

Los espacios públicos desde la perspectiva del género

Carmen V. Velásquez M. de González

Ledy Anaida Meléndez U.

Instituto de Investigaciones de la Facultad de Arquitectura y Diseño.
Universidad del Zulia

Apartado postal 15399 Galerías. Telfax (58-261 7598503)

cvelasqu@luz.ve, mail@anaidamelendez.com

Resumen

El artículo contiene los resultados de una investigación fundamentada en el análisis de la vida social urbana en los espacios públicos de una plaza y de un centro comercial, considerando su uso desde la perspectiva del género. Se utilizan estrategias metodológicas cualitativas que comprueban la relación del género con las categorías relacionadas con el tiempo de ocio; el espacio público y el privado; los roles tradicionales; los significados atribuidos a los lugares y la morfología de los espacios, destacándose las diferencias en cuanto a las oportunidades, el tiempo dedicado y las experiencias recreativas en los recintos estudiados.

Palabras clave: Género, morfología, plaza, centro comercial, espacio público.

Public Spaces From a Gender Perspective

Abstract

This article contains the results of research based on an análisis of social urban life in public spaces such as plazas and comercial centres, considered from a gender perspective. Qualitative methodological research strategies are employed that prove a gender relation with the these related categories: free time, public and private space, traditional roles, significance attributed to these spaces, and the morphology of theses spaces. Differences are indicated in relation to opportunities, time spent, and recreational experiences in the spaces studied.

Key words: Gender, morphology, plaza, commercial center, public space.

Recibido: 08-04-2002 . **Aceptado:** 17-09-2003

I. Introducción

El género, es un factor importante a tomar en cuenta en la investigación social, sobre todo si tiene que ver con el ocio y con la recreación como se trata en esta investigación.

Más que una diferencia basada en el sexo biológico, la perspectiva del género busca entender el contexto social e histórico en el cual los hombres y las mujeres viven y los cambios producidos, enfatizando los componentes culturales como una necesidad de entender las experiencias recreativas de cada uno (Faccio, 1992).

A través del tiempo, en el estudio de la relación de género con la recreación y el urbanismo, han surgido tres temas básicos de investigación: el tiempo de participación de las actividades, las limitaciones y el significado atribuido a los lugares. El primero, toma

en cuenta las diferencias de oportunidades, el tiempo dedicado y las experiencias obtenidas. El segundo tema considera las limitaciones, específicamente aquellas expectativas sociales relacionadas con los roles tradicionalmente asignados a los hombres o a las mujeres. El tercero, explora los logros o contribuciones de las investigaciones con particular interés en como se refuerza o resisten las relaciones sociales, en cuanto a las actitudes y las creencias en una sociedad acerca de los que es femenino o masculino y también, como el tiempo de ocio afecta las ideologías y las relaciones de poder (Shaw S. en Jackson y Burton, 1999).

En esta pesquisa, con respecto a las categorías del género, fue asumido como un sistema en el cual se tomó en cuenta el conjunto de actividades para el esparcimiento, las normas y valores sociales y las características del espacio donde las personas establecían la socialización, a partir de unas diferencias biofisiológicas que inciden en la relación social (Meléndez, 2000).

En ese marco, el enfoque de la perspectiva del género posibilita la adquisición de conocimiento vinculando el ambiente construido con la práctica social. A través de esto, se cuestionó las condiciones de iniquidad de las mujeres y su incidencia en el desarrollo de la comunidad en este caso, la marabina.

Atendiendo a esas consideraciones se presentan a continuación algunos aspectos teóricos para posicionar a la ciudad y a los espacios públicos analizados.

La ciudad, según Augé (1993) es un lugar propicio para la acción, que es indiferente a las identidades del género que en él se muevan, pues llega a ser un texto en donde es posible leer la cultura de quienes la habitan, así como también, las huellas que han dejado sus moradores y los diferentes sentidos que van construyendo su dinámica social. Esta opinión del autor acerca de la ciudad, la define como un espacio igualitario con respecto a las necesidades de hombres y mujeres, involucrando por primera vez al género.

Por otro lado, Medina (1997: 112) tiene un sentido más amplio cuando indica que la ciudad es:

Un texto histórico construido por un número indefinido de sujetos que da cuenta de las interacciones y de las luchas por la construcción social del sentido. En ella son significantes tanto sus espacios, calles, edificaciones como las prácticas que realizan los sujetos que la habitan, los usos, la circulación, los itinerarios y el comportamiento de sus habitantes.

Ambos autores enfatizan el carácter social de la ciudad en la que la actividad de las personas le imparte dinamismo. En todo caso la urbe, como toda construcción social, está definida por los espacios abiertos que permiten el movimiento y las otras áreas, que tienen limitaciones para su libre accesibilidad. En el estudio realizado, se consideró el dinamismo que ha adquirido el centro comercial como un espacio social, como nueva modalidad de consumo y entretenimiento. Esto es además el reflejo de las transformaciones actuales en la disposición de la trama urbana, ya que la estructura de la ciudad se está organizando con base a esos sitios, dando el paso de la ciudad tradicional, organizada y planificada a una fragmentada, lo cual indica una diferente relación del habitante con el entorno público.

Dentro de ese marco, los centros comerciales, son pulmones climatizados de la ciudad, que tienen calles y plazas internas, según Medina Cano (1997: 18), quien amplía diciendo que el Mall es la expresión de los conflictos de clase, de los procesos de exclusión urbanos y de privatización de lo público, presentándose como un icono reconocible y con características reconocidas por los habitantes de la ciudad y así se convierte en un posible elemento dinamizador de la vida urbana en su contexto inmediato.

Por otra parte, las plazas han sido tradicionalmente el paradigma del espacio público, el núcleo de las actividades urbanas y la imagen del centro de la ciudad (Medina, 1997). Este tipo de espacio en donde el dominio público ha prevalecido, aunque ha mantenido su importancia en la satisfacción de las necesidades de comunicarnos, como centro de consumo ha decaído en importancia cultural y sus actividades tienden a ser dispersas, mientras que en los centros comerciales están concentradas y la tendencia es al auge de las mismas.

En virtud de esas características en ambos espacios urbanos estudiados, las personas aun sin quererlo, realizan un proceso de socialización, ya que se encuentran, se ven, se saludan e interactúan, dándole una gran significación ciudadina a éstos lugares. Por otro lado, aunque neutrales en su diseño, generalmente su configuración se basa en un estereotipo de ser humano común, propiciando la interacción y el intercambio entre los usuarios, pero no tomando en cuenta las necesidades particulares que puedan tener las mujeres y los hombres en esos espacios públicos.

En torno a esto, es conveniente mencionar que en arquitectura, el estudio del uso diferenciado del espacio ha sido una reflexión reciente en Venezuela. En general, los proyectos edilicios y urbanos han sido diseñados mayoritariamente por hombres y no se han conocido investigaciones específicas para tomar en cuenta las necesidades espaciales que procedan de los requerimientos particulares de las mujeres. Esta situación, refleja una desigualdad de oportunidades para ellas en la toma de decisiones en las esferas económicas y políticas.

Dentro de ese marco, este trabajo de investigación supone un aporte que incorpora la información obtenida mediante estrategias cualitativas de dos casos urbanos, la Plaza de La República y el Lago Mall, para tener elementos de reflexión que contribuyan al estudio de ese tema en la arquitectura y a la toma de conciencia con respecto a la apreciación femenina como distinto de lo masculino, en lugar de crear sitios indiferentes y confusos. Es la búsqueda de crear espacios creativos y abiertos, libres de opresiones y llenos de oportunidades para todos.

II. Valores del espacio público

Desde una perspectiva del género, la búsqueda de evidencias entiende al espacio público como un lugar para vivir socialmente y para actuar como comunidad emancipada, en lugar de considerársele como un recinto marginal.

A efecto de analizar las características que dan valor al espacio público, se asumen los criterios propuestos por Carr, Francis y Stone (1992) tales como: el significado, la accesibilidad y la respuesta efectiva a las necesidades de sus usuarios. El primer valor, se refiere a la conexión entre la vida de las personas y el espacio público. Relaciona el contexto social con el medio físico construido, a través de la ocupación que hace el usuario del espacio. Con respecto al segundo, la accesibilidad se refiere a la oportunidad igualitaria que tienen los seres humanos para usar libremente las áreas colectivas sin restricciones. Por último, la respuesta efectiva está representada por la forma como el diseño del lugar corresponde con las necesidades de confort, relajación y descubrimiento de los seres humanos que lo utilizan.

Por lo tanto, en esta investigación se considera que esos valores mencionados son posibles cuando se entienden las necesidades de los usuarios y en cuanto éstas se interpretan desde la dimensión del género, lo cual significa que la mujer y el hombre perciben, sienten y se apropian del espacio de una manera particular y diferenciada, basándose en sus distintos intereses y oportunidades del tiempo libre. Es por ello que, durante el proceso de observación y de análisis de los espacios estudiados en esta

pesquisa, se le concede importancia a esa apreciación, constituyendo un planteamiento equitativo de la satisfacción de las necesidades del ser humano.

Adicional a lo anterior, se apoyan los criterios planteados por Faccio (1992) en cuanto a la perspectiva del género, indicando que este es un fenómeno complejo, multidimensional en su interpretación y significación el cual, más que una diferencia basada en el sexo biológico, el género es un concepto que busca entender el contexto social e histórico en el cual los hombres y las mujeres viven y los cambios que se producen como consecuencia de esa relación. En tal sentido, en la presente indagación, se consideran los componentes culturales entre ellos el género, como una necesidad de entender las experiencias recreativas que cada uno tiene en su tiempo libre.

III. Caracterización de los espacios analizados como casos de estudio

Con el fin de determinar si dichos espacios públicos responden a las necesidades de la comunidad marabina y si se adecuan a situaciones de género, se investigó a la Plaza de la República y al Centro Comercial Lago Mall, ambos ubicados en Maracaibo (Venezuela), sido seleccionados intencionalmente por su uso urbano y porque ambos representan lugares actuales para la socialización; uno tradicional y abierto y el otro moderno y cerrado, los cuales se describen a continuación.

La plaza de la República

La Plaza de la República, fundada en 1945; durante varios años ha sido por excelencia, el punto articulador y referencial urbano, tanto por su gran tamaño (1 hectárea) como por la manera intensa en que es utilizada por los ciudadanos, por lo que el lugar ha adquirido significado para la gente. El mismo, ha sufrido cambios en el diseño general y en la vegetación, siguiendo criterios técnicos y profesionales y según los intereses de algunos entes, buscando un funcionamiento coherente del espacio en respuesta a las necesidades de los usuarios (1). De esas transformaciones espaciales generadas en el sitio, el marabino no ha sido siempre el protagonista, ya que muchas de las actividades que acostumbraba a realizar en este espacio, fueron desapareciendo por una intervención no apropiada o por un descuido en el mantenimiento de su infraestructura. En contraste con este hecho, los cambios también han generado nuevas actividades como por ejemplo trotar y patinar que, a pesar de no tener un equipamiento acorde, se han consolidado, proponiendo nuevos significados al espacio y a sus bordes (Fotografía 1).



Fotografía 1. Nuevas actividades en la Plaza de la República
Autor: Carmen Velásquez, 2001

Según el estudio anterior de Meléndez y Velásquez (1999), se determinó que la Plaza de la República, aunque no tiene facilidades para estacionarse, era más visitada que cualquier otra área de la ciudad (2), lo cual aun hoy, tiene gran aceptación por parte de la comunidad marabina. Sin embargo, a pesar de su uso constante, la plaza tiene una infraestructura para el desarrollo de las actividades que no están diferenciadas con la visión de la perspectiva del género, ya que no se adapta a las personas con problemas de movilidad, ni tampoco a los intereses y necesidades diferentes de los hombres y las mujeres que visitan la plaza. Por ejemplo, la madre que pasea al bebé en coche y que generalmente acompaña a los niños que patinan requiere mayor espacio y sin embargo, usa la misma área del hombre que usualmente asiste solo.

Esa situación indica que no se contemplan en el diseño de los espacios públicos las necesidades sociales y las características antropológicas de las mujeres y de los hombres, que son diferentes biológicamente y también en sus intereses y en la manera de apropiarse del lugar.

El Lago Mall

Por su lado el mall en el ámbito internacional, se ha convertido en un lugar de encuentro para los seres humanos y en consecuencia, más que la plaza, tiende a convertirse en el lugar de referencia y sitio de expresión urbana. El centro comercial Lago Mall, promocionado como "un mall para toda la familia", nace como una propuesta innovadora en la concepción de sitios comerciales en esta ciudad. Se basa en el ofrecimiento de artículos de consumo en tiendas de distinto tipo y está además relacionado con el entretenimiento de la comunidad, mediante una gran variedad de actividades culturales periódicas, como respuesta a la demanda de un público de un nivel de ingreso medio-alto.

El Centro mencionado, es un edificio de arquitectura moderna, con un volumen compacto y cerrado, con un sistema de aire acondicionado central que contrarresta el clima de la ciudad. También posee áreas verdes al aire libre, afirmando una de las virtudes que le ofrece a la ciudad, al permitir el acceso visual al Lago de Maracaibo, razón por la cual esa situación ha sido mencionada en las entrevistas realizadas convirtiéndole en el lugar de preferencia de las personas (Fotografía 2). Otra ventaja del lugar, es la existencia de un sistema de seguridad basado en un cuerpo de vigilantes, que le da confianza a los que lo visitan.

Dicho Centro Comercial está formado por cinco niveles, dotados de equipamiento comercial que ofrecen bienes de consumo diferentes, como prendas de vestir, artículos para el hogar y librería, joyerías, bancos y cajeros electrónicos, agencia de viajes. También hay variadas actividades de esparcimiento, como la plaza con áreas de juegos y la feria de comida (ventas de comida rápida), también existen lugares para diversiones mecánicas y salones de video-juegos y además, cuatro salas simultáneas de cine, lo que en conjunto le da dinamismo al mall y son grandes atractivos que posibilitan la interacción social. Cuenta también con varios estacionamientos.



Fotografía 2. Fachada del Centro Lago Mall
Autor: Carmen Velásquez, 2001

IV. Metodología de investigación

Esta indagación, tal como lo indica Rosental (1980), estudia casos concretos como base para el descubrimiento de lo que es esencial y generalizable. Sobre la base de ese planteamiento, se selecciona una metodología con criterios empíricos cualitativos, apoyados en la fenomenología que, según lo afirma Martínez (1989), es un proceso de conocimiento del fenómeno a partir de sí mismo, permitiéndole presentarse tal como es y minimizando las desviaciones producidas por las preconcepciones que sobre él tiene el investigador. Este método permite describir los espacios urbanos desde el punto de vista de quién los percibe y los vive, es decir, el usuario.

Agrega ese autor, que ese proceso trata de entender el mundo y sus objetos como son experimentados internamente por las personas. Por su parte Hurtado (1997), complementa la idea cuando señala que la fenomenología orienta la búsqueda de los significados que los sujetos otorgan a sus experiencias.

Con el objeto de cumplir con los objetivos planteados en la investigación, se realizaron las siguientes estrategias metodológicas:

1. Observación directa, en la que se midió la frecuencia semanal de usuarios que visitan cada uno de los espacios en los turnos matutino, vespertino y nocturno.
2. Aplicación de las entrevistas a los usuarios. A 58 en Lago Mall y 79 de la Plaza de la República, con el fin de caracterizar el perfil del usuario del lugar, el uso del tiempo libre y las actividades que realizan, mediante una muestra selectiva discriminada por edades y por sexo (Tabla 1 y 2).
3. Entrevista semi estructurada, aplicada a 137 usuarios seleccionados intencionalmente en cada sitio estudiado detectando su participación en las actividades.
4. Gráficos que expresan escenarios conductuales. 12 para Lago Mall y 10 para Plaza de la República con el fin de identificar las actividades, las preferencias y el modo de apropiación del espacio de cada grupo. Registra lo que está pasando en el lugar.

Tabla 1
Frecuencia de uso en Plaza de la República

	Niños		Jóvenes		Adultos		Tercera edad			
	♂	♀	♂	♀	♂	♀	♂	♀		
Matutino	35	29	143	118	179	137	32	30	35,2 Personas diarias en el turno matutino	
	1,75	1,45	7,15	5,9	8,95	6,85	1,6	1,5		
Vespertino	198	122	211	233	274	307	80	101	102 Personas diarias en el turno vespertino	
	13,2	8,133	14,07	15,53	18,27	20,47	5,333	6,73		
Nocturno	206	416	305	297	583	648	181	148	155 Personas diarias en el turno nocturno	
	11,44	23,11	16,94	16,5	32,39	36	10,06	8,22		
Distribución	5	7	8	8	12	13	3	3		
Total	20%	58	Total de Encuesta						292	

♂ masculino ♀ femenino.

Tabla 2
Frecuencia de uso en el centro comercial Lago Mall

Turnos	Niños		jóvenes		Adultos		Tercera edad		
	♂	♀	♂	♀	♂	♀	♂	♀	
Matutino.	13,5	19,3	21,3	28	5,75	9,75	2,5	3,5	
Vespertino	5,6	7,7	26,6	32,0	22,8	15,4	1,4	2,9	
Nocturno	10,5	15,3	51,95	56,68	15,18	18,77	3,81	3,87	
Sumatoria	29,6	42,2	99,8	116,6	43,8	43,9	7,7	10,2	
Distribución	9	13	30	35	13	13	2	3	
Total	393,8	20%	79 Total de encuestas						

♂ masculino ♀ femenino.

V. Relación de los resultados con cada categoría

La búsqueda de evidencias estuvo fundamentada en las estrategias metodológicas mencionadas y los resultados de la indagación fueron enfocados según las siguientes categorías relacionadas con el género en el espacio público analizado: a) Actividades durante el tiempo de ocio, b) los conceptos de lo público y lo privado, c) los roles tradicionales de los hombres y de las mujeres d) las limitaciones urbanas; e) el significado que las personas atribuyen a los espacios urbanos donde ocurren actividades públicas o colectivas y f) la morfología de los espacios públicos.

Se describen a continuación las distintas categorías según los resultados obtenidos.

a) Actividades durante el tiempo de ocio

En 1999, Meléndez y otras, realizaron un proyecto de investigación con el objeto de indagar cuáles eran las preferencias de la sociedad marabina (hombres y mujeres adultos) en su tiempo libre.

Los resultados arrojaron que al 70 % de los hombres encuestados les gustaba descansar en su tiempo libre, siendo los lugares de preferencia la plaza (45%), la casa (30%);

mientras que el 15% eligieron la calle, el centro comercial o los clubes.

En ese proyecto, también se encontró que las mujeres en su tiempo libre prefieren descansar (50%), distraerse (28%) realizar algún deporte (17%), y el 5% busca un sitio para refugiarse. Para realizar esas actividades las usuarias seleccionaron como lugares: la casa (39%), la plaza (28%), los clubes (22%) y el parque (11 %).

Lo anteriormente expuesto, se ratifica en la investigación actual realizada en el Lago Mall y en la Plaza de la República señalando que las mujeres tienden a seleccionar como lugar para la distracción a la casa, que representa lo privado, lo íntimo, lo que estaría asociado al rol de madre y esposa. Los hombres, por su parte, eligen los lugares públicos, por lo demostrativo y por lo tanto, más expuestos. Una de las explicaciones a este fenómeno parece ser el hecho de que los marabinos, como parte de la sociedad occidental, no están exentos del patrón cultural del patriarcado, el cual, según Drake (1998), es literalmente el poder ejercido por el varón en el seno de la familia y que en el sentido figurado, se utiliza para significar el poder de los hombres sobre las mujeres. A veces está tan arraigada esa dominación que se considera como natural.

Por otra parte, al comprobar los resultados de las entrevistas con los escenarios conductuales, se detectó que la mujer tiende a usar la plaza, con una preferencia por las áreas internas, en contraste con los hombres que se exponen más en las caminerías que la bordean, es decir lo externo (Figura 1).

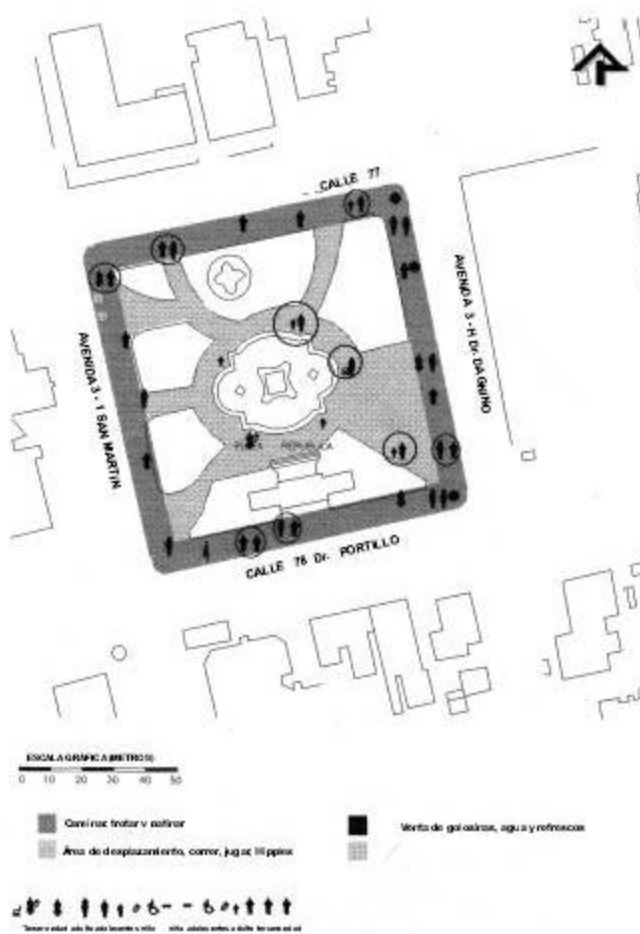


Figura 1. Escenario conductual de la Plaza de la República.

Otro de los aspectos resaltantes es la frecuencia y la participación y, con respecto a esto, los resultados de la observación directa durante una semana indicaron que la Plaza de la República, que ha sido la primera selección de los usuarios al elegir un espacio público para la recreación, las mujeres acuden con mayor frecuencia que los hombres, particularmente en los horarios vespertinos y nocturnos, siendo las edades de ellas, entre los 18 y los 55 años, mientras que ellos, de mismo grupo etareo, asisten preferiblemente en el horario nocturno.

Por otro lado, en el centro Lago Mall, la participación de las mujeres sobre los hombres se destaca en todos los horarios, resaltando que los jóvenes tienden a ser los usuarios que mayormente usan el espacio comercial.

Para confirmar la asistencia a espacios similares de la ciudad, se identificó el uso de las plazas de ámbito urbano, obteniendo como resultado que un 64.51% de la población acuden a las plazas, y un 35.48% no. Las razones que los usuarios dieron fueron agrupadas en dos categorías: positiva o negativa (Tabla 3), donde se observa que las primeras se corresponden con la accesibilidad y el diseño del sitio, mientras que las segundas están asociadas principalmente a factores sociales del entorno.

Tabla 3
Categorías positivas y negativas de la Plaza de la República

	Características	Categorías	Definición
Categorías Positivas	Físicas	47,5% Diseño adaptable	Esta categoría resume las actividades que se realizan
		5% accesibilidad	Se refiere a la cercanía de los lugares en donde habita el usuario.
Categorías Negativas	Sociales	22,72% Inseguridad personal	Refiere al atentado contra la integridad y vida personal
	Físicas	Diseño inapropiado	Refiere a la poca adaptación de la plaza al clima, a la ciudad, esta categoría resume las palabras: poca atractiva, falta de confort, por dar un ejemplo.
	Sociales	5,57% mayor tiempo de negocio que de ocio	Se refiere al poco tiempo que dispone la persona de disfrutar y descansar luego de una jornada de 8 horas de trabajo diario.

Por otra parte, en Figura 1 se indica un escenario conductual obtenido en la Plaza de La República, en el cual se detecta que la gran mayoría de los visitantes son mujeres acompañadas de niños o de amigas, compartiendo el esparcimiento familiar, especialmente los fines de semana.

Puede afirmarse que, a pesar del abandono que han sufrido algunas áreas recreativas de la ciudad, la Plaza de La República, no ha perdido valor, experimentando un repunte extraordinario en los últimos cinco años, como espacio público abierto a la comunidad. Gracias al apoyo que las instituciones privadas como bancos y asociaciones y la Alcaldía de la ciudad, ese sitio continúa siendo parte de la vida pública de la ciudad de Maracaibo.

b) Lo público y lo privado

El siguiente aspecto se refiere a la interpretación de lo público y lo privado y en torno a la definición del espacio público, que Marcano (1999: 40) define como:

La entidad material y concreta donde se desenvuelve lo colectivo es decir, la vida y la actividad urbana. Su valor reside en su capacidad de organizar las actividades públicas en una ciudad, la forma en que puede regular su utilización, determinar su forma de uso, su calidad estética y cómo se controla su acceso y disfrute.

Por su parte, Habermas (mencionado en Hemingway, 1999: 495) define la esfera pública como "el espacio social ocupado por individuos en sus roles públicos como miembros de grupos, asociaciones secundarias y relaciones sociales extendidas, pero excluyendo estrictamente los roles ocupacionales o de gobierno".

Por otro lado Benhabib (mencionado en Jackson y Burton, 1999) dice que "la esfera pública es el dominio crucial de la interacción que media entre las instituciones macropolíticas y la esfera privada, la que se refiere a las relaciones sociales primarias".

Adicional a esto, Hemingway (1999) agrega que la esfera pública contribuye al desarrollo de un público articulado proporcionándole el espacio social para la conversación crítica y a través de esto, la expansión de ideas acerca de los derechos y libertades.

Por otro lado, lo privado en la vida de la ciudad, habla de la casa, del espacio de la familia, de la residencia del grupo familiar unido por lazos de parentesco, como un lugar para las relaciones primarias. También, es el hogar concebido como el espacio ideal para la interacción humana, para la convivencia particular (Henao Delgado citado en Giraldo y Viviescas, 1996).

En todo caso, frente a la polémica conceptual de lo que es público o privado, Borja (1998: 210), señala que: "lo que define la naturaleza del espacio es su uso y no el estatuto jurídico; concluyendo, el autor que "el espacio público supone el dominio amplio, un uso social colectivo y es multifuncional".

Por su parte en la recreación, considerada por los teóricos como una experiencia que se realiza en el tiempo de ocio, es esencial esta característica de la esfera pública, por las actividades que en el espacio se realizan, particularmente en cuanto a la provisión de sitios para la discusión y la interacción entre los miembros de la comunidad, bien sea en sitios abiertos como cerrados, tales como las plazas y el mall, motivos de la pesquisa.

Sin embargo, se ha observado que a pesar de esas definiciones, los lugares públicos o privados en Maracaibo se proyectan sin considerar si el usuario es un hombre o mujer y así, los espacios generalmente no responden a las necesidades específicas de ellos. En consecuencia, aunque los conceptos anteriores se plantean a partir de las diferencias culturales y los procesos de socialización, la utilización de dichos espacios urbanos en ocasiones se ve restringida, porque funciona de manera diferente para hombres y mujeres con desequilibrio de poder de uso y la delimitación de espacio en desmérito del uso pleno de la ciudad.

A manera de ejemplo, en el Paseo Ciencias, ubicado en el centro de Maracaibo, los usuarios masculinos indicaron que las mujeres que asisten a ese lugar después de las cuatro de la tarde, son en su mayoría señaladas como prostitutas, lo cual ha producido el rechazo de otras mujeres marabinas en cuanto a la posibilidad de frecuentar ese espacio (Meléndez y Velásquez, 1999). Se evidenció en la observación directa, el peligro de estar en algunos sitios del lugar, que son considerados predominantemente masculinos; que son áreas poco accesibles o con escasa actividad y que suponen la oportunidad para el asecho sexual y la inseguridad femenina.

c) Los roles tradicionales de los hombres y las mujeres

Desde hace mucho tiempo, en la sociedad occidental las mujeres son asociadas, inclusive por ellas mismas, con las labores del hogar y con la familia y esta misma concepción prevaleció en las familias Marabinas del siglo XIX, tal como lo indica Bermúdez (2001: 175).

"Aunque compartían elementos identificadores en cuanto a costumbres y al ámbito religioso y moral, orientados en su actuación, por un pensamiento conservador que se evidenciaba en el papel asignado a la mujer. La casa y lo que en ella se encontraba servía como indicador de la rutina diaria, los gustos y los costumbres."

Como se puede inferir, en Venezuela a pesar de los avances legales que ha tenido la mujer, sigue realizando de manera tradicional su rol de madre, esposa y ama de casa, a la vez que cumple con la actividad profesional.

Los resultados de la pesquisa, afirman lo definido en la categoría anterior con respecto a la condición de público para los hombres y lo privado con las mujeres, lo cual conduce a suponer que lo femenino continúa mayoritariamente asociándose con el rol tradicional del hogar, por ello, mientras para ellas este espacio interior de la casa se convierte en un destino, "su lugar de", para ellos tiene una connotación diferente, representando el poder y la posibilidad de creación, del ocio, de expansión e individualidad (Pernas, 1998).

En tal sentido, las respuestas obtenidas en esta investigación con respecto a la vida pública urbana, indican que el hombre marabino aún no ha cambiado el rol que le asignó en la década anterior a la mujer, y desde entonces, limita el campo de acción de ésta a las fronteras del hogar, con lo cual, le restringe ciertos placeres y libertades en espacios de la urbe, porque en su opinión, están asociados exclusivamente al jefe de familia y a los varones de la casa.

En consecuencia, esta diferenciación de lugares según la perspectiva del género, transmitida fundamentalmente a través de los procesos de socialización e identificada en el proceso investigativo, ha permitido constatar funciones basadas en una división social laboral tradicional, que remite a la mujer, fundamentalmente, al quehacer doméstico y al hombre, al trabajo profesional en la vida pública, aunque hay una tendencia internacional a minimizar esas diferencias.

De acuerdo a eso, para comprobar esa variación social en esta investigación, se le preguntó a los usuarios de los espacios estudiados acerca del tiempo destinado a las jornadas diarias, y los resultados arrojaron que en los hombres adultos, es estrictamente laboral, mientras que en los de la tercera edad, por su condición de jubilados, se quedan en el hogar leyendo y escribiendo ó contribuyendo con las compras, entre otras actividades, lo cual se constata con respuestas como:

"Al levantarme hago ejercicios, desayuno y salgo a trabajar, almuerzo, normal, luego del trabajo almuerzo, en la tarde la rutina normal del mediodía, ver televisión, leer el periódico, la prensa, y en la tarde seguir trabajando, en la noche dormir" (informante Masculino N°1)

Sobre la base de las entrevistas, las respuestas indicaron que la jornada de las mujeres jóvenes en el hogar, se basa en una satisfacción de sus necesidades básicas de los quehaceres cotidianos. Sin embargo, se distraen fuera de la casa acudiendo a las plazas y a los centros comerciales. Por otro lado, las mujeres adultas señalaron que se debaten entre el oficio doméstico y las actividades fuera del hogar, bien sea por trabajo o estudio. Esto se deduce de las siguientes expresiones:

"Comparto los trabajos de la oficina con los trabajos de la casa"; "Hacer el trabajo de la casa y venir a estudiar (informantes Femeninas N° 2 y 3).

Por otra parte las mujeres de la tercera edad se centran en labores de hogar y el cuidado de los nietos, indicada en expresiones como:

"Me levanto, voy al baño, salgo a desayunar, porque ya me tienen preparado el desayuno; atiendo a mis nietos cuando llegan de la universidad porque sus papás trabajan", "Los oficios del hogar, ya sabes cuales son los oficios del hogar", "Limpiar el frente, limpiar el patio, lavar los baños y cocinar, la casa la limpia mi hija" (informantes Femeninas N° 4, 5 y 6).

Con esas respuestas se apoya lo que dice la Asociación de Trabajo Interdisciplinario ATI (1993: 21) con respecto a que "la gran base de las diferencias de género, radica en la división social del trabajo en los campos producción y reproducción", resaltando la primera para los hombres y la segunda para las mujeres.

Igualmente, William (1998) con respecto a los roles de la mujer, agrega que la jornada doble que ellas cumplen está apoyada socialmente en su papel de madres y esposas. Esta división del trabajo, tiene importantes implicaciones para la participación de la mujer en el mercado laboral, ya que debe cuidar a los niños y a la familia y al mismo tiempo mantener una carrera, siendo éste un aspecto socioeconómico significativo que también fue encontrado en los casos estudiados en Maracaibo.

La búsqueda de evidencias detectó en la observación directa en el Lago Mall que la relación entre vendedor y comprador de las tiendas tienden a ser del mismo sexo, y en general, una dama que busca prendas de vestir, espera consejo de otra mujer. Igualmente, sucede en las tiendas que ofrecen productos exclusivos para caballeros, predomina la atención de los hombres, con lo cual se refuerzan estereotipos.

d) Las limitaciones y el control del espacio

Los espacios colectivos abiertos, como la plaza analizada, forman parte del inventario de áreas públicas que tiene la ciudad, en donde se resaltan los valores mencionados anteriormente por Carr y otros (1992). Los espacios colectivos cerrados como el Mall estudiado, son de propiedad y administración privada, por lo tanto, existen reglas y limitaciones que influyen en la libertad de acción de los usuarios.

Con base a lo anterior, en cuanto a las reglas y limitaciones en los espacios colectivos, afirma Lofland (1998) que los mecanismos de control conllevan un significado de seguridad tal como el que se ofrece a los usuarios del Mall, y contribuye hasta cierto punto a satisfacer la necesidad de protección de las personas pero a la vez, restringe la libertad de acción de otros, como los indeseables.

Dicha afirmación se comprueba cuando se le pregunta a los entrevistados si hay reglas de uso en el Centro Comercial Lago Mall, el 73% de las respuestas, distribuidas equitativamente entre hombres y mujeres, respondieron con las siguientes expresiones que en efecto existían limitaciones:

"No traer animales, ni armas, no tomar bebidas alcohólicas en los pasillos, no andar en patines, ningún tipo de patinetas, nada de eso y venir vestidos", "Cuidarlo, no tirar basura", "No hacer loqueras, saltar, gritar, escalar paredes" (informantes masculinos N° 7, 8 y 9)".

"No fumar, es de mucha importancia, porque afecta a muchas personas, porque aquí transitan muchos niños". Uno no se puede abrazar en el C.C. con el novio, porque ya enseguida te están llamando la atención (informantes femeninas N°10 y 11)".

De las evidencias anteriores se destaca en primer lugar, que las señalizaciones en los sitios indican ciertas acciones que no son permitidas, como por ejemplo, los avisos de no fumar, y la indicación de "gracias" en los dispensadores de basura. En segundo lugar, los

vigilantes en cada uno de los niveles, dan sensación de seguridad física y psicológica a los compradores, les restringe la posibilidad de hacer algunas acciones que están prohibidas.

En el caso de la Plaza de la República, el 60.71 % de los usuarios indicaron con las siguientes afirmaciones que sí existe control del uso del lugar:

“No pisar la grama”, “son las propias de cada sitio, es decir, mantener una actitud adecuada, los deberes públicos, ciudadanos, mantener limpia la plaza, no hacer cosas indebidas”, “El buen comportamiento, no pisar la grama, no meterse a la fuente, no romper las bancas, reglas normales que se ven en otro lugar”, “no hacer actos inmorales en público”, “no tomar licor (Informantes femeninos y masculinos).

El 39.29 % restante respondió en forma negativa, de la siguiente manera:

“Aquí no hay control de nada, no he visto a ningún policía que le llame la atención a alguien, aquí han atropellado niños, no sancionan a nadie, los mozos en bicicletas” (informante N°12).

Con lo expuesto se refleja que en la Plaza de la República las reglas de uso responden a la conciencia social de cada uno de los usuarios, quienes imponen sus propias ideas con respecto al uso, a fin de mantener un ambiente social positivo y un medio natural agradable. A ese respecto, en el caso de las mujeres que usan la plaza, en su respuesta destacan la necesidad de una conducta deseable, mientras que los hombres mencionan la imposibilidad de consumir bebidas alcohólicas en ese espacio. En el primer caso, las mujeres, dan respuesta cónsona con su condición social y moral de venezolanas, mientras que para los hombres, representa una limitación, impuesta por la presencia de los vigilantes.

De lo anterior es posible deducir que la sociedad marabina está marcada por grandes desigualdades en el control del espacio que disfrutan. El centro comercial Lago Mall, es un espacio social privatizado, donde es difícil construir el sentido de pertenencia y, aunque se constituye un nuevo escenario urbano, está restringido en su uso y es socialmente segregativo. Su promoción se basa en la confiabilidad y la seguridad que se vive en su interior; en contraste con un exterior que actualmente está en caos y es inseguro, como el caso de otros espacios públicos.

Para el caso de la plaza de la República, es un lugar democrático, más abierto a todo público, pero, su uso está condicionado por la intensa vigilancia del sector.

e) El significado atribuido a los espacios urbanos donde ocurren actividades públicas

Los significados que las personas le atribuyeron a los espacios urbanos fueron detectados en las entrevistas, al mencionar las cinco primeras cosas que se les venían a la mente acerca del Mall o la Plaza estudiados.

De las respuestas obtenidas en Lago Mall, las usuarias, asociaron el espacio con la venta de alimentos, las tiendas y el multicine y fue expresado con las palabras “tiendas, Nivel feria, mesas, cine, juegos”. En segundo lugar, lo relacionan con la sensación de bienestar y belleza indicados con “bonito y cómodo,” y en tercer lugar, indicaron el ambiente natural, con la expresión “Lago” (de Maracaibo).

Los hombres por su parte, señalaron en el Mall en primer lugar a “los juegos, el ambiente para estar, el cine, la ropa” y en segundo orden, la sensación de bienestar y la belleza, manifestados con las palabras “ambiente bueno, en buen estado”.

Dentro de ese marco, con el objeto de comparar si las palabras mencionadas se relacionaban con las actividades que realizaban en el centro comercial, se contrastó con las respuestas acerca de las razones de la visita al centro comercial, y en ese sentido, como actividades mayoritarias los hombres mencionaron "caminar y observar", y como complementarias, "ir al cine y entrar en los sitios de juego". Por su lado las mujeres, en su mayoría, indicaron "la compra en las tiendas" acompañado de otras actividades prioritarias como "hablar con mis amigas" y, "comer e ir al cine" como secundarias, sin embargo, solo un 18% de los encuestados, hombres y mujeres, respondió "jugar maquinitas" (juegos electrónicos).

Por otro lado en la Plaza de la República, con referencia a la misma pregunta, los hombres mencionaron el mobiliario urbano como el escudo y la iluminación (27%), otros (27%), indicaron al ambiente natural (árboles, viento, temperatura agradable) mientras que el 18% lo relacionó con la presencia de niños, y el 9% hizo referencias a la inseguridad (9%) y a la recreación (9%). En síntesis, estas respuestas indican que los hombres mencionaron características positivas de naturaleza físicas –tangibles.

A su vez, las ideas expuestas por las mujeres en el mismo lugar, fueron el ambiente natural conformado por árboles, aire y agua (38%), el equipamiento en cuanto a la fuente, el obelisco, las bancas (31%) y el 31% de las respuestas estuvieron relacionadas con sensaciones como "es bonita", "es hermosa" y "distracción" Esto indica que las mujeres tienden a asociar la plaza con sensaciones intangibles, de naturaleza afectiva, en contraste con lo señalado anteriormente por los hombres.

Sintetizando, los resultados anteriores muestran que las mujeres y los hombres tienen, en general las mismas percepciones de los centros comerciales urbanos, sin embargo, hay una diferencia notable, en cuanto a que los hombres no mencionaron a las tiendas que representan la función primordial del centro comercial.

Partiendo de los datos anteriores, se interpreta que las mujeres utilizan más el centro comercial para la compra y la distracción de naturaleza contemplativa, como espectadoras mientras que, los hombres lo utilizan principalmente para la diversión como participantes activos. Al mismo tiempo, se observó que los servicios que proporciona el centro comercial estudiado, están dirigidos principalmente a las mujeres, aunque los promotores lo refieren como el "Mall de toda la familia". Esto fue enfatizado por el Gerente de Mercadeo del Centro Lago Mall (Castillo (3), 2001) cuando dijo: "EL Mall es básicamente familiar, de todas manera nuestros mejores clientes siempre son los niños y todo lo que acompaña a los niños, entonces digamos que las madres ..."

f) La morfología de los espacios públicos estudiados

Un estudio de esta naturaleza donde se toma en cuenta al género, presenta una visión compleja de las múltiples dimensiones del problema que afronta el espacio público, entre las cuales, lo morfoespacial es solo uno de los aspectos.

En esta indagación se asumió la morfología como "el estudio de las formas inteligibles y perceptibles por los seres humanos" (Velásquez, 1999: 34) quien amplía diciendo que "se caracteriza por dos movimientos convergencia y direccionalidad, que conllevan la necesidad de entender la forma como entidad cultural, de revelar su funcionalidad social", elementos importantes en la investigación que se ha procesado.

El Lago Mall

El centro Lago Mall, representa una arquitectura con una serie de volúmenes cerrados,

donde predominan las líneas horizontales, diferente a su contexto que está basado en edificios residenciales en bloques verticales. Esta ruptura urbana, es probablemente debido a que los proyectistas extranjeros desconocían el proceso histórico de la ciudad y posiblemente esa sea la razón de la configuración volumétrica del edificio y la débil vinculación con el Lago.

El color, como un el elemento morfológico de este espacio comercial en su vinculación con el género, se destaca con su tonalidad clara en el interior del edificio el cual fue asociado a lo femenino, aunque exteriormente, el conjunto es blanco y gris.

Interiormente, el Mall posee para la circulación peatonal, varios pasillos con grandes vitrinas alrededor de un espacio central de doble altura, intercalando las fachadas de las tiendas con lugares de descanso, disponiendo de bancos aislados cerca de los ascensores y en la feria de comida.

Llama la atención, que el centro comercial no ofrece facilidades en los baños ni en las áreas generales, para los discapacitados o aquellos que presenten movilidad reducida, como por ejemplo, una madre que lleva a un niño en un coche ó una embarazada, o algunas personas cargadas de paquetes, o aquellos temporalmente lesionados.

La Plaza de la República

Con características de diseño similares a la Plaza Mayor de la ciudad, su forma cuadrangular, está constituida por amplios espacios con áreas verdes y consta de un obelisco, la concha acústica y las fuentes, elementos que la hacen referencia de la ciudad y que contribuyen a intensificar las actividades que en ella se realizan (Fotografía 3).

Del análisis del color de la arquitectura interior se obtuvo que la plaza es neutral en tonos blanco y gris, con predominio del paisaje natural sobre lo construido, considerándose que es un espacio urbano formalmente simple, que se adapta a las condiciones climáticas del lugar y a su vez, valoriza la zona, enriqueciendo las características urbanas a nivel local.



Fotografía 3. Equipamiento de la Plaza de La República
Autor: Carmen Velásquez, 2001

En su interior, la plaza posee zonas peatonales, que se cruzan de un extremo a otro en diagonal y que se integran con los lugares de descanso y puntos de encuentro como áreas infantiles, los cuales no fueron previstos en el diseño original. Asimismo, carece de servicios higiénicos, lo que para el usuario representa la principal característica negativa.

En síntesis, haciendo una apreciación morfológica subjetiva aplicada a dichos espacios arquitectónicos, se planteó que Lago Mall, con un volumen dominante que crea su propio entorno, que está vigilado permanentemente y que excluye problemas del mundo exterior, está asociado con lo masculino y el orden patriarcal, mientras que, la Plaza de la República, al ser un espacio permeable, de contraste entre zonas pavimentadas y las áreas verdes, que es espontáneo en sus actividades, se relaciona con la feminidad.

Según Hernández (1998) esta discontinuidad entre los objetos y espacios, las aberturas y los huecos establece relaciones de poder y resistencia entre unos elementos y otros, tal como se considera en la perspectiva del género.

VI. Conclusiones Generales

La investigación, considerando la perspectiva del género, ha determinado que ante las condiciones actuales de la muestra tomada de la sociedad marabina, la cual está caracterizada por una menor oportunidad de socializar y por situaciones de inseguridad en un clima cálido, ha modificado la función sociocultural del espacio público, particularmente en el centro histórico de la ciudad, donde la calle y la plaza tradicional han perdido las facilidades que ofrecían para el encuentro y la recreación gratuita y espontánea. En contraste, han surgido nuevos centros de consumo, los centros comerciales, donde su principal actividad es el comercio y también se pueden realizar varias actividades de esparcimiento, aunque ellas tengan fines de lucro.

Para la obtención y análisis de los datos se partió del hecho de que los hombres y las mujeres son distintos y juegan papeles diferentes en la sociedad y tienen necesidades desiguales que deberían ser evaluadas a fin de reconocer el papel de la mujer en el desarrollo y su derecho a una participación equitativa.

Los resultados que se presentan, fueron recolectados y tabulados de manera diferenciada por sexo y edad, según fueron apreciados por las investigadoras y ello, se corresponde con las nuevas demandas de información, de manera que reflejan una distinción relacionada con el género, en la participación de los dos espacios urbanos (Resano, 1997) y pueden dar lugar a la continuidad de la investigación cualitativa.

Las conclusiones permitieron detectar que, aunque hay predominio de mujeres en el uso de las plazas, las oportunidades de uso del tiempo de ocio y las actividades de esparcimiento en los espacios públicos favorecen a los hombres, que tienen otras obligaciones independientes de las del hogar.

Las mujeres por lo tanto, le dan vida a ambos espacios estudiados, así como los niños, que se convierten en los principales actores y no van solos, pues en su mayoría van acompañados de sus madres, siendo los fines de semanas, los días que más concurren a los sitios de esparcimiento. En tal sentido, el diseño de los espacios no ha tomado en cuenta las necesidades de espacio y de distracción de las madres con sus hijos.

Es importante resaltar que las plazas urbanas han disminuido su importancia como espacio de reunión frente a los nuevos centros comerciales y esa situación afecta a la ciudad y disloca la tradicional trama urbana, llevando a hacer cada día más difusa la distinción entre lo que es público y lo privado y también, la distinción entre la asociación que hacen hombres o mujeres de sus sitios particulares para el esparcimiento.

Con respecto a los roles tradicionales, según los resultados del estudio, la mujer sigue manteniendo su apego a las situaciones domésticas que, en ocasiones, traslada mentalmente a los espacios públicos.

El aporte de la investigación está en el reconocimiento de la visión y la apreciación diferenciada de los roles sociales de los hombres y las mujeres y de los requerimientos de un espacio público que responda a necesidades de sus usuarios, con lo cual se hace un acercamiento a la dimensión humana del proceso de diseño arquitectónico.

Para ello es necesario, concebirlo en los términos que acota Gómez (1996, p.8) quién dice que:

un diseño urbano deseable y posible; esto es, un proceso que plantea la confrontación de las ideas que surgen del pensamiento creativo del diseñador con el pensamiento y la intuición de la mayoría de la gente, en un intento de satisfacer la necesidad de ofrecer respuestas oportunas y coherentes con nuestra realidad.

A esta afirmación, las autoras agregan que un diseño urbano deseable y posible es aquel que plantea las ideas que surgen de un diseñador creativo y del intento por satisfacer las necesidades de los usuarios, estas enmarcadas desde la perspectiva del género, lo que daría una respuesta coherente con nuestra realidad.

En el futuro, el logro de recintos armónicos y el mejor aprovechamiento del espacio arquitectónico pueden obtenerse mediante una observación detallada, para apreciar así las vivencias que en ellos ocurren y con una vinculación del diseño a las opiniones diferenciadas de los usuarios. Solo así obtendremos unos espacios que verdaderamente sean apropiados para la socialización y el entretenimiento.

1. En la investigación "El espacio público abierto", Meléndez y Velásquez (1999) patrocinada por CONDES, los resultados indicaron que las necesidades de los usuarios eran ocio, afecto (compartir en familia), creación, subsistencia y libertad. Estas responden a las bondades de los espacios de actuar como satisfactores ya que la infraestructura, el equipamiento y el mobiliario, propician el desarrollo de actividades para satisfacer las necesidades mencionadas.

2. En la investigación "El espacio público Abierto. Alternativas de Usos" (Meléndez; Velásquez y Carruyo, 1999), se detectó que las plazas de mayor uso eran las plazas urbanas, donde la Plaza de la República representó un 64.28% de los usuarios de Maracaibo y alrededores.

3. Javier Castillo. Gerente de Mercadeo del Centro Lago Mall.

Lista de Referencias

1. ASOCIACIÓN DE TRABAJO INTERDISCIPLINARIO ATI. **Taller de discusión sobre la problemática de género**. Manuscrito no publicado. 1993.

2. AUGÉ, Marc. **Los no lugares. Espacios de anonimato**. Grupo Ciencias sociales. Editorial Gedisa. Barcelona, España. 1993.

3. BERMUDEZ, Nilda. **Vivir en Maracaibo del siglo XIX**. Comisión V centenario del Lago de Maracaibo. Maracaibo, Venezuela. 1991.

4. Borja, J. **Ciudadanía y espacio público**. Artículo en revista CLAD, N°12, España, 1998.

5. CARR, S., LEANNE, R., FRANCIS, M., STONE, A. Public Space. University of Cambridge: Unites States of America. Cambridge Series in enviroment and Behavior. 1992.

6. FACCIO, A. **Cuando el Género Suena, Cambios trae**. Metodología para el análisis de género del fenómeno legal. GAIA, Centro de las Mujeres, Caracas. Mediateca de las Mujeres, AEM-ULA, Mérida, Venezuela. Fondo Editorial La escarcha Azul. 1992.

7. Giraldo, F. y Viviescas, F. **Pensar la ciudad**. TM editores. CENAC.FEDEVIVIENDA, Bogotá, Colombia. 1996.
8. GÓMEZ, María E. Un acercamiento a las teorías de Diseño Urbano. En: ARGOS. Publicación de la División de Ciencias Sociales y Humanidades, Universidad Simón Bolívar, N° 24. Caracas, Venezuela. 1996.
9. HERNÁNDEZ, Carlos. **La arquitectura compartida: el género en la arquitectura**. Consejo superior de los colegios de arquitectos de España. Ministerio de Trabajo y asuntos sociales. Instituto de la mujer. 1998.
10. HEMINGWAY, John L. **Leisure Studies-Prospects for the Twenty First Century** Edited L Jackson and Thomas L. Burton. 1999.
11. JACKSON, E. Y BURTON, T. **Leisure Studies. Prospects for the Twenty First Century**. Venture Publishing, Inc. State College, Pensilvania. 1999.
12. Marcano, F. **La Caracterización del Espacio Público: Estética y Función**. Instituto de Urbanismo. Facultad de Arquitectura y Urbanismo. Universidad Central de Venezuela, Caracas. 1998.
13. MARTÍNEZ, M. Comportamiento humano: Nuevos métodos de investigación. Trilla México. 1996
14. MEDINA CANO, F. **El centro comercial. Una burbuja de Cristal**. Memorias del evento. Desafíos de la comunicación globalizada. IX Encuentro Latinoamericano de comunicación social. Lima, Perú. 1997.
15. MELÉNDEZ, A.; VELÁSQUEZ, C.; y CARRUYO, A. **El espacio público abierto**. Alternativas de Usos. Proyecto de Investigación financiado por el CONDES. La Universidad del Zulia. Maracaibo, Venezuela. 1999.
16. MELÉNDEZ, A. **Plazas urbanas y actividades de recreación y turismo como expresión sociocultural**. Anteproyecto de Tesis Doctoral. Facultad de Humanidades y Educación. La Universidad del Zulia. Maracaibo, Venezuela. 2000.
17. ROSENTAL, G.M. Straks. **Categorías del materialismo dialéctico**. Editorial Grijalbo. México. 1975.