



Proyecto de Proyección Social con vinculación territorial:

**“Los espacios públicos coscoínos, una red de vínculos interactivos”**

**Cátedra de Diseño Urbano 1**

# CIUDAD ESPACIO PUBLICO

VISIONES-equipamiento comunitario / VARIABLES-mobiliario urbano



REFLEXION GRUPAL sobre el derecho a la ciudad, PAISAJE faucc/ 2014





¿Qué muestran las series de imágenes precedentes?

¿Ven lo que cada una de ellas implica?  
¿Qué las distingue?

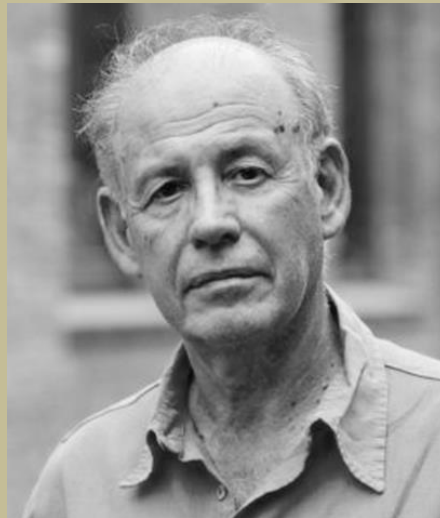


“La ciudad es un **PRODUCTO FÍSICO POLÍTICO y CULTURAL** complejo, una concentración de usos y actividades, mezcla social y funcional, con capacidad de autogobierno”

“La ciudad es el **PATRIMONIO COLECTIVO** en el cual tramas, edificios y monumentos se combinan con recuerdos, sentimientos y momentos comunitarios”

“La ciudad es un **AMBITO DE IDENTIFICACIÓN** simbólica y **DE PARTICIPACION** cívica”

“La ciudad es un **LUGAR DE ENCUENTRO y DE INTERCAMBIO**, ciudad de lugares, de espacios con sentidos y no de meros flujos”



geógrafo Jordi Borja

**CIUDAD**



Es PRODUCTO FÍSICO POLÍTICO y CULTURAL complejo?

Es PATRIMONIO COLECTIVO?

Es AMBITO DE IDENTIFICACIÓN simbólica y DE PARTICIPACION cívica?

Es LUGAR DE ENCUENTRO y DE INTERCAMBIO?



Plaza PROSPERO MOLINA



Es PRODUCTO FÍSICO POLÍTICO y CULTURAL complejo?

Es PATRIMONIO COLECTIVO?

Es AMBITO DE IDENTIFICACIÓN simbólica y DE PARTICIPACION cívica?

Es LUGAR DE ENCUENTRO y DE INTERCAMBIO?



río COSQUÍN

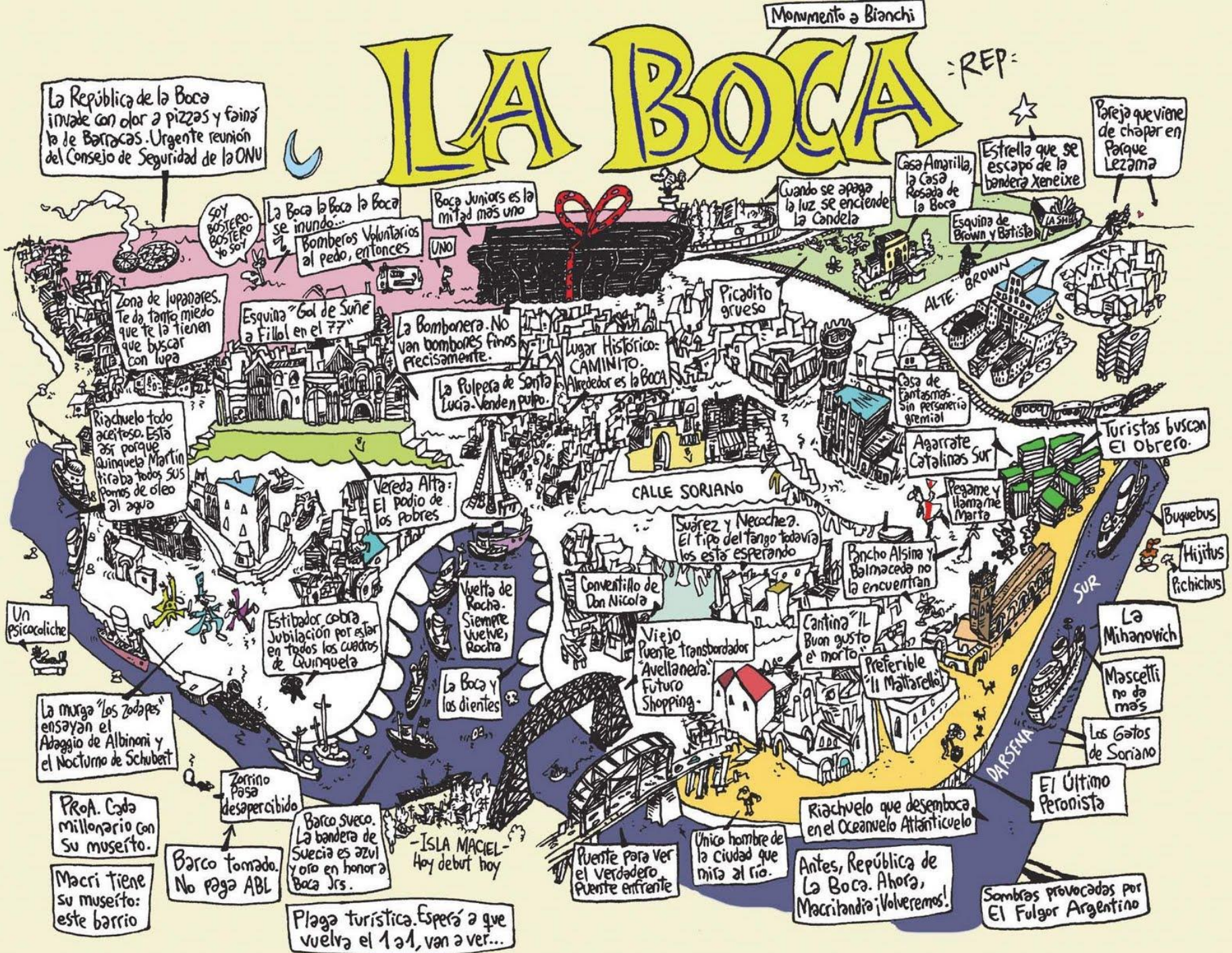




# LA BOCCA

REP:

La República de la Boca invade con olor a pizzas y fainá la de Barracas. Urgente reunión del Consejo de Seguridad de la ONU



SOY BOSTERO- BOSTERO yo soy

La Boca la Boca la Boca se inunda... Bomberos Voluntarios al pedo, entonces

Boca Juniors es la mitad más uno

Monumento a Bianchi

Casa Amarilla, la Casa Rosada de la Boca

Estrella que se escapó de la bandera Xeneixe

Pareja que viene de chapar en Parque Lezama

Zona de lupanares. Te da tanto miedo que te lo tienen que buscar con lupa

Esquina "Gol de Suñe a Fillaol en el 77"

La Bombonera. No van bombones finos precisamente.

La Pulpería de Santa Lucía. Venden pulpo.

Lugar Histórico: CAMINITO. Alrededor es la BOCA

Picadito grueso

Esquina de Brown y Batistola

ALTE. BROWN

Casa de Fantasmas. Sin personalidad prenatal

Turistas buscan El Obrero.

Riachuelo todo aceitoso. Está así porque Quinqueta Martín tiraba todos sus Pomes de oleo al agua

Vereda Alta: El podio de los pobres

CALLE SORIANO

Suárez y Necachea. El tipo del tango todavía los está esperando

Pancho Alsina y Balmaceda no la encuentran

Pegame y llámame Marta

Buquebus

Hijitus

Pichichus

Un psicocaliche

Estibador cobra Jubilación por estar en todos los cuadros de Quinqueta

Vuelta de Rocha. Siempre vuelve, Rocha

Conventillo de Don Nicola

Viejo Puente transbordador "Avellaneda". Futuro Shopping.

Cantina "IL Buon gusto e' morto"

Preferible "Il Mattarello"

La Mihanovich

Mascetti no da más

Los Gatos de Soriano

El Último Peronista

La murga "Los zodapas" ensayan el Adagio de Albinoni y el Nocturno de Schubert

Zorrino Pasa desapercibido

PROA. Cada millonario con su museo.

Macri tiene su museo: este barrio

Barco tomado. No paga ABL

Barco sueco. La bandera de Suecia es azul y oro en honor a Boca Jrs.

- ISLA MACIEL - Hoy debut hoy

Puente para ver el Verdadero Puente enfrente

Único hombre de la ciudad que mira al río.

Riachuelo que desemboca en el Océanvuelo Atlánticuelo

Antes, República de La Boca. Ahora, Macriandria; ¡Volveremos!

Sombras provocadas por El Fulgor Argentino

Plaga turística. Esperá a que vuelva el 1 a 1, van a ver...



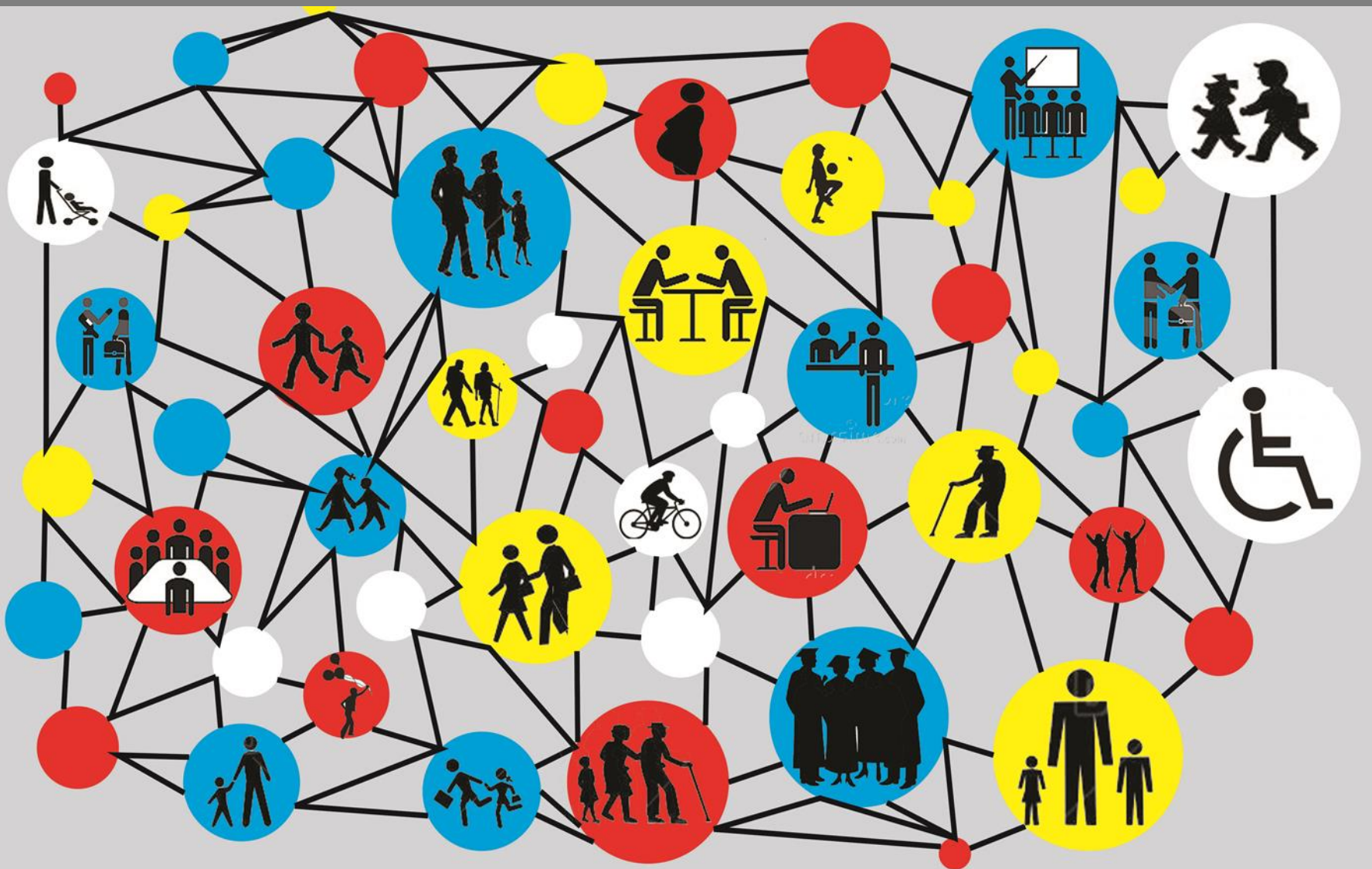
**“Leer y comprender” la ciudad es un proceso de aproximación que necesita de múltiples miradas y dimensiones, que aborden su complejidad y su diversidad.**

**Proponemos la lectura del contexto urbano desde diversas perspectivas y escalas de observación, abordando todos aquellos aspectos que pudieren constituir una herramienta de diseño.**

**El objetivo es construir un cuerpo de registros de la porción de realidad que nos toca considerar”**



# PROPÓSITO DEL PROYECTO



**“La oportunidad que ofrece este trabajo es abordar la dimensión humana en los espacios públicos y priorizarla. Implica comprender a la población, sus necesidades y las actividades que la misma desarrolla con sus diversas características y sus relaciones”**



# EQUIPAMIENTO COMUNITARIO





# LAS 24 VISIONES







**“La ciudad que se instala en nuestra memoria visual es la que recorreremos a pie”**

A partir de un detallado análisis del contexto social y edificado, afirma que la calle es el escenario donde las actividades sociales se concretan posibilitando el encuentro, comunicación e interacción.



arq. Jan Gehl





**Es la condición y la expresión de la ciudadanía y de los derechos ciudadanos.**

# ESPACIO PÚBLICO



**Es ámbito de expresión, significativo, polivalente, accesible y evolutivo. Es donde la sociedad se escenifica, se representa a sí misma, es la colectividad en la que se convive, muestra su diversidad, sus contradicciones y expresa sus demandas y conflictos.**



## BENEFICIOS DE LOS LUGARES

### Construye y Mantiene la Economía Local

- Emprendimientos a pequeña escala
- Mayor disponibilidad de bienes de calidad
- Incremento en valores inmobiliarios
- Propiedad local, Valor local
- Más empleos atrayentes
- Incremento en ingresos fiscales
- Menor demanda de servicios municipales

### Nutre y Define la Identidad Comunitaria

- Mayor organización de las comunidades
- Sentido de orgullo y voluntariado
- Perpetuación de integridad y valores
- Coerción mutua, acuerdos mutuos
- Menor necesidad del control gubernamental
- Autogestión

### Promueve Contactos Significativos y Frecuentes

- Fomenta la Sociabilidad
- Mayor exposición a la cultura, interacción
- Promueve intercambios y preservación de información, sabiduría, valores
- Promueve sistemas de intercambio
- Reduce las barreras raciales y de clase
- Sensación de interconexión

# LUGAR

### Potencia la Accesibilidad

- Mayor caminabilidad
- Seguridad para Peatones
- Compatible con el transporte público
- Reduce la necesidad del automóvil
- Reduce la necesidad de estacionamientos
- Uso mas eficiente del tiempo y dinero
- Mayores conexiones entre usos

### Promueve el Sentido de Comfort

- Atractivos visualmente
- Estimulantes
- Sentido de Pertenencia
- Mayor Seguridad
- Mayor calidad ambiental
- Libertad

### Atrae Diversidad de Población

- Mas mujeres, ancianos y niños
- Mayor pluralismo étnico y pluralismo
- Incentiva un amplio rango de actividades y usos
- Nuevos nichos de comercios y servicios
- Diversidad e identidad del entorno construido
- Uso mas eficiente del tiempo y dinero
- Fomenta la creatividad comunitaria

# LAS 4 VARIABLES



¿Cuál es el ESPACIO PÚBLICO por excelencia en esta propuesta?

“LA CALLE es el espacio Público por excelencia, constituye el 80% de los espacios públicos de una ciudad”.



¿Cómo podemos explicar eso?



Desarrollo de programas que conlleven una mejora social, urbanística y económica de los barrios;

Mejora de la accesibilidad y supresión de las barreras arquitectónicas.

Acondicionamiento de elementos comunes de la edificación

Provisión de equipamientos de uso colectivo;



<http://gehlarchitects.com/blog/the-human-scale-in-urban-design>

Implantación y mejora de infraestructuras energéticas y ambientales;

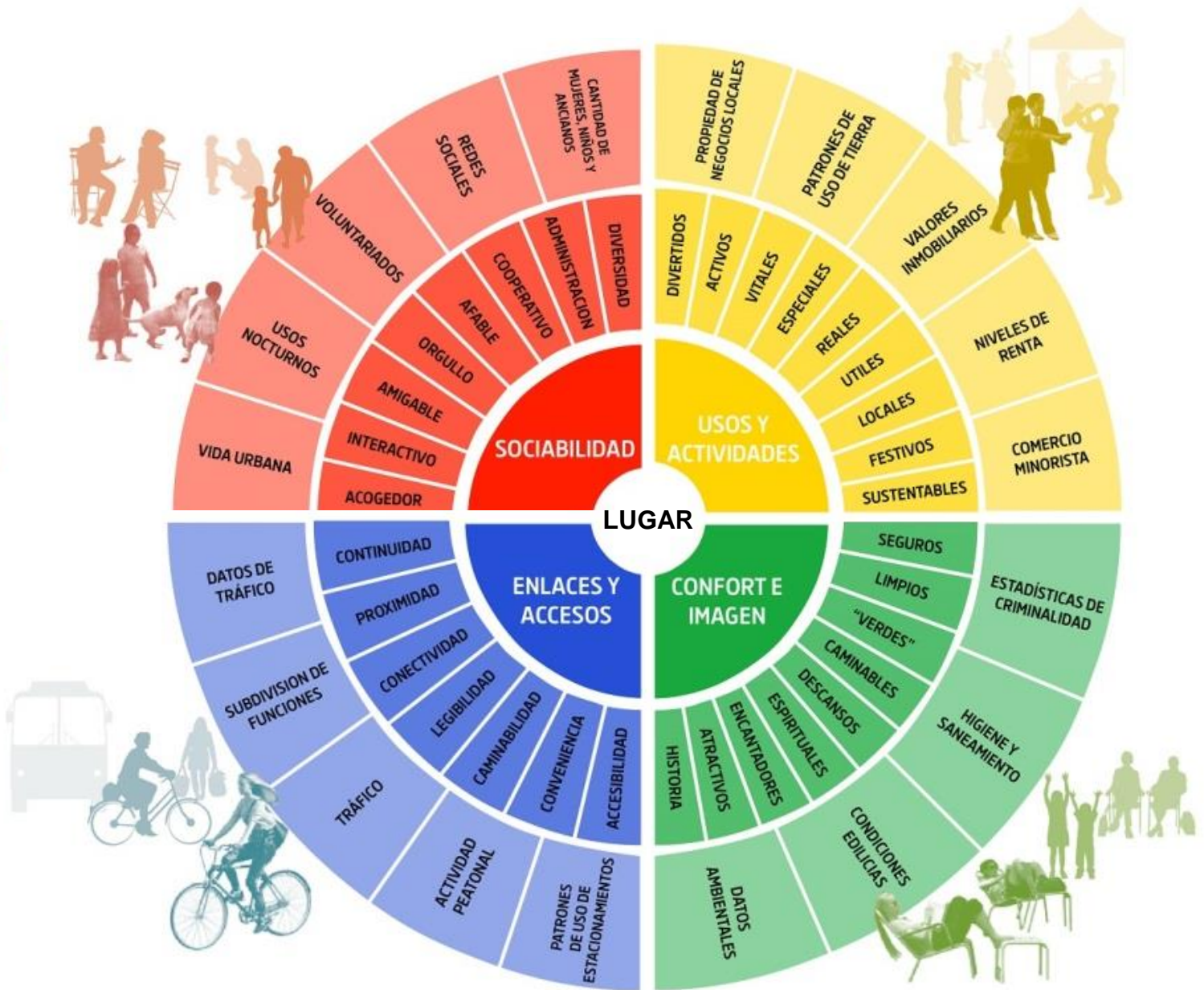
Incorporación de las tecnologías de la comunicación

Fomento de la equidad de género en el uso del espacio urbano y los equipamientos

Mejora del espacio público y provisión de zonas verdes



- FACTORES CLAVE ●
- INTANGIBLES ●
- MESURABLES ●



## ACCESIBILIDAD

que promuevan contactos significativos y frecuentes.  
**legibles, conectados, próximos.**

## SOCIABILIDAD

reconocerlos y ponderarlos como Lugares de encuentro y de interacción social.  
**amigables, diversos, acogedores**



atractores de una población diversa y mutante.  
**Divertidos y útiles, especiales y sustentables**

## USOS Y ACTIVIDADES

Que nutran y definan la identidad comunitaria, aporten a la construcción y mantenimiento de la economía local. **Seguros, limpios, atractivos.**

## CONFORT E IMÁGEN



**MUCHAS GRACIAS!**