



Diseño metodológico de Arquetipos de Usuario, una herramienta para la planificación estratégica. El caso de los ciclistas de la ciudad de La Plata

VÁZQUEZ WLASIUK, Camilo

vwcamilo@gmail.com

Ámbito de pertenencia

Universidad Nacional de La Plata. Facultad de Arquitectura.
Instituto de Investigaciones de Políticas del Ambiente Construido -IIPAC-.
La Plata, Argentina.

Palabras clave

Arquetipos - Usuarios - Comunicación - Movilidad - Urbana

Resumen

La siguiente ponencia se encuentra enmarcada bajo el área temática de la Comunicación y la Movilidad Urbana, la cual se plantea desde la línea de abordaje de la Investigación. El uso de la bicicleta en Argentina ha incrementado de manera significativa en los últimos años. Ciudades de diversos tamaños, han comenzado a desarrollar infraestructura específica para impulsar la movilidad ciclista. Estos cambios han generado una transformación en el reparto modal de viajes acorde a las propuestas de sostenibilidad de los organismos internacionales, mejorando además del ambiente urbano, las posibilidades de viaje de las personas. Sin embargo, no todas las ciudades tienden a impulsar estas políticas como parte de una planificación integral. Al observar e identificar diversas problemáticas en relación a la utilización de ciclovías en la ciudad de La Plata, que agravan e incrementan multiplicidad de tensiones entre los usuarios que comparten las vías de circulación de la ciudad, entendemos que es indispensable generar herramientas sólidas de planificación que integren la visibilización de información y aporten a la construcción de una comunicación eficaz. Por lo tanto, se desarrollará la creación de arquetipos de usuarios los cuales son herramientas que pueden servir para diversas prácticas de planificación de carácter urbano, social, comunicacional, o simplemente para utilizarlos en técnicas participativas como mesas de trabajo. Los arquetipos son el resultado de construcciones complejas a partir de la convergencia de información realizada con diversas técnicas de investigación,



tanto cuantitativa como cualitativa. Para este trabajo se utilizaron encuestas, entrevistas, observaciones participantes y pasivas. Particularmente se hará foco en usuarios ciclistas que se desplacen en el casco urbano de la ciudad de La Plata, con un recorte etario de 20 a 40 años. Estas 4 representaciones relatadas son características en lo que concierne a la movilidad del casco urbano de la ciudad de La Plata, sector en el que se concentra el mayor recorrido de ciclovías del partido. La exposición presenta tanto el diseño como los aspectos gráficos y comunicacionales que se tuvieron en cuenta al crear estos arquetipos, explicando su potencial uso en la planificación y en la comunicación. Además, se exhibirán los arquetipos con ejemplos de mapeos de usuarios para observar los problemas en sus recorridos. Esto permitirá examinar las sensaciones y percepciones de las problemáticas reales en contextos específicos y conocer las perspectivas de quienes circulan por la ciudad a diario.

Aumento del uso de la bicicleta

A través del paso del tiempo la intensificación de la utilización de modos motorizados generó diversas problemáticas en relación al uso de los mismos, tanto a nivel mundial, como en Argentina. Estas problemáticas son diversas, a simple vista se pueden observar varios factores; Problemas a nivel medioambiental, a través de su emisión de gases tóxicos, una de las causas de 4,2 millones de muertes a nivel mundial en el año 2016 (Naciones Unidas, 2019); Altos índices de accidentes automovilísticos, en el año 2022 en Argentina se detectaron 3828 víctimas fatales (Ministerio de Transporte Argentina, 2023); Altos índices de congestionamiento en las zonas céntricas de las ciudades, uno de los principales problemas de movilidad urbana del siglo XX (Thompson y Bull 2002).

En este contexto, a nivel mundial, los diferentes gobiernos han optado bajo recomendación de las Naciones Unidas, la generación de políticas que se enfoquen en el despliegue de fuentes renovables y sostenibles (ONU 2019. Pág. 37.). En este sentido, el impulso de la utilización de modos de transporte no motorizados, como lo es la bicicleta, se ha intensificado en los últimos años, lo cual generó mayores oportunidades de acceso a la movilidad para más población (Salas 2018). A su vez se generaron diversas tensiones en el plano urbano, ya que se originaron mayores interacción entre los transportes motorizados y los no motorizados. En relación a estos nuevos roces, los ciclistas se sienten desprotegidos ya que se observa una vulnerabilidad a la hora de su desplazamiento (Vázquez 2021).



Específicamente en América Latina, se han implementado en la última década, diversos planes y proyectos sobre alternativas de movilidad paralelas al uso del automóvil. Por ejemplo la construcción de ciclovías y bicisendas es una de estas políticas que se repliega en países como Argentina, Chile, Brasil.

Si nos centramos en Argentina, los datos arrojados en el periodo pre pandemia, nos muestran que la movilidad, en su mayoría, estaba conformada por el uso excesivo del automóvil particular. Durante el periodo de pandemia, a partir de las políticas restrictivas del transporte masivo, debido a la probabilidad de contagio del Covid-19, el gobierno nacional impulsó políticas públicas con la finalidad de promover la utilización del uso de la bicicleta, logrando un incremento de viajes en los modos activos¹ los cuales continuaron creciendo luego de la pandemia.

Varias ciudades argentinas han implementado diferentes sistemas de bicicletas públicas, con la finalidad de estimular e impulsar su uso. Podemos observar el caso de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires, como así también Rosario, Neuquén, Mendoza y La Plata entre otras. En paralelo creció la demanda de estudios urbanos para la movilidad activa en ciudades, el cual reconoce desde el punto de vista sociopolítico, a la bicicleta como un medio de transporte eficaz, accesible y sustentable para el medioambiente, como así también para la salud y la economía. Cabe destacar que impulsar el uso de la bicicleta en las diferentes ciudades, presenta una serie de desafíos relacionados con los contextos específicos de estas ciudades como así también con los patrones de comportamiento y demandas de los diversos usuarios.

Caso de La Plata

Este artículo está centrado en la ciudad de La Plata tomado como caso paradigmático, capital de la Provincia de Buenos Aires. La cual tiene aproximadamente 772.000 habitantes (INDEC 2022). La misma presenta tres sectores urbanos (Resa y Aón 2019) ver Gráfico 1.1 diferentes que exponen condiciones desiguales en términos socioeconómicos, urbano-espaciales y de transporte e infraestructura. Estos sectores contienen aproximadamente a un 33% de la población total, pero los mismos producen diferentes percepciones y experiencias de viaje de todos los modos de transporte, incluyendo a los usuarios ciclistas.

Observando estos tres sectores podemos destacar que el mejor provisto de equipamientos y condiciones urbanas, es el casco fundacional, el cual constituye “la ciudad consolidada”. La misma, con 25 km² de superficie, concentra la mayor parte de infraestructuras y actividades administrativas, comerciales, de salud, educación y servicios de transporte.

Por otro lado el segundo sector se encuentra conformado por el primer anillo periurbano al cual llamamos “La Expansión Consolidada”, la misma tiene aproximadamente el doble de superficie en relación al sector anterior, aproximadamente de 50 km². Este sector se encuentra provisto de menores equipamientos, actividades y servicios. A su vez tiene una excelente accesibilidad al casco fundacional a partir de las vialidades y el transporte público.

¹ Se considera Modos Activos, a aquellos modos de transporte que utilizan la energía y fuerza del cuerpo para su desplazamiento, ya sea el caminar, el andar en bici, etc.

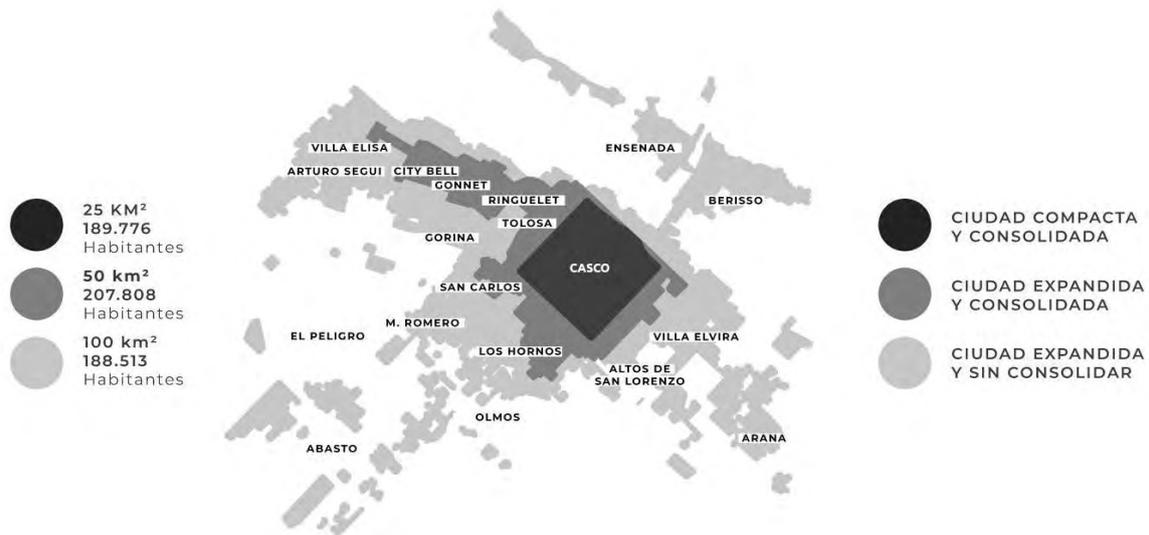


Gráfico 1.1: Tres áreas diferenciadas en el Partido de La Plata: el casco fundacional compacto, la expansión consolidada y la expansión sin consolidar. Fuentes: Elaboración Sergio Resa, Laura Aón en base a Google Earth y datos INDEC (2010).

En cuanto al tercer sector, denominado "La Expansión sin Consolidar", se encuentra contigua a la anterior y aproximadamente tiene el doble de superficie 100 km². Este sector presenta un déficit de infraestructuras de circulación y servicios, equipamientos, actividades y alternativas de transporte.

Estas "tres ciudades" contemplan una gran diversidad de tipologías de usuarios, los cuales tienen lógicas, motivaciones y problemáticas de uso heterogéneas.

A partir de lo anteriormente relatado, el gobierno municipal de la ciudad de La Plata, impulsó y continúa promoviendo, obras viales de infraestructura ciclista, como lo son las bicisendas y ciclovías.

Para contrarrestar posibles falencias en términos de planificación, información y comunicación, se pueden llevar a cabo procesos de planificación participativa que integren las necesidades de diversos tipos de usuarios de bicicletas, tanto actuales como potenciales.

Este artículo específico focaliza particularmente en el casco urbano de la ciudad, "ciudad consolidada", ya que el plan estratégico de La Plata 2030, ha concretado el mayor tramo de ciclovías y bicisendas en este territorio. Por lo tanto se focalizará en el estudio de los usuarios y la experiencia de los residentes de esta área, a su vez, se incluyen algunas experiencias de usuarios que se movilizan hacia áreas periféricas del casco urbano. Los usuarios que observaremos a continuación se exponen a diario a grandes niveles de congestión vehicular, mientras que recorren distancias menores a residentes de las demás áreas, debido a la proximidad predominante de las viviendas con las actividades cotidianas. A partir de las características de la movilidad y del transporte en esta área específica de la ciudad, se pautan las decisiones de diseño tanto en el abordaje metodológico, como en la tipificación de arquetipos de usuario y de sus experiencias de usuario.



Introducción al término de Arquetipos de Usuario

La construcción de Arquetipos² tiene la finalidad de representar una síntesis de significados, conceptos, e ideas acerca de las experiencias de usuarios de un servicio o producto. Es importante que estas construcciones se realicen ignorando prejuicios y premisas subjetivas de quien lleva la investigación adelante, ya que la construcción de arquetipos debe estar basada en datos cuantitativos y cualitativos, articulados con rigurosidad metodológica. Para introducir al concepto de arquetipo, se trata de una expresión que no es nueva sino que ya aparece en la antigüedad como sinónimo de "Idea" en el sentido platónico" (Jung, 1970, p.70). El trabajo realizado por Jung, pondera el trabajo empírico en el campo y por lo tanto la aplicación de diversas técnicas. Si bien el autor original focaliza en un análisis puramente psicológico, se trata de un término que tempranamente adopta el campo científico de la comunicación y de la economía en estudios de racionalidad económica y tipos de clientes para estudios de mercado. Basados en la exploración de usuarios y experiencias de adquisición de productos y servicios se construyen tipificaciones generalizables para orientar la producción. Este es el abordaje que se utiliza para el presente estudio, en el que se utilizan entrevistas, encuestas y observaciones para la generación de múltiples tipos de información, la cual sirve como insumo para la construcción de arquetipos, con el objetivo de que los mismos tengan la potencialidad de ser un instrumento planificador para el diseño de proyectos de ciclovías, biciesendas e infraestructura ciclista.

Los arquetipos que se plantean en este trabajo, se basan en construcciones complejas que expresan diversos perfiles de usuarios/experiencias de bicicleta para el casco urbano de la ciudad de La Plata. En los mismos se caracterizan diferentes atributos de localización residencial, composición del hogar, grupo etario, tiempos de recorridos, tipo de uso que cada uno hace de la bicicleta como modo de transporte, teniendo en cuenta las motivaciones y problemáticas ligadas a su viaje. En cuanto al recorte etario, además de los resultados obtenidos en las técnicas llevadas adelante, se complementará con el rango de edad del informe realizado por el Instituto de Seguridad Vial, que afirma que "El grupo etario que más utiliza la bicicleta es el de los jóvenes de entre 18 y 35 años (46,7%)." (Dirección Nacional de Observatorio Vial, 2021, p.29)

Cabe resaltar que la creación de Arquetipos de Personas es una técnica que ayuda a describir perfiles de usuarios y contextos de uso en relación a un determinado servicio. Resulta útil para conocer a la audiencia para la cual se está diseñando el servicio. (Carraro, Duarte, 2015 p.95). A su vez, son herramientas que complementan los procesos proyectuales a la hora de generar políticas públicas, con participación ciudadana, por lo tanto, este artículo resalta lo imprescindible que es poner el foco e incluir a usuarios reales, a la hora de llevar adelante las mismas, con el objetivo de generar servicios más eficientes.

² "Los arquetipos de personas son documentos basados en investigaciones que describen a los usuarios típicos. Cada arquetipo contiene un nombre, edad, ocupación y una breve descripción de la persona en términos de rasgos generales y hábitos. Los arquetipos son una herramienta que brinda una visión compartida de usuarios específicos y brindan a las partes interesadas, un punto de referencia común, ayudando a la toma de decisiones para impulsar el uso de un producto o servicio. En definitiva los arquetipos hacen que la gente hable sobre las experiencias del usuario" (Box, 2011, p.35)



Por lo tanto toda metodología centrada en el usuario se caracteriza por investigar a las personas que son parte de una temática específica, en nuestro caso, la movilidad urbana de la ciudad de La Plata en relación al uso de la bicicleta.

Desarrollo y técnicas metodológicas

Como bien afirmamos, la creación de arquetipos responde a problemáticas específicas, por lo tanto, las variables a tener en cuenta para realizar los mismos, van a ser diferentes según la temática a abordar. Por ejemplo, se pueden realizar arquetipos relacionados a usuarios de una empresa en particular, como así también a usuarios de un servicio específico, organizaciones, etc.

Es imprescindible que para el desarrollo de arquetipos de usuario, se desarrolle un trabajo metodológico que contemple diversas técnicas de recolección de datos, teniendo como eje los diversos objetivos exploratorios que se proponga quien lleva la investigación adelante.

En este sentido, los arquetipos a desarrollar en este artículo se construyen a partir de la combinación de técnicas cuantitativas basadas en encuestas, con técnicas cualitativas, basadas en entrevistas, observación participante y observación pasiva. Se propone caracterizar a los usuarios y a sus experiencias de viaje de manera general y particular, sintetizarlos en fichas estandarizadas en el cual la visualización de esta información se ve de manera clara, permitiendo entender las lógicas de quienes utilizan la bicicleta en la ciudad. Dichas fichas constituirán los arquetipos en materia del uso de la bicicleta.

Para el trabajo de recopilación y análisis de la gran cantidad de información necesaria para este propósito, se definen en común los ejes de preguntas de encuestas y entrevistas y los ejes de registro de la observación participante y pasiva, acorde al gráfico de la tabla 1.1.

Técnicas utilizadas

Para realizar la construcción de arquetipos, se llevaron a cabo diversas técnicas metodológicas a fin de comprender desde diversos puntos de vista el desempeño de los usuarios en las vías de circulación. Es importante poder complementar estas técnicas entre sí, a fin de recabar la mayor información posible. A su vez, cada herramienta utilizada nos proporcionará un punto de vista diferente, por lo que es necesario que quien lleve la investigación adelante, pueda captar y percibir las problemáticas y oportunidades que presenta el caso.

Observación pasiva

En primer término se llevaron a cabo observaciones de tipo pasivas. Las mismas permitieron hacer un primer acercamiento al objeto de estudio, a fin de observar y resaltar las problemáticas que se presentaron en el campo. Para las mismas se eligieron 3 puntos considerados problemáticos del casco urbano de la ciudad, debido a la naturaleza de implantación, como así también por la cantidad de intersecciones entre calles. (Ver gráfico 2.1)



EJES	VARIABLES	ENCUESTA	ENTREVISTA	OBSERVACIÓN PARTICIPANTE	OBSERVACIÓN PASIVA
USUARIOS	LOCALIZACIÓN RESIDENCIAL	✓	✓		
	COMPOSICIÓN DEL HOGAR		✓		
	RANGO ETARIO	✓	✓	✓	✓
	GÉNERO	✓	✓	✓	✓
	PERFIL OCUPACIONAL	✓	✓		
	INTERESES Y CONSUMO	✓	✓		
	USO DE MEDIOS DE COMUNICACIÓN	✓	✓		
	USO DE REDES SOCIALES	✓	✓		
TERRITORIO	ZONA GEOGRÁFICA DE SALIDA		✓	✓	
	ZONA GEOGRÁFICA DE LLEGADA		✓	✓	
	USO DE CICLOVÍAS	✓	✓	✓	✓
MOVILIDAD	USO DE TRANSPORTE PÚBLICO		✓		
	USO DE TRANSPORTE PRIVADO		✓		
	USO DE BICICLETA	✓	✓	✓	✓
BICICLETA	TIPO DE BICICLETA QUE USA		✓	✓	✓
	ELEMENTOS DE SEGURIDAD CICLISTAS		✓	✓	✓
	ACTIVIDADES DE USO DE LA BICICLETA	✓	✓	✓	✓
	TIEMPO DE USO DE BICICLETA	✓	✓	✓	
	SENTIDO DE PERTENENCIA CON USO DE BICICLETA		✓	✓	
	MOTIVACIONES DE USO	✓	✓	✓	
	PROBLEMÁTICAS DE USO	✓	✓	✓	✓
	CONVIVENCIA CON OTROS MODOS DE TRANSPORTE	✓	✓	✓	✓
	FRECUENCIA Y TIEMPO DE VIAJE	✓	✓	✓	
	ESTACIONAMIENTO DE BICICLETA	✓	✓	✓	✓

Tabla 1.1: Tabla elaborada a partir de las variables consideradas para las herramientas de análisis.
Fuentes: Elaboración propia



Mediante la observación pasiva se detectaron diversas problemáticas como, infracciones de tránsito por parte de vehículos motorizados, que ocupan e invaden el espacio ciclovial; invasión por parte de motocicletas en estas vías de circulación; invasión por parte de peatones en las ciclovías; camiones de descarga utilizando el espacio ciclovial; utilización del teléfono celular por parte de automovilistas, motociclistas, ciclistas y peatones mientras circulaban; a su vez se observaron a trabajadores municipales realizando infracciones en el lugar entre otros.

CASCO URBANO - CIUDAD DE LA PLATA

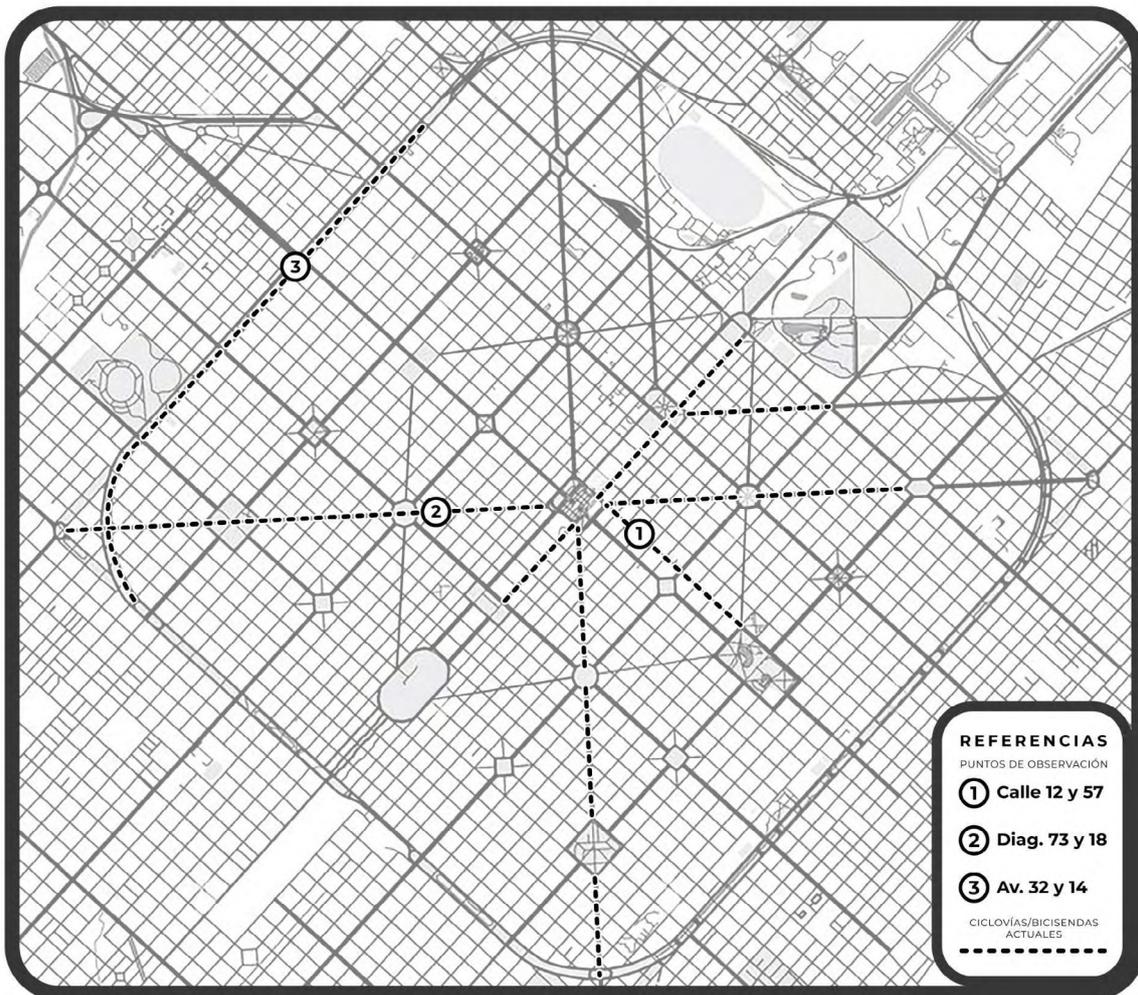


Gráfico 2.1: Casco Urbano - Ciudad de La Plata - Puntos de observaciones. Fuentes: Google Images. Fuentes: Elaboración propia

Observación participante

Para llevar a cabo esta técnica, se procedió a contactar a 3 ciclistas, a fin de realizar una observación participante sobre los recorridos habituales que llevaban a cabo. Esta herramienta tiene el objetivo de hacer un seguimiento con usuarios, permitiendo ponernos en la piel de los mismos, a fin de entender las lógicas y problemáticas con las que se encuentran en sus recorridos diarios, comprendiendo las realidades con las que conviven.



En cuanto a las condiciones de circulación, se pudo observar que en momentos de colapsos vehiculares o embotellamientos en el microcentro de la ciudad, el espacio de circulación es ínfimo. También se observó el riesgo que corren los ciclistas al circular en paralelo a los automóviles, ya que en dos ocasiones se abrieron puertas de vehículos sin mirar hacia atrás.

En cuanto a los recorridos por la infraestructura ciclista, se observaron diversos obstáculos, que los usuarios debieron sortear, tales como automóviles que bloquean las vías de circulación ciclista (por la semaforización o por congestión vehicular); motocicletas circulando por el espacio de circulación ciclista, tanto para sobrepasar automóviles, como para circular naturalmente por la misma; peatones en zonas comerciales que tienden a circular por las ciclovías, ya que las veredas se encuentran colapsadas por otros peatones y vendedores ambulantes.

Encuestas

La utilización de una encuesta nos permite verificar las problemáticas en el campo a través de las observaciones. A su vez las encuestas permiten visualizar patrones que nos ayudarán a definir los problemas más importantes. Por otro lado, al dejar espacios para respuestas abiertas, se puede recibir información que no se tuvo en cuenta a la hora del armado de la encuesta, o no fue observada en el campo. Para el desarrollo de la encuesta se utilizó la plataforma Google Forms, donde se desarrollaron 29 preguntas de las cuales 25 fueron respuestas con opciones cerradas y 4 de respuesta abierta.

Un factor importante a tener en cuenta, es la difusión de la misma. Poder llegar a usuarios ciclistas fue un arduo trabajo. Para el mismo se envió la encuesta por diversos grupos ciclistas de facebook, se contactó a referentes del ciclismo local, se desarrollaron afiches con códigos QR los cuales se pegaron en bicicleteros de facultades y colegios. A su vez se dialogó con varias bicicleterías que subieron posteos a sus redes sociales a fin de llegar a la mayor cantidad de usuarios posible.

Entrevistas

A modo de profundización de las técnicas anteriormente realizadas y para dejar algunas situaciones más claras, se llevó adelante una selección de entrevistados bajo criterios de diversidad casuística, ya sea por, recorridos, lugar de residencia, actividad de destino y problemáticas de uso. Los mismos se eligieron a través de un filtrado de respuestas de la encuesta realizada, en la cual se contemplaba dejar el mail del encuestado, a través del modelo de la tabla 1.1. Una vez contactados los entrevistados, se conformaron un total de cinco entrevistas, las mismas permitieron conocer la experiencia de viaje de los usuarios ciclistas, indagando sobre factores críticos del desplazamiento en bicicleta, como así también motivaciones y oportunidades para realizar las mismas.



Construcción y diseño de arquetipos

Una vez realizadas todas las técnicas descritas anteriormente, se procedió al diseño y armado de arquetipos de usuario. Los mismos se presentarán a modo de fichajes infográficos. En este sentido, Jorge Frascara sostiene que "el diseño de información, tiene como objetivo asegurar la efectividad de las comunicaciones mediante la facilitación de procesos de percepción, lectura, comprensión, memorización y uso de la información presentada" (Frascara 2011).

Para comenzar el proceso, se determinará el objetivo de uso y el tamaño del diseño. Estos arquetipos tienen la finalidad de utilizarse en mesas de trabajo y focus group, por lo que se determinó un tamaño de hoja A4 lo cual facilita la impresión, a su vez se eligió que los mismos estén conformados en escala de grises. El desarrollo visual de estas fichas, contempla patrones de información recolectados bajo las herramientas metodológicas implementadas. Por lo tanto, estos patrones se presentaron bajo diversos aspectos comunicacionales.

Para llevar adelante el diseño gráfico de los arquetipos de usuario, es necesario explicitar algunos conceptos claves que serán quienes guíen el proceso de construcción de los mismos.

En primer término, es necesario ponderar y jerarquizar el trabajo del diseñador. El mismo es quien reinterpreta la información y los mensajes para reproducirlos de manera visual. Según Frascara (2000) "Los procesos de decisión en el diseño de comunicación visual se caracterizan por implicar muchas variables, y la información disponible acerca de ellas es siempre incompleta". Ahora bien, cuando el diseñador que lleva adelante los procesos de diseño gráfico es el mismo que investiga sobre una temática específica y construye la información relevante para utilizarla, en este caso, en arquetipos de usuario, la interpretación y percepción de esta información cambia. Por lo tanto, el diseñador deja de tener un posicionamiento estático frente a la construcción de información, lo cual lo ubica en el lugar de un investigador/diseñador que complementa sus saberes técnicos con el pensamiento crítico.

Svampa(2008) haciendo alusión al rol del investigador-militante sostiene que "podemos establecer como hipótesis la posibilidad de conjugar ambas figuras en un solo paradigma, el del intelectual-investigador como anfibio, a saber, una figura capaz de habitar y recorrer varios mundos, y de desarrollar, por ende, una mayor comprensión y reflexividad sobre las diferentes realidades sociales y sobre sí mismo." Desde mi perspectiva creo que los diseñadores que se vinculan desde un principio con el proceso de investigación y llevan a cabo la exploración de una temática específica, logran decodificar con mayor especificidad las necesidades de las problemáticas abordadas y de los receptores de los diseños a realizar. En este sentido, quienes conjugan ambos procesos, de investigación y diseño, podrían considerarse diseñadores anfibios, parafraseando el texto de Svampa.

En segundo término, la realización de los diseños de arquetipos de usuario deben contemplar diversas etapas a fin de decantar en un producto sólido y sintético que



pueda exponer todas las variables de información. El carácter esquemático de la infografía a realizar, conjuga dos variables que se complementan y dan sentido a las piezas de comunicación, como son el escrito y la imagen. Joan Costa (2017) sostiene que "Si el Escrito relata y la Imagen muestra, el Esquema, además, demuestra. Esta es la característica más singular de su especificidad como lenguaje, y de su fuerza de convicción". Entonces, una vez que se obtiene la información, se la sintetiza de manera tal que lo más importante sea lo que prepondera en cada espacio del esquema arquetípico. Luego se determina la importancia de la información obtenida, la cual se organizará dentro de una grilla sistémica, de manera tal que se jerarquiza la información escrita y visual. Frascara (1988) sostiene que el concepto de sistemas es esencial para comprender el trabajo de diseño, el cual ayuda a categorizar la información a modo tal de concebir estructuras abstractas que controlen la creación de lo necesario. En este sentido, se generó un sistema de 4 arquetipos de usuario correspondientes a una sola grilla constructiva.

En este caso particular la información relevada se organiza en los siguientes ítems: (Ver Gráfico 3.1) Nombre, Imagen del rostro, Zona geográfica donde vive, Modelo de la bicicleta, Vinculación con la bicicleta, Intereses, Elementos que usa, Zona de inicio de viaje, Zona de finalización de viaje, Tiempo de viaje. Integrantes del hogar, Nivel de estudios, tipo de trabajo, estacionamiento de la bicicleta, uso del transporte público, uso del automóvil, Narración del usuario sobre la utilización de la bicicleta y una frase de cabecera del usuario.

Para la construcción de la grilla, dividió la hoja en diferentes cuadrantes (Ver Gráfico 3.1) En el cual el sector A describe un nombre ficticio, una imagen ficticia del rostro, (las cuales se pueden obtener de bancos de imágenes en internet) y la zona geográfica de residencia. Estos factores nos ayudan a construir una representación sobre el arquetipo a fin de asociarlo mentalmente a una persona.

En cuanto al sector B, en el costado superior derecho se describe la vinculación de la persona en relación a la utilización de la bicicleta, la cual tiene una ponderación de 1 a 5 estrellas, donde 1 es la categoría más baja y 5 la más alta. En el costado superior izquierdo se visualiza el modelo de la bicicleta con un pictograma y el nombre del modelo de bicicleta. En la parte inferior izquierda se ubican los intereses de la persona simplificados en pictogramas, como por ejemplo: redes sociales que utiliza, actividades, ocio, etc. En cuanto a la parte inferior derecha, se ubican los elementos que utiliza la persona al circular en bicicleta, como por ejemplo: luces, casco, bocina, mochila, guantes, etc.

En cuanto al sector C, el cual se encuentra en la zona media de la hoja, el mismo consiste en lo referido al viaje en bicicleta, el cual tiene la zona geográfica de salida, la zona geográfica de finalización, y el tiempo de viaje que le lleva a la persona realizarlo.

En cuanto al sector D, el mismo ilustra seis aspectos de la vida del arquetipo que nos ayudan a comprender algunos factores relacionados con la vida de la persona y su relación con la movilidad urbana. Los tres ítems superiores visibilizan la composición e integrantes del hogar, el nivel de estudios y el tipo de trabajo que lleva adelante. En



la parte inferior se observa dónde estaciona la bicicleta, su relación con el transporte público y su relación con el automóvil.

En el sector E, se observa una pequeña narración del usuario sobre la utilización de la bicicleta, en la cual podemos percibir el por qué de la elección de la misma, y por debajo una frase simplificada que resume la elección.

Arquetipo 1 - Mateo

El primer arquetipo describe el caso de Mateo (29) representa a los hogares unipersonales que habitan el casco urbano y que constituyen el 33,9% del total de hogares del casco fundacional, equivalentes a unas 80.000 personas (INDEC, 2010). Se trata de un estudiante universitario que trabaja y estudia, tiene automóvil pero utiliza la bicicleta, porque es un modo más eficiente en tiempo y dinero y se adapta mejor a las dinámicas cotidianas de una persona que no tiene que resolver nada más que sus propias necesidades con el imperativo del tiempo escaso por trabajar y estudiar a la vez. Se trata de un perfil de usuario de bicicleta al que hay que conocer para garantizar su fidelidad al modo y su seguridad personal y calidad en el uso cotidiano de la bicicleta. (Ver Gráfico 4.1)

Arquetipo 2 - Julieta

El segundo arquetipo presenta el caso de Julieta (24) representa a usuarias de bicis que conforman hogares de dos personas (parejas) y representa un 33% de los hogares que habitan el casco urbano, equivalente a unas 60.000 personas. (INDEC, 2010). Este arquetipo cobra gran relevancia luego de la pandemia, con la generalización del home office, dado que el uso de la bicicleta tiene fines de compensación al encierro por el trabajo en casa. Por su perfil de tasa de motorización nula (sin automóvil) representa además al 52% de los hogares del casco, siendo estos tipos de hogares potenciales usuarios de bicicleta por lo que es relevante conocer sus necesidades y dificultades para mejorar la oferta de ciclovías y prestaciones que favorezcan su uso. (Ver Gráfico 4.2)

Arquetipo 3 - Juan Manuel

El tercer arquetipo, el caso de Juan Manuel (32), hace parte de los hogares unipersonales que habitan el casco urbano pero con menor nivel de ingreso (no tienen automóvil) con lo cual se trata de arquetipos con mayor potencial como usuarios de bicicleta por lo que conocer su realidad cotidiana con sus habilidades como conductor de bici constituye una información de relevancia e impacto en la población que habita el casco. Estudiante avanzado que también trabaja considera la bici como una herramienta fundamental para moverse en la ciudad independientemente de la presencia o ausencia de vías segregadas para su circulación. (Ver Gráfico 4.3)

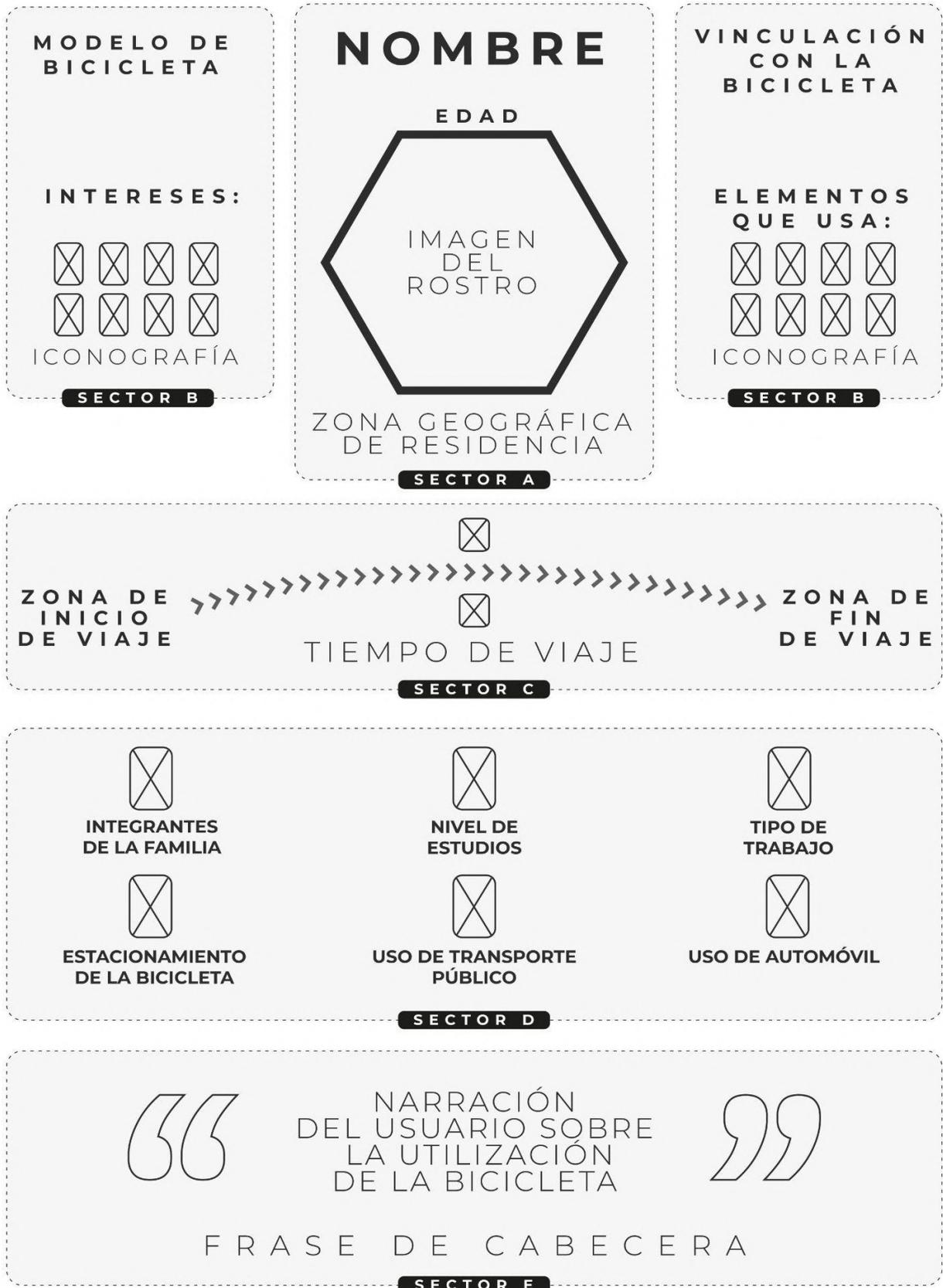


Gráfico 3.1: Grilla constructiva de arquetipo de usuario. Fuente: elaboración propia



Arquetipo 4 - Andrea

El cuarto arquetipo representa el caso de Andrea (37) jefa de un hogar de tres personas, representa al 28% de los hogares de tres miembros que habitan el casco fundacional y hace parte además del 44% de los hogares que no tienen automóvil. Se trata de un arquetipo donde se leen algunas cuestiones de género y la valoración del uso de la bicicleta como instrumento para cuidar el estado físico, un aspecto de relevancia en las ciudades contemporáneas. Pero fundamentalmente este arquetipo representa a mujeres que viajan a trabajar de manera cotidiana en bicicleta.

(Ver Gráfico 4.4)

Reflexiones finales

La construcción de arquetipos nos permite observar sensaciones y percepciones de problemáticas reales en contextos específicos, conociendo la mirada de usuarios reales. La construcción de los mismos está totalmente despojada de rasgos estereotipados, sino que son construcciones complejas a partir de la convergencia de información construida con diversas técnicas de investigación, tanto cuantitativas como cualitativas.

Utilizar arquetipos de usuario en mesas de trabajo por ejemplo, ayuda a definir con mayor precisión los lineamientos de políticas públicas, bajo un conocimiento real de problemáticas y motivaciones de usuarios actuales. En este sentido, es importante remarcar que las entrevistas y las encuestas, además de reconocer patrones de comportamientos y problemáticas de usuarios, nos permiten observar qué tipos de canales de información consumen, el tipo de lenguaje, el modo de hablar, patrones de consumo y rasgos culturales. Esta información nos permite apuntar campañas comunicacionales que contemplen a usuarios reales en su construcción.

Es necesario remarcar que aunque en este caso, se hayan utilizado técnicas como encuestas, entrevistas, observaciones participantes y observaciones pasivas, se pueden utilizar una gran diversidad de herramientas y técnicas para llevar a cabo la creación de arquetipos, pero es indispensable el rigor metodológico a la hora de realizarlas.

Centrándonos en la problemática específica que se utilizó para la creación de los arquetipos construidos en este artículo, hay que remarcar que el desarrollo de ciclovías en las ciudades tiene una trayectoria histórica reciente, por lo tanto, es imprescindible generar herramientas de índole científico que aporten a la construcción de conocimiento en relación al impulso del uso de transportes no motorizados, como así también a la utilización de estas vías específicas de circulación.



MATEO

29 AÑOS



ZONA CÉNTRICA



INTERESES:



ELEMENTOS QUE USA:



VIVE SÓLO



ESTUDIANTE UNIVERSITARIO



TRABAJA EN UNA OFICINA



ENTRA LA BICI POR TEMOR A ROBO



NO USA



TIENE Y USA



La bici es el medio de transporte que elijo para ir a trabajar. Podría ir en el auto, pero queda sólo mucho tiempo en la calle, tengo que pagar el estacionamiento, la nafta, y a la mañana es un quilombo llegar, por ahí llego en 40'. En bici a veces tardo menos de la mitad.



LA BICI ES EL MEDIO MÁS BARATO

CAMILO VÁZQUEZ WLASIUK

Gráfico 4.1: Arquetipo 1 - Fuentes: Elaboración propia



JULIETA

24 AÑOS



INTERESES:



ELEMENTOS QUE USA:



PERIFERIA DEL CASCO URBANO



“
 Estoy todo el día sentada trabajando desde casa.
 Cuando termina mi jornada no dudo en salir a pasear, estirar las piernas, hacer un poco de deporte. Particularmente soy una mujer precavida, tomo todo tipo de recaudo al utilizar la bicicleta. Elijo usar las ciclovías porque me siento más segura, aunque tengo bastantes problemas en las mismas.
 ”

HAGO EJERCICIO SIN MUCHO ESFUERZO

CAMILÓ VÁZQUEZ WLASIUK

Gráfico 4.2: Arquetipo 2 - Fuentes: Elaboración propia




 CARRERA VINTAGE

JUAN MANUEL


 VINCULACIÓN CON LA BICICLETA

32 AÑOS



INTERESES:



ELEMENTOS QUE USA:



CENTRO DE LA CIUDAD



VIVE SÓLO



ESTUDIANTE AVANZADO



TRABAJA HOME OFFICE MEDIA JORNADA



LA GUARDA EN EL GARAGE DEL EDIFICIO



USA DE FORMA ESPORÁDICA



NO TIENE



La bicicleta es una extensión de mi cuerpo. A donde voy me lleva y a donde voy la llevo. La uso para todo, si tengo que ir a más de 3 cuadras me subo a la bici. Tengo bastantes problemas con los conductores de autos, siempre tengo discusiones y alguna que otra vez se bajaron a pelear conmigo, igual intento evitar este tipo de situaciones. Yo tampoco soy un pan de dios, si tengo que esquivar autos y pasar entre medio, lo hago. Como siempre estoy en desventaja, alguna ventaja tengo que sacar.



LA LIBERTAD DE IR A DONDE QUIERA

CAMILLO VÁZQUEZ WLÁSIUK

Gráfico 4.3: Arquetipo 3 - Fuentes: Elaboración propia



ANDREA

37 AÑOS



INTERESES:



ELEMENTOS QUE USA:



CENTRO DE LA CIUDAD



Quando uso la bici estoy cuidando a los demás habitantes, no contamina, no genero gases tóxicos, y además hago ejercicio, es un combo perfecto. Siempre tengo problemas cuando transito por la ciudad, de todo tipo. Cuando entro a una rotonda y quiero cruzar hacia la plaza, los autos no me dejan pasar. Si voy por una avenida los micros me encierran. No puedo pedalear con pollera porque me gritan cosas. Así y todo sigo eligiendo usar la bici, es mi medio de transporte.



LLEGO A HORARIO SIN PREOCUPACIONES

CAMILÒ VÁZQUEZ WLASIUK

Gráfico 4.4: Arquetipo 4 - Fuentes: Elaboración propia



Bibliografía

- Aón, L. (2014), Políticas de transporte y movilidad para la planificación del crecimiento urbano - XI Simposio de la Asociación Internacional de Planificación Urbana y Ambiente (UPE 11) (La Plata, 2014). - Pág 475
- Aón, L. (2016) Patrones modales de movilidad y desarrollo urbano no planificado en la ciudad de La Plata
- BID (2015), Ciclo-inclusión en América Latina y el Caribe: guía para impulsar el uso de la bicicleta - P.10
- Box, J. (2011) - Undercover user experience - Pág. 35 - Oakland, Estados Unidos: New Riders.
- Cebollada, A. (2008). Equidad social en movilidad: reflexiones en torno a los casos de Barcelona y Lima.
- Ciudad de Mendoza (2022) <https://ciudaddemendoza.gob.ar/>
- Ciudad de Rosario (2022) <https://www.rosario.gob.ar/inicio/>
- Corti, M. (2021), Glosario de las ciudades - P. 41; 277
- Costa, J. (2017), Sobre Esquemática, pensamiento visual e Infografía - P. 39
- Ente de la Movilidad de Rosario (2022) <http://www.emr.gob.ar/>
- European Comission (2017) https://data.europa.eu/data/datasets/s2017_82_2_422a_422b?locale=en
- Frascara, J. (1988) - Diseño gráfico y comunicación - P.120 - Buenos Aires, Argentina: Infinito.
- Frascara, J. (2000) - Diseño gráfico para la gente - P.13 - Buenos Aires, Argentina: Infinito.
- Frascara, J. (2011) - ¿Qué es el diseño de información? - P.09 - Buenos Aires, Argentina: Infinito.
- Jung, C. G. (1970) - Arquetipos e Inconsciente Colectivo - P.70. - Barcelona, España: Paidós.
- Lopez, M. J. (2019) - Movilidad, espacio y diseño: metodología de análisis integrada del sistema viario en relación a sus contextos y a parámetros de diseño. El caso de la ciudad de la Plata Plan Estratégico La Plata 2030, (2016), P. 16.
- Municipio de Mendoza (2019) <https://www.mendoza.gov.ar/unicipio/wp-content/uploads/sites/32/2019/03/Mapa-cicloviarias.pdf>
- Sautu, R. (2003), Todo es Teoría, P. 41.
- Scripta Nova, Revista electrónica de geografía y ciencias sociales, (XII), 270.
- Svampa, M. (2008) Notas provisionales sobre la sociología, el saber académico y el compromiso intelectual, P. 14.
- Vázquez Wlasiuk, C. (2021) El auge de la bicicleta en la movilidad durante la pandemia: desafíos y oportunidades. El caso de la ciudad de La Plata.