



EL ESPACIO PÚBLICO COMO CATALIZADOR DE LA ARQUITECTURA, EL ARTE Y EL DISEÑO URBANO

PUBLIC SPACE AS CATALYST OF ARCHITECTURE, ART AND URBAN DESIGN

Sergio García-Doménech

Departamento de Edificación y Urbanismo. Universidad de Alicante. sergio.garcia@ua.es

Recibido: 20 noviembre 2015 **Revisado:** 6 enero 2016 **Publicado:** 10 marzo 2016

Resumen

Toda ciudad busca permanentemente su identidad. Esa identidad radica en la percepción de quienes la habitan y el hábitat más significativo de la ciudad es su espacio público, donde más y mejor se reflejan las interacciones humanas. El paisaje urbano percibido en el espacio público conforma una imagen mental que contribuye a generar parte de esa identidad. En ese sentido, el arte público permite catalizar la relación entre la arquitectura y el diseño del propio espacio público, lugar en el que todos los componentes participan en el juego estético urbano. La componente social interviene a partir de la consideración del propio espacio público como lugar de integración social. Como conclusión, el espacio público y su potencial social, constituye un magnífico lugar para la producción, difusión y participación artístico-estética. En el espacio público, la confluencia entre arquitectura, arte, diseño y sociedad contribuye decididamente a definir la condición ciudadana.

Palabras clave: espacio público, paisaje urbano, arte público, estética urbana.

Abstract

Every city is constantly seeking its identity. This identity lies in the perception of its inhabitants. The most significant habitat of the city is its public space, the place where more and better human interactions are reflected. Impressions we perceive in the public space form a mental image that helps to generate an important part of that identity. In that sense, public art can catalyze the relationship between architecture and design of public space, a place where all components are involved in the urban aesthetic. The social component appears from the consideration of public space as a place of social integration. In conclusion, the public space and its social potential is an interest place for the art production, appreciation and artistic-aesthetic participation. In the public space, the confluence of architecture, art, design and society contributes decisively to define the citizenship status.

Keywords: Public Space, Townscape, Public Art, Urban Aesthetics.

Resum

Tota ciutat cerca permanentment la seva identitat. Aqueixa identitat rau en la percepció dels qui l'habiten i l'hàbitat més significatiu de la ciutat és el seu espai públic, on més i millor es reflecteixen les interaccions humanes. El paisatge urbà percebut a l'espai públic conforma una imatge mental que contribueix a generar part d'aquesta identitat. En aquest sentit, l'art públic permet catalitzar la relació entre l'arquitectura i el disseny del propi espai públic, lloc en el qual tots els components participen en el joc estètic urbà. El component social intervé a partir de la consideració del propi espai públic com a lloc d'integració social. Com a conclusió, l'espai públic, i el seu potencial social, constitueix un magnífic lloc per a la producció, difusió i participació artístic-estètica. A l'espai públic, la confluència entre arquitectura, art, disseny i societat contribueix decididament a definir la condició ciutadana.

Paraules clau: espai públic, paisatge urbà, art públic, estètica urbana.

Introducción: la identidad urbana

La ciudad contemporánea constituye un compendio variado de culturas, ideologías y sociedades en el que advertimos una constante crisis acerca de su propio significado. Cada parte, cada variable, cada actor del fenómeno urbano forma parte de un engranaje que alimenta la identidad de la ciudad: el barrio, la calle, la plaza, la arquitectura. El que habita la ciudad —residente o transeúnte— necesita reconocer la identidad urbana y recibir el mensaje que ésta le transmite. Pero construir esa identidad no es tarea fácil: la simple aglomeración de personas sólo es un artificio, un fenómeno antropológico resultante de la condición humana como animal gregario. Los resultados de la compleja interacción entre las componentes urbanas —en particular, la componente constituida por los propios urbanitas— determinan la acotación en la definición de esa identidad. Esos resultados también son los que crean la percepción y subsiguiente sentimiento de identidad urbana, resultados en los que la variable emocional otorga el carácter determinante a la ciudad. Si interpretamos la identidad como la cualidad de reconocerse y ser reconocido, la identidad urbana es la virtud que posee aquella ciudad que es, a la par, reconocida y reconocible (Figura 1).

En ese sentido, Kevin Lynch afirma: *“if the environment is visibly organized and sharply identified, then the citizen can inform it with his own meanings and connections. Then it will become a true place, remarkable and unmistakable”* (1960: 92. Énfasis original). Por otra parte, Pedro Brandão ha desarrollado una evolución de esta base conceptual, tanto en lo referente a la imagen como a la identidad urbana:

“La dimensión de la identidad urbana tiene por base no sólo características tipológicas y morfológicas del espacio público, sino también los significados generados a través de los elementos transmisores de información simbólica, configurando así una creciente diversidad y complejidad de identidad” (Brandão , 2011: 33)



Figura 1. Vista de Florencia desde Piazzale Michelangelo. El característico skyline del centro histórico florentino y su paisaje circundante constituyen un referente de identidad, tanto por su reconocimiento universal como por su inconfundible imagen urbana. Fuente: elaboración propia.

La imagen ambiental *legible* de Lynch determina una interpretación cognitiva del espacio determinante como componente de la identidad urbana (Valera, 1997: 20-21), pero las variables más afectivas derivadas de los sentimientos y las emociones constituyen un enfoque alternativo para comprender dicha identidad (Valera y Pol, 1994: 8; Valera, 1997: 21). Desde la óptica de la propia sociedad urbana, la interpretación de la identidad como imagen reconocible de la ciudad la encontramos en el concepto de “identidad social urbana” (Valera y Pol, 1994: 10-16), por el cual:

“El espacio urbano, pues, representa a nivel simbólico un conjunto de características que definen a sus habitantes como pertenecientes a una determinada categoría urbana en un determinado nivel de abstracción, y los diferencian del resto de personas en base a los contenidos o dimensiones relevantes de esta categoría en el mismo nivel

de abstracción. Así pues, desde este punto de vista, los entornos urbanos pueden también ser analizados como categorías sociales” (Valera y Pol, 1994: 11).

En este contexto, la vinculación entre la sociedad urbana y el espacio que habita confluye hacia la idea de “apropiación” y “pertenencia” al espacio como “fuente de seguridad y satisfacción derivadas del apego al lugar” (Vidal y Pol, 2005: 286).

La ciudad fue interpretada como máquina funcional por el racionalismo moderno, pero esta interpretación sería discutida por todas las corrientes urbanas críticas con esta acepción a partir de la segunda mitad del siglo XX (Montaner, 1993: 37; García-Doménech, 2014: 305-306). El interés moderno por la *función*, evolucionó hacia el interés posmoderno por el *uso*, característica más libre, aunque siempre dependiente del habitante urbano —usuario de la ciudad— como individuo y como ser social. El fenómeno urbano se constituye como amalgama compleja de espacios públicos y privados en los que se desarrollan tanto las vivencias como las convivencias en la ciudad. En ese conjunto variado, interrelacionado y complejo, el espacio público es la piedra angular que realmente constituye el alma de la ciudad y el imaginario urbano de sus habitantes, el lugar donde se combina lo temporal, lo espacial y lo social (García-Doménech, 2015a: 203-205). La identidad urbana se refleja en su espacio público, como lugar en el que la interacción social resulta más evidente (Schlack, 2007: 25-26; Brandão, 2011: 40-45) y donde el urbanita se relaciona más con su entorno (Figura 2), pues el espacio público es el hábitat más característico de la ciudad, el lugar en el que se desarrolla la mayor parte de la vida y actividad pública. El espacio público, tomado como paradigma del espacio social, lleva a crear redes de interacción y transacción, de negociación e intercambio, siempre en el contexto de la sociedad urbana. Según Lofland (1998: 13), las *relaciones efímeras* son las más características de las interacciones sociales urbanas entre desconocidos. Estas relaciones se producen frecuentemente en silencio y se mantienen durante un tiempo muy corto. Por ejemplo, las reacciones sociales ante la presencia de otros, evitando los choques entre peatones, cediendo el paso en una acera estrecha, un banco de un parque o el asiento en un medio de transporte público. Por otro lado, las *relaciones rutinarias* son las interacciones sociales más características de las interacciones sociales urbanas entre conocidos (Lofland, 1998: 64). El lugar en el que acontecen tanto las relaciones efímeras como las rutinarias es, por lo general, el espacio público. Ese enfoque del espacio público guarda relación —no casual— con el analizado décadas antes por Jane Jacobs (1961) al estudiar la interacción social rutinaria sobre las aceras de las

calles. Jacobs reconoce en el espacio público el lugar en el que se ven fluir los acontecimientos sociales de la vida urbana.



Figura 2. Imagen nocturna de la Plaza Mayor de Salamanca. Todo espacio público urbano puede —y debe— tener la capacidad de generar interacción social, pero las plazas urbanas en general y las históricas plazas mayores porticadas en particular, como la de la imagen, constituyen un paradigma al respecto. Fuente: elaboración propia.

El paisaje urbano

Los estudios sobre paisaje urbano de Camillo Sitte (1980 [1889]), imbuidos del pensamiento romántico decimonónico, influirían notablemente en varios teóricos posteriores al racionalismo urbano marcado por la Carta de Atenas, cuyo trabajo se desarrollaría a partir de la segunda mitad del siglo XX, especialmente durante el último tercio de siglo. Así, Kevin Lynch (1960) interpretaría el paisaje urbano desde una óptica que, aunque positivista y racional, se nutre fundamentalmente de la lectura —*legibility*— que individuo y sociedad hacen de la ciudad vivida; por su parte, Gordon Cullen (1971) se

ampararía más en factores emocionales y fenomenológicos que terminan por acotar una determinada imagen mental —*serial vision*— del paisaje urbano; Aldo Rossi (1971), estudiaría el lugar urbano —*locus*— como fenómeno espacio-temporal, delimitado por la forma pero también por la memoria; en paralelo, Norberg-Schulz (1971), trabajaría una teoría del lugar derivada de la noción de *espacio existencial*, sensiblemente influida por la epistemología de Gaston Bachelard (1994 [1957]); haciendo uso de unos planteamientos más pragmáticos, Christopher Alexander (1977) propondría no pocos de sus *patterns* orientados hacia un objetivo claramente paisajístico en el entorno urbano. Todos ellos, en mayor o menor medida, se apoyan en la iniciativa de Sitte (García-Doménech 2015b: 62) al considerar la ciudad y su espacio público como reto estético en el que el paisaje urbano pueda desarrollarse.

El concepto de *paisaje* viene acotado por una fuerte impresión sensitiva, esencialmente visual. Pero a la vez, el paisaje interpretado como percepción bella de un lugar, confiere al término una componente cultural de carácter estético. En la ciudad, lo visual toma forma en el imaginario personal y colectivo, pero a la vez, el paisaje visible en la ciudad es fruto de un completo artificio cultural percibido por todo aquel que usa la urbe. En ese sentido, el paisaje urbano, lo percibido visualmente en la ciudad, conlleva necesariamente una implementación cultural:

“Como ocurre en general con la percepción humana, ésta es sólo capaz de captar aquellos conceptos para cuya recepción se está preparado de antemano y no otros. La dinámica de modificaciones o transformaciones del sistema perceptivo a partir de un equilibrio anterior dado explicaría el por qué de la variabilidad en el sentimiento y la percepción de un mundo determinado” (Sosa Díaz-Saavedra, 1995: 23).

Por lo tanto, el paisaje se percibe a modo de imagen mental contextualizada por la cultura del observador y precisamente, ese contexto cultural resulta más evidente en el hábitat urbano que en cualquier otro (Magrini y Vargas, 2006: 5-6).

La estética de la ciudad

En la ciudad, la percepción de *lo bello* resulta más compleja que en otras expresiones artísticas y experiencias estéticas. En la urbe, la belleza se genera a través de un juego de relaciones entre los distintos componentes que forman el paisaje urbano. Así, la arquitectura, el arte urbano, el diseño del espacio público y hasta la propia actividad

ciudadana toman partido en ese juego estético (Figuras 3 y 4). *“La estética urbana no puede entenderse desde un enfoque reduccionista, sino holístico”* (García-Doménech, 2015a: 198), por lo que *“El artista contemporáneo trabaja interdisciplinariamente e integra saberes, metodologías, técnicas e instrumentos distintos, y durante su proceso creativo consulta a autores procedentes de ramas diversas”* (Hamann, 2015: 11).



Figura 3. Loggia dei Lanzi en la Piazza della Signoria en Florencia. Fuente: elaboración propia



Figura 4. *Place Georges Pompidou* en París. Fuente: elaboración propia

Ambos casos, aun siendo muy distantes en el tiempo y en el lenguaje, ejemplifican la capacidad del espacio público para combinar arquitectura, arte, diseño urbano y actividad social, conformando una imagen de estética urbana legible y bien definida

Un paisaje urbano estéticamente bello es el resultado de una acertada y equilibrada combinación de todos estos factores, dando como resultado una imagen de integración. En esa amalgama de variables, la estética de la ciudad requiere una miscelánea de respuestas derivadas de la particular naturaleza compleja del fenómeno urbano:

“A diferencia de otras manifestaciones estéticas que se explican a sí mismas, esta estética [urbana] requiere buscar explicaciones en otros planos de la realidad social y cultural, económica o tecnológica y además en la historia de los lugares y las gentes”.
(Buraglia, 1998: 42-43).

En la contemporaneidad, el espacio público mantiene un papel de representación ciudadana que debe apoyarse en el requerimiento estético, estrechando los lazos que unen arquitectura, arte y diseño en el objetivo común de mostrar ciudades bellas (Vlad, 2009: 77-78; Brandão, 2014: 60-61). El espacio público puede funcionar como un crisol en el que todas estas variables emulsionan mediante la interacción tanto activa —actor— como pasiva —espectador— de quienes lo habitan. El arte y el diseño urbano confieren al espacio público un sentido escenográfico en el que el espacio urbano es el teatro y el fondo de escenario lo conforma la arquitectura (Figura 5):

“La ciudad asume a su vez caracteres de teatro: ella es, con todo rigor, la escena pública. Y sus actos revisten cualidad de espectáculos. (...) El puente, pues, que vincula la ciudad y el teatro queda de ese modo firmemente asentado en la imaginación de la arquitectura. Frons scenae y frons aedis se corresponden. Y correlativamente, el teatro y la plaza pública” (Arnau, 2000: 64-65).



Figura 5. Teatro Romano de Mérida. Al igual que en la representación teatral clásica, en la que una arquitectura conformaba el fondo de la escena representada, en la ciudad, la arquitectura urbana representa ese mismo fondo, el espacio público es el escenario y los actores-espectadores son los propios ciudadanos. Fuente: elaboración propia

El espacio público es el escenario donde se representa el *drama* de la vida urbana y el lugar en el que la ciudadanía pone en práctica las relaciones de poder, esto es, su sentido político. Por ello, el espacio público urbano puede interpretarse y considerarse como “*the natural arena of citizenship*” (Di Masso, 2012: 123).

El arte público

La experiencia artística en la ciudad se ha caracterizado por un debate permanente entre lo formal con lo informal, lo individual con lo colectivo y lo estético con lo social (García-Doménech, 2014: 313-314; 2015a: 208-209; 2015b: 63), lo que a su vez está ligado a lo político (Di Masso, 2012). De esta forma, no es difícil entender que el arte público suponga un claro indicador de la calidad urbana (Ricart y Remesar, 2013: 18) y que actualmente forme parte destacada de la gobernanza urbana en la mayoría de países y regiones mediante el seguimiento de unas determinadas políticas urbanas y de un adecuado instrumental planificador. En ese sentido, el arte urbano excede de su sentido individual como obra de arte y acaba formando parte indisoluble del mensaje estético global de la ciudad: el arte público se funde con el paisaje generando en la sociedad un sentimiento de identidad urbana estrechamente reconocible (Figura 6).

Los lenguajes estéticos contemporáneos encuentran en el espacio público un vehículo para la difusión y la cercanía a la sociedad como ningún otro espacio museístico. Por esa vía, el arte público se identifica con el espacio público en el que se implanta —o lo que es lo mismo, con la ciudad— por lo que refuerza el sentimiento patrimonial de la sociedad al reconocer como algo propio el lugar urbano y sus contenidos. Esa identificación hace evolucionar el clásico concepto de *implantación artística* hacia otro más avanzado de *integración artística*. El arte urbano se enmarca en el espacio público como lugar para su implicación social y como lugar en el que difundir su mensaje estético (González Solas, 2012: 6-7).

El espacio público confirma y testifica el sentido de *permanencia monumental* que caracteriza una sociedad avanzada y a la vez, en el espacio público reside la clave para definir el paisaje urbano como imagen integradora de la sociedad en su conjunto. Tanto la arquitectura como el arte interactúan con la sociedad en la constitución de la identidad cultural de la ciudad (Figura 7). Ese significado particular que el monumento artístico o la arquitectura monumental representa para la sociedad queda patente en la historia como

mecanismo difusor de las virtudes ciudadanas (Rossi, 1971: 239; Augé, 1993: 65; Arnau, 2000: 173-175).



Figura 6. Peine del Viento, del escultor Eduardo Chillida y Plaza del Tenis, del arquitecto Luis Peña Ganchegui, al final —o comienzo— del Paseo de la Playa de la Concha en San Sebastián-Donosti. La fuerza icónica de la obra de arte trasciende del mero objeto artístico para fundirse completamente con el paisaje en el que se implanta. Ni la escultura ni el diseño del espacio público se pueden extraer del paisaje en el que se integran. Fuente: elaboración propia.

Definir el arte público constituye un debate vigente tanto en el campo de la estética como en el de las ciencias sociales y humanas:

“Sobre la base de la confusión del término, se han procurado distinciones terminológicas con matices, que, ciertamente, no han hecho mucha fortuna, pero que se convierten en un síntoma del problema: arte público, arte en los espacios públicos, arte exterior, arte en la calle, arte condicionado, arte en la esfera pública, arte público crítico..”. (Gómez Aguilera, 2004: 46)

El arte público, tal y como lo analizan Miles (1997), Knight (2008) o Crousse (2013) no debe interpretarse simplemente como *arte en el espacio público* sino como *arte*

comprometido con el espacio público. Ese compromiso excede lo puramente formal para abarcar lo social: el arte público no sólo se compromete con *el espacio* en el que se desarrolla, sino también con *el público* que ha de interpretar su mensaje y extraer su contenido (Brugnoli, 2011: 14-15). Por lo tanto, el arte público debe rebajar su condición individualista para hacerse tangible en el espacio público como parte consustancial del mismo y como hecho social: el arte público persigue cualificar el espacio público y consecuentemente, la ciudad, tanto en lo material como en lo simbólico (Remesar y Ricart, 2010).



Figura 7. Museo Guggenheim del arquitecto Frank Gehry y la escultura Puppy, del artista Jeff Koons, en Bilbao. Mediante estas dos obras, arte y arquitectura colaboran estrechamente en la constitución de la identidad urbana. Fuente: elaboración propia.

La dimensión social

El espacio público adquiere la condición de lugar urbano a través de un juego de valores en el que la variable social resulta fundamental: actos, actividades y actitudes sociales intervienen en la definición del lugar, tanto o más que las propias variables formales

(Ricart y Remesar, 2013: 7-8), ya que *“el espacio público es, en este sentido, mucho más que la suma de sus partes (edificios, redes viarias, jardines,...), pues confiere un significado social a la ciudadanía que lo utiliza y le otorga sentido”* (Ricart y Remesar, 2013: 24). Pero al mismo tiempo, cuando esas variables formales —y en particular las estéticas— son asimiladas socialmente, el sentido de identidad urbana se hace más patente (Deutsche, 1992: 42) y el sentido patrimonial aparece en la sociedad (Lull, 2005: 179-181). Por lo tanto, el espacio público es una aleación estable entre lo tangible y lo intangible, entre lo diseñado y lo vivido, entre lo estético y lo social (García-Doménech, 2015b: 63). Además, si algo caracteriza precisamente al espacio público respecto de otros espacios urbanos calificados genéricamente como colectivos es la apertura social y la capacidad de encuentro (Arribas y Manzi, 2005: 50-52).



Figura 8. Diseño urbano en los recorridos de la Exposición Universal de 1998 en Lisboa. El resultado está pensado para que el espectador participe y se integre interactivamente con este diseño, experimentando tanto su sentido artístico como su sentido urbano. Fuente: elaboración propia

En la ciudad, la estética constituye un objetivo común para arquitectos, artistas y diseñadores, pero sólo tendrá éxito mediante una adecuada percepción —puerta de entrada del mensaje estético— e interpretación —condición cultural que permite asimilar ese mensaje—, condiciones ambas inherentes al conjunto de la sociedad que usa, vive y convive el espacio público. No hay arte sin espectador, aunque éste sea sólo el propio artista, por lo tanto, el arte requiere de comunicación social. Pero cuando esta comunicación es interactiva (Figura 8), el observador —sujeto pasivo— pasa a sentirse partícipe del proceso creativo —sujeto activo—, mejorando el sentido estético de la sociedad que experimenta este tipo de cooperación en la que el espacio público urbano se postula como el lugar más adecuado para impulsar estas relaciones (Pérez Asperilla, 2012: 32; Fernández, 2014: 27).

Conclusión: el espacio público como catalizador de la arquitectura y el arte en la ciudad

La noción de *espacio público* implica *condición pública*, esto es, lugar de expresión colectiva. Pero en sentido amplio, esa expresión no debe reducirse sólo al campo de los derechos ciudadanos, de las opiniones particulares o de las reivindicaciones comunitarias. En la ciudad, el potencial cultural que ofrece el espacio público, fomenta su uso como mecanismo difusor del arte y el diseño, constituyendo un fiel reflejo estético de la ciudad: el mensaje estético del paisaje urbano se debe leer en —y desde— su espacio público. La condición pública de la estética urbana acredita su complejidad en comparación a otros tipos de experiencias artísticas. Esa complejidad abarca unas variables eminentemente sociales —amén de las culturales— que regulan la percepción de la belleza en la ciudad.

El arte desarrollado en el espacio público se retroalimenta: contribuye a fomentar la identidad de la ciudad y la conciencia cívica pero a su vez, la condición ciudadana aporta su particular cultura al hecho artístico. Precisamente, esta participación social activa potencia el sentimiento de responsabilidad ciudadana al interpretar la experiencia artística como propia. En definitiva, el espacio público constituye una excelente matriz experimental en la que poder combinar arte y arquitectura de manera integrada en el conjunto de la ciudad. De un equilibrado diálogo entre ambas disciplinas creativas pueden surgir resultados cuyo alcance excede el ámbito de lo estético para incidir también en lo social. El espacio público engloba toda una serie de cualidades formales, sociales y patrimoniales que lo confirman como catalizador urbano y como potente generador de cultura artística en el conjunto de la ciudad.

Referencias bibliográficas

- Alexander, C. et al. (1977). *A Pattern Language. Towns, Buildings, Construction*. New York: Oxford University Press.
- Arnau, J. (2000). *72 Voces para un diccionario de arquitectura teórica*. Madrid: Celeste.
- Arribas, M.I. y Manzi, G. (2005). Espacio público: ¿de quién es este lugar? El caso del Barrio Universitario de Santiago. *Revista 180*, 15, 50-53.
- Augé, M. (1993). *Los No-Lugares. Espacios del anonimato. Una antropología de la sobremodernidad* (traducción de Margarita N. Mizraji). Barcelona: Gedisa.
- Bachelard, G. (1994 [1957]). *La poética del espacio* (traducción de Ernestina de Champourcin). México D.F.: Fondo de Cultura Económica.
- Brandão, P. (2011). *La imagen de la ciudad: estrategias de identidad y comunicación*. Barcelona: Publicacions i edicions de la Universitat de Barcelona.
- Brandão, P. (2014). Diseño urbano e interdisciplinariedad. *On the W@terfront*, 30, 58-72.
- Brugnoli, P. (2011). Arte y ciudad: dispositivos de observación y representación. *Revista 180*, 27, 14-17.
- Buraglia, P. (1998). Estética urbana y participación ciudadana. *Bitácora Urbano/Territorial*, 1(2), 42-47.
- Crousse, V. (2013). Arte público e interdisciplina. Problemáticas de la formación artística disciplinar. *On the W@terfront*, 27, 13-24.
- Cullen, G. (1971). *Townscape*. London: Architectural Press.
- Deutsche, R. (1992). Art and Public Space: Questions of Democracy. *Social Text*, 33, 34-53.
- Di Masso, A. (2012). Grounding Citizenship: Toward a Political Psychology of Public Space. *Political Psychology*, 33, 123-143.
- Fernández, V. (2014). Promoviendo un diseño urbano participativo: experiencias desde la práctica y la docencia. *Revista AUS*, 15, 22-27.
- García-Doménech, S. (2014). Percepción social y estética del espacio público urbano en la sociedad contemporánea. *Arte, Individuo y Sociedad*, 26(2), 301-316.
- García-Doménech, S. (2015a). Estética e interacción social en la identidad del espacio público. *Arte y Ciudad*, 7, 195-212.
- García-Doménech, S. (2015b). Urban aesthetics and social function of actual public space: a desirable balance. *Theoretical and Empirical Researches in Urban Management*, 10(4), 54-65.



- Gómez Aguilera, F. (2004). Arte, ciudadanía y espacio público. *On the W@terfront*, 5, 36-51.
- González Solas, J. (2012). El espacio público como lugar político del diseño y del arte. *Arte y Ciudad*, 2, 5-16.
- Hamann, J. (2015). La problemática interdisciplinar en las artes. ¿Son disciplinas los distintos modos de hacer? relaciones posibles con otros ámbitos disciplinares. *On the W@terfront*, 33(1), 5-15.
- Jacobs, J. (1961). *Death and Life of Great American Cities*. New York: Vintage.
- Knight, C.K. (2008). *Public Art: Theory, Practice and Populism*. Oxford: Blackwell Publishing.
- Llull, J. (2005). Evolución del concepto y de la significación social del patrimonio cultural. *Arte, Individuo y Sociedad*, 17, 175-204.
- Lofland, L. (1998). *The public realm: exploring the city's quintessential social territory*. New York: Walter de Gruyter, Inc.
- Lynch, K. (1960). *The Image of the City*. Cambridge, Massachusetts: MIT Press.
- Magrini, C. y Vargas, S. (2006). Interferencias entre lo artificial y lo natural en el paisaje. *Revista 180*, 17, 4-7.
- Miles, M. (1997). *Art, Space and the City: Public Art and Urban Futures*. London/New York: Routledge.
- Montaner, J.M. (1993). *Después del Movimiento Moderno. Arquitectura de la segunda mitad del siglo XX*. Barcelona: Gustavo Gili.
- Norberg-Schulz, C. (1971). *Existence, Space and Architecture*. London: Studio Vista.
- Pérez Asperilla, E. (2012). El arte sale a la calle. *Arte y Ciudad*, 2, 17-34.
- Remesar, A. y Ricart, N. (2010). ¿@rte para todos? ¿@rte contra todos? ¿@rte contra el pueblo?, en *Arte público hoy, nuevas vías de consideración e interpretación crítica*. Actas del congreso internacional de críticos de arte, 89-97. Valladolid: AECA_ACYLCA.
- Ricart, N. y Remesar, A. (2013). Reflexiones sobre el espacio público. *On the W@terfront*, 25, 5-35.
- Rossi, A. (1971). *La arquitectura de la ciudad* (traducción de José M^a Ferrer-Ferrer y Salvador Tarragó). Barcelona: Gustavo Gili.
- Schlack, E. (2007). Espacio público. *Revista ARQ*, 65, 25-27.
- Sitte, C. (1980 [1889]). *Construcción de ciudades según principios artísticos* (traducción de Emilio Canosa). Barcelona: Gustavo Gili.



Sosa Díaz-Saavedra, J.A. (1995). *Contextualismo y abstracción. Interrelaciones entre suelo, paisaje y arquitectura*. Las Palmas: Instituto Canario de Administración Pública y Universidad de Las Palmas.

Valera, S. y Pol, E. (1994). El concepto de identidad social urbana: una aproximación entre la psicología Social y la psicología ambiental. *Anuario de Psicología*, 62, 5-24.

Valera, S. (1997). Estudio de la relación entre el espacio simbólico urbano y los procesos de identidad social. *Revista de Psicología Social*, 12(1), 17-30.

Vidal, T. y Pol, E. (2005). La apropiación del espacio: una propuesta teórica para comprender la vinculación entre las personas y los lugares. *Anuario de Psicología*, 36(3), 281-297.

Vlad, L. B. (2009). Urban Aesthetics: Emergence and Development. *Theoretical and Empirical Researches in Urban Management*, 3(12), 73-78.