

# **Los hábitos y comportamientos durante el distanciamiento físico sostenido**

## **Un estudio de proxemia para el diseño ergonómico de espacios de actividad**

María Pascale\* y Mariana Rodríguez\*\*

### **Resumen**

La proxemia, como ciencia que estudia la manera cómo las personas organizan su espacio personal y vivencian la territorialidad, depende en gran medida de la percepción sensorial, el contexto y las emociones por las cuales transitan. Si bien los pueblos y comunidades tienen sus propios códigos socioculturales que los diferencian unos de otros, la pandemia generada por el virus Covid-19 afectó el comportamiento humano de manera global, marcando un cambio en los patrones habituales de conducta. ¿De qué manera el aislamiento afecta la organización del espacio personal? ¿Cómo se percibe la territorialidad durante la pandemia, tanto en el hogar como en los espacios de uso colectivo?

Objetivo: Identificar cómo se manifiestan en las personas los hábitos proxémicos durante el distanciamiento físico sostenido, en el contexto del hogar y en espacios de uso colectivo, y generar, de esta manera, insumos para el diseño ergonómico de espacios de actividad.

---

\* Magíster; Profesora Adjunta del Laboratorio de Ergonomía y Experiencia de Usuario – Escuela Universitaria Centro de Diseño – Facultad de Arquitectura Diseño y Urbanismo - Udelar, Uruguay; maria9pascale@gmail.com

\*\* Diseñadora Industrial; Docente de Escuela Universitaria Centro de Diseño – Facultad de Arquitectura Diseño y Urbanismo - Udelar, Uruguay; rodriguezrodriguezmariana@gmail.com

**Metodología:** En primer lugar, se realizó una búsqueda de artículos de interés actual en portales acreditados, para explorar acontecimientos, pensamientos y sentires propios de esta época tan particular. A partir de esta información, se diseñó y aplicó un estudio etnográfico basado en encuestas y cuestionarios fotográficos para el relevamiento de las distintas vivencias y percepciones de las personas.

**Resultados obtenidos:** Este estudio dejó de manifiesto que las mayores necesidades de las personas no solo incluían el abastecimiento de comestibles o el tener un lugar donde resguardarse, sino también el contar con la contención de vínculos afectivos y saludables. Además, se evidenciaron los tipos de invasiones territoriales, y las estrategias que los usuarios utilizan ante una organización espacial, muchas veces librada al criterio personal y que, en definitiva, conducen al enajenamiento en los encuentros o a las comunicaciones deformadas.

### **Palabras clave**

Distanciamiento físico sostenido – Proxemia - Ergonomía

### **Abstract**

Proxemics, as a science that studies the way in which people organize their personal space and experience territoriality, depends to a great extent on sensory perception, the context and the emotions through which they pass. Although peoples and communities have their own socio-cultural codes that differentiate them from each other, the pandemic generated by the Covid-19 virus affected human behavior globally, marking a change in these habitual patterns of behavior. How does isolation affect the organization of personal space? How is territoriality perceived during the pandemic, both at home and in spaces for collective use?

**Objective:** To identify how proxemics habits are manifested in people during sustained physical distancing, in the context of the home and in spaces for collective use and, in this way, generate inputs for the ergonomic design of activity spaces.

**Methodology:** In the first place, a search was carried out for articles of current interest in accredited portals, to explore events, thoughts and feelings typical of this particular time. Based on this information, an ethnographic study based on surveys and photographic

questionnaires was designed and applied to explore the different experiences and perceptions of people.

Results: This study showed that the greatest needs of the people not only included the supply of groceries or having a place to shelter, but also having the containment of affective and healthy bonds. In addition, the types of territorial invasions were evidenced, and the strategies that users use when faced with a spatial organization, often left to personal criteria and that ultimately lead to alienation in encounters or distorted communications.

### **Keywords**

Sustained physical distancing - Proxemics – Ergonomics

## **1. Introducción**

La incorporación de la ergonomía en los proyectos de diseño de espacios permite un acercamiento a las necesidades de los usuarios, de manera integral y holística. Gran parte de estas necesidades, muchas veces olvidadas, son aquellas que tienen que ver con las características socioculturales y que determinan, entre otros aspectos, los códigos de comportamiento social aceptados o no. Dentro de estos códigos se encuentra la proxemia, ciencia que estudia la manera cómo las personas organizan su espacio personal, dependiendo en gran medida de la percepción sensorial, el contexto y las emociones por las cuales transitan. Si bien los pueblos y comunidades tienen sus propios códigos socioculturales que los diferencian unos de otros, la pandemia generada por el virus Covid-19 afectó el comportamiento humano de manera global, marcando un cambio en estos patrones habituales de conducta.

¿De qué manera el aislamiento afecta la organización del espacio personal? ¿Cómo se manifiesta la territorialidad durante la pandemia, tanto en el hogar como en los espacios de uso colectivo? ¿Cómo se relacionan las personas en el Uruguay cuando el distanciamiento social es una medida globalmente asumida?

Este estudio consiste en el relevamiento de los comportamientos y las emociones que la población uruguaya viene transitando a diario desde que, en marzo del presente año, se instaló en el país la emergencia sanitaria. El correcto perfilado de la población usuaria, su percepción de seguridad, el reordenamiento del espacio y otros conceptos relacionados a la proxemia, darán insumos relevantes para el diseño ergonómico de espacios de uso colectivo, y por ende más adecuados a las necesidades de índole sociocultural. Este trabajo, realizado por el Laboratorio de Ergonomía y Experiencia de Usuario de la Escuela Universitaria Centro de Diseño (FADU, UdelaR), se enmarca en Diseño Sin Fronteras, una de las líneas de trabajo que FADU creó para afrontar distintas problemáticas aparejadas por la emergencia sanitaria en el Uruguay en el año 2020.

## **2. Planteamiento del problema**

A partir de marzo de 2020, la población de Uruguay se vio inmersa en un acontecimiento que, a nivel global, ya se estaba experimentando en otras latitudes. Diversos países estaban siendo golpeados por la pandemia generada por el virus Covid-19, los cuales como primeras medidas sanitarias adoptaron de manera obligatoria la reclusión en el hogar, el distanciamiento social y el cierre de oficinas y negocios considerados no esenciales. En Uruguay, la firma del Decreto 93/020 por parte del gobierno, dejó de manifiesto el comienzo de medidas similares tendientes a mantener de igual modo la salubridad dentro del país. Sin embargo, estas medidas, lejos de ser en algunos casos obligatorias, promovieron una fuerte dosis de autodisciplina, apelando a la responsabilidad ciudadana.

Mucho se ha hablado de distanciamiento físico sostenido, pero poco se ha hablado de proxemia, concepto que está íntimamente ligado a la vivencia del territorio y por lo tanto, opera como filtro frente a la percepción de los espacios, las normas, la manera de relacionarse y de comunicarse. Esta territorialidad implica ciertos deberes y derechos por parte de la población: el goce de la intimidad y las precauciones a la hora de aproximarse a otros. Pero estos códigos y normas no escritas, ¿se cumplen de la misma manera por

todos? ¿Se conocen con seguridad las costumbres y creencias que regulan el intercambio social de la población uruguaya? Cuando estos códigos se rompen, se experimenta la invasión, contaminación y violación territorial, ¿En qué medida se respetan las distancias sugeridas? ¿Qué hacen las personas si su espacio personal es invadido?

### **3. Objetivos del estudio**

Objetivo general: Identificar cómo se manifiestan en la población del Uruguay los hábitos proxémicos durante el distanciamiento físico sostenido, en el contexto del hogar y en espacios de uso colectivo.

Objetivos específicos:

- Evidenciar los sentimientos y emociones de la población uruguaya durante el período de la pandemia generada por el virus Covid-19.
- Establecer lineamientos para el diseño ergonómico de espacios de actividad que respete las necesidades, tanto de índole física como emocional, de los usuarios.
- Demostrar la importancia del estudio de la proxemia y los elementos que la constituyen, y cómo afecta la vivencia del territorio a las personas y a la interacción entre ellas.

### **4. Territorialidad, espacio personal y privacidad durante la pandemia**

El contexto generado por la pandemia a causa del virus Covid-19 provocó diversos cambios a nivel social. Los términos "aislamiento" y "distanciamiento social", que ya estaban circulando a nivel global (Jain 2020), si bien entendidos de diferentes maneras entre la población uruguaya, ocasionaron variaciones en las dinámicas de convivencia, tanto en el hogar como en aquellos lugares de confluencia social. Por un lado, el aislamiento en el hogar no solo generó mayor tiempo de convivencia entre sus miembros, sino que la intimidad familiar se vio invadida por la llegada, en algunos casos, de la actividad laboral, antes destinada específicamente al lugar de trabajo. Por otro lado, el distanciamiento social, consecuencia del nuevo requerimiento de una distancia física

saludable, también ponía en jaque ciertas normas no explícitas de ordenamiento del espacio personal.

Uno de los conceptos que está íntimamente ligado a la proxemia es el de territorialidad (Hall 1966), el cual implica un comportamiento de defensa a través de una extensión de espacio frente a otros miembros de la especie. El comportamiento territorial tiene que ver con la ganancia de autonomía personal a través del control de espacio. Respecto al espacio personal de cada individuo, está fuertemente marcado por distancias que establece con las demás personas, dependiendo del vínculo que tenga, la actividad y el ámbito donde se estén desarrollando. Estos aspectos cobran importancia durante la pandemia, ya que los grupos sociales se ven obligados a compartir recursos que muchas veces son limitados (Linconao 2020). Estos recursos, como el espacio físico, el equipamiento, el tiempo e insumos necesarios para la consecución de las actividades cotidianas, derivan en la necesidad de establecer reglas mínimas de convivencia y respeto de las mismas. La falta de privacidad también es algo importante, y la necesidad de espacios personales de soledad ocasiona en muchos casos el no poder tomar distancia de otros, siendo este hecho fuente de problemas interpersonales.

En lo que concierne a la organización espacial de los ambientes, existen los llamados tres rasgos de la proxemia (Hall 1973), que son clasificados en ambientes de caracteres fijos, semifijos e informales y se diferencian en la manera de ubicarse en él, de trasladarse y orientarse. Por otro lado, la percepción del espacio es dinámica, ya que está relacionada con la actividad, o sea, lo que puede hacerse en ese entorno en particular. En los ambientes de caracteres fijos no existe posibilidad de varias actividades a la vez, como tampoco la posibilidad de trasladar mobiliario y adecuarlo a los distintos requerimientos de diversas tareas, por ende, dificultando la interacción entre las personas, tendencia que se ve en la reorganización posterior a la pandemia. Por otro lado, los ambientes de caracteres semifijos son aquellos en los cuales se acepta la convivencia de varias actividades, permiten la posibilidad de un ordenamiento espacial de forma sociófuga (cuando no permite la interacción entre individuos, generando mayor distanciamiento

entre ellos) o sociópeta, cuando existe un interés en colectivizar una o varias actividades en un ambiente, por lo tanto, requiere incluir a los usuarios en una interacción fructífera y cercana entre ellos, además de las diversas actividades que allí se realizan. Pero el verdadero desafío para la organización espacial se encuentra en los ambientes informales, aquellos donde la configuración de elementos no viene fijada de antemano, siendo las costumbres de los usuarios y las usuarias los que determinan y regulan los encuentros con otras personas. Dentro de los espacios de esta índole, se pueden encontrar las áreas verdes o puntos de encuentro variados, como ambientes y espacios públicos o sistemas de transporte, y es de crucial importancia para los diseñadores conocer estas normas, para que la interacción acontezca sin distinciones ni discriminación.

¿Pero qué pasa cuando a esta clasificación proxémica habitual se le agrega un nuevo elemento de reordenamiento espacial, el cual altera de forma crucial la percepción sobre las distancias aceptadas, y si, además no hay normativas obligatorias al respecto? La manera de expresar los códigos proxémicos dependerá entonces de una de las relaciones culturales que se dan en todas las sociedades: la relación entre las personas, y que identifica a cada uno de los grupos socioculturales que componen la sociedad. Por ende, al tratarse de aspectos subjetivos, cabe suponer que habrá diversidad de criterios, tantos como la cantidad de personas involucradas. Esta variabilidad de criterios ha traído aparejados ciertos problemas de convivencia, ya que el distanciamiento social, el cual puede ser percibido de diferentes maneras, involucra a la sensación de seguridad o no frente al otro. *"Las regulaciones de distanciamiento social, por motivos sanitarios, establecidas por las autoridades, alterarían la burbuja personal. Las medidas son comprensibles, pero no siempre entendidas y peor aplicadas. La gente quiere libertad, restaurar los espacios personales y sociales. En suma: recuperar la burbuja, cuya paradoja es el encuentro."* (Segovia 2020).

## 5. Metodología

El estudio se divide en dos partes: una revisión bibliográfica y documental y, por otro lado, el estudio de campo.

El relevamiento de bibliografía no solo sirvió para determinar aquellos aspectos significativos a la hora de medir los comportamientos proxémicos, sino también para hacer un filtro sobre qué aspectos es necesario sondear en el contexto de la emergencia sanitaria. Para este cometido también se buscaron artículos de interés actual en portales acreditados, a fin de explorar acontecimientos, pensamientos y sentires propios de esta época tan particular. Por otro lado, los contextos estudiados fueron el hogar, lugar que muchas personas pasaron a estar las 24 horas del día, y el supermercado o almacén, uno de los pocos contextos habilitados para poder aplicar el estudio fuera del hogar. Por lo tanto, el estudio de campo se centró en los siguientes aspectos:

- Nivel de disposición hacia el cumplimiento de las normas de aislamiento y distanciamiento social en general.
- Dentro del hogar: la configuración del espacio personal en el mismo, delimitación del territorio, las tácticas para su defensa y la manera cómo los usuarios sienten la privacidad. y las emociones transitadas.
- En el supermercado o almacén: las distancias aceptadas, las tácticas para su defensa y la comodidad y seguridad percibida respecto al distanciamiento físico.

El diseño del instrumento constó de una primera etapa de validación y testeo y una segunda de difusión masiva, y básicamente consistió en un cuestionario con 5 secciones diferenciadas, a saber:

- Información demográfica: se consulta edad, género, departamento y último nivel de estudios alcanzado, con el fin de elaborar un perfil de los participantes.
- Comportamiento general frente a la emergencia sanitaria: busca conocer los hábitos de los usuarios y el nivel de acatamiento de las exhortaciones voluntarias relativas al aislamiento.



-Los hábitos y comportamientos en el hogar: se analiza la situación de la persona (con quién vive, qué tipo de trabajo realiza, si puede optar por trabajo presencial o teletrabajo) y luego se atiende a los aspectos específicos de proxemia. Se utilizaron preguntas cerradas, preguntas abiertas y el uso de imágenes para representar sensaciones y emociones de manera más explícita. Se ahonda en aspectos de proxemia, como lo es la invasión del espacio personal y las estrategias utilizada para conformar el propio espacio.

-En cuarto lugar, se analizan los comportamientos a la hora de la compra de comestibles. El objetivo de enfocarse en el supermercado o almacén, es analizar la proxemia y el goce de la intimidad en público. Se consulta sobre los hábitos de concurrencia, las distancias admitidas a través de imágenes, y cómo reaccionan las personas ante la invasión del espacio personal.

-Finalmente, se sondea a través de imágenes, cómo los participantes se sienten respecto a determinadas situaciones. Se trabaja en una escala Likert de 5 puntos donde la persona valora qué tan cómodo o incómodo percibe cada escenario presentado. El objetivo es conocer la sensación de seguridad que cada imagen (situaciones en buses, supermercado, vía pública, etc.) representa.

Una vez validada la herramienta y hechos los ajustes necesarios, se procedió a su divulgación entre la sociedad. Para dicha difusión se contó con la colaboración de los canales de comunicación de la Universidad de la República (UdelaR) en todo el país (Montevideo, Centros Universitarios Regionales Noreste, Este y Litoral Norte).

## **6. Resultados y análisis**

El cuestionario permaneció abierto desde el 18 de Abril de 2020 al 29 de Abril de 2020 y recogió una muestra de 1005 cuestionarios completados. Cabe destacar que todos los trabajadores, trabajadoras, y/o estudiantes relevados cuentan con conexión a Internet o wifi y que, debido a los canales por donde fue difundido el cuestionario, los puestos de

actividad de los participantes están en su mayoría relacionados con la Universidad (administrativos, docencia, estudio, etc.).

## A. Información demográfica

La población encuestada fue un 85% de género femenino y un 15% de género masculino. Respecto al lugar de residencia, los datos arrojan la siguiente información: 62,2% de Montevideo y 37,8% de los demás departamentos del país.

Las edades y el último nivel de estudios cursados pueden apreciarse en los gráficos 1 y 2, respectivamente.

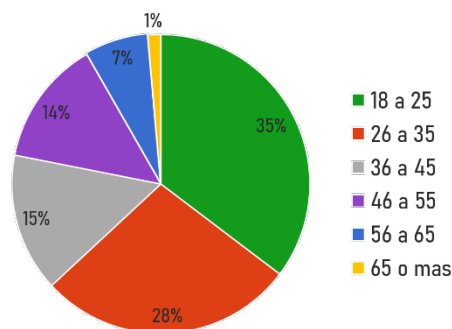


Gráfico 1. Edades de participantes.

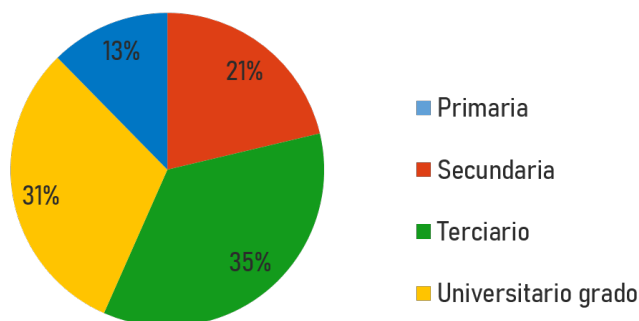


Gráfico 2. Último nivel de estudio cursado.

## B. Comportamiento general

Respecto a la forma en que cumplen el aislamiento, las respuestas reflejan un alto acatamiento a las sugerencias de reclusión en el hogar (ver gráfico 3); además, el hecho de salir solo en determinadas ocasiones, siendo estas para la compra de comestibles o medicamentos, confirma en una primera instancia el concepto previamente planteado sobre el alineamiento a las normas de la cuarentena voluntaria. Los motivos por los que los encuestados salen de su hogar se pueden ver en el gráfico 4.



Gráfico 3. De qué manera cumple el aislamiento.

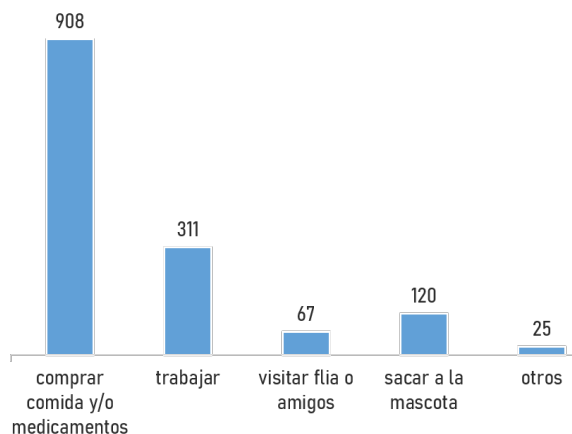


Gráfico 4. Motivos para salir del hogar.

Otro aspecto que podría arrojar datos importantes respecto a las medidas de aislamiento se vincula a la pregunta respecto a la frecuencia en la que salen del hogar, sin tener en cuenta la ida al supermercado (se pregunta más adelante) y las idas al trabajo o sacar la mascota. Esto se debe a que las situaciones mencionadas podrían tomarse como obligatorias, ya que hay personas que no pudieron elegir por el teletrabajo, y el hecho de tener una mascota obliga a muchos de sus dueños a sacarlos por sus necesidades fisiológicas. Por lo tanto, al no tener en cuenta estos aspectos, se puede apreciar que prácticamente la mitad de los participantes no sale de sus casas. Los resultados pueden verse en el gráfico 5.

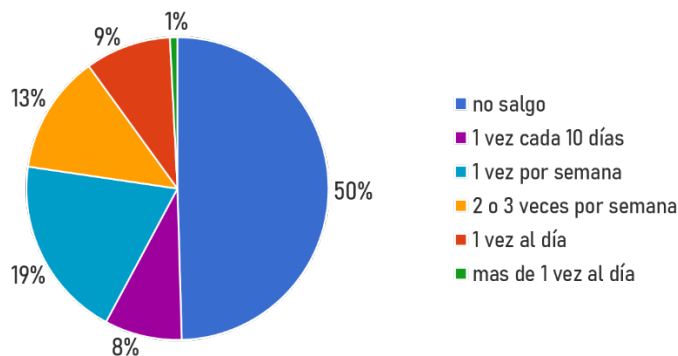


Gráfico 5. Frecuencia de salida.

Por otro lado, debido a que la encuesta fue realizada en un período de tiempo que abarcó la Semana de Turismo (Semana Santa), se sondeó el comportamiento y una posible interrupción del aislamiento, y los resultados arrojaron que el 96 % de los encuestados se quedó en su casa, manteniendo la misma rutina. Cabe destacar que, dentro del 4% restante, la mayoría contestó que tuvo que trabajar, por lo que se puede deducir que efectivamente se quedaron en sus hogares también.

### *C. Hábitos y comportamiento en el hogar*

Para poder relevar y analizar el comportamiento en el hogar, una información clave era determinar si los participantes vivían solos/as o acompañados/as. La información relevada se dividió en: personas solas con el 11.6%, personas que viven con la pareja, 21.1%, y el resto, 67.3%, que viven con miembros de la familia, hijos/as y amigos/as. Respecto a la modalidad de trabajo, el 32.7 % de los encuestados contestó no trabajar (debido a la alta cantidad de estudiantes que contestaron la encuesta, además de las personas que quedaron sin trabajo) y dentro de la población que sí trabaja, se evidenció que la mayoría (54%) podía trabajar en la casa, el 37% tenía que salir y el 9% reportó una combinación de ambas modalidades. Otra información relevante es el hecho de la posibilidad de elegir entre ambas modalidades (teletrabajo o presencial); en este caso, el 47.1% no puede elegir, teniendo que trabajar de la manera establecida por las directivas de su trabajo; esto concuerda con que la mayoría de los participantes del estudio pertenecen a UdelaR, la cual suspendió las instancias presenciales. El 19.9% sí puede elegir, y al respecto se consultó sobre qué modalidad prefieren. Esta información se dividió por edades, arrojando los siguientes datos (tabla 1): si bien hubo una mayoría, a nivel general, sobre la preferencia del trabajo presencial, solo los jóvenes entre 18 y 25 años prefirieron el teletrabajo, mientras que en los adultos mayores de 66 años, está dividida en las dos modalidades en partes iguales.

Edad	Teletrabajo	Presencial
18 a 25	7.89%	6.48%
26 a 35	18.28%	19.35%
36 a 45	22.52%	26.49%
46 a 55	26.28%	29.93%
56 a 65	20.29%	34.78%
66 o mas	21.43%	21.43%

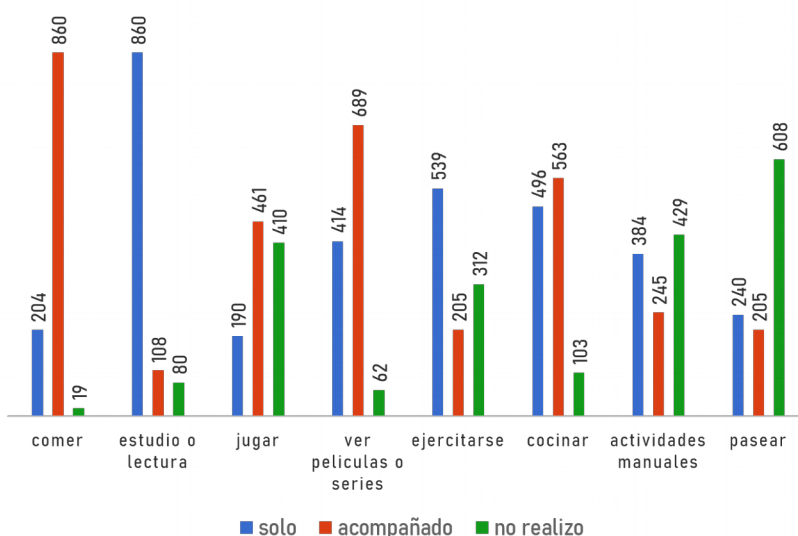
*Tabla 1. Preferencia de modalidad de trabajo.*

Se indagó sobre los cambios en lo que refiere a la organización del hogar debido al teletrabajo, incluyendo el estudio a distancia también; esta era una pregunta abierta, ya que se intentó que las respuestas reflejaran la variedad de situaciones por las que transitaba la población encuestada y por el hecho que no todos los participantes trabajan o estudian. Los resultados pueden apreciarse en la tabla 2.

Cambios	Respuestas
Redistribución espacial por comodidad o privacidad	118
Readaptación de muebles y espacios para multitarea	30
Compra de mobiliario: sillas y escritorios	19
Redistribución por motivos tecnológicos (acceso a internet, enchufes)	15
Compra de tecnología	10
Hay cambios que no pudo hacer (falta espacio/dinero)	6
Tuvo que buscar espacio fuera de su casa	5
Redistribución organizacional con la familia	2
Otros	17
No contesta	370
No aplica	29
No realizó ningún cambio	418

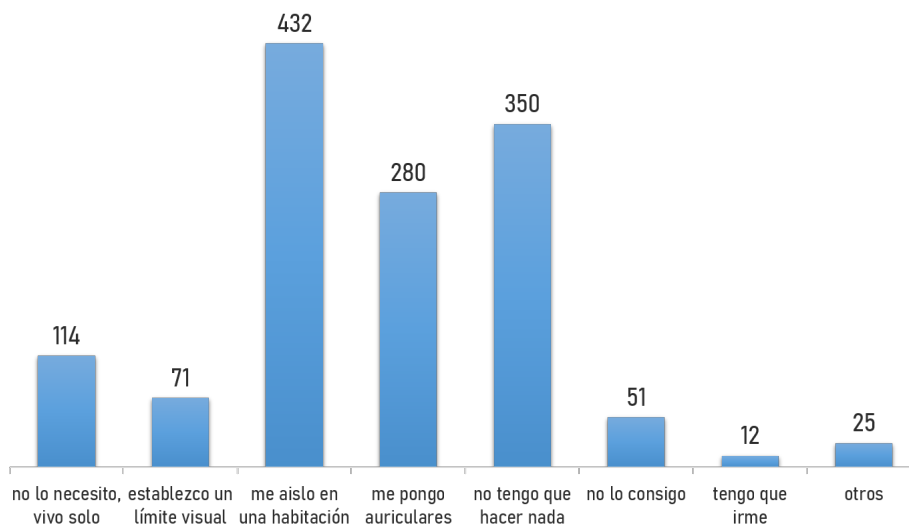
*Tabla 2. Cambios realizados debido al teletrabajo.*

El pasar más tiempo con las personas con las cuales se convive ha sido una de las consecuencias principales durante el tiempo de aislamiento. Sin embargo, no todas las actividades diarias se prefieren o se pueden realizar en compañía, lo que arroja un dato de interés a la hora de fijar las preferencias o no de los encuestados. La información puede apreciarse en el gráfico 6.



*Gráfico 6. Preferencia de compañía o no en actividades diarias.*

Respecto a la necesidad de privacidad que todas las personas requieren en algún momento del día, se consultó sobre la manera en que organizaron el territorio doméstico para tal fin. Cabe destacar que algunas personas utilizan varias estrategias al mismo tiempo, y se ven diversos comportamientos, desde quienes no la necesitan por vivir solos, o porque lograron ciertos acuerdos de convivencia efectivos, hasta personas que no lo lograron. El gráfico 7 muestra las diferentes medidas utilizadas para conseguir o intentar conseguir un espacio personal en pos el bienestar emocional.



*Gráfico 7. Estrategias para conformar espacio personal.*

Tal como se puede ver, no todas las personas consiguen de manera sencilla la privacidad necesaria para poder desempeñar tareas o simplemente el gozar de un tiempo de tranquilidad necesario. Las invasiones al espacio personal pueden generarse de diferentes maneras, y como se explicó previamente, son los sentidos los que se involucran en la percepción del rompimiento de esta burbuja personal. En lo que respecta a la invasión de tipo auditivo, ésta refiere tanto a sonidos o ruidos provenientes del hogar como del exterior, ya sea vecinos o tránsito; respecto al tipo cenestésico, se hace referencia a una invasión de manera presencial, ya sea que se le presentan personas a preguntar cosas o lo que ocurre con los padres que tienen a sus hijos pequeños alrededor todo el tiempo. Cuando se habla de invasión de tipo visual, se alude al sentirse observado, ya sea por las personas con las cuales se convive o por vecinos, sobre todo aquellos encuestados que viven en edificios. El gráfico 8 muestra las distintas respuestas a esta pregunta.



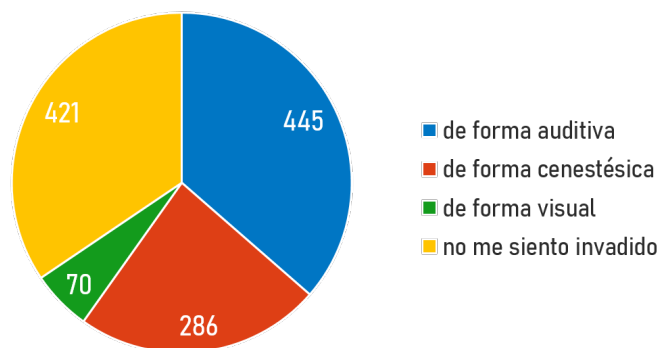


Gráfico 8. Tipos de invasión.

Un aspecto crucial en la determinación de los códigos proxémicos es el estado de ánimo de las personas. Al respecto, se intentó ilustrar el tránsito por las distintas actividades a lo largo del día y cuál es el sentimiento preponderante en cada una de ellas. Las actividades preguntadas fueron sobre los 4 hitos básicos de comida (desayuno, almuerzo, merienda y cena), sobre la realización de trabajo o estudio, actividades de interacción con la familia (presencial o virtual), actividades de ocio, de cuidado personal, y el aseo de la casa. Los estados de ánimo preguntados fueron: contento, tranquilo, neutro, aburrido, triste y agobiado. La información recabada sugiere que las mayores sensaciones de felicidad estaban relacionadas con actividades de ocio, actividades de comunicación con amigos o familia y cuidado personal. La tranquilidad se vio reflejada sobre todo en aquellas actividades relacionadas con la ingesta de alimentos; el aburrimiento tuvo su mayor cantidad de respuestas en la actividad de limpieza de la casa, y el trabajo y/o estudio obtuvo la mayor cantidad de respuestas del sentimiento de agobio.

Para consultar sobre el sentimiento general del ambiente del hogar, se preguntó mediante imágenes (1 a 5) que intentaran reflejar una situación particular teñida de emociones, más allá de las características físicas y la cantidad de personas que habitan el hogar. Las percepciones de acuerdo a la edad son las mostradas en la tabla 3. Se

despreciaron aquellas respuestas que relatan una mezcla de algunos estados, por ser insignificantes.



*Imagen 1.*



*Imagen 2.*



*Imagen 3.*



Imagen 4.



Imagen 5.

Edad	Imagen 1	Imagen 2	Imagen 3	Imagen 4	Imagen 5	TOTAL
18 a 25	10.56%	1.76%	11.73%	18.18%	57.77%	100%
26 a 35	4.63%	4.25%	8.11%	20.85%	62.16%	100%
36 a 45	8.15%	11.11%	8.89%	20.74%	51.11%	100%
46 a 55	2.46%	0.82%	3.28%	30.33%	63.11%	100%
56 a 65	---	---	3.33%	21.67%	75.00%	100%
65 o mas	7.69%	---	7.69%	15.38%	69.23%	100%
Suma total	6.77%	3.55%	8.60%	21.08%	60.00%	100%

Tabla 3. Percepción del clima del hogar según edad.

Otro dato interesante es la percepción del hogar dependiendo de si los/as participantes viven solos/as o acompañados/as, y esta información está presente en la tabla 4.

Con quien vive	Imagen 1	Imagen 2	Imagen 3	Imagen 4	Imagen 5	TOTAL
Solo	0.93%	0.93%	12.15%	14.95%	71.03%	100.00%
Acompañado	7.53%	3.89%	8.14%	21.87%	58.57%	100.00%

*Tabla 4. Percepción del clima del hogar según compañía.*

Por último, respecto a lo relacionado con la interacción con los seres queridos, se indagó mediante una pregunta abierta con el fin de que los consultados reflexionaran acerca de los cambios positivos que ofreció esta época de aislamiento: el 73 % de los encuestados contestó que valora el hecho de compartir más; el apoyo brindado frente a las dificultades generadas por el aislamiento, el aumento en la comunicación, el fomento de la paciencia y tolerancia y el extrañar a otros, fueron las respuestas más representativas. Otro aspecto que se menciona como positivo es el haber podido descansar de la vida social por compromiso. Sin embargo, el 27% reveló no sentir ningún cambio positivo en el relacionamiento, admitiendo directamente que fue indudablemente negativo.

*D. La organización espacial en el contexto público: supermercados.*

Pero no todos los cambios en el comportamiento de las personas se suscitaron en el ámbito doméstico. Las recomendaciones desde instituciones eran las de quedarse en casa. Sin embargo, como se mostró anteriormente, los encuestados realizan salidas, en la inmensa mayoría para comprar alimentos. El gráfico 9 muestra la frecuencia temporal, no habiendo grandes diferencias por edades.

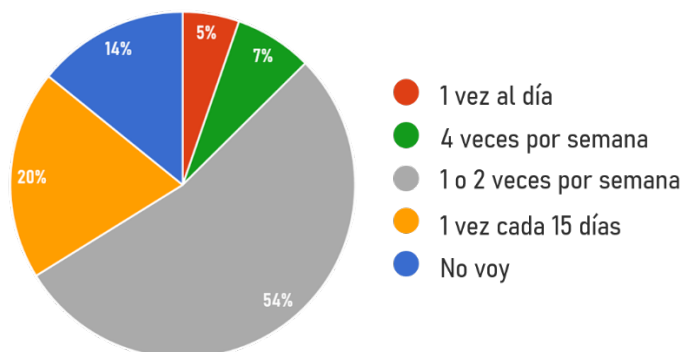


Gráfico 9. Frecuencia de ida al supermercado.

Por otro lado, desde los establecimientos alimenticios se recomendaba la entrada de las personas de manera individual, exhortación que se cumplió en la mayoría de los participantes del estudio (gráfico 10).

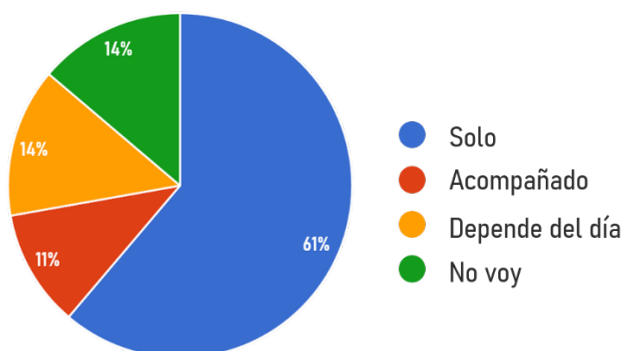


Gráfico 10. Preferencia de compañía para ir al supermercado.

Otro dato importante en lo respecta a la salida de la seguridad del hogar, era la hora elegida para ir a hacer las compras. Hasta antes de la emergencia sanitaria, el momento elegido no suponía grandes riesgos; sin embargo, los datos arrojan dos tendencias bien diferenciadas: por un lado, aquellas personas que van a cualquier hora, y otras, que mediante el horario elegido intentan evitar acumulación de personas. La información clasificada por edades puede verse en la tabla 5.

Edad	A cualquier hora	Bien temprano o bien tarde	TOTAL
18 a 25	51.13%	48.87%	100.00%
26 a 35	51.10%	48.90%	100.00%
36 a 45	49.17%	50.83%	100.00%
46 a 55	41.28%	58.72%	100.00%
56 a 65	41.51%	58.49%	100.00%
65 o mas	28.57%	71.43%	100.00%
Suma total	48.59%	51.41%	100.00%

*Tabla 5. Horarios de ida al supermercado.*

Respecto a la clasificación proxémica en el contexto público, al tratarse básicamente de una percepción, fue una pregunta difícil de traducir en palabras. Por lo tanto, a la hora de medir qué distancias físicas estaban los participantes dispuestos a admitir con extraños en un supermercado, se recurrió al uso de imágenes para poder captar la sensación de seguridad o no. Las imágenes utilizadas fueron de la imagen 6 a la 8, y la información dividida por edad es la que se muestra en la tabla 6.



*Imagen 6.*



*Imagen 7.*



*Imagen 8.*

Edad	Imagen 6	Imagen 7	Imagen 8	TOTAL
18 a 25	0.57%	71.43%	28.00%	100.00%
26 a 35	1.09%	55.84%	43.07%	100.00%
36 a 45	1.37%	52.74%	45.89%	100.00%
46 a 55		56.82%	43.18%	100.00%
56 a 65		60.29%	39.71%	100.00%
65 o mas		71.43%	28.57%	100.00%
Suma total	0.71%	61.59%	37.70%	100.00%

*Tabla 6. Distancias admitidas en supermercado.*

Aquí puede verse reflejada la diferencia de criterios, aunque la imagen elegida por la mayoría es la de mayor distancia, y es justamente esa diferencia de criterios la que puede ocasionar alguna interacción poco placentera, especialmente cuando se rompe ese espacio personal. Las formas de reaccionar frente a la invasión de la privacidad en público también son propias de las distintas culturas, y esto implica la variabilidad por edades y género. Estas diferencias pueden apreciarse en las tablas 7 y 8.

Edad	Le digo algo	Lo miro	Me voy	No hago nada	TOTAL
18 a 25	10,6%	16,6%	58,2%	14,6%	100.00%
26 a 35	8,6%	16,4%	58,6%	16,4%	100.00%
36 a 45	9,3%	13,5%	66,1%	11,1%	100.00%
46 a 55	8,9%	11,8%	75,5%	3,8%	100.00%
56 a 65	20,9%	10,4%	62,6%	6,1%	100.00%
65 o mas	18,7%	12,5%	62,5%	6,3%	100.00%

*Tabla 7. Reacciones frente a invasión por edad.*

Género	Le digo algo	Lo miro	Me voy	No hago nada	TOTAL
Femenino	9,8%	15,7%	63,3%	11,2%	100.00%
Masculino	11,2%	9,4%	62,0%	17,4%	100.00%

*Tabla 8. Reacciones frente a invasión por género.*

Como se puede apreciar, la mayoría de las personas prefiere no confrontar a la hora de defender su territorio; por ende, cabe suponer que confían en una mejor organización de parte de instituciones para poder circular por el entorno sin roces ni distinciones y de manera natural, sin restricciones a la libertad personal. Al respecto, se indagó sobre qué pensaban de la organización de los ámbitos de confluencia social, como el supermercado. Los resultados se muestran en el gráfico 11.





Gráfico 11. Opinión sobre organización espacial.

### E. ¿Situaciones cómodas o incómodas?

Reiterando el uso de imágenes para la medición de una sensación como es la comodidad frente al distanciamiento social, se intentó, mediante la ilustración de ciertas situaciones (figuras 9 a 14) en ámbitos sociales y públicos, que los participantes reflejaran su sensación de acuerdo a una escala Likert de 5 puntos, la cual iba desde muy cómodo a muy incómodo. A continuación, en los gráficos 12, 13, 14, 15, 16 y 17, se pueden apreciar las diferentes situaciones planteadas y sus respectivas percepciones relevadas.

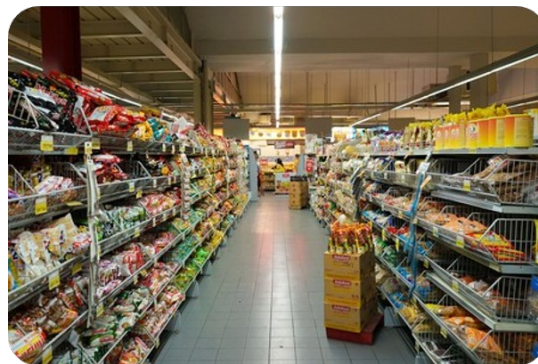
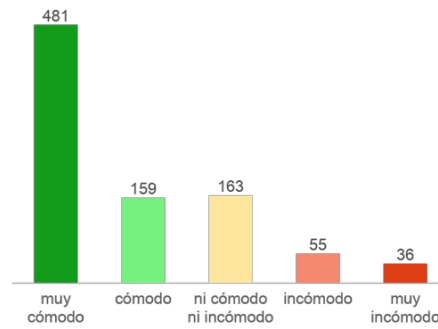


Gráfico 12. Percepción sobre situación en imagen 9.

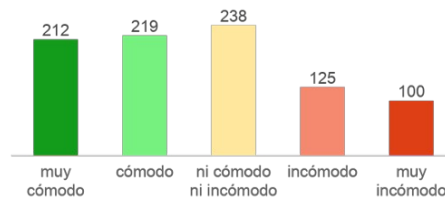


Gráfico 13. Percepción sobre situación en imagen 10.

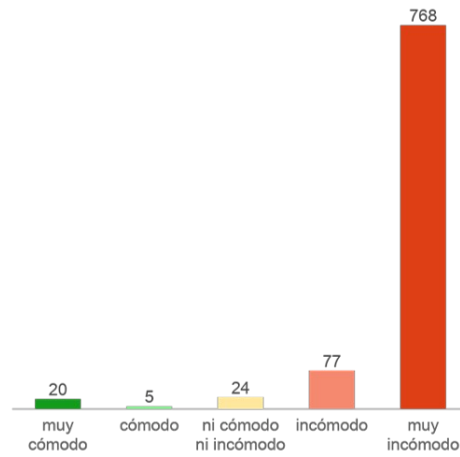


Gráfico 14. Percepción sobre situación en imagen 11.

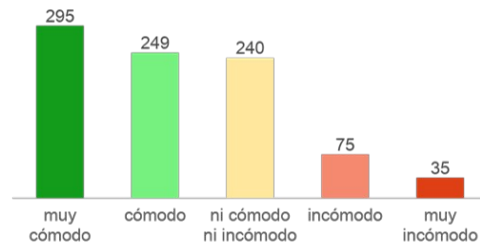


Gráfico 15. Percepción sobre situación en imagen 12.

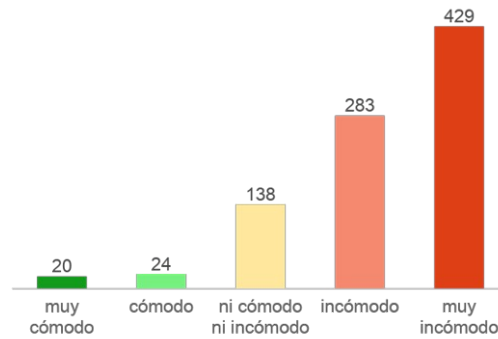


Gráfico 16. Percepción sobre situación en imagen 13.

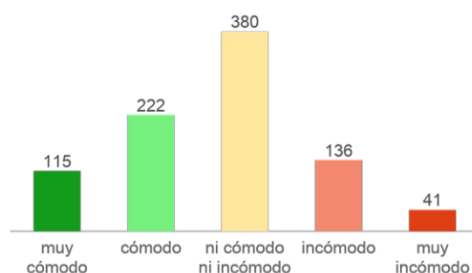


Gráfico 17. Percepción sobre situación en imagen 14.

## F. La añoranza de ciertos hábitos

Respecto a las actividades que más se extrañaban durante el período de aislamiento, se puede observar que las relacionadas con los afectos ocupan el primer lugar, más allá de las edades. Por otro lado, también se puede concluir cuáles son los hábitos, dependiendo de las edades, que más satisfacción brindaban a los participantes antes de las medidas sanitarias. No sólo por edades existe una diferencia, sino también, en lo que respecta al contacto social con amigos y familia, la diferencia se da entre las personas que viven solas o acompañadas. También se indaga sobre otras actividades de ocio, lo cual pueden generar insumos a la hora de ir habilitando los distintos contextos que fueron cerrados durante la pandemia y el agrado en la reincorporación a la rutina cotidiana por parte de los encuestados.

Respecto a la pregunta sobre extrañar la vida social, los resultados se pueden apreciar en la tabla 9. El dato relevante, en este caso, es que el mayor porcentaje se genera en las personas mayores de 65 años, lo que cabe suponer que la vida social, al estar jubilados, era la interacción más importante que tenían con la sociedad. Por otro lado, discriminando las personas que viven solas de las acompañadas, se puede observar que dentro de las primeras, las que extrañan mucho este aspecto asciende al 53%, mientras que las acompañadas acusan un 40%.

Edad	Mucho	Algo	Me da igual	Nada	Poco
18 a 25	49.58%	36.90%	10.14%	1.97%	1.41%
26 a 35	46.24%	35.84%	8.96%	6.81%	2.15%
36 a 45	35.10%	38.41%	16.56%	3.97%	5.96%
46 a 55	29.20%	48.91%	11.68%	4.38%	5.84%
56 a 65	23.19%	50.72%	15.94%	5.80%	4.35%
65 o mas	57.14%	21.43%	7.14%		14.29%
Suma total	41.99%	39.20%	11.34%	4.18%	3.28%

*Tabla 9. Añoranza de la vida social.*

La segunda pregunta es si extrañan el visitar a sus seres queridos, más allá de que la reunión sea en un bar, casa o salida a algún establecimiento. En este caso, las respuestas fueron parecidas por edad (tabla 10); sin embargo existe una diferencia entre las personas solas y las acompañadas. Entre las primeras, reportan extrañar mucho un 83%, mientras las que viven acompañadas, un 76%.



Edad	Mucho	Algo	Me da igual	Nada	Poco
18 a 25	78.03%	17.18%	3.10%	1.13%	0.56%
26 a 35	75.99%	18.28%	3.23%	1.43%	1.08%
36 a 45	70.86%	22.52%	3.31%	1.32%	1.99%
46 a 55	81.02%	16.06%	2.19%		0.73%
56 a 65	78.26%	18.84%	1.45%	1.45%	
65 o mas	78.57%	14.29%	7.14%		
Suma total	76.82%	18.21%	2.99%	1.09%	0.90%

*Tabla 10. Añoranza de reunirme con mis seres queridos.*

El hecho de reunirse con los seres queridos tampoco da una indicación sobre el extrañar las muestras de cariño y el contacto físico; por ende, ante esa pregunta, los resultados arrojaron que se extraña este aspecto, pero en menor medida (tabla 11). Cabe preguntarse si aquellas personas que más lo necesitaban obviaron las recomendaciones de aislamiento ya que, como se verificó anteriormente, algunas personas seguían visitando a amigos y familiares a pesar de que las recomendaciones eran contrarias a estas prácticas. Sin embargo, en este caso también pudieron verse diferencias entre aquellas personas que viven solas de aquellas acompañadas; mientras que el extrañar mucho en el primer caso asciende al 68%, en el caso de personas acompañados era del 57%.

Edad	Mucho	Algo	Me da igual	Poco	Nada	Suma total
18 a 25	55.49%	29.01%	10.14%	2.54%	2.82%	100.00%
26 a 35	55.20%	29.39%	9.68%	2.87%	2.87%	100.00%
36 a 45	58.28%	31.13%	5.30%	1.99%	3.31%	100.00%
46 a 55	66.42%	26.28%	5.84%	0.73%	0.73%	100.00%
56 a 65	63.77%	28.99%	5.80%	1.45%	---	100.00%
65 o mas	64.29%	21.43%	7.14%	7.14%	---	100.00%
Total	58.01%	28.96%	8.36%	2.29%	2.39%	100.00%

*Tabla 11. Añoranza de las muestras de cariño.*

Las actividades de ocio que más personas extrañan son las relacionadas al aire libre y pasear. En este caso se puede apreciar que los más afectados son los jóvenes entre 18 y 25 años, quizás por ser una de las actividades más desarrolladas antes de la pandemia. La información discriminada por edad puede apreciarse en la tabla 12.

Edad	Mucho	Algo	Me da igual	Nada	Poco
18 a 25	74.08%	20.56%	4.23%	0.28%	0.85%
26 a 35	69.53%	24.73%	4.66%		1.08%
36 a 45	72.85%	21.85%	3.31%	0.66%	1.32%
46 a 55	67.15%	24.09%	3.65%	3.65%	1.46%
56 a 65	65.22%	26.09%	2.90%	1.45%	4.35%
65 o mas	42.86%	42.86%	7.14%		7.14%
Suma total	70.65%	23.08%	4.08%	0.80%	1.39%

*Tabla 12. Añoranza de actividades aire libre.*

Respecto a la rutina diaria laboral, si bien en la información antecedente se reportó que la mayoría prefería tener las instancias presenciales de trabajo, esta pregunta arrojó un dato interesante, ya que la mayor respuesta, sin importar edad, fue la de extrañar esa rutina en alguna medida (tabla 13). La que le siguió en importancia fue la de extrañar mucho, lo que podría inferirse que si bien no se extrañan todos los aspectos del trabajo presencial, en su amplia mayoría se añora de manera positiva la seguridad de la rutina.

Edad	Mucho	Algo	Me da igual	Poco	Nada	Suma total
18 a 25	25.92%	34.08%	18.87%	9.01%	12.11%	100.00%
26 a 35	23.30%	35.48%	21.51%	8.96%	10.75%	100.00%
36 a 45	21.19%	33.11%	20.53%	14.57%	10.60%	100.00%
46 a 55	23.36%	39.42%	16.79%	8.76%	11.68%	100.00%
56 a 65	26.09%	36.23%	20.29%	5.80%	11.59%	100.00%
65 o mas	42.86%	7.14%	21.43%	7.14%	21.43%	100.00%
Total	24.38%	34.83%	19.70%	9.55%	11.54%	100.00%

*Tabla 13. Añoranza de la rutina diaria.*

Por último, se sondearon otras actividades consideradas no esenciales. El objetivo fue comparar si en realidad todos los encuestados en definitiva echaban de menos por igual todas las actividades que realizaban previo al cierre de locales y comercios. Se indagó en lo relacionado al salir de compras (tabla 14) y otras actividades, como ir a la peluquería o al spa (tabla 15), y se pudo constatar que los porcentajes eran muy por debajo de los relacionados a los afectos.

Edad	Mucho	Algo	Me da igual	Nada	Poco
18 a 25	25.92%	27.89%	28.17%	8.45%	9.58%
26 a 35	16.85%	26.52%	29.75%	12.19%	14.70%
36 a 45	14.57%	32.45%	35.10%	9.93%	7.95%
46 a 55	15.33%	32.12%	27.01%	12.41%	13.14%
56 a 65	13.04%	34.78%	30.43%	13.04%	8.70%
65 o mas	42.86%	21.43%	7.14%	14.29%	14.29%
Suma total	19.60%	29.15%	29.35%	10.65%	11.24%

*Tabla 14. Añoranza de salir de compras.*

Edad	Mucho	Algo	Me da igual	Poco	Nada	Suma total
18 a 25	31.55%	30.42%	23.38%	6.20%	8.45%	100.00%
26 a 35	30.47%	34.41%	17.20%	8.24%	9.68%	100.00%
36 a 45	23.84%	33.77%	25.83%	8.61%	7.95%	100.00%
46 a 55	27.74%	34.31%	18.98%	8.03%	10.95%	100.00%
56 a 65	31.88%	47.83%	10.14%	1.45%	8.70%	100.00%
65 o mas	42.86%	28.57%	21.43%	7.14%		100.00%
Total	29.75%	33.73%	20.50%	7.06%	8.96%	100.00%

*Tabla 15. Añoranza de actividades de cuidado personal.*

## 7. Conclusiones

El distanciamiento físico ha traído aparejado el distanciamiento social, por grandes avances que se hayan hecho en el campo de la tecnología de la comunicación. Este estudio dejó de manifiesto que las mayores necesidades de las personas no solo incluían el abastecimiento de comestibles o el tener un lugar donde resguardarse, sino también el contar con la contención de vínculos afectivos y saludables. El distanciamiento físico podría ser una práctica necesaria en el momento actual, pero el hecho de que las personas se refieran a esto como distanciamiento social enfatiza la imposibilidad del quehacer cotidiano si se carece de dinámicas para estar juntos; las interacciones humanas son importantes.

Si bien este estudio no pretende proyectar un entorno determinado, sí es determinante en la medida que se evidenciaron ciertos comportamientos y emociones relacionadas a la organización espacial, no tenidas en cuenta a la hora de diseñar las actividades o los lugares donde ocurren. Cabe destacar que estos requerimientos nacen de ciertas necesidades que no han sido subsanadas aún, asunto que se ha evidenciado en el malestar de algunos encuestados y encuestadas. La ergonomía, desde el actual paradigma del diseño centrado en la persona, se enfoca en un proceso de diseño iterativo

y participativo, teniendo en cuenta al usuario desde la concepción del diseño hasta la validación de la puesta en práctica de las soluciones. Si bien durante el proceso de confinamiento se ha apelado a la responsabilidad ciudadana para la consecución del éxito de estas medidas, muchas veces en el diseño de los protocolos de seguridad no está incluida la mirada y la participación de los usuarios, aspecto que mejoraría notablemente la implementación de los diferentes dispositivos de organización espacial. En definitiva, es la población usuaria la encargada de llevar adelante las prácticas impuestas, y su participación en su delineamiento es crucial para un desempeño no solo efectivo desde el punto de vista productivo, sino también desde el punto de vista emocional.

El incluir, en el diseño de espacios, todas las dimensiones del ser humano, favorece la íntima identificación que existe entre la idea que las personas se hacen de sí mismas y el espacio que habitan. Es prioritario reorganizar nuevas prácticas sociales que no solo compensen las carencias afectivas, sino que también agreguen nuevas formas de conexión. El concepto del apego al lugar, una vez pasada la pandemia, implicaría volver a revisar ciertas cualidades de los espacios que la población necesita, y en particular las relacionadas con entornos saludables que promuevan la sensación de seguridad personal. Una organización espacial que no quede librada a la diversidad de criterios sería lo más adecuado, cuando el comportamiento relevado ha sido, en su mayoría, la no confrontación y la huida del lugar, conduciendo al enajenamiento en los encuentros o a las comunicaciones deformadas.

No hay técnica de investigación suficiente por sí sola para abarcar, en toda su amplitud, un tema tan complejo y multidimensional como la proxemia. El procedimiento empleado en este caso, reflejó aquellas variables importantes para este contexto y circunstancias particulares, y así computar con razonable sencillez el coeficiente de implicación afectiva de las personas. El sistema emocional está íntimamente ligado al comportamiento, ya que prepara a las personas para actuar en las distintas situaciones que la vida presenta, generando seres humanos más plenos. Es necesario explotar el diseño desde este punto de vista; un buen estado de ánimo mejora la capacidad intelectual, favorece los procesos

creativos y ayuda en la toma de decisiones. En definitiva, la impresión final de un lugar siempre termina impactando en lo afectivo.

## Referencias

- Adams, J. (2020). "Pandemic Proxemics: Is Six Feet Enough?" *Psychology Today*, 9 de abril de 2020. Recuperado de <https://www.psychologytoday.com/sg/blog/between-the-lines/202004/pandemic-proxemics-is-six-feet-enough>
- Infobae (2020). "Cómo logró Uruguay controlar el coronavirus sin cuarentena obligatoria.". *Infobae*, 31 de mayo de 2020. Recuperado de <https://www.infobae.com/america/america-latina/2020/05/18/como-logro-uruguay-controlar-el-coronavirus-sin-cuarentena-obligatoria/>
- Decreto 93 de 2020 [Presidencia de la República Oriental del Uruguay] por el cual se decreta emergencia sanitaria nacional (13 de Marzo de 2020). Recuperado de: [https://medios.presidencia.gub.uy/legal/2020/decretos/03/cons\\_min\\_18.pdf](https://medios.presidencia.gub.uy/legal/2020/decretos/03/cons_min_18.pdf)
- Flores, C. (2001). *Ergonomía para el Diseño*. México: Editorial Designio. ISBN 968-5374-02-3
- Hall, E. (1966). *The Hidden Dimension*. Nueva York: Editorial Garden City. ISBN 0385084765 9780385084765
- Hall, E. (1973). *The Silent Language*, Nueva York: Editorial Anchor Books.
- Hidalgo, C. (1998). *Apego al lugar: ámbitos, dimensiones y estilos*. Recuperado de [https://www.researchgate.net/publication/39379387\\_Apego\\_al\\_lugar\\_ambitos\\_dimensiones\\_y\\_estilos](https://www.researchgate.net/publication/39379387_Apego_al_lugar_ambitos_dimensiones_y_estilos)
- Linconao, A. (2020). *El confinamiento ante el COVID-19, sus efectos vinculares y psicológicos. Fenómenos y prácticas recomendadas*. Recuperado de: [https://www.researchgate.net/publication/340595520\\_El\\_confinamiento\\_ante\\_el\\_COVID-19\\_sus\\_efectos\\_vinculares\\_y\\_psicologicos\\_Fenomenos\\_y\\_practicas\\_recomendadas](https://www.researchgate.net/publication/340595520_El_confinamiento_ante_el_COVID-19_sus_efectos_vinculares_y_psicologicos_Fenomenos_y_practicas_recomendadas)

McArthur, J. (2020). "Why social distancing is so difficult; how research explains our behavior." *News Wise*, 18 de marzo de 2020. Recuperado de:

[https://www.newswise.com/coronavirus/why-social-distancing-is-so-difficult-how-research-explains-our-behavior/?article\\_id=728360](https://www.newswise.com/coronavirus/why-social-distancing-is-so-difficult-how-research-explains-our-behavior/?article_id=728360)

Ministerio de sanidad, consumo y bienestar social de España. Plan para la Transición hacia una nueva normalidad. 28 de abril de 2020. Recuperado de:

<https://www.mscbs.gob.es/profesionales/saludPublica/ccayes/alertasActual/nCov/planDesescalada.htm>

Norman, D. (2005). *El diseño emocional: por qué nos gustan (o no) los objetos cotidianos*. Barcelona: Editorial Paidós

Pascale, M. (2018). "El estudio de la proxemia como factor clave para el diseño ergonómico de espacios de uso colectivo." Tesis de maestría, Universidad Politécnica de Valencia. Recuperado de <http://hdl.handle.net/10251/114791>

Rua, M. (2020). "Lo que zoom se llevó". *Diario La nación*, 15 de mayo de 2020.

Recuperado de: <https://www.lanacion.com.ar/economia/sin-titulo-nid2360482>

Salama, A. (2020). "Coronavirus questions that will not go away: interrogating urban and socio-spatial implications of COVID-19 measures." *Emerald Open Res*, 16 de abril de 2020. Recuperado de: <https://doi.org/10.35241/emeraldopenres.13561.1>

Segovia Baus, F. (2020). "La teoría de la burbuja". *El telégrafo*, 20 de mayo de 2020.

Recuperado de: <http://tinyurl.com/y7hxlzmb>

Vageesh Jain (2020). "Coronavirus outbreak: quarantining millions in China is unprecedented and wrong." *The Conversation*, 31 de enero de 2020. Recuperado de:

<https://theconversation.com/coronavirus-outbreak-quarantining-millions-in-china-is-unprecedented-and-wrong-130565>

Wiberg, M. (2020). "On physical and social distancing: reflections on moving just about everything online amid Covid-19." *Interactions*, 18 de mayo de 2020. Recuperado de:

<http://interactions.acm.org/blog/view/on-physical-and-social-distancing-reflections-on-moving-just-about-everythi>

## Gráficos

- Gráfico 18. Edades de participantes (elaboración propia).
- Gráfico 19. Último nivel de estudio cursado (elaboración propia).
- Gráfico 20. De qué manera cumple el aislamiento (elaboración propia).
- Gráfico 21. Motivos para salir del hogar (elaboración propia).
- Gráfico 22. Frecuencia de salida (elaboración propia).
- Gráfico 23. Preferencia de compañía o no en actividades diarias (elaboración propia).
- Gráfico 24. Estrategias para conformar espacio personal (elaboración propia).
- Gráfico 25. Tipos de invasión (elaboración propia).
- Gráfico 26. Frecuencia de ida al supermercado (elaboración propia).
- Gráfico 27. Preferencia de compañía para ir al supermercado (elaboración propia).
- Gráfico 28. Opinión sobre organización espacial (elaboración propia).
- Gráfico 29. Percepción sobre situación en imagen 9 (elaboración propia).
- Gráfico 30. Percepción sobre situación en imagen 10 (elaboración propia).
- Gráfico 31. Percepción sobre situación en imagen 11 (elaboración propia).
- Gráfico 32. Percepción sobre situación en imagen 12 (elaboración propia).
- Gráfico 33. Percepción sobre situación en imagen 13 (elaboración propia).
- Gráfico 34. Percepción sobre situación en imagen 14 (elaboración propia).

## Imágenes en línea

- Imagen 1. Kalinovsky, D. (2014). *Upcoming classes - helping parents* [Fotografía].  
Recuperado de: <http://helpingparentsparent.com/upcoming-classes/>
- Imagen 2. El mercurio online. (2020). *Disfraces de halloween en familia* [Fotografía].  
Recuperado de: <https://elmercurio.com.mx/stilo/disfraces-de-halloween-en-familia>



- Imagen 3. Bowman, H. (2013). *Inmate allowed books* [Fotografía]. Recuperado de: [https://www.pantagraph.com/wcj/news/inmate-allowed-books/article\\_42e0026e-47f9-11e3-b50c-0019bb2963f4.amp.html](https://www.pantagraph.com/wcj/news/inmate-allowed-books/article_42e0026e-47f9-11e3-b50c-0019bb2963f4.amp.html)
- Imagen 4. Novaventa. (2014). *Cómo limpiar y disponer tu casa para navidad* [Fotografía], Recuperado de: <https://www.novaventa.com.co/web/venta-directa/como-limpiar-y-disponer-tu-casa-para-la-navidad>
- Imagen 5. Shutterstock. (2020). *Couple relaxing at home with a laptop and reading* [Fotografía]. Recuperado de: [www.shutterstock.com/es/image-photo/couple-relaxing-home-laptop-reading-38218771](http://www.shutterstock.com/es/image-photo/couple-relaxing-home-laptop-reading-38218771)
- Imagen 6. Todo Noticias. (2016). *Cuál es la mejor cola para pagar en el supermercado* [Fotografía]. Recuperado de: [https://tn.com.ar/sociedad/cual-es-la-mejor-cola-para-pagar-en-el-supermercado\\_739858/](https://tn.com.ar/sociedad/cual-es-la-mejor-cola-para-pagar-en-el-supermercado_739858/)
- Imagen 7. El empresario.mx. (2009). *Mitos y realidades para vender al retail* [Fotografía]. Recuperado de: <http://elempresario.mx/emprendedores/mitos-realidades-vender-retail>
- Imagen 8. The Grocer. (2018). *Not so far with axing customer experience* [Fotografía]. Recuperado de: <https://www.thegrocer.co.uk/letters/not-so-fast-with-axing-customer-experience-tesco/562879.article>
- Imagen 9. Glutenfreetraveller.ca. (2018). *Bali Gluten Free Products* [Fotografía]. Recuperado de: <https://glutenfreetraveller.ca/tag/gluten-free-indonesian-dishes/>
- Imagen 10. El periódico. (2020). *Distanciamiento social: así trata de contener el coronavirus el mundo* [Fotografía]. Recuperado de: <https://elperiodico.com.gt/insolito/2020/04/01/distanciamiento-social-asi-trata-de-contener-el-coronavirus-el-mundo/>
- Imagen 11. MSV Noticias. (2020). *El distanciamiento social ayuda al combate contra el coronavirus - Especial* [Fotografía]. Recuperado de:

[https://mvsnoticias.com/noticias/destacado\\_app/unam-advierte-que-los-proximos-10-dias-seran-los-mas-criticos-por-covid-19/](https://mvsnoticias.com/noticias/destacado_app/unam-advierte-que-los-proximos-10-dias-seran-los-mas-criticos-por-covid-19/)

Imagen 12. Bettoni, S. (2020). *Attese extralarge alle fermate dei bus: passeggeri tra disagi e ironia* [Fotografía]. Recuperado de:

[https://milano.corriere.it/notizie/cronaca/17\\_febbraio\\_27/attese-extralarge-fermate-bus-98424330-fc68-11e6-8717-6cdb036394a5.shtml?refresh\\_ce-cp](https://milano.corriere.it/notizie/cronaca/17_febbraio_27/attese-extralarge-fermate-bus-98424330-fc68-11e6-8717-6cdb036394a5.shtml?refresh_ce-cp)

Imagen 13. Diario La República. (2017) *¿Cómo evalúan el servicio quienes son usuarios del transporte público?* [Fotografía]. Recuperado de:

[www.republica.com.uy/como-evaluan-el-servicio-quienes-son-usuarios-del-transporte-publico/](http://www.republica.com.uy/como-evaluan-el-servicio-quienes-son-usuarios-del-transporte-publico/)

Imagen 14. El Cierre Digital. (2020) *¿Será fácil mantener la distancia social?* [Fotografía].

Recuperado de:

<https://elcierredigital.com/salud-y-bienestar/762410135/javier-urra-claves-repunte-covid.html>

## Tablas

Tabla 16. Preferencia de modalidad de trabajo (elaboración propia).

Tabla 17. Cambios realizados debido al teletrabajo (elaboración propia).

Tabla 18. Percepción del clima del hogar según edad (elaboración propia).

Tabla 19. Percepción del clima del hogar según compañía (elaboración propia).

Tabla 20. Horarios de ida al supermercado (elaboración propia).

Tabla 21. Distancias admitidas en supermercado (elaboración propia).

Tabla 22. Reacciones frente a invasión por edad (elaboración propia).

Tabla 23. Reacciones frente a invasión por género (elaboración propia).

Tabla 24. Añoranza de la vida social (elaboración propia).

Tabla 25. Añoranza de reunirme con mis seres queridos (elaboración propia).

Tabla 26. Añoranza de las muestras de cariño (elaboración propia).

Tabla 27. Añoranza actividades aire libre (elaboración propia).

Tabla 28. Añoranza de la rutina diaria (elaboración propia).

Tabla 29. Añoranza de salir de compras (elaboración propia).

Tabla 30. Añoranza de actividades de cuidado personal (elaboración propia).

\* \* \* \* \*