

ESPACIOS PÚBLICOS QUE CONSTRUYEN CIUDADES

Camara Barranquilla
Ethan Kent, Senior Vice President
Guillermo Bernal, Fellow



@PPS_Placemaking

¿El “futuro de las ciudades”?





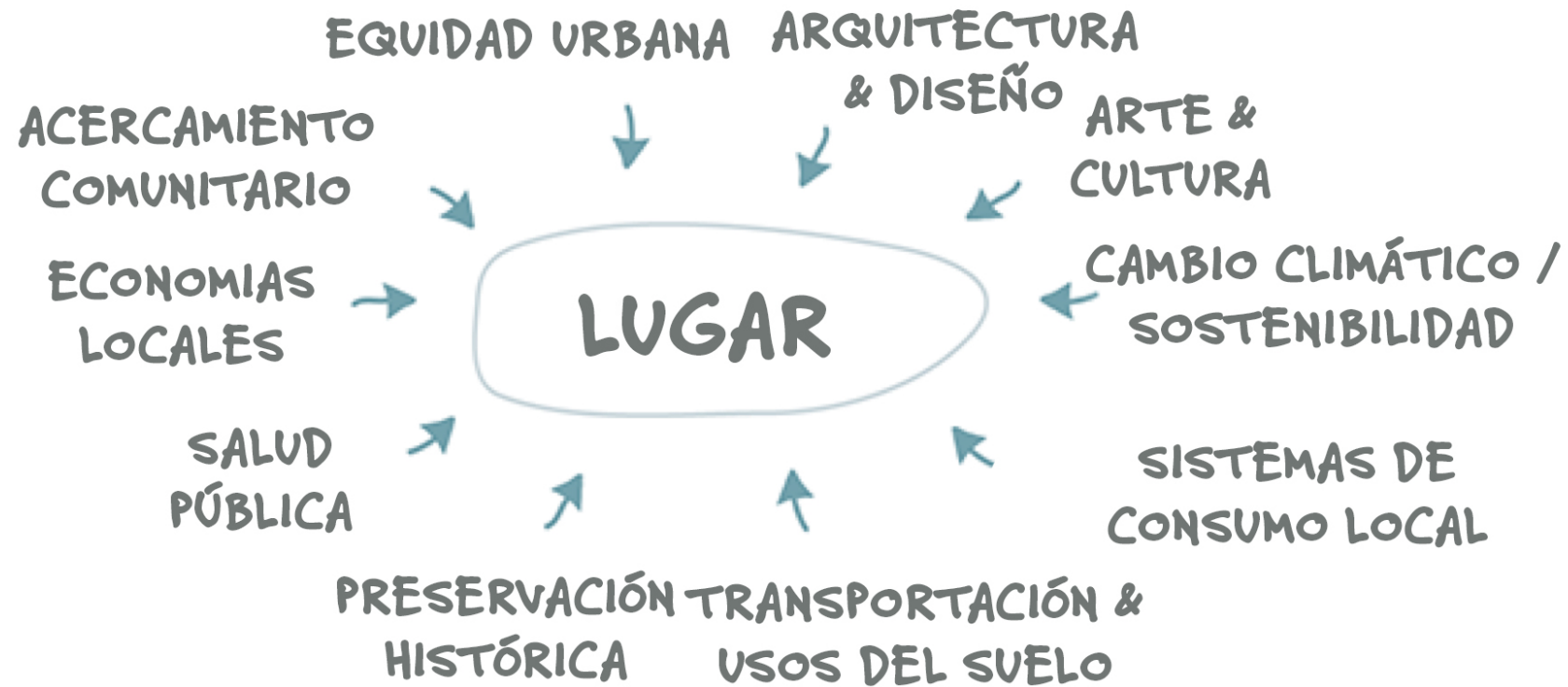
BNI

PMM

Cuando tú te enfocas en el lugar,
haces todo de manera diferente.



CONVERGENCIA DE MOVIMIENTOS / DICIPLINAS AL REDEDOR DE LOS **LUGARES PÚBLICOS**



Nosotros le damos forma a nuestro espacio público, luego nuestro espacio público nos da forma a nosotros.



Es difícil crear un espacio que no atraiga gente, lo que es increíble, es la cantidad de veces que esto ha pasado.

- William H. Whyte





“Si planeamos con diseño obtenemos diseños”

“I don't do context” - Frank Gehry



Guggenheim Museum – Bilbao, Spain







“No es suficiente buscar la belleza en el diseño, porque más hermoso es el servicio que ofrecemos a otro tipo de belleza: la calidad de vida de las personas, su adaptación al ambiente, el encuentro y la ayuda mutua”

- Papa Francisco

Lo que atrae a la gente, es la gente.

- William H. Whyte



Humilde, sin ser de adrede ni aleatorio como muchos parecen, los andenes son un pequeño cambio del que la riqueza citadina de la vida pública puede crecer.

- Jane Jacobs







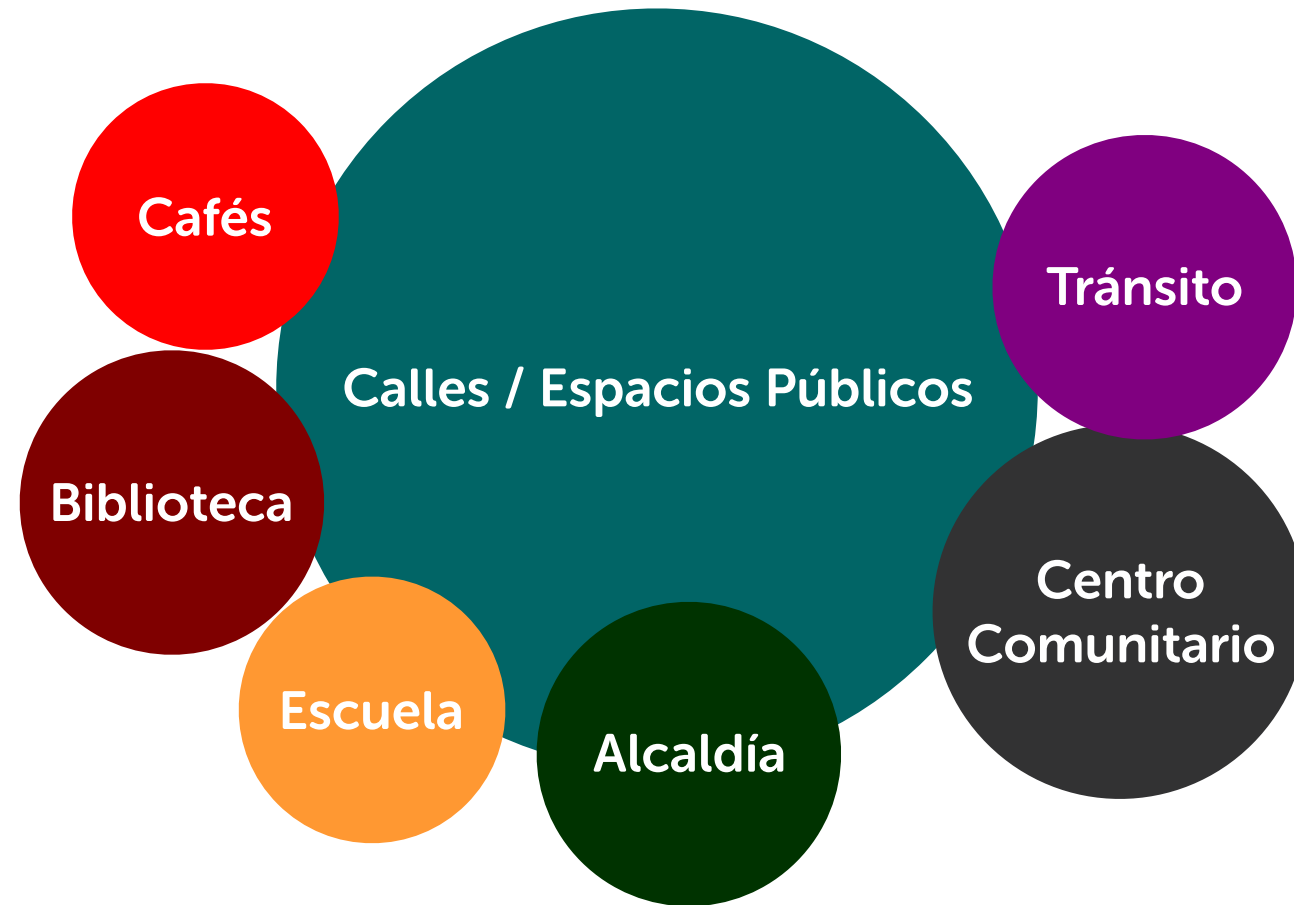


**“Los espacios públicos exitosos son el nuevo ancla de los habitantes”
- Marcello Corbo**

Instituciones Cívicas Usualmente



La Ciudad Del Futuro



¿Qué es Placemaking?

- Es un proceso comunitario
- Es un proceso natural y orgánico
- Localiza
- Es desarrollo económico
- Está adecuado a cada comunidad
- Crea capital social y espacial
- Resultados: Comunidades saludables y sostenibles

¿Qué es Placemaking?

Placemaking es una función humana dinámica: es un acto de liberación, de apostar por un sitio y embellecerlo. Es un verdadero proceso de empoderamiento.

¿Qué es Placemaking?

“**Placemaking**” es una idea y una técnica para mejorar un barrio, una ciudad o una región. Tiene el potencial de ser una de las ideas más transformadoras de este siglo.

Chicago - Metropolitan Planning Council



¿Cómo PPS conduce el cambio?

“Project for Public Spaces” es el núcleo del movimiento global de Placemaking, conecta a las personas con grandes ideas, desarrolla investigaciones, tiene la experiencia y una red de profesionales que ven los lugares como la clave para superar los retos más grandes.

Nosotros somos una organización de planeación, diseño y educación sin fines de lucro que ayuda a las personas a crear espacios públicos sustentables para construir comunidades más fuertes y resilientes.

Transformando
LUGARES

Ayudamos a darle forma al futuro de las comunidades y ciudades a través de espacios públicos individuales y grandes campañas de placemaking

Desde nuestra fundación en 1975, PPS ha ayudado a mejorar y planear cientos de espacios públicos alrededor del mundo, usando herramientas innovadoras para la planeación y los procesos comunitarios.

Hemos transformado **parques, plazas, cuadras, mercados públicos, calles, paradas del transporte público, malecones, campus, edificios públicos** y muchos más lugares.



Nuestras capacitaciones y proyectos han llegado a más de 3,000 comunidades, en 47 países desde 1975



Construyendo

EL MOVIMIENTO PLACEMAKING

Decidimos ampliar y construir la capacidad del Movimiento Placemaking de una manera global y local.

Construir el Movimiento Placemaking necesita intercambios activos que trasciendan una disciplina. Nuestras numerosas conferencias y capacitaciones son encuentros para precisamente impulsar los intercambios multidisciplinares.

El Consejo de Liderazgo Placemaking es un grupo de hacedores y pensadores frente al Movimiento Placemaking. El Consejo fue fundado en el 2013 y formado por PPS para ampliar el alcance del Placemaking como un movimiento internacional, así como para establecer un red interdisciplinaria de miembros y trabajadores del Placemaking en todo el mundo.



El Consejo de Liderazgo Placemaking está conformado por más de 1,800 miembros de 83 países diferentes.



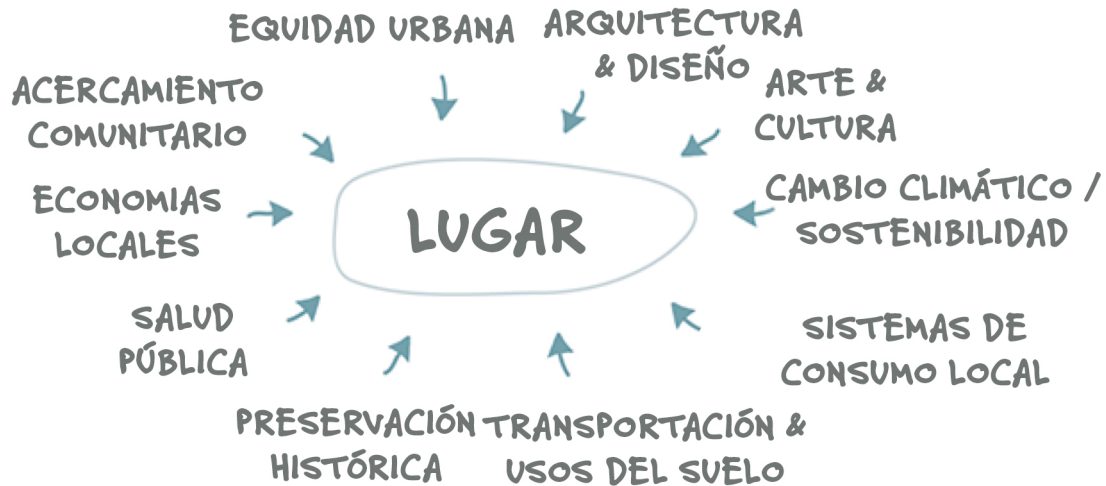
Haciendo campaña para el

CAMBIO SISTÉMICO

Hicimos la campaña de placemaking y nos comprometimos con organizaciones y movimientos que tienen ideas afines para influenciar la política, las disciplinas, las mentes y los corazones.

Una buena idea puede solucionar muchos problemas, y placemaking es una de esas. Existen muchísimas causas valiosas que brindan servicios a las comunidades en temas de sostenibilidad, equidad, salud pública y desarrollo económico. Lo que hace la diferencia entre esas causas y Placemaking es que en Placemaking todas esas causas convergen.

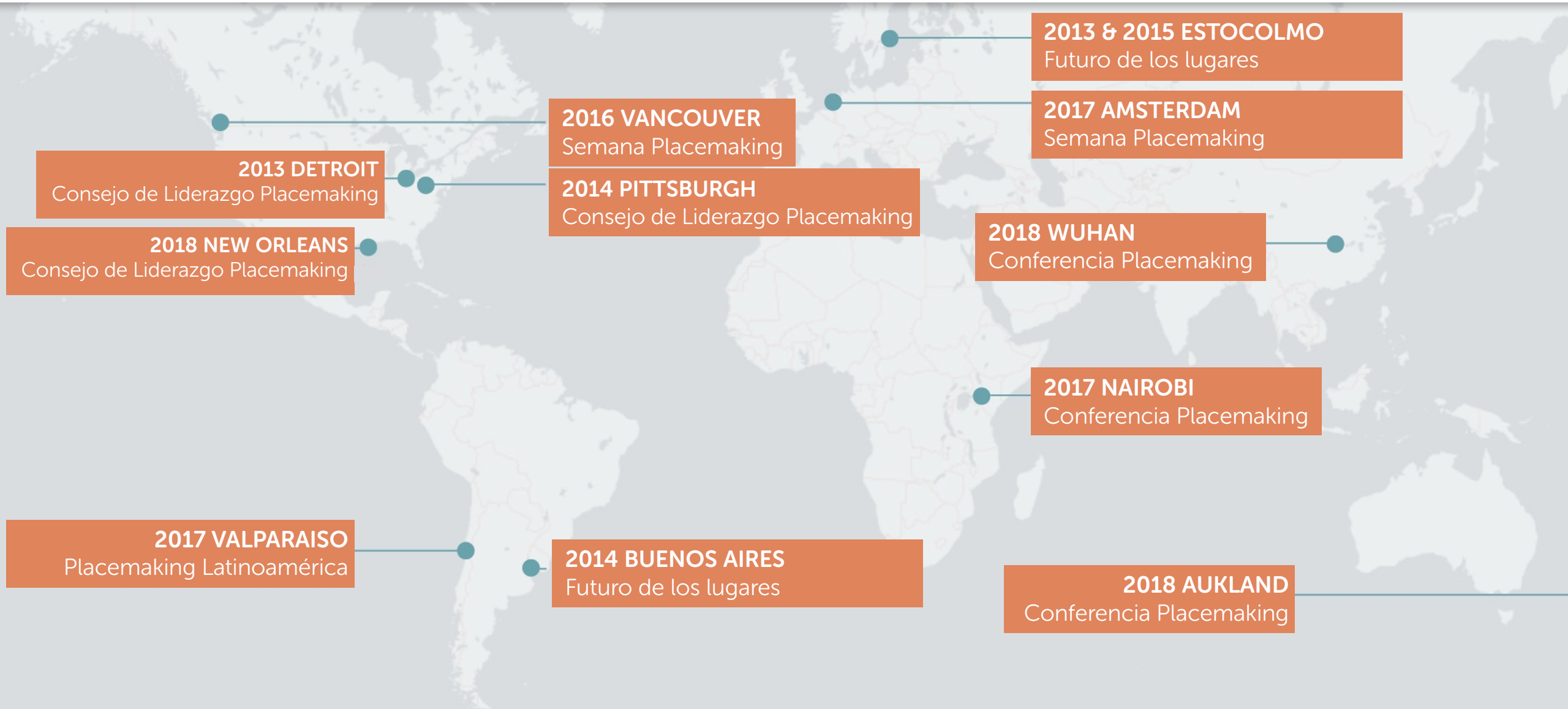
Cada día, los espacios públicos tocan la vida de muchas personas de diferentes maneras y esta es la razón por la cual las políticas, normas y disciplinas necesarias para transformar los espacios públicos brindan grandes oportunidades de desarrollar intervenciones colaborativas con resultados que benefician múltiples causas.



Cuando te enfocas en un lugar, haces todo diferente



MOVIMIENTO PLACEMAKING



AMSTERDAM
PLACEMAKING WEEK
OCT 10-14, 2017

HASHTAG ANALYSIS
2016 TO 2017



#PLACEMAKING

Futuro de los lugares

Una serie de tres conferencias a cargo de Habitat III

1600 personas
100 países



“Estamos creando un movimiento global para transformar espacios en lugares”

Cecilia Martinez,

Directora de la oficina de ONU Habitat Latinoamérica

“Las ciudades no son formas construidas, son formas sociales. Nosotros debemos diseñar desde la vida social, no para ello”

- Fran Tonkiss, LSE

“Durante mucho tiempo la ciudad ha sido compleja mas no completa, y en esa mezcla de carencia y complejidad radica la posibilidad que algunos carecen de construir una historia, una cultura y una economía.”

Saskia Sassen, Columbia University

Quito Papers

Conferencia impartida por los Directores Ejecutivos de ONU Habitat, el Dr. Joan Clos, Richard Sennet, Saskia Sassen y Ricky Burdett.

Las ciudades y los espacios públicos necesitan ser incompletos, porosos y complejos.

Los espacios públicos necesitan

- Usos múltiples
- Flexibilidades
- Mayor informalidad



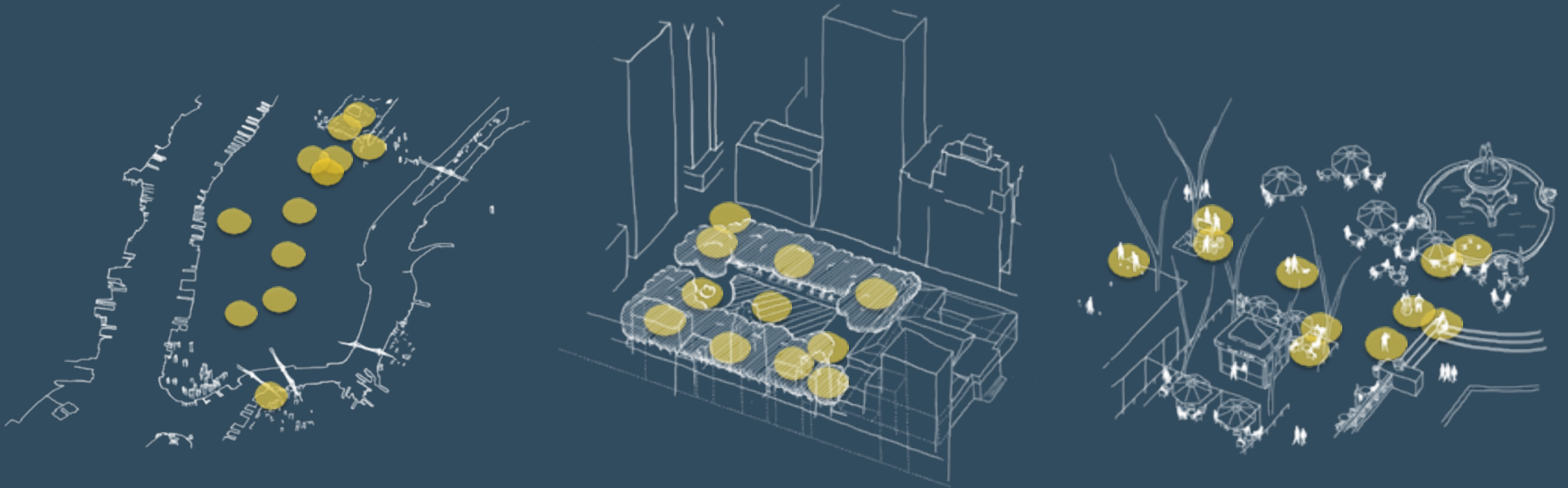


“Las ciudades tienen la capacidad de proporcionar algo para todos, sólo porque, y sólo cuando son creados por todos”

- Jane Jacobs

Power of 10

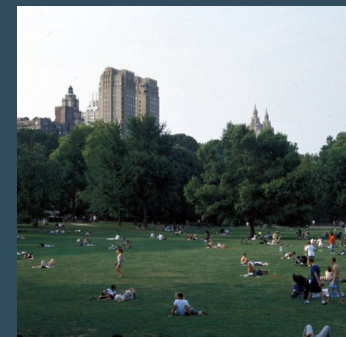
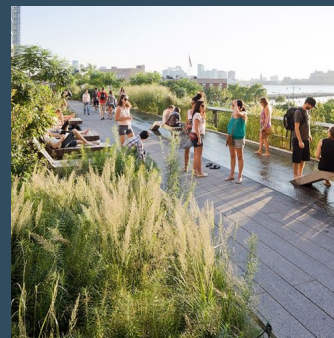
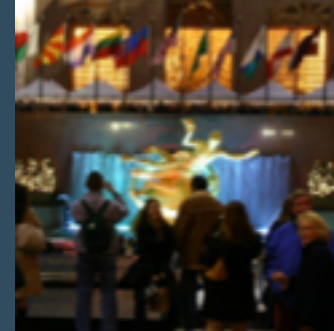
¿Cómo transformar ciudades a través del Placemaking?



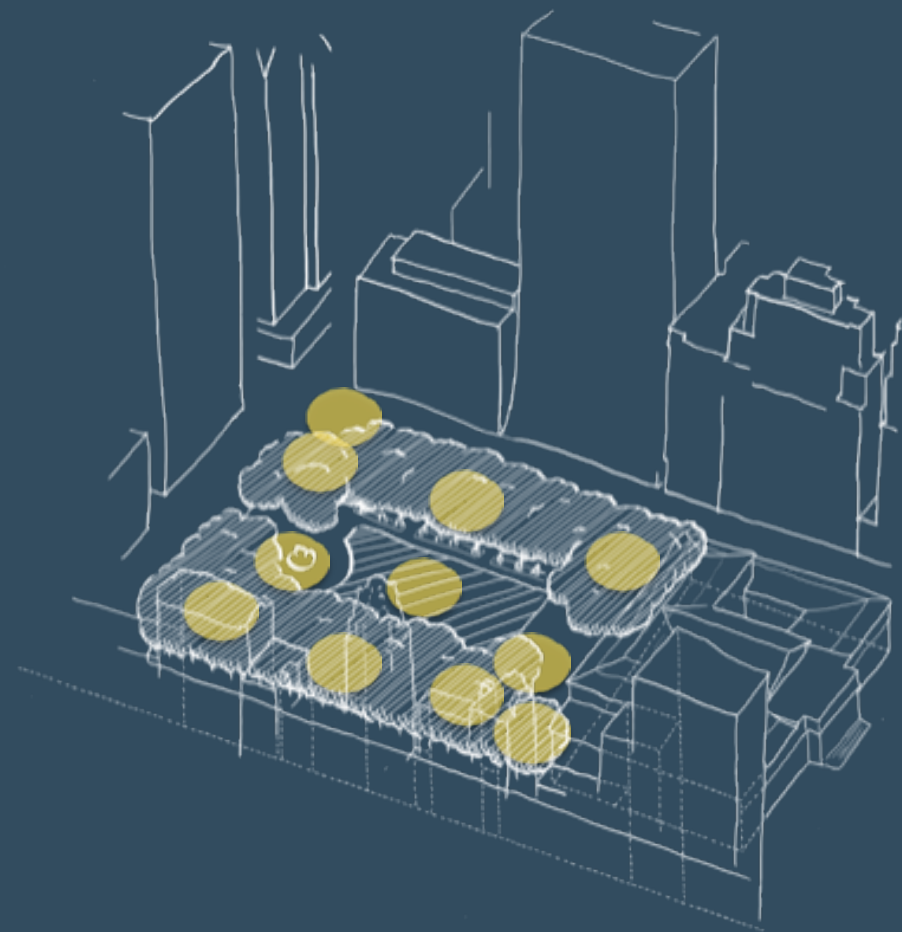
Ciudad / Región



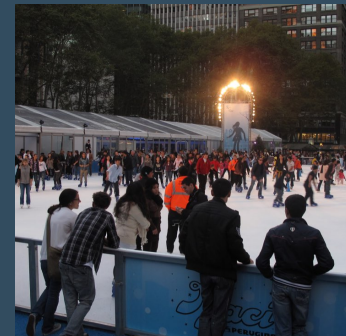
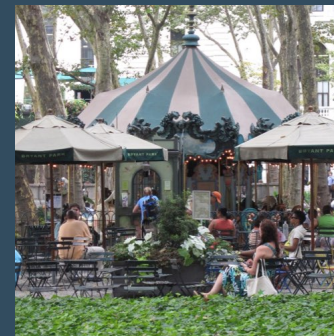
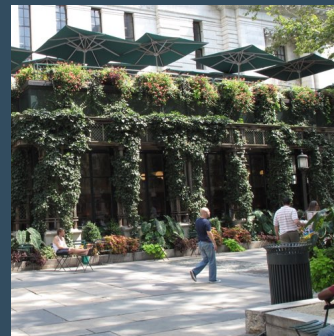
10 grandes destinos



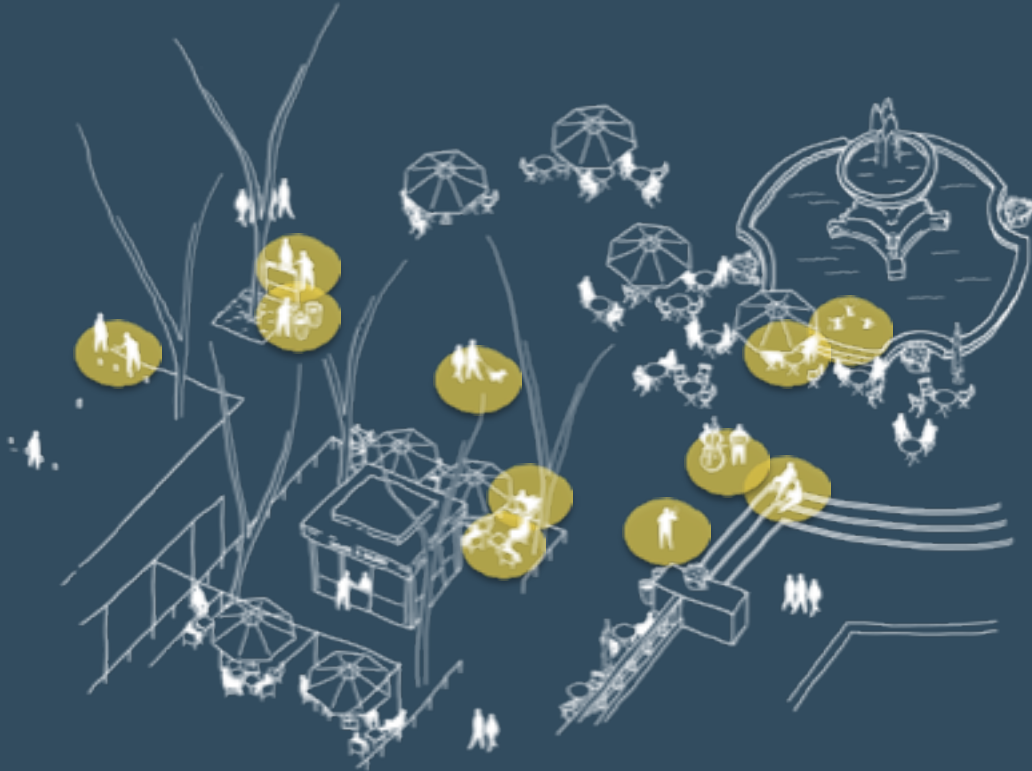
Destinos



10 lugares para ir



Lugar



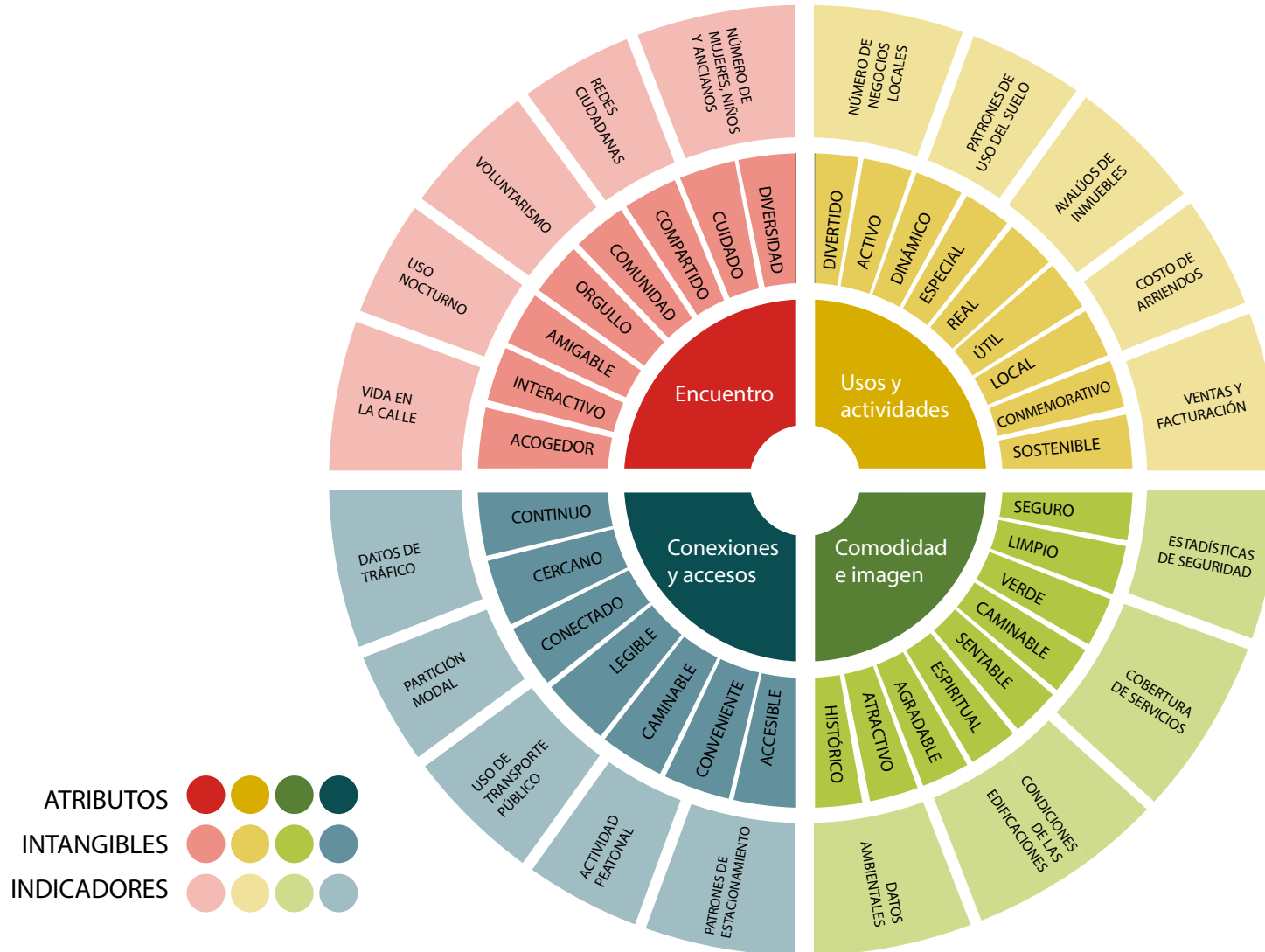
10 cosas para hacer
Capas para crear sinergia



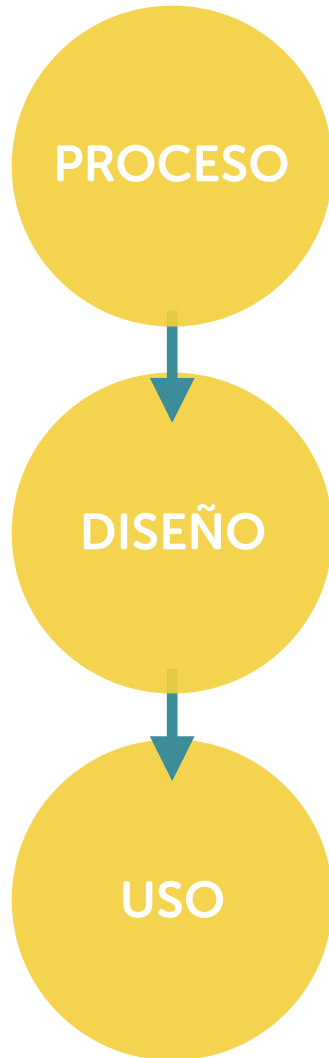
¿Qué hace exitoso a un lugar?



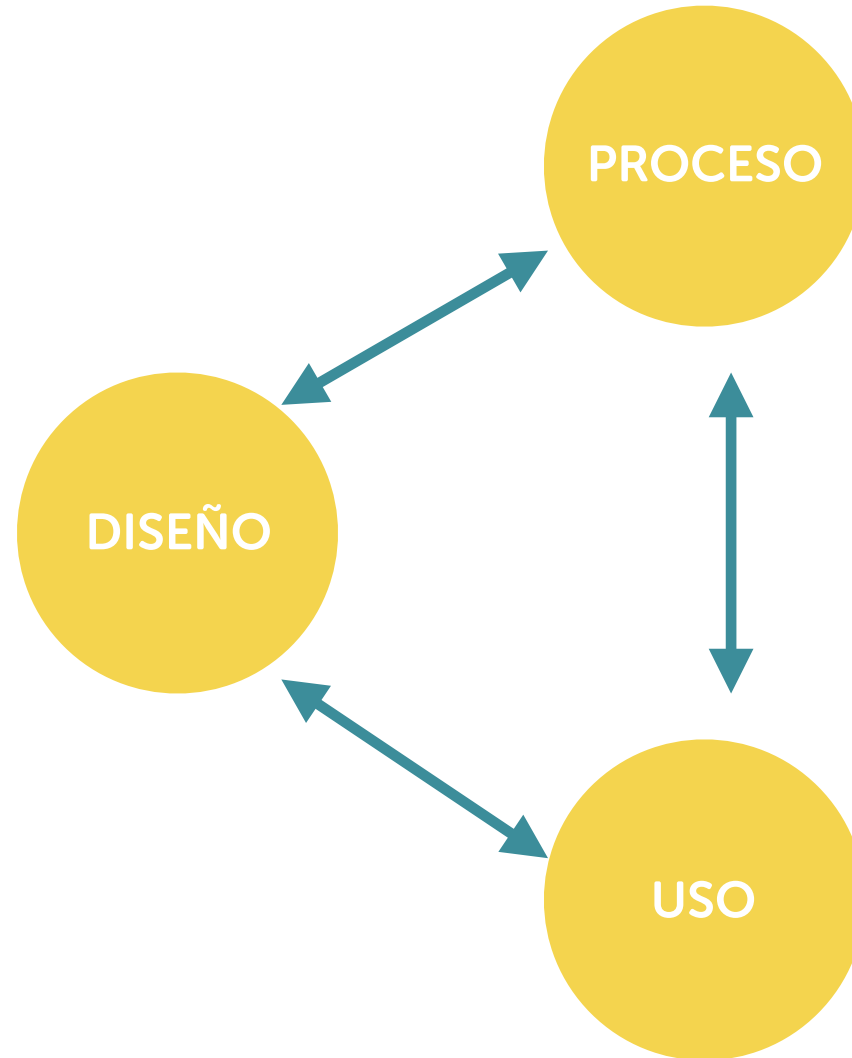
¿Qué hace exitoso a un lugar?



Planeación tradicional



Planeación Placemaking



¿Qué hace exitoso a un lugar?

- Atributos
- Intangibles
- Medición



Place Game

Un juego del funcionamiento de lugar Para iniciar el proceso de crear un lugar.

PPS is a nonprofit organization dedicated to creating and sustaining public places that build communities. We provide technical assistance, education, and research through programs in parks, plazas and central squares; buildings and civic architecture; transportation; and public markets. Since our founding in 1975, we have worked in over 1,000 communities in the United States and around the world, helping people to grow their public spaces into vital community places.

www.pps.org

©2005 Project for Public Spaces, Inc. The 'Placegame' cannot be used without formal, written permission from PPS. If permission is granted, full credit must be given to PPS on all written materials and in any verbal descriptions of the game.

SITIO #: _____ Fecha : _____

Evalua el Foro Lindbergh

CONFORT E IMAGEN	MALO		BUENO	
Es atractivo	1	2	3	4
Parece un sitio seguro	1	2	3	4
Está limpio /mantenido	1	2	3	4
Hay sitios cómodos para sentarse	1	2	3	4

Comentarios/Notas:

ACCESO Y CONEXIONES	MALO		BUENO	
Hay señalización indicando transporte público	1	2	3	4
Se puede caminar	1	2	3	4
Hay conexión de Internet	1	2	3	4
Hay señalización adecuada	1	2	3	4

Comentarios/Notas:

USOS Y ACTIVIDADES	MALO		BUENO	
Hay a mezcla de comercios/servicios	1	2	3	4
Eventos/actividades de la colonia	1	2	3	4
Hay otras actividades cerca	1	2	3	4
Vitalidad económica del área	1	2	3	4

Comentarios/Notas:

SOCIABILIDAD	MALO		BUENO	
Este lugar es bueno para estar en grupo	1	2	3	4
Evidencia de voluntariado	1	2	3	4
Sentimiento de orgullo y propiedad	1	2	3	4
Hay niños y ancianos presentes	1	2	3	4

Comentarios/Notas:

Identifica Oportunidades

- ¿Qué es lo que más te gusta de este sitio?
- Enlista tres cosas que harías para mejorar este lugar que se podrían hacer inmediatamente y que no sean costosos:
- ¿Cuáles son los tres cambios que harías a largo plazo que tendrían el mayor impacto?
- Preguntale a alguien que está en este lugar: ¿Cuál de la tres tendría el mayor impacto?
- ¿Qué talentos locales puedes identificar que podrían ayudar a implementar algunos de los mejoramientos que propusiste? (por ejemplo, artistas, músicos, jardineros, etc.) Por favor, se lo más específico posible.

PLACE GAME



ENFOQUE DE PROYECTO O DISCIPLINA



ENFOQUE DEL LUGAR Y SU COMUNIDAD



UN NUEVO PROGRAMA URBANO

Donde la **innovación** y el **lugar** están estrechamente relacionados, las ciudades se harán fuertes y democratizarán sus activos existentes

Las ciudades están cada vez más definidas por sus
vecindarios y núcleos urbanos

- | | | | |
|----|-----------------|----|------------------|
| 1 | Barceloneta | 21 | Estrella |
| 2 | Boquena | 22 | Canal |
| 3 | Canal | 23 | Guardo |
| 4 | Sa. Caterina | 24 | Horta |
| 5 | Colsecoch | 25 | Val d'Hebron |
| 6 | Isaac | 26 | Canyelles |
| 7 | Sagrada Família | 27 | Nura |
| 8 | Sant Antoni | 28 | Guineuets |
| 9 | Hostalrucs | 29 | Merçà |
| 10 | Port | 30 | Montsenat |
| 11 | Sants | 31 | Ciutat Meridiana |
| 12 | Les Corts | 32 | Trota |
| 13 | Galvany | 33 | Bon Pastor |
| 14 | Sant Gervasi | 34 | Felp II |
| 15 | Santa | 35 | Sant Andreu |
| 16 | Tres Torres | 36 | Clix |
| 17 | Vallcarlos | 37 | Provençals |
| 18 | Abaceno | 38 | Sant Madi |
| 19 | Lesseps | 39 | Sud-Oest Besos |
| 20 | Libertat | 40 | Unit |

- Area d'influencia primària
- Area d'influencia secundària
- Area d'influencia terciària





Más innovadores colaboran a través de **relaciones informales**, **lugares vibrantes** ayudan a crear y fortalecer esas conexiones



TOMAR Y COMER



SALIR AL PARQUE



ASISTIR A EVENTOS

CAMINAR POR LAS CALLES



3

HORAS POR DÍA



365

DÍAS AL AÑO



= 1,095

HORAS DE COLISIÓN



1

ACRE



1,095

HORAS



= 2.3

HORAS DE COLISIÓN POR PIES CUADRADOS AL AÑO

ACTIVIDADES QUE PUEDEN UNIRSE

DENSIDAD SOCIAL

Un **reino público vibrante** actúa como densidad, concentrando las **interacciones sociales** que conducen a la **innovación**.



NÚCLEOS DE INNOVACIÓN

Mantienen juntos los **activos innovadores**, los **lugares activos** e **interconectan los activos**, todo en un destino



Aprendiendo

Andando en
bicicleta

Coincidiendo

Probando

Comiendo

Conectando

Tomando un
cafe

Trabajando

Socializando

Visitando

Encontrándonos

Bebiendo

Trabajando en
equipo

- Impuestos y cargos, valor político > valor público
- “Gobierno interventor” = difícil de acceder y de hacer negocios
- Protección de recursos y competencia por recursos
- Poca confianza mutua = riesgo durante la gestión
- “Rectitud” y “equidad” como excusas para no hacer nada
- Consultas simbólicas y decisiones a corto plazo
- El arraigo por el sitio varia
- “Evita el sistema”
- No hay confianza
- Impotencia
- Respuesta reactiva al cambio (NIMBY)



Creación de una **campaña** estratégica

1. Identificar su visión y metas
2. Identificar objetivos y destinatarios: espectro de aliados
3. Narrativas de evaluar hoy que tienen que cambiar en los narradores de los propios términosConstruct you narratives in context to reality today
4. Definir campaña narrativa
5. Identificar puntos de intervención
6. Lanzamiento de la campaña, aplicar estrategias historia contextually a temas concretos de actualidad, noticias, proyectos.
(Pruebas iterativas como sea necesario a lo largo de este proceso).

Manténte en contacto con nosotros

pps.org

 /projectforpublicspaces

 @PPS_Placemaking

 pps_placemaking