

mobiliario y equipamiento urbano para las personas urban furniture and equipment for people

manuel martínez torán

doctor y profesor de diseño industrial en la universidad
politécnica de valencia, coordinador de diseño de
producto y desarrollo, del instituto de diseño y
producción

doctor and professor in industrial design at the
polytechnic university of valencia, coordinator of the
product design and development division, institute of
design and production

[mmtoran@dib.upv.es]

“El diseño es una de las características básicas de lo humano y un determinante esencial de la calidad de vida. Afecta a todas las personas, en todos los detalles de lo que hacemos cada día. Por ello, es muy importante. Si se presta mayor atención al diseño de los aspectos del entorno material, hay pocos que no sean susceptibles de mejoras significativas. [Heskett, John. El diseño en la vida cotidiana]

John Heskett habla de lo importante que es el usuario para desarrollar un buen diseño. En la actualidad, acuciados por la debilidad económica y social de crisis, hemos de replantearnos mejor los escenarios de nuestra vida, como el espacio y el paisaje urbano. Es importante preocuparse del tiempo que dedican nuestros vecinos, nuestros mayores, nuestros hijos o nosotros mismos en este tipo de lugares, cómo destinan su tiempo de ocio, deporte, juegos o relaciones. Como los lectores conocerán, la calle, el parque, la plaza, la zona de ocio, de “banquitos” ... siempre ha gozado de una importante consideración social. El deterioro sufrido en su equipamiento o mobiliario en los últimos años causados por las enfermedades propias de la sociedad de final de siglo: agresividad urbana, falta de comunicación entre las personas, falta de vida en la calle,... son inconvenientes que nos obligan a replantearnos todo aquello que nos es propio y cercano. La evolución sociológica casi nos obliga a dedicar con el tiempo mucha más atención a nuestro tiempo de ocio, a las relaciones con los nuestros y a gestionar mejor nuestra calidad de vida [deporte, hobbies, salidas, etc.], fundamentalmente porque hemos descubierto la importancia que ello tiene sobre nuestra salud psíquica e incluso física.

Durante los últimos años se ha teorizado y experimentado en diseño mucho sobre estas cuestiones, y es quizás el momento en que resolvamos eficazmente estas necesidades con nuestras propuestas proyectivas.

La respuesta creativa a todos esos cambios muchas veces tiene que pasar por estudiar e investigar sobre las experiencias de los usuarios. Este factor nos puede ayudar mucho a proponer innovaciones, que permitan satisfacer a las personas su uso, como a desarrollar modelos diferenciados, donde la actividad del diseñador / arquitecto sea más comprendida y valorada. Volviendo a estas experiencias y aplicándolo al caso del mobiliario y del equipamiento urbano, esas innovaciones las obtendremos respondiendo o investigando estas cuestiones:

- Conocimiento preciso del modo en que estos muebles y elementos son utilizados.
- Descripción detallada de situaciones que se dan alrededor del mobiliario, y tipologías de comportamiento que se dan.
- Qué conceptos y tipologías de producto podemos aportar con nuestra creatividad en función de estas condiciones de uso, culturales y tecnológicas.

A partir de ir resolviendo estos factores podemos interpretar cómo se interactúa con el usuario, los usos y rituales que desarrolla con los objetos en su ambiente [etnografía, geografía de la experiencia], y que pueden ser trasladados, interpretados y traducidos a nuestros proyectos con una importante carga de innovación.

A nivel industrial, las empresas cuidan poco de estos aspectos, pero muchas veces los que proyectamos tenemos que investigar y resolver estas cuestiones y proponérselas a los responsables de estas empresas. Dentro de un mercado tan amplio será la diferenciación y los valores nuevos los que el arquitecto, el urbanista o el paisajista busque y proponga en su proyecto. El arquitecto puede ser un buen prescriptor para estas empresas y los diseñadores quienes aporten ese valor desde la perspectiva del consumidor. Sin lugar a duda se empieza a notar que hay casos de negocios que ven en ello una importante vía de trabajo, al conocer su segmento, se esfuerzan en manifestarlo en lo que necesitan las personas. Los impedimentos a veces no los ponen los fabricantes, pueden aparecer por cuestiones



John Heskett is speaking of how important the user is in the development of a good design. In our present situation, faced with the economic and social weakness that has been brought about by the recession, we need to reconsider the areas in which our life takes place, our urban space and landscape. It is important to think about the time spent by our neighbours, our older relatives, our children and ourselves in these types of places, and how we spend our time on leisure, sports, games and social relations. As readers will be aware, streets, parks, squares and all the places where we spend our free time, with their "little benches"... these places have always been considered socially important. The deterioration of their furniture and

equipment in recent years as a result of the ills of modern society – urban aggression, a lack of communication between people, a lack of life in the street, etc – is a problem that forces us to reconsider all that is near and dear to us. Sociological evolution seems to be making us pay greater attention to our leisure time, to our human relationships, and to improving our quality of life (sports, hobbies, excursions, etc), principally because we have discovered how important these things are for our psychological wellbeing and our physical health. In recent years there has been much theory and experimentation with regard to these issues in the field of design, and it may now be time for us provide efficient responses to

these needs with our project proposals. A creative response to all these changes usually requires research into the experiences of users. This factor can help us to propose innovations which satisfy people's needs, and also to develop high-quality models in which the work of the designer or architect is better valued and understood. Returning to these experiences and applying this to urban furniture and equipment, we should be able to carry out these innovations by considering or investigating the following: Detailed knowledge of the ways in which this furniture and equipment is used. A detailed description of typical situations in the area surrounding the furniture, and of common types of behaviour.



Union bench. I Do Design, Jangir Maddadi Design Bureau

The concepts and product types we can create in response to these conditions of use and cultural and technological factors.

By dealing with these points we can establish how the product interacts with the user, the uses and rituals it develops in conjunction with the objects around it (ethnography, geography of experience) which can then be interpreted and incorporated into our projects with a high degree of creativity.

At an industrial level, companies often disregard these aspects, but as project designers we often have to investigate and find solutions to these issues and include them in our proposals to companies. In such a large and competitive market, architects, urban planners and landscape architects need to aim for distinctive qualities and new values in their project proposals. Architects can be good consumer motivators for these companies, and it is designers that provide this

value from the consumer's perspective. There can be no doubt that an increasing number of companies now see this as an important source of work, and when they know their sector, they make sure to express this as a response to people's needs. Sometimes it is not the companies themselves that create difficulties: they can also come about as a result of costs or of dependence on public competitions or on proposals (sometimes even carried out by different project designers) whose aesthetic values and language take precedence over the real values of the community. Accessible and useful products must take priority over technological and industrial possibilities, which have reached a high level in the field of processes and treatments (prefabricated materials, for example) and in other areas that have benefited from investment in R & D. Regarding our shared public space, both urban and semi-urban, there is a general de-

mand for a greater awareness of the issue of sustainability in the midst of historically disordered planning. The aggression of the street, at times chaotic and practically inaccessible, is forcing us to bring about a change which will improve people's quality of life and their public relationships.

In the area of sustainability we can claim to have done some good work, thanks to a significant effort in terms of design resources and to what we might term the sociological factor. In response to people's needs, we have discovered a great level of creativity. Marketing, creativity and sociology have thus come together as important factors.

Our present analysis of this response can be grouped into three fairly well defined tendencies or scenarios based on the observation of proposals that have recently appeared on the market and which indicate the emergence of a set of common characteristics: First, there is the proposal for

de precios, la dependencia del concurso público y de las propuestas (hasta realizadas por distintos proyectistas) cuyos valores estéticos y su lenguaje, se antepone frente a los valores reales de la comunidad. Los productos accesibles y útiles tienen que primar sobre las posibilidades tecnológicas e industriales, que indiscutiblemente han alcanzado un importante nivel tanto en el campo de los procesos y sus tratamientos (prefabricados por ejemplo) como de otros resultados, fruto de inversiones en I+D+i.

Espacio público. En cuanto al espacio público, al de convivencia, tanto urbano como semiurbano, se exige de una forma general una mayor conciencia sostenible, en medio de una planificación histórica desordenada. La agresividad de la calle, a veces caótica, y poco o casi nada accesible, necesita que provoquemos un cambio que afecte a la mejora de la calidad de vida de las personas y de sus relaciones de convivencia como ciudadanos.

Dentro de este criterio sostenible podríamos afirmar, que obtenemos buenas muestras de trabajos, gracias a que se incorpora un importante esfuerzo de recursos de diseño y por otro lado, se considera el factor sociológico. Como respuesta a esas necesidades de las personas, descubrimos una gran capacidad creativa. Por tanto marketing, creatividad y sociología se dan la mano como factores de primer orden.

Nuestro análisis actual a esa respuesta podemos agruparlo en tres tendencias o escenarios que quedan bastante definidas por la observación de propuestas aparecidas recientemente en el mercado y que aportan una emergencia de rasgos comunes:

—En primer lugar, se propone lo que podríamos denominar un “bis a bis”. Hablamos en esta primera tendencia de una necesidad de poder establecer encuentros de relación entre las personas, más bien íntimas o frugales, entre amigos, parejas, mayores.



Bancos suizos.
BD Barcelona
Design
Alfredo Häberli



Key. Santa&Cole.
La Granja

what we might call a “face-to-face” approach. This first trend is related to the need to find places, relatively small and frugal, where friends, couples or senior citizens can get together.

The second type of site is more “skater”-oriented, incorporating youth culture and some of its changing and emerging values, with the street remaining its main space.

The third group brings together more accessible elements of furniture, which we might say are “for everyone”, because they provide the opportunity for those with the greatest difficulties to get on with their activities in the most natural way possible (giving baby food to your child in its stroller, having a picnic or some fast food, relaxing in the most comfortable way possible, etc)

For this first group, face-to-face, we have a project developed by Union Bench (Jangir Maddadi Design Bureau) from the Swedish group I Do Design. It creates multiple spaces within a single element, a bench that sympathises with everyday needs, where people can sit down and talk, a meeting place. The modular system creates a space which encourages us to enjoy the surroundings and to have a chat with one or more people with no problem at all, in the most natural way, face to face.

This effect is also achieved by the Australian company Street & Garden with designs by Alexander Lotersztain which combine a seat as a meeting place with striking colours (like the Sit-Bench model, 2007) and the modulation or programming in their design. They are adaptable not just as benches, but also for people to sit and talk at different heights using the system (Twig model, designed in 2007, also produced by Escofet in translucent plastic in a version designed in 2009 for which the company won a Delta award last year).

A more radical proposal, which came out of the 2008 Milan Furniture Fair and whose experimental origins date back to 2002, is on-site-01, by OnSite Studio, which breaks with tradition by using flexible construction pipes and creating structural systems (many of which are prototypes) featuring a single piece (almost a sculpture) which interacts with users

—El segundo escenario es más “skater”, donde se tiene en cuenta la cultura juvenil, con parte de sus valores cambiantes y emergentes, donde la calle sigue siendo su espacio fundamental.

—El tercer grupo de relaciones agrupa aquellos elementos de mobiliario más accesibles, que podemos denominar “para todos”, porque permiten a aquellos con más dificultades desarrollar su actividad de la forma más natural [dar el potito a su hijo en el carrito, realizar un picnic o una comida rápida, descansar de una forma más distendida...]

En ese primer escenario bis a bis tenemos un proyecto desarrollado por Union Bench [Jangir Maddadi Design Bureau] de los suecos I Do Design. Crea espacios dentro de un mismo ambiente-mueble, un banco solidario con las necesidades del día a día, poder sentarse a hablar de cualquier cosa, como punto de encuentro. La modularidad del sistema consigue crear un ambiente que incita a disfrutar del entorno, tener una charla con una o más personas sin incomodidades, de la forma más natural, incluso cara a cara.

Esto también lo consigue la empresa australiana Street & Garden diseñadas por Alexander Lotersztain con unos resultados en los que ha introducido combinaciones con las que atender tanto el asiento de encuentros, con colores muy llamativos [como el modelo Sit-Bench, 2007], como la modulación o la programación de sus diseños, muy adaptables no sólo como bancos, también para realizar encuentros de desnivel apoyándose en el sistema [modelo Twig, diseñada en 2007, que comercializa también Escofet en plástico traslúcido, diseñada esta versión en 2009, por la que la empresa recibe un premio Delta el año pasado]

Como propuesta más radical, surgida en el 2008 en la Feria del Mueble de Milán, cuyos orígenes experimentales son de 2002, encontramos on-site-C1, del OnSite Studio, que en esta línea rompen con los materiales tradicionales, jugando con tubos flexi-



bles de obra, y componiendo sistemas [muchos de ellos prototipos], donde sus propuestas se estructuran entorno a este sistema donde el diseño de pieza única [casi escultura] interactúa con los usuarios de distintas formas, proponiendo más allá de la modularidad, la propia flexibilidad, crecimiento y posibilidades estructurales de la misma.

Como ejemplo de esta línea tenemos un interesante diseño del aparcabici de la línea Sloper proyectado por Luis Tabuenca en 2008 para Onn Outside, la farola Heinola diseñada por Vesa Honkonen para la ciudad de Heinola [Finlandia] en 2005, el proyecto de iluminación inteligente basada en el concepto “Sustainable city light” que ha obtenido entre otros proyectos de la compañía uno de los premios de los IF Product Design Awards 2010. Dentro de esta tendencia tenemos el modelo de banco Nola de Diagram, presentada en la Feria del Mueble de Estocolmo [2010]. En cuanto a la ten-

dencia skater el equipamiento puede resultar más duro a primera vista, pero plantea las relaciones personales o en grupo [peña de amigos, colegas, etc.] de una forma más flexible, fuera de las rigideces convencionales. Éste es el caso de Forézienne Tôlerie del Grupo TF, donde las piezas, aún en apariencia toscas o rígidas, permiten la conversación distendida, la posición adecuada a cada momento y la posibilidad de ir más allá de sentarse. Su mismo Director General, Dominique Guichard reconoce que “el mobiliario, por su función, debe ponerse al servicio del usuario”

Tau, la empresa de cerámica española, ha trabajado recientemente a nivel de investigación en una línea de equipamiento denominada Civi’s Agora [Cevisama, 2009] que sigue estos escenarios, donde compatibiliza el desarrollo de productos sostenibles, con variables de dureza [con una alta resistencia a la rotura y al desgaste] y seguridad [por ejemplo, los pav-

Bancos suizos.
BD Barcelona
Design
Alfredo Häberli



mentos son antideslizantes) con los que se puede dar forma a un espacio urbano a través de pavimentos, alcorques o bordados.

Como proyecto significativo en esta línea tenemos que resaltar el diseño de la colección “los bancos suizos”, un tipo de banco para el espacio público creado por el argentino afincado en Suiza Alfredo Häberli que desarrolló el año pasado para la empresa BD Barcelona Design, siendo galardonado con el Premio Delta de Oro 2009 que concede la Asociación de Diseño Industrial del Fomento de las Artes Decorativas. Caracteriza la propuesta de este diseñador los dos niveles de apoyo que tiene este banco y las posibilidades de relaciones con el mismo objeto y entre las personas, donde lo mismo se sitúan los jóvenes de una forma desenfadada, que se pueden utilizar las dos alturas de asiento, encontrarse una persona sentada y otra no,... y seguir sentándose como toda la vida. En el caso de los aparabicis destacaríamos el proyecto Key de La Granja [2007] para Santa&Cole con el que consiguió el Red Hot Design Awards Best of the Best 2008, el bolarido Pliegue diseñado por Churtitanga & Quadra Salcedo en 2005, o el bordillo Ele del Estudio Cano Laso, ambos presentados en Madrid en la muestra

in different ways, creating a proposal which goes beyond modularity and the flexibility, growth and structural possibilities this creates.

Other examples of this tendency are the interesting design for the Sloper cycle rack by Luis Tabuena in 2008 for ONN Outside, and the Heinola street “reading lamps” designed by Vesa Honkonen for the town of Heinola, Finland, in 2005, the intelligent lighting project based on the concept of “Sustainable City Light” which was one of the company projects to win an award at the IF Product Design Awards 2010.

Also within this tendency is the Nola bench model by Diagram, presented at the 2010 Stockholm Furniture Fair. The equipment for the skater tendency might seem harder at first sight, but it deals with personal and group relations (groups of friends, etc) in a more flexible way, far removed from conventional rigidity. This is the case of Forézienne Tôlerie by the TF group, in which the pieces, though they may seem rough and rigid, encourage a relaxed conversation, the right position for each moment and the possibility

of going beyond the mere act of sitting down. Its General Manager, Dominique Guichard, admits that “furniture, due to its function, must serve the user”.

Tau, the Spanish ceramics company, has recently worked at an investigative level on a line of equipment called Civi’s Agora [Cevisama, 2009] which follows these tendencies, combining the development of sustainable products with elements of hardness (with a high resistance to breakage and wear-and-tear) and safety (using anti-slip paving, for example) so that paving, tree wells or bollards can be used to create an urban space. A significant project in this area is the design for the “Swiss benches” collection, featuring a type of bench for public spaces created by Alfredo Häberli, an Argentinian based in Switzerland. Developed last year for BD Barcelona Design, it was given the 2009 Gold Delta Award by the Association of Industrial Design and the Promotion of the Decorative Arts. This proposal is characterised by the bench’s two levels of support and the possibilities it offers to make a connection

with the object and between people, where there might be a relaxed group of young people using both levels of the seat, or one person sitting and the other standing... or we could just carry on sitting down just as we always have done.

We must also single out the Key cycle rack project by La Granja [2007] for Santa&Cole, which won the Red Hot Design Awards Best of the Best 2008, the Pliegue bollard designed by Churtitanga & Quadra Salcedo in 2005, or the Ele kerb by Estudio Cano Laso, both of which were presented in Madrid at the exhibition organised by Madrid Diseña. Another project which has not been produced is Turbine Light by the US studio TAK. The project, which was selected in the 2010 Greener Gadgets competition, makes use of the speed of vehicles and the turbulence they generate, and provides a source of ideas on sustainability which might make us think more about that not too distant future. And finally, in the area of equipment “for everyone”, Forézienne Tôlerie appears once more with a couple of proposals like Soft Bench, designed by Soufflet Lucile,

organizada por Madrid Diseña. Como proyecto no desarrollado la propuesta Turbine Light del estudio TAK norteamericano [seleccionado en la convocatoria Greener Gadgets 2010] aprovechando la velocidad de los vehículos y las turbulencias que generan, es fuente de ideas sostenibles que nos pueden hacer pensar en ese futuro no tan lejano.

Y finalmente sobre el equipamiento para todos aparece de nuevo Forézienne Tôlerie con un par de propuestas como el banco Soft Bench, diseñado por Soufflet Lucile que permite una mayor libertad de asiento, y el sistema Ondine, que podríamos considerar como una "cinta anti-asiento" diseñado por Michâel Bihain y Cedric Callewaert, pero que favorece el juego de los niños, la conversación de los adolescentes o tomar el sol.

En el otro extremo tenemos el proyecto realizado por el equipo de diseño de la BMW, con un programa sencillo, afable, con un encuentro entre el metal y el acabado madera, que aporta una elegancia de marca a lo urbano, tipo su segmento en el mundo de la automoción, trasladado a lo colectivo, democratizando sus diseños con el soporte de toda una gama de equipamiento urbano. En esta línea Porcelanosa comercializa un mo-



which gives a greater freedom for sitting, and the Ondine system, designed by Michâel Bihain and Cedric Callewaert, which we might think of as an "anti-seat band" but which encourages children to play or teenagers to chat or take in the sun's rays. At the other extreme, we have the project carried out by the BMW design team, with a simple, likeable programme, a meeting of metal with a wood finish, bringing brand elegance to the urban world, moving from the automobile sector to the area of the collective, democratising their designs in the form of a wide range of urban equipment. Similarly, Porcelanosa has commercialised a set of urban

collection) featuring ceramics and aiming to bring elegance "for all" to the urban landscape. We also appreciate the Solid collection produced by the Danish company Veksø and designed by the Schmidt Hammer Lassen [shl] architecture studio, which, despite the strong presence of concrete in its pieces, is designed with great simplicity, making it easier to install and use, and featuring a wide range of elements. In all these cases we can only admire the efforts to create a product of distinction where industry, design and the urban landscape meet, high-quality projects which without doubt pay greater consideration to people, improving our proposals and even our quality

of life. I believe that this is the right direction for our future work and for the analysis of the proposals which we might be working on or which are on the market. With this idea we could also include the recent presentation by the Louis Poulsen company of Erik Bystrup's design for the LP Nest street lamp at the 2010 Frankfurt Light & Building Fair, or the design for the Solar Tree street lamp developed by Ross Lovegrove – with lighting that uses photovoltaic cells and new generation LED lights – for Artemide and Sharp Polar, presented in Vienna in 2007, or the Any Place litter bin designed by Rodriguez Montejano & Martínez Arquitectos in 2005.

biliario urbano (colección ARK+ Elements) realizada con la cerámica como protagonista, y que procuran, como dar al paisaje urbano, una elegancia "para todos". También disfrutamos de la colección Solid fabricado por la empresa danesa Veksø y diseñado por el estudio de arquitectura Schmidt Hammer Lassen [shl], que a pesar de la carga de hormigón que llevan sus piezas, están proyectadas con mucha simplicidad para favorecer la instalación y el uso, con un programa muy amplio de elementos.

En todos estos casos valoramos ese esfuerzo de diferenciación donde se produce el encuentro entre industria, diseño y paisaje urbano, aportando un valor a los proyectos que sin duda piensan más en las personas, mejorando nuestras propuestas e incluso nuestra propia calidad de vida. Creo que este es un buen camino para seguir trabajando y analizando las propuestas que desarrollamos o encontramos en el mercado. Con esta idea también podemos incluir la reciente presentación de la empresa Louis Poulsen del diseño de la farola LP Nest de Erik Bystrup en la feria de Frankfurt Light & Building 2010, o el diseño de la farola Solar Tree proyectada por Ross Lovegrove de iluminación con células fotovoltaicas y focos de LEDs de última generación para Artemide y Sharp Polar presentadas en 2007 en Viena, o la papelera Any Place diseñada por Rodriguez Montejano & Martínez Arquitectos en 2005.

BIBLIOGRAFÍA/ BIBLIOGRAPHY

- Bonsiepe, Gui. **Del Objeto a la Interfase. Mutaciones del Diseño**. Ed. Infinito. Buenos Aires, 1999
- Ceppi, Giulio. **Proyecto y Maravilla. Figuras en la Innovación de lo Artificial**. Experimenta nº 5, Madrid, 1994
- Heskett, John. **El diseño en la vida cotidiana**. Gustavo Gili. Barcelona, 2005
- Martínez Torán, Manuel. **El Diseño como Fenómeno Teóricamente Poco Explorado: Nuevos Fundamentos**. Universidad Politécnica de Valencia. Congreso Conocimiento e Invención. Cognition atque Inventio. Valencia, 2002
- Norman, Donald A. **El diseño emocional**. Ediciones Paidós. Barcelona, 2005
- Vinyets, Joan. **Usuarios al Poder. La experiencia del consumidor como referencia**. Experimenta nº 41. Madrid, 2003