><input checked="" type="radio"/> Totalmente de acuerdo</p> <p><input type="radio"/> Parcialmente de acuerdo</p> <p><input type="radio"/> Ni de acuerdo ni en desacuerdo</p> <p><input type="radio"/> Parcialmente en desacuerdo</p> <p><input type="radio"/> Totalmente en desacuerdo</p> |
| <p>CALIDEZ</p> <p><input type="radio"/> Totalmente de acuerdo</p> <p><input type="radio"/> Parcialmente de acuerdo</p> <p><input checked="" type="radio"/> Ni de acuerdo ni en desacuerdo</p> <p><input type="radio"/> Parcialmente en desacuerdo</p> <p><input type="radio"/> Totalmente en desacuerdo</p> | <p>ESTRÉS, TENSION</p> <p><input type="radio"/> Totalmente de acuerdo</p> <p><input type="radio"/> Parcialmente de acuerdo</p> <p><input type="radio"/> Ni de acuerdo ni en desacuerdo</p> <p><input type="radio"/> Parcialmente en desacuerdo</p> <p><input checked="" type="radio"/> Totalmente en desacuerdo</p> | <p>CURIOSIDAD</p> <p><input type="radio"/> Totalmente de acuerdo</p> <p><input checked="" type="radio"/> Parcialmente de acuerdo</p> <p><input type="radio"/> Ni de acuerdo ni en desacuerdo</p> <p><input type="radio"/> Parcialmente en desacuerdo</p> <p><input type="radio"/> Totalmente en desacuerdo</p> | <p>CAOS</p> <p><input type="radio"/> Totalmente de acuerdo</p> <p><input type="radio"/> Parcialmente de acuerdo</p> <p><input type="radio"/> Ni de acuerdo ni en desacuerdo</p> <p><input type="radio"/> Parcialmente en desacuerdo</p> <p><input checked="" type="radio"/> Totalmente en desacuerdo</p> | <p>VITALIDAD</p> <p><input type="radio"/> Totalmente de acuerdo</p> <p><input type="radio"/> Parcialmente de acuerdo</p> <p><input checked="" type="radio"/> Ni de acuerdo ni en desacuerdo</p> <p><input type="radio"/> Parcialmente en desacuerdo</p> <p><input type="radio"/> Totalmente en desacuerdo</p> |

Pasar a la página nº 2 >>



La imagen me transmite

- | | | | | |
|---|--|--|---|--|
| <p>ALEGRÍA</p> <p><input checked="" type="radio"/> Totalmente de acuerdo</p> <p><input type="radio"/> Parcialmente de acuerdo</p> <p><input type="radio"/> Ni de acuerdo ni en desacuerdo</p> <p><input type="radio"/> Parcialmente en desacuerdo</p> <p><input type="radio"/> Totalmente en desacuerdo</p> | <p>ARMONÍA, EQUILIBRIO</p> <p><input type="radio"/> Totalmente de acuerdo</p> <p><input checked="" type="radio"/> Parcialmente de acuerdo</p> <p><input type="radio"/> Ni de acuerdo ni en desacuerdo</p> <p><input type="radio"/> Parcialmente en desacuerdo</p> <p><input type="radio"/> Totalmente en desacuerdo</p> | <p>DESASOSIEGO</p> <p><input type="radio"/> Totalmente de acuerdo</p> <p><input type="radio"/> Parcialmente de acuerdo</p> <p><input type="radio"/> Ni de acuerdo ni en desacuerdo</p> <p><input type="radio"/> Parcialmente en desacuerdo</p> <p><input checked="" type="radio"/> Totalmente en desacuerdo</p> | <p>LUJO</p> <p><input type="radio"/> Totalmente de acuerdo</p> <p><input type="radio"/> Parcialmente de acuerdo</p> <p><input checked="" type="radio"/> Ni de acuerdo ni en desacuerdo</p> <p><input type="radio"/> Parcialmente en desacuerdo</p> <p><input type="radio"/> Totalmente en desacuerdo</p> | <p>TRANQUILIDAD, CALMA</p> <p><input type="radio"/> Totalmente de acuerdo</p> <p><input type="radio"/> Parcialmente de acuerdo</p> <p><input type="radio"/> Ni de acuerdo ni en desacuerdo</p> <p><input checked="" type="radio"/> Parcialmente en desacuerdo</p> <p><input type="radio"/> Totalmente en desacuerdo</p> |
| <p>CERCANÍA</p> <p><input type="radio"/> Totalmente de acuerdo</p> <p><input checked="" type="radio"/> Parcialmente de acuerdo</p> <p><input type="radio"/> Ni de acuerdo ni en desacuerdo</p> <p><input type="radio"/> Parcialmente en desacuerdo</p> <p><input type="radio"/> Totalmente en desacuerdo</p> | <p>NOSTALGIA</p> <p><input type="radio"/> Totalmente de acuerdo</p> <p><input type="radio"/> Parcialmente de acuerdo</p> <p><input type="radio"/> Ni de acuerdo ni en desacuerdo</p> <p><input type="radio"/> Parcialmente en desacuerdo</p> <p><input checked="" type="radio"/> Totalmente en desacuerdo</p> | <p>BIENESTAR</p> <p><input type="radio"/> Totalmente de acuerdo</p> <p><input checked="" type="radio"/> Parcialmente de acuerdo</p> <p><input type="radio"/> Ni de acuerdo ni en desacuerdo</p> <p><input type="radio"/> Parcialmente en desacuerdo</p> <p><input type="radio"/> Totalmente en desacuerdo</p> | | |

Pasar a la página nº 3 >>



La imagen me parece

- | | | | | |
|---|---|---|---|---|
| EXÓTICA | SURREALISTA | ABURRIDA | POPULAR | MONUMENTAL |
| <input type="radio"/> Totalmente de acuerdo | <input type="radio"/> Totalmente de acuerdo | <input type="radio"/> Totalmente de acuerdo | <input type="radio"/> Totalmente de acuerdo | <input type="radio"/> Totalmente de acuerdo |
| <input checked="" type="radio"/> Parcialmente de acuerdo | <input type="radio"/> Parcialmente de acuerdo | <input type="radio"/> Parcialmente de acuerdo | <input type="radio"/> Parcialmente de acuerdo | <input type="radio"/> Parcialmente de acuerdo |
| <input type="radio"/> Ni de acuerdo ni en desacuerdo | <input type="radio"/> Ni de acuerdo ni en desacuerdo | <input type="radio"/> Ni de acuerdo ni en desacuerdo | <input checked="" type="radio"/> Ni de acuerdo ni en desacuerdo | <input type="radio"/> Ni de acuerdo ni en desacuerdo |
| <input type="radio"/> Parcialmente en desacuerdo | <input type="radio"/> Parcialmente en desacuerdo | <input type="radio"/> Parcialmente en desacuerdo | <input type="radio"/> Parcialmente en desacuerdo | <input type="radio"/> Parcialmente en desacuerdo |
| <input type="radio"/> Totalmente en desacuerdo | <input checked="" type="radio"/> Totalmente en desacuerdo | <input checked="" type="radio"/> Totalmente en desacuerdo | <input type="radio"/> Totalmente en desacuerdo | <input checked="" type="radio"/> Totalmente en desacuerdo |
| FRÍVOLA | SINGULAR | SEDUCTORA | LIGERA | FRESCA |
| <input type="radio"/> Totalmente de acuerdo | <input type="radio"/> Totalmente de acuerdo | <input type="radio"/> Totalmente de acuerdo | <input checked="" type="radio"/> Totalmente de acuerdo | <input checked="" type="radio"/> Totalmente de acuerdo |
| <input type="radio"/> Parcialmente de acuerdo | <input type="radio"/> Parcialmente de acuerdo | <input checked="" type="radio"/> Parcialmente de acuerdo | <input type="radio"/> Parcialmente de acuerdo | <input type="radio"/> Parcialmente de acuerdo |
| <input type="radio"/> Ni de acuerdo ni en desacuerdo | <input checked="" type="radio"/> Ni de acuerdo ni en desacuerdo | <input type="radio"/> Ni de acuerdo ni en desacuerdo | <input type="radio"/> Ni de acuerdo ni en desacuerdo | <input type="radio"/> Ni de acuerdo ni en desacuerdo |
| <input type="radio"/> Parcialmente en desacuerdo | <input type="radio"/> Parcialmente en desacuerdo | <input type="radio"/> Parcialmente en desacuerdo | <input type="radio"/> Parcialmente en desacuerdo | <input type="radio"/> Parcialmente en desacuerdo |
| <input checked="" type="radio"/> Totalmente en desacuerdo | <input type="radio"/> Totalmente en desacuerdo | <input type="radio"/> Totalmente en desacuerdo | <input type="radio"/> Totalmente en desacuerdo | <input type="radio"/> Totalmente en desacuerdo |

Pasar a la página nº 4 >>



La imagen me parece

- | | | | | |
|--|---|--|---|---|
| INTEMPORAL | FAMILIAR | SENCILLA | SATURADA, RECARGADA | INFANTIL |
| <input type="radio"/> Totalmente de acuerdo | <input type="radio"/> Totalmente de acuerdo | <input checked="" type="radio"/> Totalmente de acuerdo | <input type="radio"/> Totalmente de acuerdo | <input type="radio"/> Totalmente de acuerdo |
| <input checked="" type="radio"/> Parcialmente de acuerdo | <input type="radio"/> Parcialmente de acuerdo | <input type="radio"/> Parcialmente de acuerdo | <input type="radio"/> Parcialmente de acuerdo | <input type="radio"/> Parcialmente de acuerdo |
| <input type="radio"/> Ni de acuerdo ni en desacuerdo | <input checked="" type="radio"/> Ni de acuerdo ni en desacuerdo | <input type="radio"/> Ni de acuerdo ni en desacuerdo | <input type="radio"/> Ni de acuerdo ni en desacuerdo | <input type="radio"/> Ni de acuerdo ni en desacuerdo |
| <input type="radio"/> Parcialmente en desacuerdo | <input type="radio"/> Parcialmente en desacuerdo | <input type="radio"/> Parcialmente en desacuerdo | <input type="radio"/> Parcialmente en desacuerdo | <input type="radio"/> Parcialmente en desacuerdo |
| <input type="radio"/> Totalmente en desacuerdo | <input type="radio"/> Totalmente en desacuerdo | <input type="radio"/> Totalmente en desacuerdo | <input checked="" type="radio"/> Totalmente en desacuerdo | <input checked="" type="radio"/> Totalmente en desacuerdo |
| BONITA | ECOLÓGICA | DINÁMICA | ESPIRITUAL, ETÉREA | FRÍA |
| <input checked="" type="radio"/> Totalmente de acuerdo | <input type="radio"/> Totalmente de acuerdo | <input type="radio"/> Totalmente de acuerdo | <input type="radio"/> Totalmente de acuerdo | <input type="radio"/> Totalmente de acuerdo |
| <input type="radio"/> Parcialmente de acuerdo | <input type="radio"/> Parcialmente de acuerdo | <input checked="" type="radio"/> Parcialmente de acuerdo | <input type="radio"/> Parcialmente de acuerdo | <input type="radio"/> Parcialmente de acuerdo |
| <input type="radio"/> Ni de acuerdo ni en desacuerdo | <input checked="" type="radio"/> Ni de acuerdo ni en desacuerdo | <input type="radio"/> Ni de acuerdo ni en desacuerdo | <input type="radio"/> Ni de acuerdo ni en desacuerdo | <input type="radio"/> Ni de acuerdo ni en desacuerdo |
| <input type="radio"/> Parcialmente en desacuerdo | <input type="radio"/> Parcialmente en desacuerdo | <input type="radio"/> Parcialmente en desacuerdo | <input type="radio"/> Parcialmente en desacuerdo | <input type="radio"/> Parcialmente en desacuerdo |
| <input type="radio"/> Totalmente en desacuerdo | <input type="radio"/> Totalmente en desacuerdo | <input type="radio"/> Totalmente en desacuerdo | <input checked="" type="radio"/> Totalmente en desacuerdo | <input checked="" type="radio"/> Totalmente en desacuerdo |

Pasar a la página nº 5 >>



La imagen me parece

- | | | | | |
|--|--|---|---|---|
| CON ENCANTO | COLORISTA | AGRESIVA | DE MODA | ROMÁNTICA |
| <input checked="" type="radio"/> Totalmente de acuerdo | <input type="radio"/> Totalmente de acuerdo | <input type="radio"/> Totalmente de acuerdo | <input type="radio"/> Totalmente de acuerdo | <input type="radio"/> Totalmente de acuerdo |
| <input type="radio"/> Parcialmente de acuerdo | <input checked="" type="radio"/> Parcialmente de acuerdo | <input type="radio"/> Parcialmente de acuerdo | <input type="radio"/> Parcialmente de acuerdo | <input type="radio"/> Parcialmente de acuerdo |
| <input type="radio"/> Ni de acuerdo ni en desacuerdo | <input type="radio"/> Ni de acuerdo ni en desacuerdo | <input type="radio"/> Ni de acuerdo ni en desacuerdo | <input checked="" type="radio"/> Ni de acuerdo ni en desacuerdo | <input type="radio"/> Ni de acuerdo ni en desacuerdo |
| <input type="radio"/> Parcialmente en desacuerdo | <input type="radio"/> Parcialmente en desacuerdo | <input checked="" type="radio"/> Parcialmente en desacuerdo | <input type="radio"/> Parcialmente en desacuerdo | <input type="radio"/> Parcialmente en desacuerdo |
| <input type="radio"/> Totalmente en desacuerdo | <input type="radio"/> Totalmente en desacuerdo | <input type="radio"/> Totalmente en desacuerdo | <input type="radio"/> Totalmente en desacuerdo | <input checked="" type="radio"/> Totalmente en desacuerdo |
| FUTURISTA, VANGUARDISTA | SENSIBLE | INNOVADORA | ARTÍSTICA | SERIA |
| <input type="radio"/> Totalmente de acuerdo | <input type="radio"/> Totalmente de acuerdo | <input checked="" type="radio"/> Totalmente de acuerdo | <input type="radio"/> Totalmente de acuerdo | <input checked="" type="radio"/> Totalmente de acuerdo |
| <input checked="" type="radio"/> Parcialmente de acuerdo | <input checked="" type="radio"/> Parcialmente de acuerdo | <input type="radio"/> Parcialmente de acuerdo | <input checked="" type="radio"/> Parcialmente de acuerdo | <input type="radio"/> Parcialmente de acuerdo |
| <input type="radio"/> Ni de acuerdo ni en desacuerdo | <input type="radio"/> Ni de acuerdo ni en desacuerdo | <input type="radio"/> Ni de acuerdo ni en desacuerdo | <input type="radio"/> Ni de acuerdo ni en desacuerdo | <input type="radio"/> Ni de acuerdo ni en desacuerdo |
| <input type="radio"/> Parcialmente en desacuerdo | <input type="radio"/> Parcialmente en desacuerdo | <input type="radio"/> Parcialmente en desacuerdo | <input type="radio"/> Parcialmente en desacuerdo | <input type="radio"/> Parcialmente en desacuerdo |
| <input type="radio"/> Totalmente en desacuerdo | <input type="radio"/> Totalmente en desacuerdo | <input type="radio"/> Totalmente en desacuerdo | <input type="radio"/> Totalmente en desacuerdo | <input type="radio"/> Totalmente en desacuerdo |

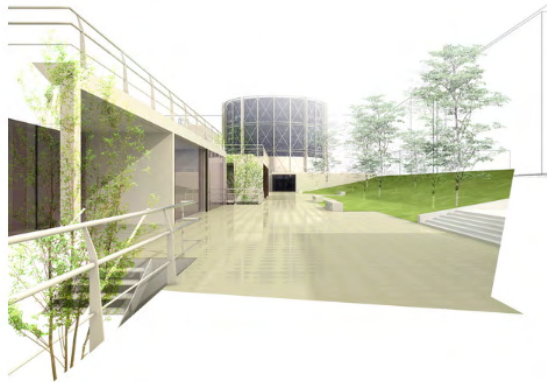
Pasar a la página nº 6 >>



Si estuvieras formando parte de un jurado de concurso de arquitectura

- ME PARECERÍA UNA BUENA IMAGEN Y LA SELECCIONARÍA PARA SER VALORADA CON MAYOR PROFUNDIDAD EN UNA FASE POSTERIOR**
- Totalmente de acuerdo
 - Parcialmente de acuerdo
 - Ni de acuerdo ni en desacuerdo
 - Parcialmente en desacuerdo
 - Totalmente en desacuerdo
- ME GUSTARÍA QUE ESTE PROYECTO SE CONSTRUYERA EN MI MUNICIPIO O BARRIO**
- Totalmente de acuerdo
 - Parcialmente de acuerdo
 - Ni de acuerdo ni en desacuerdo
 - Parcialmente en desacuerdo
 - Totalmente en desacuerdo

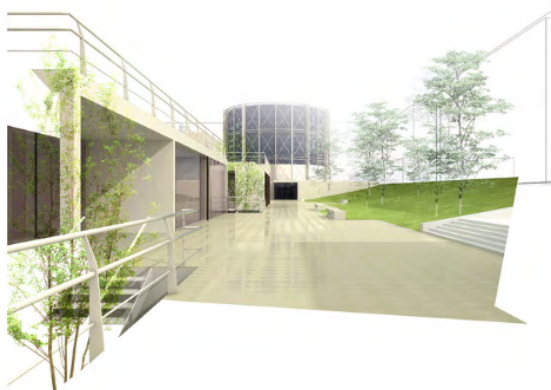
Pasar a la imagen nº 2 >>



La imagen me transmite

- | | | | | |
|---|--|---|--|--|
| <p>AMPLITUD</p> <p><input checked="" type="radio"/> Totalmente de acuerdo
 <input type="radio"/> Parcialmente de acuerdo
 <input type="radio"/> Ni de acuerdo ni en desacuerdo
 <input type="radio"/> Parcialmente en desacuerdo
 <input type="radio"/> Totalmente en desacuerdo</p> | <p>SOLEDAD, TRISTEZA</p> <p><input type="radio"/> Totalmente de acuerdo
 <input type="radio"/> Parcialmente de acuerdo
 <input type="radio"/> Ni de acuerdo ni en desacuerdo
 <input type="radio"/> Parcialmente en desacuerdo
 <input checked="" type="radio"/> Totalmente en desacuerdo</p> | <p>CLARIDAD</p> <p><input type="radio"/> Totalmente de acuerdo
 <input checked="" type="radio"/> Parcialmente de acuerdo
 <input type="radio"/> Ni de acuerdo ni en desacuerdo
 <input type="radio"/> Parcialmente en desacuerdo
 <input type="radio"/> Totalmente en desacuerdo</p> | <p>SEGURIDAD</p> <p><input type="radio"/> Totalmente de acuerdo
 <input type="radio"/> Parcialmente de acuerdo
 <input checked="" type="radio"/> Ni de acuerdo ni en desacuerdo
 <input type="radio"/> Parcialmente en desacuerdo
 <input type="radio"/> Totalmente en desacuerdo</p> | <p>FUNCIONALIDAD</p> <p><input type="radio"/> Totalmente de acuerdo
 <input checked="" type="radio"/> Parcialmente de acuerdo
 <input type="radio"/> Ni de acuerdo ni en desacuerdo
 <input type="radio"/> Parcialmente en desacuerdo
 <input type="radio"/> Totalmente en desacuerdo</p> |
| <p>CALIDEZ</p> <p><input type="radio"/> Totalmente de acuerdo
 <input type="radio"/> Parcialmente de acuerdo
 <input type="radio"/> Ni de acuerdo ni en desacuerdo
 <input checked="" type="radio"/> Parcialmente en desacuerdo
 <input type="radio"/> Totalmente en desacuerdo</p> | <p>ESTRÉS, TENSIÓN</p> <p><input type="radio"/> Totalmente de acuerdo
 <input type="radio"/> Parcialmente de acuerdo
 <input type="radio"/> Ni de acuerdo ni en desacuerdo
 <input type="radio"/> Parcialmente en desacuerdo
 <input checked="" type="radio"/> Totalmente en desacuerdo</p> | <p>CURIOSIDAD</p> <p><input type="radio"/> Totalmente de acuerdo
 <input type="radio"/> Parcialmente de acuerdo
 <input checked="" type="radio"/> Ni de acuerdo ni en desacuerdo
 <input type="radio"/> Parcialmente en desacuerdo
 <input type="radio"/> Totalmente en desacuerdo</p> | <p>CAOS</p> <p><input type="radio"/> Totalmente de acuerdo
 <input type="radio"/> Parcialmente de acuerdo
 <input type="radio"/> Ni de acuerdo ni en desacuerdo
 <input type="radio"/> Parcialmente en desacuerdo
 <input checked="" type="radio"/> Totalmente en desacuerdo</p> | <p>VITALIDAD</p> <p><input type="radio"/> Totalmente de acuerdo
 <input type="radio"/> Parcialmente de acuerdo
 <input checked="" type="radio"/> Ni de acuerdo ni en desacuerdo
 <input type="radio"/> Parcialmente en desacuerdo
 <input type="radio"/> Totalmente en desacuerdo</p> |

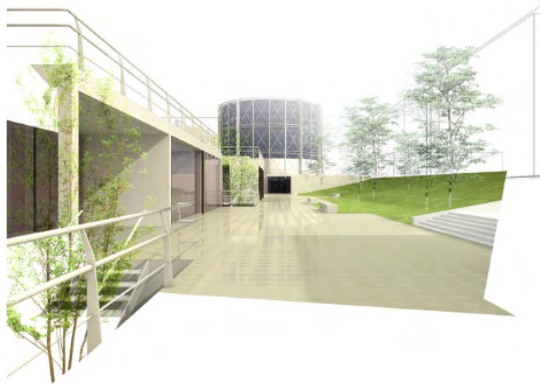
[Pasara a la página nº 2 >>](#)



La imagen me transmite

- | | | | | |
|---|--|--|---|--|
| <p>ALEGRÍA</p> <p><input type="radio"/> Totalmente de acuerdo
 <input checked="" type="radio"/> Parcialmente de acuerdo
 <input type="radio"/> Ni de acuerdo ni en desacuerdo
 <input type="radio"/> Parcialmente en desacuerdo
 <input type="radio"/> Totalmente en desacuerdo</p> | <p>ARMONÍA, EQUILIBRIO</p> <p><input type="radio"/> Totalmente de acuerdo
 <input checked="" type="radio"/> Parcialmente de acuerdo
 <input type="radio"/> Ni de acuerdo ni en desacuerdo
 <input type="radio"/> Parcialmente en desacuerdo
 <input type="radio"/> Totalmente en desacuerdo</p> | <p>DESASOSIEGO</p> <p><input type="radio"/> Totalmente de acuerdo
 <input type="radio"/> Parcialmente de acuerdo
 <input type="radio"/> Ni de acuerdo ni en desacuerdo
 <input type="radio"/> Parcialmente en desacuerdo
 <input checked="" type="radio"/> Totalmente en desacuerdo</p> | <p>LUJO</p> <p><input checked="" type="radio"/> Totalmente de acuerdo
 <input type="radio"/> Parcialmente de acuerdo
 <input type="radio"/> Ni de acuerdo ni en desacuerdo
 <input type="radio"/> Parcialmente en desacuerdo
 <input type="radio"/> Totalmente en desacuerdo</p> | <p>TRANQUILIDAD, CALMA</p> <p><input type="radio"/> Totalmente de acuerdo
 <input checked="" type="radio"/> Parcialmente de acuerdo
 <input type="radio"/> Ni de acuerdo ni en desacuerdo
 <input type="radio"/> Parcialmente en desacuerdo
 <input type="radio"/> Totalmente en desacuerdo</p> |
| <p>CERCAÑÍA</p> <p><input type="radio"/> Totalmente de acuerdo
 <input type="radio"/> Parcialmente de acuerdo
 <input checked="" type="radio"/> Ni de acuerdo ni en desacuerdo
 <input type="radio"/> Parcialmente en desacuerdo
 <input type="radio"/> Totalmente en desacuerdo</p> | <p>NOSTALGIA</p> <p><input type="radio"/> Totalmente de acuerdo
 <input type="radio"/> Parcialmente de acuerdo
 <input type="radio"/> Ni de acuerdo ni en desacuerdo
 <input type="radio"/> Parcialmente en desacuerdo
 <input checked="" type="radio"/> Totalmente en desacuerdo</p> | <p>BIENESTAR</p> <p><input checked="" type="radio"/> Totalmente de acuerdo
 <input type="radio"/> Parcialmente de acuerdo
 <input type="radio"/> Ni de acuerdo ni en desacuerdo
 <input type="radio"/> Parcialmente en desacuerdo
 <input type="radio"/> Totalmente en desacuerdo</p> | | |

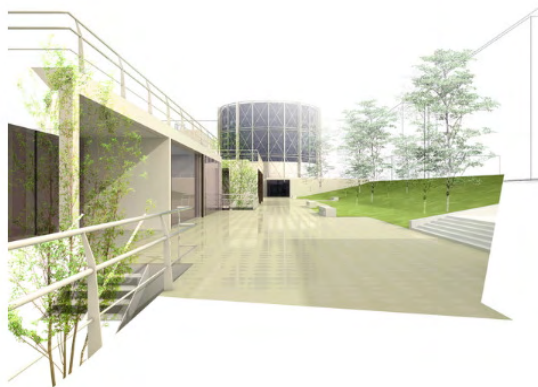
[Pasara a la página nº 3 >>](#)



La imagen me parece

- | | | | | |
|---|---|---|---|---|
| EXÓTICA | SURREALISTA | ABURRIDA | POPULAR | MONUMENTAL |
| <input type="radio"/> Totalmente de acuerdo | <input type="radio"/> Totalmente de acuerdo | <input type="radio"/> Totalmente de acuerdo | <input type="radio"/> Totalmente de acuerdo | <input type="radio"/> Totalmente de acuerdo |
| <input type="radio"/> Parcialmente de acuerdo | <input type="radio"/> Parcialmente de acuerdo | <input type="radio"/> Parcialmente de acuerdo | <input type="radio"/> Parcialmente de acuerdo | <input type="radio"/> Parcialmente de acuerdo |
| <input checked="" type="radio"/> Ni de acuerdo ni en desacuerdo | <input type="radio"/> Ni de acuerdo ni en desacuerdo | <input type="radio"/> Ni de acuerdo ni en desacuerdo | <input type="radio"/> Ni de acuerdo ni en desacuerdo | <input type="radio"/> Ni de acuerdo ni en desacuerdo |
| <input type="radio"/> Parcialmente en desacuerdo | <input type="radio"/> Parcialmente en desacuerdo | <input type="radio"/> Parcialmente en desacuerdo | <input checked="" type="radio"/> Parcialmente en desacuerdo | <input type="radio"/> Parcialmente en desacuerdo |
| <input type="radio"/> Totalmente en desacuerdo | <input checked="" type="radio"/> Totalmente en desacuerdo | <input checked="" type="radio"/> Totalmente en desacuerdo | <input type="radio"/> Totalmente en desacuerdo | <input checked="" type="radio"/> Totalmente en desacuerdo |
| FRÍVOLA | SINGULAR | SEDUCTORA | LIGERA | FRESCA |
| <input type="radio"/> Totalmente de acuerdo | <input type="radio"/> Totalmente de acuerdo | <input checked="" type="radio"/> Totalmente de acuerdo | <input checked="" type="radio"/> Totalmente de acuerdo | <input checked="" type="radio"/> Totalmente de acuerdo |
| <input type="radio"/> Parcialmente de acuerdo | <input checked="" type="radio"/> Parcialmente de acuerdo | <input type="radio"/> Parcialmente de acuerdo | <input type="radio"/> Parcialmente de acuerdo | <input type="radio"/> Parcialmente de acuerdo |
| <input type="radio"/> Ni de acuerdo ni en desacuerdo | <input type="radio"/> Ni de acuerdo ni en desacuerdo | <input type="radio"/> Ni de acuerdo ni en desacuerdo | <input type="radio"/> Ni de acuerdo ni en desacuerdo | <input type="radio"/> Ni de acuerdo ni en desacuerdo |
| <input type="radio"/> Parcialmente en desacuerdo | <input type="radio"/> Parcialmente en desacuerdo | <input type="radio"/> Parcialmente en desacuerdo | <input type="radio"/> Parcialmente en desacuerdo | <input type="radio"/> Parcialmente en desacuerdo |
| <input checked="" type="radio"/> Totalmente en desacuerdo | <input type="radio"/> Totalmente en desacuerdo | <input type="radio"/> Totalmente en desacuerdo | <input type="radio"/> Totalmente en desacuerdo | <input type="radio"/> Totalmente en desacuerdo |

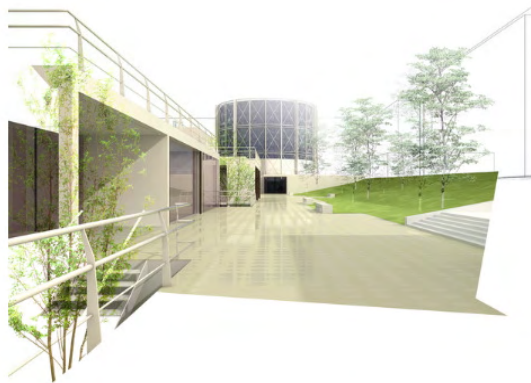
Pasar a la página nº 4 >>



La imagen me parece

- | | | | | |
|--|---|--|---|---|
| INTEMPORAL | FAMILIAR | SENCILLA | SATURADA, RECARGADA | INFANTIL |
| <input type="radio"/> Totalmente de acuerdo | <input type="radio"/> Totalmente de acuerdo | <input type="radio"/> Totalmente de acuerdo | <input type="radio"/> Totalmente de acuerdo | <input type="radio"/> Totalmente de acuerdo |
| <input checked="" type="radio"/> Parcialmente de acuerdo | <input type="radio"/> Parcialmente de acuerdo | <input checked="" type="radio"/> Parcialmente de acuerdo | <input type="radio"/> Parcialmente de acuerdo | <input type="radio"/> Parcialmente de acuerdo |
| <input type="radio"/> Ni de acuerdo ni en desacuerdo | <input type="radio"/> Ni de acuerdo ni en desacuerdo | <input type="radio"/> Ni de acuerdo ni en desacuerdo | <input type="radio"/> Ni de acuerdo ni en desacuerdo | <input type="radio"/> Ni de acuerdo ni en desacuerdo |
| <input type="radio"/> Parcialmente en desacuerdo | <input checked="" type="radio"/> Parcialmente en desacuerdo | <input type="radio"/> Parcialmente en desacuerdo | <input type="radio"/> Parcialmente en desacuerdo | <input type="radio"/> Parcialmente en desacuerdo |
| <input type="radio"/> Totalmente en desacuerdo | <input type="radio"/> Totalmente en desacuerdo | <input type="radio"/> Totalmente en desacuerdo | <input checked="" type="radio"/> Totalmente en desacuerdo | <input checked="" type="radio"/> Totalmente en desacuerdo |
| BONITA | ECOLÓGICA | DINÁMICA | ESPIRITUAL, ETÉREA | FRÍA |
| <input checked="" type="radio"/> Totalmente de acuerdo | <input type="radio"/> Totalmente de acuerdo | <input type="radio"/> Totalmente de acuerdo | <input type="radio"/> Totalmente de acuerdo | <input type="radio"/> Totalmente de acuerdo |
| <input type="radio"/> Parcialmente de acuerdo | <input type="radio"/> Parcialmente de acuerdo | <input checked="" type="radio"/> Parcialmente de acuerdo | <input type="radio"/> Parcialmente de acuerdo | <input type="radio"/> Parcialmente de acuerdo |
| <input type="radio"/> Ni de acuerdo ni en desacuerdo | <input checked="" type="radio"/> Ni de acuerdo ni en desacuerdo | <input type="radio"/> Ni de acuerdo ni en desacuerdo | <input type="radio"/> Ni de acuerdo ni en desacuerdo | <input checked="" type="radio"/> Ni de acuerdo ni en desacuerdo |
| <input type="radio"/> Parcialmente en desacuerdo | <input type="radio"/> Parcialmente en desacuerdo | <input type="radio"/> Parcialmente en desacuerdo | <input type="radio"/> Parcialmente en desacuerdo | <input type="radio"/> Parcialmente en desacuerdo |
| <input type="radio"/> Totalmente en desacuerdo | <input type="radio"/> Totalmente en desacuerdo | <input type="radio"/> Totalmente en desacuerdo | <input checked="" type="radio"/> Totalmente en desacuerdo | <input type="radio"/> Totalmente en desacuerdo |

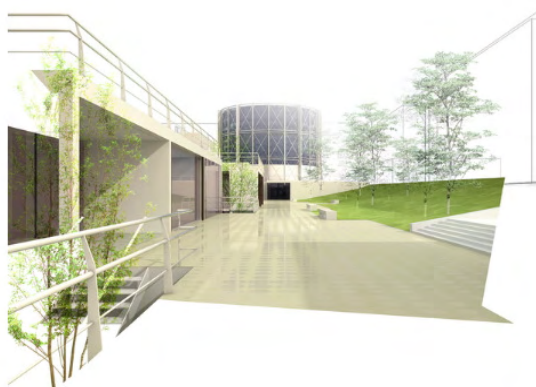
Pasar a la página nº 5 >>



La imagen me parece

- | | | | | |
|--|--|---|---|---|
| CON ENCANTO | COLORISTA | AGRESIVA | DE MODA | ROMÁNTICA |
| <input checked="" type="radio"/> Totalmente de acuerdo | <input type="radio"/> Totalmente de acuerdo | <input type="radio"/> Totalmente de acuerdo | <input type="radio"/> Totalmente de acuerdo | <input type="radio"/> Totalmente de acuerdo |
| <input type="radio"/> Parcialmente de acuerdo | <input checked="" type="radio"/> Parcialmente de acuerdo | <input type="radio"/> Parcialmente de acuerdo | <input type="radio"/> Parcialmente de acuerdo | <input type="radio"/> Parcialmente de acuerdo |
| <input type="radio"/> Ni de acuerdo ni en desacuerdo | <input type="radio"/> Ni de acuerdo ni en desacuerdo | <input checked="" type="radio"/> Ni de acuerdo ni en desacuerdo | <input checked="" type="radio"/> Ni de acuerdo ni en desacuerdo | <input type="radio"/> Ni de acuerdo ni en desacuerdo |
| <input type="radio"/> Parcialmente en desacuerdo | <input type="radio"/> Parcialmente en desacuerdo | <input type="radio"/> Parcialmente en desacuerdo | <input type="radio"/> Parcialmente en desacuerdo | <input type="radio"/> Parcialmente en desacuerdo |
| <input type="radio"/> Totalmente en desacuerdo | <input type="radio"/> Totalmente en desacuerdo | <input type="radio"/> Totalmente en desacuerdo | <input type="radio"/> Totalmente en desacuerdo | <input checked="" type="radio"/> Totalmente en desacuerdo |
| FUTURISTA, VANGUARDISTA | SENSIBLE | INNOVADORA | ARTÍSTICA | SERIA |
| <input type="radio"/> Totalmente de acuerdo | <input type="radio"/> Totalmente de acuerdo | <input checked="" type="radio"/> Totalmente de acuerdo | <input type="radio"/> Totalmente de acuerdo | <input checked="" type="radio"/> Totalmente de acuerdo |
| <input checked="" type="radio"/> Parcialmente de acuerdo | <input checked="" type="radio"/> Parcialmente de acuerdo | <input type="radio"/> Parcialmente de acuerdo | <input checked="" type="radio"/> Parcialmente de acuerdo | <input type="radio"/> Parcialmente de acuerdo |
| <input type="radio"/> Ni de acuerdo ni en desacuerdo | <input type="radio"/> Ni de acuerdo ni en desacuerdo | <input type="radio"/> Ni de acuerdo ni en desacuerdo | <input type="radio"/> Ni de acuerdo ni en desacuerdo | <input type="radio"/> Ni de acuerdo ni en desacuerdo |
| <input type="radio"/> Parcialmente en desacuerdo | <input type="radio"/> Parcialmente en desacuerdo | <input type="radio"/> Parcialmente en desacuerdo | <input type="radio"/> Parcialmente en desacuerdo | <input type="radio"/> Parcialmente en desacuerdo |
| <input type="radio"/> Totalmente en desacuerdo | <input type="radio"/> Totalmente en desacuerdo | <input type="radio"/> Totalmente en desacuerdo | <input type="radio"/> Totalmente en desacuerdo | <input type="radio"/> Totalmente en desacuerdo |

Pasar a la página nº 6 >>



Si estuvieras formando parte de un jurado de concurso de arquitectura

- ME PARECERÍA UNA BUENA IMAGEN Y LA SELECCIONARÍA PARA SER VALORADA CON MAYOR PROFUNDIDAD EN UNA FASE POSTERIOR**
- Totalmente de acuerdo
 - Parcialmente de acuerdo
 - Ni de acuerdo ni en desacuerdo
 - Parcialmente en desacuerdo
 - Totalmente en desacuerdo
- ME GUSTARÍA QUE ESTE PROYECTO SE CONSTRUYERA EN MI MUNICIPIO O BARRIO**
- Totalmente de acuerdo
 - Parcialmente de acuerdo
 - Ni de acuerdo ni en desacuerdo
 - Parcialmente en desacuerdo
 - Totalmente en desacuerdo

Pasar a la imagen nº 3 >>



La imagen me transmite

- | | | | | |
|---|--|---|--|--|
| <p>AMPLITUD</p> <p><input type="radio"/> Totalmente de acuerdo</p> <p><input checked="" type="radio"/> Parcialmente de acuerdo</p> <p><input type="radio"/> Ni de acuerdo ni en desacuerdo</p> <p><input type="radio"/> Parcialmente en desacuerdo</p> <p><input type="radio"/> Totalmente en desacuerdo</p> | <p>SOLEDAD, TRISTEZA</p> <p><input type="radio"/> Totalmente de acuerdo</p> <p><input type="radio"/> Parcialmente de acuerdo</p> <p><input type="radio"/> Ni de acuerdo ni en desacuerdo</p> <p><input checked="" type="radio"/> Parcialmente en desacuerdo</p> <p><input type="radio"/> Totalmente en desacuerdo</p> | <p>CLARIDAD</p> <p><input type="radio"/> Totalmente de acuerdo</p> <p><input type="radio"/> Parcialmente de acuerdo</p> <p><input type="radio"/> Ni de acuerdo ni en desacuerdo</p> <p><input checked="" type="radio"/> Parcialmente en desacuerdo</p> <p><input type="radio"/> Totalmente en desacuerdo</p> | <p>SEGURIDAD</p> <p><input type="radio"/> Totalmente de acuerdo</p> <p><input type="radio"/> Parcialmente de acuerdo</p> <p><input type="radio"/> Ni de acuerdo ni en desacuerdo</p> <p><input checked="" type="radio"/> Parcialmente en desacuerdo</p> <p><input type="radio"/> Totalmente en desacuerdo</p> | <p>FUNCIONALIDAD</p> <p><input type="radio"/> Totalmente de acuerdo</p> <p><input type="radio"/> Parcialmente de acuerdo</p> <p><input type="radio"/> Ni de acuerdo ni en desacuerdo</p> <p><input checked="" type="radio"/> Parcialmente en desacuerdo</p> <p><input type="radio"/> Totalmente en desacuerdo</p> |
| <p>CALIDEZ</p> <p><input type="radio"/> Totalmente de acuerdo</p> <p><input type="radio"/> Parcialmente de acuerdo</p> <p><input type="radio"/> Ni de acuerdo ni en desacuerdo</p> <p><input checked="" type="radio"/> Parcialmente en desacuerdo</p> <p><input type="radio"/> Totalmente en desacuerdo</p> | <p>ESTRÉS, TENSIÓN</p> <p><input type="radio"/> Totalmente de acuerdo</p> <p><input checked="" type="radio"/> Parcialmente de acuerdo</p> <p><input type="radio"/> Ni de acuerdo ni en desacuerdo</p> <p><input type="radio"/> Parcialmente en desacuerdo</p> <p><input type="radio"/> Totalmente en desacuerdo</p> | <p>CURIOSIDAD</p> <p><input type="radio"/> Totalmente de acuerdo</p> <p><input checked="" type="radio"/> Parcialmente de acuerdo</p> <p><input type="radio"/> Ni de acuerdo ni en desacuerdo</p> <p><input type="radio"/> Parcialmente en desacuerdo</p> <p><input type="radio"/> Totalmente en desacuerdo</p> | <p>CAOS</p> <p><input type="radio"/> Totalmente de acuerdo</p> <p><input checked="" type="radio"/> Parcialmente de acuerdo</p> <p><input type="radio"/> Ni de acuerdo ni en desacuerdo</p> <p><input type="radio"/> Parcialmente en desacuerdo</p> <p><input type="radio"/> Totalmente en desacuerdo</p> | <p>VITALIDAD</p> <p><input type="radio"/> Totalmente de acuerdo</p> <p><input checked="" type="radio"/> Parcialmente de acuerdo</p> <p><input type="radio"/> Ni de acuerdo ni en desacuerdo</p> <p><input type="radio"/> Parcialmente en desacuerdo</p> <p><input type="radio"/> Totalmente en desacuerdo</p> |

[Pasara a la página nº 2 >>](#)



La imagen me transmite

- | | | | | |
|---|--|--|---|--|
| <p>ALEGRÍA</p> <p><input type="radio"/> Totalmente de acuerdo</p> <p><input checked="" type="radio"/> Parcialmente de acuerdo</p> <p><input type="radio"/> Ni de acuerdo ni en desacuerdo</p> <p><input type="radio"/> Parcialmente en desacuerdo</p> <p><input type="radio"/> Totalmente en desacuerdo</p> | <p>ARMONÍA, EQUILIBRIO</p> <p><input type="radio"/> Totalmente de acuerdo</p> <p><input type="radio"/> Parcialmente de acuerdo</p> <p><input type="radio"/> Ni de acuerdo ni en desacuerdo</p> <p><input checked="" type="radio"/> Parcialmente en desacuerdo</p> <p><input type="radio"/> Totalmente en desacuerdo</p> | <p>DESASOSIEGO</p> <p><input type="radio"/> Totalmente de acuerdo</p> <p><input checked="" type="radio"/> Parcialmente de acuerdo</p> <p><input type="radio"/> Ni de acuerdo ni en desacuerdo</p> <p><input type="radio"/> Parcialmente en desacuerdo</p> <p><input type="radio"/> Totalmente en desacuerdo</p> | <p>LUJO</p> <p><input type="radio"/> Totalmente de acuerdo</p> <p><input type="radio"/> Parcialmente de acuerdo</p> <p><input type="radio"/> Ni de acuerdo ni en desacuerdo</p> <p><input checked="" type="radio"/> Parcialmente en desacuerdo</p> <p><input type="radio"/> Totalmente en desacuerdo</p> | <p>TRANQUILIDAD, CALMA</p> <p><input type="radio"/> Totalmente de acuerdo</p> <p><input type="radio"/> Parcialmente de acuerdo</p> <p><input type="radio"/> Ni de acuerdo ni en desacuerdo</p> <p><input type="radio"/> Parcialmente en desacuerdo</p> <p><input checked="" type="radio"/> Totalmente en desacuerdo</p> |
| <p>CERCANÍA</p> <p><input type="radio"/> Totalmente de acuerdo</p> <p><input type="radio"/> Parcialmente de acuerdo</p> <p><input checked="" type="radio"/> Ni de acuerdo ni en desacuerdo</p> <p><input type="radio"/> Parcialmente en desacuerdo</p> <p><input type="radio"/> Totalmente en desacuerdo</p> | <p>NOSTALGIA</p> <p><input type="radio"/> Totalmente de acuerdo</p> <p><input type="radio"/> Parcialmente de acuerdo</p> <p><input type="radio"/> Ni de acuerdo ni en desacuerdo</p> <p><input type="radio"/> Parcialmente en desacuerdo</p> <p><input checked="" type="radio"/> Totalmente en desacuerdo</p> | <p>BIENESTAR</p> <p><input type="radio"/> Totalmente de acuerdo</p> <p><input type="radio"/> Parcialmente de acuerdo</p> <p><input type="radio"/> Ni de acuerdo ni en desacuerdo</p> <p><input checked="" type="radio"/> Parcialmente en desacuerdo</p> <p><input type="radio"/> Totalmente en desacuerdo</p> | | |

[Pasara a la página nº 3 >>](#)



La imagen me parece

- | | | | | |
|--|--|--|--|---|
| <p>EXÓTICA</p> <p><input type="radio"/> Totalmente de acuerdo</p> <p><input checked="" type="radio"/> Parcialmente de acuerdo</p> <p><input type="radio"/> Ni de acuerdo ni en desacuerdo</p> <p><input type="radio"/> Parcialmente en desacuerdo</p> <p><input type="radio"/> Totalmente en desacuerdo</p> | <p>SURREALISTA</p> <p><input type="radio"/> Totalmente de acuerdo</p> <p><input checked="" type="radio"/> Parcialmente de acuerdo</p> <p><input type="radio"/> Ni de acuerdo ni en desacuerdo</p> <p><input type="radio"/> Parcialmente en desacuerdo</p> <p><input type="radio"/> Totalmente en desacuerdo</p> | <p>ABURRIDA</p> <p><input type="radio"/> Totalmente de acuerdo</p> <p><input type="radio"/> Parcialmente de acuerdo</p> <p><input type="radio"/> Ni de acuerdo ni en desacuerdo</p> <p><input type="radio"/> Parcialmente en desacuerdo</p> <p><input checked="" type="radio"/> Totalmente en desacuerdo</p> | <p>POPULAR</p> <p><input type="radio"/> Totalmente de acuerdo</p> <p><input checked="" type="radio"/> Parcialmente de acuerdo</p> <p><input type="radio"/> Ni de acuerdo ni en desacuerdo</p> <p><input type="radio"/> Parcialmente en desacuerdo</p> <p><input type="radio"/> Totalmente en desacuerdo</p> | <p>MONUMENTAL</p> <p><input type="radio"/> Totalmente de acuerdo</p> <p><input type="radio"/> Parcialmente de acuerdo</p> <p><input type="radio"/> Ni de acuerdo ni en desacuerdo</p> <p><input type="radio"/> Parcialmente en desacuerdo</p> <p><input checked="" type="radio"/> Totalmente en desacuerdo</p> |
| <p>FRÍVOLA</p> <p><input type="radio"/> Totalmente de acuerdo</p> <p><input type="radio"/> Parcialmente de acuerdo</p> <p><input checked="" type="radio"/> Ni de acuerdo ni en desacuerdo</p> <p><input type="radio"/> Parcialmente en desacuerdo</p> <p><input type="radio"/> Totalmente en desacuerdo</p> | <p>SINGULAR</p> <p><input type="radio"/> Totalmente de acuerdo</p> <p><input checked="" type="radio"/> Parcialmente de acuerdo</p> <p><input type="radio"/> Ni de acuerdo ni en desacuerdo</p> <p><input type="radio"/> Parcialmente en desacuerdo</p> <p><input type="radio"/> Totalmente en desacuerdo</p> | <p>SEDUCTORA</p> <p><input type="radio"/> Totalmente de acuerdo</p> <p><input type="radio"/> Parcialmente de acuerdo</p> <p><input type="radio"/> Ni de acuerdo ni en desacuerdo</p> <p><input checked="" type="radio"/> Parcialmente en desacuerdo</p> <p><input type="radio"/> Totalmente en desacuerdo</p> | <p>LIGERA</p> <p><input type="radio"/> Totalmente de acuerdo</p> <p><input type="radio"/> Parcialmente de acuerdo</p> <p><input type="radio"/> Ni de acuerdo ni en desacuerdo</p> <p><input checked="" type="radio"/> Parcialmente en desacuerdo</p> <p><input type="radio"/> Totalmente en desacuerdo</p> | <p>FRESCA</p> <p><input type="radio"/> Totalmente de acuerdo</p> <p><input type="radio"/> Parcialmente de acuerdo</p> <p><input type="radio"/> Ni de acuerdo ni en desacuerdo</p> <p><input checked="" type="radio"/> Parcialmente en desacuerdo</p> <p><input type="radio"/> Totalmente en desacuerdo</p> |

Pasar a la página nº 4 >>



La imagen me parece

- | | | | | |
|---|--|---|--|---|
| <p>INTEMPORAL</p> <p><input type="radio"/> Totalmente de acuerdo</p> <p><input type="radio"/> Parcialmente de acuerdo</p> <p><input checked="" type="radio"/> Ni de acuerdo ni en desacuerdo</p> <p><input type="radio"/> Parcialmente en desacuerdo</p> <p><input type="radio"/> Totalmente en desacuerdo</p> | <p>FAMILIAR</p> <p><input type="radio"/> Totalmente de acuerdo</p> <p><input checked="" type="radio"/> Parcialmente de acuerdo</p> <p><input type="radio"/> Ni de acuerdo ni en desacuerdo</p> <p><input type="radio"/> Parcialmente en desacuerdo</p> <p><input type="radio"/> Totalmente en desacuerdo</p> | <p>SENCILLA</p> <p><input type="radio"/> Totalmente de acuerdo</p> <p><input type="radio"/> Parcialmente de acuerdo</p> <p><input checked="" type="radio"/> Ni de acuerdo ni en desacuerdo</p> <p><input type="radio"/> Parcialmente en desacuerdo</p> <p><input type="radio"/> Totalmente en desacuerdo</p> | <p>SATURADA, RECARGADA</p> <p><input type="radio"/> Totalmente de acuerdo</p> <p><input checked="" type="radio"/> Parcialmente de acuerdo</p> <p><input type="radio"/> Ni de acuerdo ni en desacuerdo</p> <p><input type="radio"/> Parcialmente en desacuerdo</p> <p><input type="radio"/> Totalmente en desacuerdo</p> | <p>INFANTIL</p> <p><input type="radio"/> Totalmente de acuerdo</p> <p><input checked="" type="radio"/> Parcialmente de acuerdo</p> <p><input type="radio"/> Ni de acuerdo ni en desacuerdo</p> <p><input type="radio"/> Parcialmente en desacuerdo</p> <p><input type="radio"/> Totalmente en desacuerdo</p> |
| <p>BONITA</p> <p><input type="radio"/> Totalmente de acuerdo</p> <p><input type="radio"/> Parcialmente de acuerdo</p> <p><input checked="" type="radio"/> Ni de acuerdo ni en desacuerdo</p> <p><input type="radio"/> Parcialmente en desacuerdo</p> <p><input type="radio"/> Totalmente en desacuerdo</p> | <p>ECOLÓGICA</p> <p><input type="radio"/> Totalmente de acuerdo</p> <p><input type="radio"/> Parcialmente de acuerdo</p> <p><input checked="" type="radio"/> Ni de acuerdo ni en desacuerdo</p> <p><input type="radio"/> Parcialmente en desacuerdo</p> <p><input type="radio"/> Totalmente en desacuerdo</p> | <p>DINÁMICA</p> <p><input type="radio"/> Totalmente de acuerdo</p> <p><input checked="" type="radio"/> Parcialmente de acuerdo</p> <p><input type="radio"/> Ni de acuerdo ni en desacuerdo</p> <p><input type="radio"/> Parcialmente en desacuerdo</p> <p><input type="radio"/> Totalmente en desacuerdo</p> | <p>ESPIRITUAL, ETÉREA</p> <p><input type="radio"/> Totalmente de acuerdo</p> <p><input type="radio"/> Parcialmente de acuerdo</p> <p><input type="radio"/> Ni de acuerdo ni en desacuerdo</p> <p><input type="radio"/> Parcialmente en desacuerdo</p> <p><input checked="" type="radio"/> Totalmente en desacuerdo</p> | <p>FRÍA</p> <p><input type="radio"/> Totalmente de acuerdo</p> <p><input checked="" type="radio"/> Parcialmente de acuerdo</p> <p><input type="radio"/> Ni de acuerdo ni en desacuerdo</p> <p><input type="radio"/> Parcialmente en desacuerdo</p> <p><input type="radio"/> Totalmente en desacuerdo</p> |

Pasar a la página nº 5 >>



La imagen me parece

- | | | | | |
|--|---|--|---|---|
| CON ENCANTO | COLORISTA | AGRESIVA | DE MODA | ROMÁNTICA |
| <input type="radio"/> Totalmente de acuerdo | <input type="radio"/> Totalmente de acuerdo | <input type="radio"/> Totalmente de acuerdo | <input type="radio"/> Totalmente de acuerdo | <input type="radio"/> Totalmente de acuerdo |
| <input checked="" type="radio"/> Parcialmente de acuerdo | <input checked="" type="radio"/> Parcialmente de acuerdo | <input checked="" type="radio"/> Parcialmente de acuerdo | <input type="radio"/> Parcialmente de acuerdo | <input type="radio"/> Parcialmente de acuerdo |
| <input type="radio"/> Ni de acuerdo ni en desacuerdo | <input type="radio"/> Ni de acuerdo ni en desacuerdo | <input type="radio"/> Ni de acuerdo ni en desacuerdo | <input checked="" type="radio"/> Ni de acuerdo ni en desacuerdo | <input type="radio"/> Ni de acuerdo ni en desacuerdo |
| <input type="radio"/> Parcialmente en desacuerdo | <input type="radio"/> Parcialmente en desacuerdo | <input type="radio"/> Parcialmente en desacuerdo | <input type="radio"/> Parcialmente en desacuerdo | <input type="radio"/> Parcialmente en desacuerdo |
| <input type="radio"/> Totalmente en desacuerdo | <input type="radio"/> Totalmente en desacuerdo | <input type="radio"/> Totalmente en desacuerdo | <input type="radio"/> Totalmente en desacuerdo | <input checked="" type="radio"/> Totalmente en desacuerdo |
| FUTURISTA, VANGUARDISTA | SENSIBLE | INNOVADORA | ARTÍSTICA | SERIA |
| <input type="radio"/> Totalmente de acuerdo | <input type="radio"/> Totalmente de acuerdo | <input type="radio"/> Totalmente de acuerdo | <input type="radio"/> Totalmente de acuerdo | <input type="radio"/> Totalmente de acuerdo |
| <input checked="" type="radio"/> Parcialmente de acuerdo | <input type="radio"/> Parcialmente de acuerdo | <input checked="" type="radio"/> Parcialmente de acuerdo | <input checked="" type="radio"/> Parcialmente de acuerdo | <input type="radio"/> Parcialmente de acuerdo |
| <input type="radio"/> Ni de acuerdo ni en desacuerdo | <input checked="" type="radio"/> Ni de acuerdo ni en desacuerdo | <input type="radio"/> Ni de acuerdo ni en desacuerdo | <input type="radio"/> Ni de acuerdo ni en desacuerdo | <input checked="" type="radio"/> Ni de acuerdo ni en desacuerdo |
| <input type="radio"/> Parcialmente en desacuerdo | <input type="radio"/> Parcialmente en desacuerdo | <input type="radio"/> Parcialmente en desacuerdo | <input type="radio"/> Parcialmente en desacuerdo | <input type="radio"/> Parcialmente en desacuerdo |
| <input type="radio"/> Totalmente en desacuerdo | <input type="radio"/> Totalmente en desacuerdo | <input type="radio"/> Totalmente en desacuerdo | <input type="radio"/> Totalmente en desacuerdo | <input type="radio"/> Totalmente en desacuerdo |

Pasar a la página nº 6 >>



Si estuvieras formando parte de un jurado de concurso de arquitectura

- ME PARECERÍA UNA BUENA IMAGEN Y LA SELECCIONARÍA PARA SER VALORADA CON MAYOR PROFUNDIDAD EN UNA FASE POSTERIOR
- Totalmente de acuerdo
 - Parcialmente de acuerdo
 - Ni de acuerdo ni en desacuerdo
 - Parcialmente en desacuerdo
 - Totalmente en desacuerdo
- ME GUSTARÍA QUE ESTE PROYECTO SE CONSTRUYERA EN MI MUNICIPIO O BARRIO
- Totalmente de acuerdo
 - Parcialmente de acuerdo
 - Ni de acuerdo ni en desacuerdo
 - Parcialmente en desacuerdo
 - Totalmente en desacuerdo

Pasar a la última pregunta >>

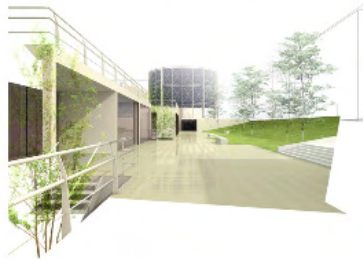
Valoración final

Departamento de Expresión Gráfica Arquitectónica
Departamento de Organización de Empresas



UNIVERSITAT
POLITÈCNICA
DE VALÈNCIA

29 Agosto 2013, 10:50



- 1
- 2
- 3



- 1
- 2
- 3



- 1
- 2
- 3

ORDENA LAS TRES IMÁGENES QUE YA HAS OBSERVADO SEGÚN TU ORDEN DE PREFERENCIA

[Finalizar encuesta](#)

Departamento de Expresión Gráfica Arquitectónica
Departamento de Organización de Empresas



UNIVERSITAT
POLITÈCNICA
DE VALÈNCIA

29 Agosto 2013, 10:51

Muchas gracias por tu colaboración

Anexo 3. Tablas de resultados

Expresión	N° encuestas	Mínimo	Máximo	Media	Dev. Tip.
AMPLITUD	339	-2	2	1,09	1,144
CLARIDAD	339	-2	2	0,77	1,219
VITALIDAD	339	-2	2	0,66	1,195
DINÁMICA	339	-2	2	0,63	1,166
FUTURISTA	339	-2	2	0,63	1,304
BONITA	339	-2	2	0,60	1,247
BIENESTAR	339	-2	2	0,60	1,264
CURIOSIDAD	339	-2	2	0,59	1,166
SINGULAR	339	-2	2	0,58	1,170
ARMONÍA	339	-2	2	0,56	1,228
FUNCIONALIDAD	339	-2	2	0,55	1,224
INNOVADORA	339	-2	2	0,54	1,241
FRESCA	339	-2	2	0,51	1,302
DE_MODA	339	-2	2	0,47	1,200
SEGURIDAD	339	-2	2	0,43	1,244
ARQUITECTA	339	-2	2	0,38	1,207
TRANQUILIDAD	339	-2	2	0,33	1,368
LIGERA	339	-2	2	0,30	1,249
COLORISTA	339	-2	2	0,27	1,400
CON_ENCANTO	339	-2	2	0,26	1,341
ALEGRÍA	339	-2	2	0,23	1,299
ECOLÓGICA	339	-2	2	0,18	1,329
SERIA	339	-2	2	0,12	1,303
LUJO	339	-2	2	0,11	1,351
CALIDEZ	339	-2	2	0,09	1,370
CERCANÍA	339	-2	2	0,08	1,227
SENCILLA	339	-2	2	0,04	1,399
INTEMPORAL	339	-2	2	0,04	1,354
SEDUCTORA	339	-2	2	-0,10	1,331
SENSIBLE	339	-2	2	-0,06	1,296
POPULAR	339	-2	2	-0,08	1,233
FAMILIAR	339	-2	2	-0,10	1,411
FRÍA	339	-2	2	-0,11	1,450
ESPIRITUAL	339	-2	2	-0,28	1,333
SATURADA	339	-2	2	-0,37	1,442
MONUMENTAL	339	-2	2	-0,42	1,340
SURREALISTA	339	-2	2	-0,49	1,446
EXÓTICA	339	-2	2	-0,52	1,355
DESASOSIEGO	339	-2	2	-0,52	1,353
FRÍVOLA	339	-2	2	-0,58	1,335
SOLEDAZ	339	-2	2	-0,59	1,324
ROMÁNTICA	339	-2	2	-0,60	1,302
AGRESIVA	339	-2	2	-0,63	1,409
NOSTALGIA	339	-2	2	-0,68	1,268
ABURRIDA	339	-2	2	-0,70	1,328
ESTRÉS	339	-2	2	-0,70	1,406
CAOS	339	-2	2	-0,84	1,367
INFANTIL	339	-2	2	-1,05	1,193

Tabla A3.1 Descriptivos Expresiones No Expertos

Expresión	N° encuestas	Mínimo	Máximo	Media	Dev. Tip.
AMPLITUD	339	-2	2	1,04	1,153
CLARIDAD	339	-2	2	0,81	1,194
FUNCIONALIDAD	339	-2	2	0,60	1,221
VITALIDAD	339	-2	2	0,48	1,233
BIENESTAR	339	-2	2	0,42	1,231
SEGURIDAD	339	-2	2	0,39	1,257
SERIA	339	-2	2	0,36	1,240
SINGULAR	339	-2	2	0,35	1,148
CURIOSIDAD	339	-2	2	0,35	1,171
LIGERA	339	-2	2	0,34	1,258
ARMONÍA	339	-2	2	0,32	1,219
TRANQUILIDAD	339	-2	2	0,29	1,341
DE_MODA	339	-2	2	0,29	1,230
DINÁMICA	339	-2	2	0,28	1,243
FUTURISTA	339	-2	2	0,28	2,430
FRESCA	339	-2	2	0,26	1,348
FRÍA	339	-2	2	0,26	1,368
INNOVADORA	339	-2	2	0,20	1,377
BONITA	339	-2	2	0,19	1,207
ECOLÓGICA	339	-2	2	0,14	1,238
SENCILLA	339	-2	2	0,14	1,355
ARTÍSTICA	339	-2	2	0,07	1,215
INTEMPORAL	339	-2	2	0,06	1,318
CERCANÍA	339	-2	2	0,03	1,221
ALEGRÍA	339	-2	2	-0,03	1,366
CALIDEZ	339	-2	2	-0,10	1,217
FAMILIAR	339	-2	2	-0,10	1,395
POPULAR	339	-2	2	-0,11	1,183
CON_ENCANTO	339	-2	2	-0,18	1,324
LUJO	339	-2	2	-0,25	1,306
COLORISTA	339	-2	2	-0,27	1,395
ABURRIDA	339	-2	2	-0,32	1,397
SOLEDAZ	339	-2	2	-0,35	1,341
SENSIBLE	339	-2	2	-0,38	1,298
DESASOSIEGO	339	-2	2	-0,39	1,285
SEDUCTORA	339	-2	2	-0,41	1,320
SATURADA	339	-2	2	-0,42	1,375
ESPIRITUAL	339	-2	2	-0,51	1,276
AGRESIVA	339	-2	2	-0,58	1,341
SURREALISTA	339	-2	2	-0,60	1,353
FRÍVOLA	339	-2	2	-0,65	1,287
MONUMENTAL	339	-2	2	-0,66	1,177
ESTRÉS	339	-2	2	-0,71	1,327
NOSTALGIA	339	-2	2	-0,75	1,229
ROMÁNTICA	339	-2	2	-0,82	1,226
CAOS	339	-2	2	-0,92	1,255
EXÓTICA	339	-2	2	-0,96	1,093
INFANTIL	339	-2	2	-1,05	1,133

Tabla A3.2 Descriptivos Expresiones No Expertos- IMÁGENES 1

Expresión	Nº encuestas	Mínimo	Máximo	Media	Dev. Tip.
AMPLITUD	339	-2	2	1,17	1,068
BIENESTAR	339	-2	2	1,16	0,960
ARMONÍA	339	-2	2	1,09	1,040
BONITA	339	-2	2	0,97	1,122
FRESCA	339	-2	2	0,93	1,124
TRANQUILIDAD	339	-2	2	0,91	1,114
CLARIDAD	339	-2	2	0,85	1,143
ECOLÓGICA	339	-2	2	0,82	1,112
VITALIDAD	339	-2	2	0,76	1,190
DINÁMICA	339	-2	2	0,75	1,057
COLORISTA	339	-2	2	0,73	1,255
CON_ENCANTO	339	-2	2	0,68	1,241
SENCILLA	339	-2	2	0,66	1,170
SEGURIDAD	339	-2	2	0,66	1,115
FUNCIONALIDAD	339	-2	2	0,59	1,162
LIGERA	339	-2	2	0,58	1,100
CALIDEZ	339	-2	2	0,54	1,316
FAMILIAR	339	-2	2	0,52	1,324
SENSIBLE	339	-2	2	0,50	1,111
ALEGRÍA	339	-2	2	0,46	1,268
CURIOSIDAD	339	-2	2	0,45	1,149
ARTÍSTICA	339	-2	2	0,44	1,118
CERCANÍA	339	-2	2	0,42	1,116
INNOVADORA	339	-2	2	0,41	1,099
DE_MODA	339	-2	2	0,41	1,074
FUTURISTA	339	-2	2	0,32	1,227
SINGULAR	339	-2	2	0,29	1,178
POPULAR	339	-2	2	0,14	1,164
SEDUCTORA	339	-2	2	0,12	1,208
INTEMPORAL	339	-2	2	0,08	1,324
ESPIRITUAL	339	-2	2	-0,02	1,289
LUJO	339	-2	2	-0,11	1,352
SERIA	339	-2	2	-0,11	1,249
ROMÁNTICA	339	-2	2	-0,13	1,278
NOSTALGIA	339	-2	2	-0,50	1,303
EXÓTICA	339	-2	2	-0,64	1,232
FRÍA	339	-2	2	-0,68	1,304
INFANTIL	339	-2	2	-0,78	1,280
SATURADA	339	-2	2	-0,81	1,308
MONUMENTAL	339	-2	2	-0,85	1,096
DESASOSIEGO	339	-2	2	-0,85	1,358
ABURRIDA	339	-2	2	-0,85	1,297
SOLEDAD	339	-2	2	-0,92	1,262
FRÍVOLA	339	-2	2	-1,11	1,097
SURREALISTA	339	-2	2	-1,13	1,214
ESTRÉS	339	-2	2	-1,26	1,108
AGRESIVA	339	-2	2	-1,34	1,049
CAOS	339	-2	2	-1,38	1,072

Tabla A3.3 Descriptivos Expresiones No Expertos – IMÁGENES 2

Expresión	Nº encuestas	Mínimo	Máximo	Media	Dev. Tip.
FUTURISTA	339	-2	2	1,08	1,020
SINGULAR	339	-2	2	1,08	0,966
AMPLITUD	339	-2	2	1,04	1,136
CURIOSIDAD	339	-2	2	1,02	1,034
DINÁMICA	339	-2	2	0,87	1,057
INNOVADORA	339	-2	2	0,82	1,139
VITALIDAD	339	-2	2	0,72	1,084
DE_MODA	339	-2	2	0,72	1,169
ARTÍSTICA	339	-2	2	0,71	1,126
LUJO	339	-2	2	0,67	1,123
BONITA	339	-2	2	0,59	1,235
CLARIDAD	339	-2	2	0,55	1,235
SEDUCTORA	339	-2	2	0,55	1,317
FRESCA	339	-2	2	0,41	1,260
COLORISTA	339	-2	2	0,38	1,262
CON_ENCANTO	339	-2	2	0,36	1,265
MONUMENTAL	339	-2	2	0,32	1,396
SURREALISTA	339	-2	2	0,31	1,367
ALEGRÍA	339	-2	2	0,30	1,125
EXÓTICA	339	-2	2	0,28	1,374
BIENESTAR	339	-2	2	0,24	1,276
FUNCIONALIDAD	339	-2	2	0,23	1,213
SEGURIDAD	339	-2	2	0,21	1,223
ARMONÍA	339	-2	2	0,13	1,264
AGRESIVA	339	-2	2	0,12	1,389
SERIA	339	-2	2	0,11	1,250
SATURADA	339	-2	2	0,08	1,442
LIGERA	339	-2	2	0,02	1,232
FRÍVOLA	339	-2	2	0,01	1,310
FRÍA	339	-2	2	0,10	1,364
ESTRÉS	339	-2	2	-0,20	1,424
INTEMPORAL	339	-2	2	-0,60	1,346
SENSIBLE	339	-2	2	-0,07	1,251
CALIDEZ	339	-2	2	-0,08	1,353
CAOS	339	-2	2	-0,12	1,399
ESPIRITUAL	339	-2	2	-0,16	1,322
DESASOSIEGO	339	-2	2	-0,24	1,268
CERCANÍA	339	-2	2	-0,27	1,196
TRANQUILIDAD	339	-2	2	-0,29	1,330
POPULAR	339	-2	2	-0,31	1,240
ECOLÓGICA	339	-2	2	-0,38	1,264
SOLEDAD	339	-2	2	-0,47	1,269
SENCILLA	339	-2	2	-0,67	1,291
FAMILIAR	339	-2	2	-0,69	1,188
ROMÁNTICA	339	-2	2	-0,71	1,234
NOSTALGIA	339	-2	2	-0,77	1,194
ABURRIDA	339	-2	2	-1,00	1,091
INFANTIL	339	-2	2	-1,13	1,133

Tabla A3.4 Descriptivos Expresiones No Expertos- IMÁGENES 1

Ejes Semánticos	Coeficientes no estandarizados		Coeficientes estandarizados	t	Sig.
	β^*	Error típ.	β		
(constante)	0,516	0,046		11,116	0,000
Factor 1. BIENESTAR	0,518	0,047	0,397	11,134	0,000
Factor 2. ALEGRÍA	0,465	0,047	0,356	9,989	0,000
Factor 3. INNOVACIÓN	0,565	0,047	0,433	12,145	0,000
Factor 4. SENSIBILIDAD	0,127	0,047	0,098	2,738	0,007
Factor 5. MONUMENTALIDAD	0,359	0,047	0,276	7,726	0,000
Factor 6. FUNCIONALIDAD	0,142	0,047	0,109	3,052	0,002
Factor 7. INTEMPORALIDAD	0,074	0,047	0,057	1,586	0,114
Factor 8. NO SERIEDAD	-0,111	0,047	-0,850	-2,380	0,018

Tabla A3.5 Modelo BUENA IMAGEN

Ejes Semánticos	Coeficientes no estandarizados		Coeficientes estandarizados	t	Sig.
	β^*	Error típ.	β		
(constante)	0,360	0,052		6,966	0,000
Factor 1. BIENESTAR	0,636	0,052	0,439	12,294	0,000
Factor 2. ALEGRÍA	0,746	0,052	0,515	14,416	0,000
Factor 3. INNOVACIÓN	0,308	0,052	0,213	5,953	0,000
Factor 4. SENSIBILIDAD	0,274	0,052	0,189	5,299	0,000
Factor 5. MONUMENTALIDAD	0,213	0,052	0,147	4,113	0,000
Factor 6. FUNCIONALIDAD	0,184	0,052	0,127	3,563	0,000
Factor 7. INTEMPORALIDAD	0,026	0,052	0,018	0,503	0,615
Factor 8. NO SERIEDAD	-0,024	0,052	-0,016	-0,458	0,647

Tabla A3.6 Modelo BUEN PROYECTO

Ejes Semánticos	Nº encuestas	Mínimo	Máximo	Media	Desv. Típ.
Factor 1. BIENESTAR	113	-2,15703	1,64091	0,0766205	0,90338350
Factor 2. ALEGRÍA	113	-2,67213	1,83726	-0,2750529	0,99760223
Factor 3. INNOVACIÓN	113	-3,15484	2,11849	-0,2490881	1,14598089
Factor 4. SENSIBILIDAD	113	-2,81627	2,53927	-0,1212600	1,04020613
Factor 5. MONUMENTALIDAD	113	-2,81733	1,69692	-0,2385783	0,87528811
Factor 6. FUNCIONALIDAD	113	-2,40526	2,64620	0,1929229	0,96883538
Factor 7. INTEMPORALIDAD	113	-2,15575	2,46279	0,1319861	0,98605325
Factor 8. NO SERIEDAD	113	-2,10661	3,80450	0,0000740	0,93327666
BUENA_IMÁGEN	113	-2	2	0,19	1,292
BUEN_PROYECTO	113	-2	2	0,07	1,419

Tabla A3.7 Medias No Expertos - IMÁGENES 1

Ejes Semánticos	Nº encuestas	Mínimo	Máximo	Media	Desv. Típ.
Factor 1. BIENESTAR	113	-1,93639	1,66429	0,3939168	0,73962971
Factor 2. ALEGRÍA	113	-2,08372	2,08258	0,3488238	0,87061513
Factor 3. INNOVACIÓN	113	-2,45679	1,69657	-0,2091006	0,81482106
Factor 4. SENSIBILIDAD	113	-1,92683	2,04940	0,2636695	0,88698805
Factor 5. MONUMENTALIDAD	113	-2,72087	1,95211	-0,2648452	0,92579850
Factor 6. FUNCIONALIDAD	113	-3,19853	2,32747	-0,0315596	0,97247745
Factor 7. INTEMPORALIDAD	113	-2,86648	2,42601	-0,1104742	0,92764877
Factor 8. NO SERIEDAD	113	-3,28228	2,30050	-0,0129765	1,10575793
BUENA_IMÁGEN	113	-2	2	0,64	1,261
BUEN_PROYECTO	113	-2	2	0,85	1,297

Tabla **A3.8** Medias No Expertos - IMAGÉNES 2

Ejes Semánticos	Nº encuestas	Mínimo	Máximo	Media	Desv. Típ.
Factor 1. BIENESTAR	113	0-3,10116	1,98232	-10,4705374	1,12642888
Factor 2. ALEGRÍA	113	-2,62533	2,14482	-0,7377090	1,02960741
Factor 3. INNOVACIÓN	113	-1,96383	2,50988	0,4581888	0,84978109
Factor 4. SENSIBILIDAD	113	-2,96143	2,70079	-0,1424094	1,02158770
Factor 5. MONUMENTALIDAD	113	-2,14106	2,86006	0,5034235	1,00535065
Factor 6. FUNCIONALIDAD	113	-2,30156	1,94968	-0,1613633	1,03376773
Factor 7. INTEMPORALIDAD	113	-2,48626	2,63666	-0,2151190	1,07455461
Factor 8. NO SERIEDAD	113	-2,11786	3,00491	0,1290250	0,96115211
BUENA_IMÁGEN	113	-2	2	0,73	1,304
BUEN_PROYECTO	113	-2	2	0,16	1,503

Tabla **A3.9** Medias No Expertos - IMAGÉNES 3