

PLACEMAKING: ¿Y ESTO DE QUÉ VA?

Autor: Màrius Navazo

Geógrafo del Grupo de Estudios y Alternativas 21 (Gea21)

Palabras clave: placemaking, espacio público, participación, diseño urbano, movilidad

*“If you plan cities for cars and traffic, you get cars and traffic.
If you plan for people and places, you get people and places”.*
Fred Kent.

El pasado mes de abril se celebró en la ciudad norteamericana de Detroit el primer *Placemaking Leadership Council* con el objetivo de comenzar a fortalecer y consolidar el *placemaking* como un movimiento internacional. Este evento fue organizado e impulsado por [Project for Public Spaces](#) (PPS), una organización con base en Nueva York que ha estado detrás –conjuntamente con Jan Gehl o Transportation Alternatives, entre otros- de las transformaciones urbanas llevadas a cabo durante los últimos años en Times Square, Broadway, Madison y Herald Square, entre otras muchas acciones en otros lugares del mundo.

Asimismo, este impulso liderado por PPS está siendo recogido por UN-Habitat, organización que –conjuntamente con PPS- celebrará este junio la Conferencia [The future of places](#) en la ciudad de Estocolmo. Ésta será la primera de una serie de tres conferencias que darán lugar a Habitat III en 2016.

Así pues, estos dos eventos parecen una buena excusa para hablar sobre *placemaking*. A continuación, en este post, se presentan distintos materiales recopilados casi todos de la web y el [blog](#) de PPS; únicamente el último apartado es propio del autor, así como algunas consideraciones y reflexiones personales a lo largo del texto. Estas reflexiones personales son fruto de la asistencia durante el mes de mayo al curso impartido en la sede de PPS y titulado [Placemaking: making it happen](#). Por su redacción en primera persona se refleja claramente que son autoría del que firma este post. En cambio, todo el resto, son materiales autoría de PPS, limitándose mi aportación en este caso a la ordenación y selección de los contenidos que se presentan.

1. Placemaking: una aproximación

Resulta interesante observar que si bien la gente percibimos las calles como un todo unido, como un lugar, la administración ha compartimentado las calles desde distintas perspectivas: la regulación del tráfico y el aparcamiento, el mantenimiento del pavimento, el mantenimiento de los servicios (agua, luz, gas, fibra óptica), los servicios de limpieza, la regulación de permisos de ocupación de aceras, las licencias urbanísticas, etc. Y lo más importante: aunque todas estas visiones sesgadas de las calles tienen como objetivo garantizar la calidad de vida y el bien común, no existe ninguna visión holística que se preocupe de mirar las calles en tanto que lugares, en tanto que sitios donde la gente se sienta atraída, quiera estar y repetir la experiencia.

De hecho, es admirable la cantidad de veces que las calles consiguen precisamente el efecto contrario: expulsar a la gente y obligarla a sólo estar de paso, fenómeno que también sucede demasiado a menudo en plazas y parques de nueva urbanización – muchos de los cuáles aparecen en las revistas de diseño urbano como buenas prácticas y referentes internacionales. Así pues, la primera pregunta que se plantea el *placemaking* (ya en los años setenta, de la mano de uno de sus “padres”, William H.

Whyte¹) es: con lo difícil que resulta diseñar espacios que no atraen a la gente ¿cómo puede ser que lo hayamos conseguido tantas y tantas veces?

Ante este interrogante, puede decirse de manera sintética que el interés del *placemaking* se centra en hacer del espacio público un lugar vivo. O en otras palabras: el *placemaking* se centra en la conversión del espacio (concepto meramente físico) en lugares (concepto que contiene la dimensión emocional, de vínculo entre las personas y su entorno).

A diferencia de tantas otras experiencias interesadas en dar un uso temporal a espacios privados en desuso (como las experiencias del Campo de Cebada en Madrid o “Esto no es un Solar” en Zaragoza), el *placemaking* no pretende dar un uso temporal, sino transformar aquella parte del espacio urbano que ya es de todos: el espacio público. Y no se fija en lugares excepcionales como grandes plazas o parques (que también), sino sobretodo en los pequeños lugares de la vida cotidiana. Evidentemente, la gente de PPS no son los únicos en trabajar en este sentido, ni desde esta sensibilidad, puesto que tenemos muchos ejemplos similares en otras partes del mundo, comenzando por Europa². Pero sí que creo que son uno de los organismos que ha construido un mayor corpus entorno a lo que podemos etiquetar como *placemaking*.



El Campo de Cebada en Madrid: ejemplo de aprovechamiento temporal de un solar. Diferentemente, el placemaking se centra en el espacio que es de propiedad colectiva: el espacio público.

¹ William H. Whyte estudió los comportamientos humanos en el espacio público, grabando y observando detalladamente el uso de calles, plazas y parques. Su obra de referencia es *The social life of small urban spaces*. Existe un interesante vídeo que acompaña este libro que puede visualizarse en: <http://vimeo.com/6821934>.

² Uno de tantos ejemplos, por poner uno, puede ser el trabajo realizado por la organización Sustrans en el Reino Unido. Véase este estudio de caso: http://www.sustrans.org.uk/sites/default/files/file_content_type/cockmuir-place-street-design-project-report-may-2013.pdf

En definitiva, y de manera muy resumida, el *placemaking* se puede definir como un proceso de mucho sentido común y poca complejidad que focaliza su atención en tres puntos:

- a) ¿Qué usos quiere la comunidad que contenga el espacio público? ¿Cuál es su visión de futuro sobre los usos que debe haber en un lugar determinado?
- b) ¿Qué diseño nos puede ayudar a alcanzar esa visión?
- c) ¿Qué medidas de gestión a lo largo del tiempo son necesarias para consolidar esa visión?

1a. Construcción de una visión compartida sobre los usos deseados

El *placemaking* pretende involucrar directamente a la gente en la decisión sobre cómo quiere que sea su espacio público, considerando que las personas son las mejores expertas a quien preguntar sobre cómo un lugar debe ser usado. El problema es que hace tiempo que estas cuestiones se dejaron exclusivamente en manos de los profesionales y la excesiva profesionalización de este campo ha comportado que mucha gente se sienta desconectada de los lugares que supuestamente deberían servir a sus necesidades y valores.

Muchos parques y plazas -incluso de reciente urbanización- están infrautilizados porque no presentan las actividades que motivan a los propios usuarios y residentes; la gran mayoría de calles son consideradas únicamente como conductos para mover gente, en vez de los lugares por excelencia de la vida pública. Si preguntamos a la gente por qué no van a un determinado lugar seguramente nos darán más de una razón; en cambio, si les preguntamos que harían para mejorarlo, seguramente encogerán los hombros y dirán que “es un tema de los profesionales”³. Así pues, la excesiva profesionalización de este campo también ha comportado que ahora cueste que la gente se dé cuenta del valor de sus intuiciones y necesidades.

Sin embargo, el papel de los profesionales que llevan a cabo un proceso de *placemaking* es el de ayudar a las comunidades a crear por sí mismas lugares atractivos. Con este objetivo en mente, los profesionales hablan con la gente que vive, trabaja, juega (o no), en un lugar determinado. Se les preguntan cuestiones y se les escucha con el objetivo de construir una visión de futuro compartida, que dé respuesta a sus aspiraciones y necesidades. Para ello, se puede recurrir a numerosas metodologías participativas, utilizadas en muchos procesos participativos fuera del paraguas del *placemaking*. Pero en cualquier caso, en esta fase lo primordial es construir un proceso que articule y ponga en valor las observaciones de los usuarios y residentes de un lugar sobre cómo hacer que un sitio funcione bien, es decir, que se convierta en un lugar atractivo y animado.

1b. El diseño para construir la visión compartida de usos deseados

La visión de futuro compartida tiene que evolucionar rápidamente hacia una estrategia y un diseño para implementar el cambio, comenzando por actuaciones que puedan implantarse de forma rápida, fácil y barata (véase más abajo el apartado *Lighter, quicker, cheaper*). Lo primordial es comenzar a ejecutar la visión, ni que sólo sea con medidas a pequeñas escala o a título de prueba piloto -las cuáles tienen la bondad de poder ser evaluadas y mejoradas en un proceso más iterativo que lineal.

³ Véase el post del blog de PPS *To make a great third place, get out of the way*: <http://www.pps.org/blog/to-create-a-great-third-place-get-out-of-the-way/>

Esto es una característica muy relevante, puesto que conlleva que el *placemaking* no sea un mero proceso de reflexión, sino un proceso de ejecución y –sobre todo– de gestión.

1c. La gestión del lugar

Ciertamente, la gestión es uno de los aspectos que se considera más importante. De hecho, desde PPS se afirma repetidamente que la mayor parte del éxito para que un lugar resulte atractivo reside en su *management*. Por este motivo, se puede conseguir que un lugar con un diseño pobre tenga vida gracias a su buena gestión: fuentes de agua que funcionen, pistas de petanca en buen estado, jardinería bien cuidada, programación de actividades, presencia de mercadillos, etc. Todas estas tareas pueden ser llevadas a cabo por la administración pública o, más interesante aún, por la propia comunidad. Dependerá de los costes que pueda asumir la administración y del grado de implicación de la colectividad que se hagan más o menos, o unas u otras.



Ejemplo de jardinería colectiva llevada a cabo por voluntarios en Manhattan, Nueva York. En el cartel se puede leer: “Este parque fue construido por The friends of Laguardia Place. Cualquier interesado en donar tiempo y/o trabajo por favor contactar con nosotros en”⁴

⁴ Véase también el programa *Green Thumb* del Ayuntamiento de Nueva York, que asiste a 600 jardines y a unas 20.000 personas que participan activamente en el cuidado de jardines públicos de sus respectivos barrios: <http://www.greenthumbnyc.org/index.php>

Uno de los 11 principios para crear lugares atractivos que establece PPS es precisamente “*you are never finished*”⁵. Es decir, dado que el espacio público debe responder a las necesidades de la comunidad, y dado que estas son dinámicas y cambiantes, es mejor estar siempre abierto a una gestión flexible del espacio. Un lugar nunca se puede dar por terminado, de la misma manera que no damos por terminada una ciudad. De hecho, tal y como se subrayó en el *Placemaking Leadership Council* de Detroit, obsérvese que se trata de un proceso y por eso se habla de *place-making*, ¡y no de *place-made!*⁶

Muchas ciudades crean lugares pero una vez inaugurados se olvidan de su *management*. Sin lugar a dudas, el mejor *management* es el *self-management*, es decir, no tener que programar actividades sino que la gente por sí misma ya opera un programa de actividades de manera regular: trabajadores comiendo cada día con su taper, niños jugando, encuentro de adolescentes, etc. Cabe decir que en el caso de las ciudades norteamericanas, muchas veces el coste del *management* es asumido por los *Business Improvements Districts* (asociaciones de negocios y propietarios de una zona determinada y que pagan una tasa para financiar proyectos dentro de la propia zona). Personalmente, y sin querer entrar a valorar la idoneidad de la naturaleza de estas figuras jurídicas⁷, creo que la idea importante a retener es el papel que también pueden jugar los privados en la gestión.

Evidentemente, a lo largo del tiempo, dada la naturaleza dinámica de las comunidades, el atractivo de un lugar podrá sufrir subidas y bajadas. Y esto está lejos del concepto actual de querer controlarlo todo y poner normas y ordenanzas. Pero así es como debe ser la vitalidad del espacio público: basada en gran parte en una gestión flexible y con el mayor grado de auto-gestión posible.

En definitiva, para recapitular y sintetizar esta primera aproximación, se puede decir que el *placemaking* es una práctica que se extiende a través de diversas disciplinas, más allá del planeamiento tradicional o el diseño urbano, detrás de la cual se encuentran las ideas visionarias y los análisis detallados de Jane Jacobs y William H. Whyte sobre la vitalidad del espacio público.

Uno sabe que está en un lugar atractivo cuando está rodeado de diferentes tipos de personas y gentes, pero sabiéndose a la vez como perteneciente al grupo. Así, pues, el *placemaking* no consiste en hacer sitios agradables para un determinado tipo de gente; es un proceso en el cual cada comunidad puede desarrollar su capital social a través de poner a la gente de acuerdo sobre una visión colectiva. No se trata de comprar, importar o quitar oportunidades de otros sitios, sino de desarrollar las propias capacidades de cada lugar.

Por lo tanto, el *placemaking* se escapa de la tradicional transformación urbana en base a proyectos destinados a solucionar un problema en particular (*Project/discipline driven approach*), para definirse como una perspectiva guiada por un enfoque basado en los lugares y la comunidad (*place/community driven approach*). En la perspectiva tradicional basada en proyectos se definen generalmente objetivos poco holísticos, establecidos por profesionales que miran el espacio público desde su propia disciplina

⁵ Véase la web de PPS: <http://www.pps.org/reference/11steps/>

⁶ Véase el post del blog de PPS *Overhead in Detroit: Ten great quotes from the Placemaking Leadership Council*: <http://www.pps.org/blog/overheard-in-detroit-ten-great-quotes-from-the-placemaking-leadership-council/>

⁷ Véase una valoración en HOYT, L. y GOPPAL-AGE, G. (2007) *The Business Improvement District Model: A Balanced Review of Contemporary Debates*, en *Geography Compass*, volume 1, Issue 4. Disponible en: http://www.lorlenehojt.com/yahoo_site_admin/assets/docs/Hoyt_Gopal-Agge_GECO.40112310.pdf

de conocimiento técnico, invitando a participar a la comunidad únicamente después que los objetivos estén fijados (y a menudo, el proyecto entero acabado). El resultado es que los proyectos a menudo dejan de lado muchos aspectos importantes para el lugar por el simple hecho que no pertenecen a la disciplina de los que lideran el proyecto; los proyectos se basan en diseños estáticos y rígidos, generalmente muy costosos económicamente de implementar; y el rol de la comunidad muchas veces se limita a un papel reactivo, de mitigación de impactos negativos. En cambio, en el enfoque basado en los lugares y la comunidad, se comienza por una evaluación colectiva y la definición de unos objetivos a alcanzar (construcción de la visión holística y compartida del lugar). En este enfoque los profesionales tienen un papel de recurso para la comunidad, y la transformación – tal y como se expone en el siguiente apartado- se inicia a través de experimentos a corto plazo que se evalúan iterativamente para construir una visión a largo plazo. De esta manera, se elaboran soluciones más flexibles, menos costosas y que evolucionan a lo largo del tiempo con garantías de éxito, en vez de construirse de una vez y sin saber cuál va a ser su grado de éxito o fracaso. Y, seguramente lo más importante, esta perspectiva de trabajo favorece que las personas desarrollen un mayor sentido de pertenencia a un lugar.

Lighter, quicker, cheaper: la herramienta de transformación del placemaking

Como ya se ha dicho, el *placemaking* implica crear una visión deseada de futuro. Pero no se trata únicamente de crear una visión sobre el papel, sino que el *placemaking* tiene como objetivo capital la ejecución de cambios para ir alcanzando esa visión consensuada.

Para tal efecto es necesaria una herramienta que permita transformar los espacios de manera fácil, rápida, y sin necesidad de una gran cantidad de dinero (*lighter, quicker, cheaper*), con el objetivo de que una vez consensuada la visión de futuro puedan comenzarse a ejecutarse transformaciones de forma inmediata⁸.

Ejemplos de medidas LQC (*lighter, quicker, cheaper*) pueden ser la transformación de calzadas sólo con mobiliario urbano y pintura, tal y como se muestra en las fotos de Broadway Avenue y Herald Square. Pero las medidas LQC pueden ser de naturaleza mucho más variada, como por ejemplo: la instalación de sitios para sentarse, tenderetes de venta ambulante, puestos de comida y refrigerio en la calle, instalación de piezas de arte (que puede ser producido por los propios vecinos), sacar al aire libre actividades que normalmente se realizan en el interior de edificios (centros cívicos, bibliotecas, comercios, etc.), decoración de ventanas y portales, actividades programadas (cine al aire libre, talleres infantiles, espectáculos de calle, etc.), decoración de un árbol de la calle para navidad, etc.

⁸ Véase el post del blog de PPS *How to be a citizen placemaker: think lighter, quicker, cheaper*. <http://www.pps.org/blog/tag/citizen-placemaker/>



Broadway avenue, cerca de Union Square, NYC: transformación de una parte de la calzada para peatones y usos estanciales, únicamente a través de pintura y mobiliario urbano. Obsérvese a la izquierda el bordillo aún existente -porque no se ha realizado ninguna obra- que delimitaba el límite de la acera.



Herald Square, NYC: transformación de una calzada sin ninguna obra: de carriles de circulación motorizada a una superficie coloreada de verde, blanco y amarillo, con jardineras, parasoles y sillas móviles. No son sillas para clientes de negocios de restauración, sino para toda la gente.

Por ejemplo, en cuanto a la instalación de sitios para sentarse, en Nueva York han optado repetidamente por las sillas y mesas móviles, que son ubicadas en el sitio deseado por cada usuario (a la sombra, al sol, en un rincón, al lado de otros compañeros, en solitario, etc.). De esta manera, la propia gente puede controlar dónde sentarse, escapando de las únicas maneras en las que ha podido pensar un diseñador a través de mobiliario fijo. Estas sillas son guardadas por las noches (tarea sufragada por los negocios de la zona), y durante el día no se han observado casi robos durante todos estos años. Lo mismo sucede en Granollers, dónde los comerciantes de la calle Mayor sacan sillas para que se siente quien quiera, no habiéndose contabilizado ni un solo robo durante todos los años que ya lleva en funcionamiento la iniciativa.

A menudo la visión de futuro no puede implementarse en su totalidad de manera inmediata. Pero eso no es lo más importante. Resulta mucho más provechoso un proceso construido a través de mejoras a corto plazo que puedan ser testadas y refinadas a lo largo del tiempo. Por lo tanto, las medidas LQC no deben ser entendidas como meras actuaciones baratas, sino como una manera inteligente de actuar y testar: podemos comenzar con experimentos a corto plazo, que nos ayuden a construir una mejor visión a largo plazo, la cual –a su vez- se puede comenzar a implantar con medidas LQC, sin necesidad de esperar a recaudar suficientes recursos económicos para realizar una gran reforma urbana. Por lo tanto, se podría decir que las estrategias LQC son la vía que permite a las comunidades experimentar con los lugares y aprender como la gente quiere usarlos antes de realizar cambios permanentes y costosos.

Personalmente, también me gustaría recalcar que las medidas LQC no deben entenderse necesariamente como efímeras; éstas pueden permanecer durante el periodo de tiempo que se considere necesario. Baste como ejemplo la transformación de Times Square, un espacio emblemático de Nueva York, con unos 27 millones de visitantes anuales, y que ha sido transformado con medidas LQC desde hace 5 años y aún sin una clara fecha de reforma definitiva y permanente.



Times Square, NYC: transformación de la calzada donde en 2009 circulaban coches, únicamente a través de pintura y mobiliario urbano. Obsérvese a la izquierda el bordillo aún existente -porque no se ha realizado ninguna obra- que delimitaba el límite de la acera.

Personalmente, y por regla general, afirmarí­a que la ejecuci3n de obras para reformar permanentemente las calles no debe acontecer hasta que no sea necesario por motivos del estado de mantenimiento de la infraestructura, pero no por motivos de transformaci3n de uso de la calle (excepto, en salvadas ocasiones, como por ejemplo lugares emblemáticos u otros). Cuando la infraestructura heredada pueda ser a3n amortizada, me inclinaría por seguirla utilizando, modificándose únicamente con mediadas LQC y evitando obras. Si lo que se quiere es modificar el uso que la gente hace de un espacio, las medidas LQC tienen un potencial enorme. En cambio, sí lo que se quiere es mejorar el estado de la infraestructura, entonces las medidas LQC no tienen capacidad para ello y es cuando las reformas en base a obras resultan necesarias. Llegado ese momento, si se ha dado el caso, las reformas permanentes deberán realizarse en base a los experimentos LQC implantados previamente. Esta misma reflexi3n -que no es una receta para tiempos de crisis económica sino un planteamiento general- es la que expuse en otro lugar a trav3s de la dicotomía “cambiar las reglas del juego versus cambiar el tablero de juego”⁹.

Además, personalmente a3n a3adiría dos bondades más de las medidas LQC: por un lado, constituyen una herramienta para implicar a la ciudadanía, puesto que permiten cambios que se convierten ellos mismos en catalizadores de la implicaci3n ciudadana. En otras palabras, lo que no consiguen los anuncios y las convocatorias de talleres de participaci3n para motivar a una parte de la ciudadanía a involucrarse en el proceso, lo pueden conseguir mucho más f3cilmente la ejecuci3n de cambios. Ante cambios ejecutados en nuestras calles, resulta mucho más f3cil que la gente opine y quiera participar en el proceso. La gran diferencia entre cambios ejecutados con obras y cambios ejecutados con medidas LQC es que mientras en el primer caso ya sería demasiado tarde para involucrarse, en el segundo caso nunca es tarde.

Por último, también cabe se3alar como bondad de las medidas LQC su naturaleza 100% reversible. Este aspecto ofrece un gran potencial a la hora de limar las reticencias de aquellos que se oponen a la ejecuci3n de cambios. Poder ejecutar transformaciones en forma de prueba piloto (y no de permanencia absoluta), que serán evaluados posteriormente para su validaci3n, mejora o anulaci3n, ayuda a suavizar sensiblemente los posicionamientos de partida y las reticencias al cambio (¡sobre todo cuando los cambios exigen tocar el *statu quo* del coche en la ciudad!). Y esto tiene como virtud poder comenzar a avanzar, evitando muchos estancamientos que a veces paralizan las transformaciones ya desde el inicio.

Diseño urbano versus placemaking

Cuando dise3amos un edificio siempre sabemos qué contendrá: viviendas, equipamiento cultural, oficinas, escuela, etc. Pues igualmente necesario resulta en el dise3o del espacio público saber de antemano qué tiene que contener, qué quiere la comunidad que contenga.

En cambio, demasiado a menudo el dise3o urbano se desentiende de lo que quiere la comunidad, tiende a resultar caro y los proyectos son una especie de obra de arte que quiere que sea mirada, pero que aporta nada o poco al entorno. Demasiado a menudo son únicamente dise3o, pero a diferencia de aquél que se realiza sobre lienzos individuales, éste se realiza sobre un espacio público que debe ser colectivo.

⁹ Véase NAVAZO, M. (2009) *Cambiar las reglas del juego para transformar la ciudad*, en Boletín Ciudades para un Futuro más Sostenible n°40, Escuela Técnica Superior de Arquitectura de Madrid-Universidad Politécnica de Madrid. Disponible en: <http://habitat.aq.upm.es/boletin/n40/amnav.html#3>

El *placemaking* requiere que los miembros de una comunidad estén en el centro de la planificación, siendo el diseño una parte pequeña pero importante del *placemaking* - puesto que, como se ha dicho, la gestión se considera la más crítica y crucial. El diseño a ejecutar debe ser producto de la implicación ciudadana, teniendo presente que lo que hace grandes los lugares no es su estética, sino sobretodo lo que la gente hace en ellos, como se sienten y lo usan, y como se apropian de ellos.

Placemaking no significa llenar las calles de nuevo mobiliario *cool*, simplemente copiando lo que han hecho en otra ciudad; no se trata de hacer un “cortar/pegar” de aquello que ha funcionado en otro lugar. El *placemaking* es sobre todo el proceso a través del cual los participantes deciden como debe ser un lugar. Los atributos físicos del espacio en cuestión son importantes, pero son sólo el medio, no el fin. Por eso, si mientras dura el proceso no se construye capital social en la comunidad, entonces no se está llevando a cabo una experiencia de *placemaking*; simplemente se está reorganizando el mobiliario urbano¹⁰.

Cualquier institución puede crear una plaza, pero ésta no será un lugar hasta que no sea usada por la gente. El *placemaking* trabaja para involucrar a las personas en decidir como debe ser su barrio o su calles. Y cuando se participa en esta toma de decisiones, es más probable que se use el espacio público y se tenga cuidado de él: no sólo porqué uno se siente participe de las decisiones, sino también porqué seguramente las decisiones han sido tomadas más de acorde con las propias necesidades.

Si bien es cierto que los grandes lugares son el resultado de una superposición de aportaciones individuales al espacio público (de la mano de residentes, negocios y otros usuarios del lugar), desde PPS se ha observado repetidamente que los procesos de *placemaking* necesitan de lo que ellos llaman *zealous nuts*¹¹. Una y otra vez han visto el impacto que una o pocas personas determinadas de una comunidad pueden tener para conseguir unir a la gente en un objetivo compartido. No se trata de expertos en la materia, sino de un recurso de la comunidad que generalmente resulta necesario. Desde PPS definen los *zealous nuts* acogiéndose a la definición que el científico Robert Jarvik acuñó para el concepto de líder: “visionarios con un sentido poco desarrollado del miedo y sin concepto de las probabilidades en su contra. Hacen que pase lo imposible”.

Evidentemente, los lugares no serán como los *zealous nuts* o una persona determinada quieran, puesto que deben ser un producto colectivo. Por lo tanto, en un proceso de *placemaking* se debe trabajar por conseguir la mayor variedad de participantes posibles. Y el papel de los *zealous nuts*, como ya de ha dicho, es el de conseguir implicar, entusiasmar e unir a la comunidad. El objetivo de buscar la variedad de agentes no es que todas las personas obtengan el resultado que quieren, sino que todas ellas tengan la posibilidad de compartir y escuchar lo que los otros quieren, y ser parte de un proceso que dará forma al espacio que comparten entre unos y otros.

Crear lugares que resulten atractivos tiene que ver más con conocer a la gente con la que los compartes que con el diseño urbano. Y las medidas LQC no sólo permiten experimentar con el *qué* haces, sino con el *cómo* lo haces. Cada barrio, plaza o calle puede ser atractiva si la gente siente que contribuye a crear la animación del lugar. Por lo tanto, el fenómeno de la gentrificación del que tan a menudo se habla sucede cuando nos olvidamos que la animación y el atractivo no es otra cosa que la propia

¹⁰ Véase el post del blog de PPS *Challenges and warts: how physical places define local economies*: <http://www.pps.org/blog/challenges-and-warts-how-physical-places-define-local-economies/>

¹¹ Véase artículo de Fred Kent en: <http://www.good.is/posts/why-true-neighborhood-building-requires-the-dedication-of-a-few-zealous-nuts>

gente; y ésta no puede ser construida o instalada, sino que debe ser inspirada y cultivada¹².

Colocar el espacio público en el centro de la acción y el diálogo comunitario -llamado también como *Place Governance*- permite redefinir el marco de colaboración entre vecinos, obteniendo como resultado no únicamente vitalidad en las calles sino también equidad. Desde PPS definen los lugares equitativos como aquellos espacios dónde los individuos se sienten, en primer lugar, bienvenidos y, en segundo lugar, que está en sus manos el poder cambiar ese lugar a través de sus propias acciones.

El problema es que los actuales marcos dominantes de ciudadanía, según Harry Boyte¹³, se escapan de esta posibilidad: en el marco liberal, la ciudadanía son votantes y consumidores de bienes; en el marco comunitario, los ciudadanos son voluntarios y miembros de asociaciones. En otras palabras, para la mayoría de la gente, la ciudadanía significa o bien votar y comprar, o bien realizar buenas actos. Pero, en ambos casos, domina un concepto de ciudadanía pasiva, a la cual le son dados los derechos y los servicios gubernamentales. En cambio, el marco en el que opera el *placemaking* parte de la base que la ciudadanía es co-creadora de democracia. Los lugares equitativos no pueden ser dados, sino que deben ser creados de manera colaborativa, de manera que la gente deje de preguntarse qué puede obtener y comience a pensar qué puede construir en términos de recursos colectivos.

Por otra parte, Matt Leighninger¹⁴ añade que el defecto de buena parte de los procesos de participación ciudadana y de los trabajos de diálogo comunitario es que demasiado a menudo abordan un problema particular y, una vez acabado el tema, todo finaliza ahí. Uno pensaría que la gente que ha participado en esa experiencia colectiva va a seguir buscando la posibilidad de participar en otros temas o debates, pero normalmente eso no sucede. A menos que exista un entorno social que anime a la gente a participar, reconociendo y recogiendo sus contribuciones, es poco probable que la gente se mantenga involucrada. Y el *Place Governance*, apoyado en el *placemaking* como herramienta, trata precisamente de crear este entorno social, este sistema de soporte.

El potencial del *placemaking* para redefinir el monopolio de la movilidad urbana

Por último, personalmente querría añadir unas reflexiones sobre el papel que el *placemaking* puede jugar para redefinir el monopolio que la movilidad ostenta en nuestros ámbitos urbanos.

Como observamos cotidianamente, la casi totalidad de nuestras calles están pensadas exclusivamente como pasillos para desplazar personas y mercancías (a pie, en bici o en cualquier modo motorizado), dejando en manos de los técnicos de transportes la totalidad del espacio entre fachada y fachada. De esta manera, se ha expulsado de las calles a funciones eminentemente urbanas (juego, reunión, contemplación, etc.), confinándolas en lo que el urbanismo llama zonas verdes, es decir, plazas y parques. Ahora bien, el espacio natural por excelencia de estas actividades no es a cuatro o cinco esquinas de dónde uno vive, encerradas en oasis de verde, sino delante de la puerta de casa. Ahí es donde estas actividades se fortalecen y cobran sentido,

¹² Véase el post del blog de PPS, *All placemaking is creative: how a shared focus on place builds vibrant destinations*: <http://www.pps.org/blog/placemaking-as-community-creativity-how-a-shared-focus-on-place-builds-vibrant-destinations/>

¹³ Véase el post del blog de PPS *Stronger citizens, stronger cities: changing governance through a focus on place*: <http://www.pps.org/blog/stronger-citizens-stronger-cities-changing-governance-through-a-focus-on-place/>

¹⁴ Véase el mismo post anterior.

quedando debilitadas y empobrecidas si suceden desligadas de la vida cotidiana y de la proximidad más inmediata de nuestras viviendas¹⁵.

Si bien esto puede parecer utópico, lo cierto es que la planificación de la movilidad urbana nos habla ya desde Collin Buchanan, hace más de 50 años, de la necesidad de jerarquizar el viario, dejando sólo un 25% aproximadamente de las vías para el tráfico de paso motorizado (con origen y destino barrios distintos), y considerando el 75% restante de la trama urbana como vías vecinales, dónde la circulación de vehículos motorizados debe ser estrictamente local. Estas zonas de tráfico local son las que hoy reciben nombres tan diversos como zonas de pacificación del tráfico, super islas, celdas ambientales, zonas residenciales, zonas 30, etc.

Pero lo más interesante de este concepto, adoptado por la propia ingeniería de tráfico, es su gran potencial para liberar a la ciudad de la función predominante del tráfico. Así, es necesario sacar provecho de este concepto ingenieril, sin reducir su objetivo a simplemente conseguir que pasen pocos coches y que estos circulen a velocidad reducida. El querer estas condiciones de tráfico no puede ser una finalidad en sí misma; ni tampoco el medio para un objetivo sectorial de seguridad vial. Perseguir estas condiciones de tráfico debe ser el medio para conseguir un objetivo mucho más amplio: que la mayoría de calles de nuestros pueblos y ciudades recuperen y/o fortalezcan la complejidad de usos eminentemente urbanos, desconfiándolos de plazas y parques y diseminándolos por el conjunto de la trama urbana.

Y este proceso de despertar estos usos que hoy están debilitados y adormecidos no puede ser un proyecto técnico creado autistamente desde un despacho profesional; sino todo lo contrario, dado que la magnitud de los cambios que se pueden llegar a plantear necesita de consensos colectivos. Por ejemplo, si bien tenemos asumido interiormente el ruido del tráfico motorizado y que las calles son un almacén perfecto para aparcar el coche, no existe el mismo grado de impasibilidad ante unos bancos que se llenan de gente diversa, el ruido procedente de gente hablando por la noche, o las pelotas de los niños jugando. En definitiva, el objetivo de hacer reales funciones urbanas que en muchos casos hoy permanecen latentes requiere más de diálogo social que de técnica ingenieril o de diseño.

Por todo ello, creo que el *placemaking* puede ser un gran aliado para acometer la transformación de estos grandes espacios urbanos que la ingeniería del tráfico hace años que ha liberado -demasiado a menudo sólo de forma teórica y únicamente sobre el papel. Y creo que el *placemaking* puede ser un gran aliado fundamentalmente por dos motivos:

1) Cualquier redefinición del espacio público no podrá ser leído como un éxito si este queda vacío y desierto. Más aún si, a causa de la transformación, se pierden plazas de aparcamiento o se toca el *statu quo* del coche; entonces el proceso será leído y vendido como un absoluto fracaso. Y reconozcamos honestamente que los profesionales tenemos una capacidad limitada para predecir como la gente va a responder a nuestras propuestas. En cambio, como ya se ha dicho, la virtud del *placemaking* en este sentido es que cuando las personas participan en la toma de decisiones es más probable que se use el espacio público y se tenga cuidado de él.

2) Las medidas LQC que se usan en los procesos de *placemaking*, como se ha dicho repetidamente, permiten: comenzar a ejecutar transformaciones palpables; ayudar a limar las reticencias iniciales al cambio; posibilitar que la ciudadanía (y los servicios

¹⁵ Véase NAVAZO, M. (2010) *De la ciudad de tránsito a la ciudad hogar*, en Boletín Ciudades para un futuro más Sostenible, nº45, Escuela Técnica Superior de Arquitectura de Madrid – Universidad Politécnica de Madrid.

Disponible en: <http://habitat.aq.upm.es/boletin/n45/amnav.html>

técnicos municipales) experimenten cuán de positivos (o no) son los cambios; y redefinir las acciones si no funcionan como se esperaba inicialmente.



Calle Miquel Ricomà en Granollers (Barcelona). Transformación con medidas LQC: sustitución del cordón de aparcamiento por jardineras y bancos; conversión de facto en una calle secundaria para el tráfico motorizado, ubicando en el centro de un tramo de calle unas piezas circulares de hormigón (utilizadas, a su vez, con fines sociales). El tráfico motorizado, pues, no se prohíbe, sino que únicamente se cambian los sentidos de circulación y se impone la prioridad peatonal en la calzada y una velocidad máxima de 20km/h. Por último, los vecinos pintaron juegos infantiles sobre la calzada.



Calle Miquel Ricomà en Granollers (Barcelona). Una calle que únicamente servía como infraestructura de movilidad (incumpliendo la legalidad porque la acera es demasiado estrecha), se convierte en un espacio multifuncional (gracias a las medidas LQC detalladas en la foto anterior): gente charlando en el banco, el comerciante que sale a hablar a la calle, la vecina que se sienta en el portal de casa, los niños que juegan, y el desplazamiento de personas (que, ahora sí, se desplazan amparadas por la legalidad).

Obsérvese que el reto de transformar estos amplios espacios urbanos es bien diferente a la transformación ya acometida en muchos de nuestros centros históricos en Europa. Mientras que a menudo la trama urbana de los centros históricos, muchas veces de origen medieval, ya expulsa por sí misma el coche (dadas las estrechas secciones de las calles), la mayoría del resto de la trama urbana se diseñó para acomodarlo y facilitar enormemente su uso. Mientras que los centros históricos son excepcionales porqué representan únicamente entorno al 3-5% de las tramas urbanas, y por lo tanto hemos podido gastar grandes cantidades de dinero en obras para modificarlos completamente, las tramas urbanas de las zonas de pacificación del tráfico son mayoritarias (componen entorno al 75% de la ciudad) y, por lo tanto, las transformaciones no pueden basarse en obras. Y más importante aún: muchas veces (no siempre) los centros históricos se han peatonalizado en un contexto de existencia previa de una gran masa crítica de peatones en ese entorno. Por lo tanto, sólo con mantener la misma magnitud de usuarios la peatonalización ya podía ser leída como un éxito (y en muchos casos, como bien se sabe, la peatonalización ha incrementado el número de peatones en los centros históricos). En cambio, en el caso que nos ocupa, las transformaciones a acometer no tienen como objetivo mantener o aumentar el número de usuarios (es decir, de gente que juega en la calle, de gente que sale a la puerta de casa a charlar o sentarse en una silla, etc.). El objetivo en este caso es volver real unos usos latentes: debemos pasar de un escenario dónde no están presentes a un escenario en el que están presentes y constituyen la vida y el bullicio urbano.

Y esto no debe suceder por romanticismo y/o idealización de lo que debe ser la vida urbana, sino para afrontar los grandes retos urbanos contemporáneos: sedentarismo (especialmente infantil), seguridad ciudadana (en línea con el concepto de Jane Jacobs "eyes on the street"), autonomía de las personas (de pequeños, grandes y de sus cuidadores/vigilantes), calidad acústica, seguridad vial, etc. Todos estos retos hoy son acuciantes tanto en grandes ciudades como en pueblos.

Antes estos retos globales, lo que debe quedar claro es que el camino para afrontarlos no pasa seguramente por ampliar las zonas centrales peatonales ni diseñar mejor algunos lugares emblemáticos. A problemas globales no les podemos dar soluciones puntuales, sino también globales. Y el techo del 75% de calles, el uso de las cuáles puede ser radicalmente transformado, ofrece un potencial claramente global.

¿Y por dónde comenzamos la transformación? Lo mejor es comenzar por aquellos lugares dónde intuyamos unas mayores probabilidades de éxito. Es decir, ahí dónde ya exista algún aliado (dígase asociación de vecinos, comerciantes o AMPA de una escuela) que vea con buenos ojos la propuesta de trabajo. Si la primera experiencia es leída como un fracaso, entonces se cancelará la transformación y no podrá ser retomada en mucho tiempo, ni ahí ni en otros lugares de la misma ciudad. Ahora bien, si es leída como un éxito, entonces será fácil que la sana envidia haga su trabajo y que sean otras calles o barrios los que pidan una transformación similar. De ahí la importancia que la primera experiencia en una ciudad sea un éxito: para ir consiguiendo aliados entre la ciudadanía que abran las puertas a nuevas zonas a transformar.

Obsérvese cuan hábiles han sido en la ciudad de Nueva York: en 2009 la administración comenzó a transformar lugares como Times Square o Broadway Avenue en base a prueba piloto de seis meses de duración. Hoy en día, el Ayuntamiento ya hace unos años que ha institucionalizado el [Public Plaza Program](#), con el que ha conseguido dar la vuelta al calcetín: ya no es la administración quién propone/impone cambios, sino que es la sociedad organizada quién solicita a través de este programa que su zona sea transformada. Un ejemplo similar sucede con la

transformación de calles residenciales en Friburgo¹⁶, dónde también parece que han tenido claro que la administración puede impulsar este camino, pero no puede andarlo sola.

En definitiva, y a modo de conclusión, podríamos decir que si la teorización de Buchanan sobre la jerarquización del viario nos vacía de coches el 75% de las calles, el *placemaking* nos tiene que ayudar a rellenar las calles de contenido. Simplemente, se trata de comenzar. Así que... ¿comenzamos?

¹⁶ Véase http://eltis.org/index.php?id=13&study_id=1356