

UNIVERSIDAD SAN FRANCISCO DE QUITO USFQ

Colegio de Comunicación y Artes Contemporáneas

Más Quito: Yo en mi Barrio
Campaña para Promover el Uso de los Espacios Públicos
Proyecto de Investigación

Camila Donoso Navarrete
Ana Pamela Rueda Galeano

Comunicación Organizacional y Relaciones Públicas

Trabajo de titulación presentado como requisito
para la obtención del título de
Licenciada en Comunicación Organizacional y Relaciones Públicas

Quito, 15 de diciembre del 2017

**UNIVERSIDAD SAN FRANCISCO DE QUITO USFQ
COLEGIO DE COMUNICACIÓN Y ARTES
CONTEMPORÁNEAS**

**HOJA DE CALIFICACIÓN
DE TRABAJO DE TITULACIÓN**

**Más Quito: Yo en mi Barrio
Campaña para Promover el Uso de los Espacios Públicos**

**Camila Donoso Navarrete
Ana Pamela Rueda Galeano**

Calificación:

Nombre del profesor, Título académico

Gabriela Falconí, M.A

Firma del profesor

Quito, 15 de diciembre de 2017

Derechos de Autor

Por medio del presente documento certifico que he leído todas las Políticas y Manuales de la Universidad San Francisco de Quito USFQ, incluyendo la Política de Propiedad Intelectual USFQ, y estoy de acuerdo con su contenido, por lo que los derechos de propiedad intelectual del presente trabajo quedan sujetos a lo dispuesto en esas Políticas.

Asimismo, autorizo a la USFQ para que realice la digitalización y publicación de este trabajo en el repositorio virtual, de conformidad a lo dispuesto en el Art. 144 de la Ley Orgánica de Educación Superior.

Firma del estudiante: _____

Nombres y apellidos: Camila Donoso Navarrete

Código: 00116391

Cédula de Identidad: 1724018849

Firma del estudiante: _____

Nombres y apellidos: Ana Pamela Rueda Galeano

Código: 00116915

Cédula de Identidad: 1715389944

Lugar y fecha: Quito, 15 de diciembre de 2017

DEDICATORIA

Este proyecto está dedicado a todas esas personas que aman su ciudad y su gente. A quienes ven a los espacios públicos como su hogar. Más Quito: A los soñadores a los que como nosotras, esperan pertenecer a una sociedad que viva conectada con el mundo que los espera afuera, en armonía y comunidad.

Camila y Pamela

AGRADECIMIENTOS

Agradecemos a nuestros padres quienes estuvieron acompañándonos y apoyándonos no solo en la realización de este proyecto sino a lo largo de toda la carrera. A nuestros hermanos, tíos, abuelos y amigos que han estado presentes en estos cuatros años y que directa o indirectamente nos han ayudado a alcanzar esta meta en nuestras vidas. Quienes nos dieron ánimos para seguir cuando creíamos que no podíamos conseguirlo.

También a todos los profesores que de una u otra forma dejaron su huella en nosotros. Que contribuyeron tanto a nuestra formación académica como a nuestro crecimiento y desarrollo personal.

Queremos hacer un agradecimiento especial a Diego Hurtado quien se vinculó con nuestro proyecto desde el inicio y nos guió para alcanzar mejores resultados. También a Ricardo Cabrera y María Gracia Dávalos quienes tan solo por amistad y como pago un abrazo decidieron trabajar con nosotros y hacer que este proyecto tenga vida y color.

A todas las personas que se unieron a nuestra campaña, les estaremos por siempre agradecidos.

RESUMEN

Los espacios públicos son la definición de ciudad por excelencia. Son las áreas físicas donde los ciudadanos confluyen, socializan y se expresan de diversas formas. Con el tiempo, estos espacios han ido perdiendo protagonismo en la vida de las personas. El desuso de estos espacios se vuelve un problema ya que se convierten en el centro de actividades antisociales. Además el exceso de tráfico vehicular y el nuevo estilo de vida de las personas los alejan de estos lugares. Se pierde el sentido de comunidad y de barrio. Con el fin de abordar a profundidad el tema se realiza una investigación secundaria a nivel internacional y una primaria a nivel local. Esta información sirve para realizar un plan con mercadeo social con el objetivo de crear una campaña de comunicación para promover el uso de los espacios públicos a través de la educación y el mejoramiento estético de estos lugares.

Palabras clave: espacios públicos, parques, plazas, calles, urbanismo, comunidad, barrio, ciudad, arquitectura, apropiación, desuso, inseguridad, actividades antisociales, parroquia, rural, municipio, Puenbo, movilidad, uso, vecindad.

ABSTRACT

Public spaces are most accurate definition of a city. These are the physical areas where citizens converge, socialize and express themselves in different ways. Over time, these spaces have been losing prominence in people's lives. The disuse of these spaces becomes a problem as they become the center of antisocial activities. In addition, the excess of vehicular traffic and people's new lifestyle take them away from these places. The sense of community and neighborhood is lost. In order to address the issue in depth, secondary research is carried out at the international level and a primary research at the local level. This information serves to make a social marketing plan with the aim of creating a communication campaign to promote the use of public spaces through education and the aesthetic improvement of these places.

Key words: public spaces, parks, squares, streets, urbanism, community, neighborhood, city, architecture, appropriation, disuse, insecurity, antisocial activities, parish, rural, municipality, Puenbo, mobility, use, neighbourship.

Tabla de Contenido

Derechos de Autor	3
Contenido	5
Introducción	12
Justificación	13
MARCO TEÓRICO INTERNACIONAL	14
Conceptos generales.....	14
Ciudad	14
Espacio Público.....	16
Diferencia de apropiación y utilización	19
Los Espacios Públicos y sus Diferentes Perspectivas	21
Espacio público desde perspectiva arquitectónica	21
Espacio público y el urbanismo	24
Espacio Público Desde la Perspectiva Psicológica	28
Espacio Público y las Ciudades Modernas	30
Consecuencias.....	32
Espacio público y la comunicación.....	33
Investigaciones.....	35
Caso Medellín	35
Caso Boca del Río.....	36
Caso Aguascalientes	37
Barcelona- España y Curitiba - Brasil,.....	37
Marco Teórico Nacional	38
Marco Metodológico.....	38
Antecedentes	39
Ecuador y sus Espacios Públicos	40
Casos de Estudio en Ciudades Principales de Ecuador.....	42
Guayaquil y el Malecón 2000	43
Cuenca y el Proyecto <i>Cuenca Red</i>	45
Regulaciones Legales de los Espacios Públicos en Ecuador	49
Quito	51
Crecimiento de Quito y su Sobremodernidad	52
Regulaciones Legales de los Espacios Públicos en Quito	54
PLAN GENERAL DE DESARROLLO TERRITORIAL. AÑO: 2006 (Municipio del Distrito Metropolitano de Quito, 2006).....	54

2. ORDENANZA-RÉGIMEN DE SUELO, AÑO: 2003 - 2010 - 2013.(Concejo Metropolitano de Quito, 2003 - 2010 - 2013)	56
3. NORMAS DE ARQUITECTURA Y URBANISMO. AÑO: 2003, 2008, 2012 (Municipio del Distrito Metropolitano de Quito, 2003 - 2008 - 2012).....	57
4. CATÁLOGO DE ESPACIO PÚBLICO. AÑO: 2008 (Municipio del Distrito Metropolitano de Quito, 2008a - 2008b - 2008c).....	58
5. PLAN METROPOLITANO DE ORDENAMIENTO TERRITORIAL. AÑO: 2012 (Municipio del Distrito Metropolitano de Quito, 2011b)	60
Espacios Públicos de Quito.....	62
Las Calles de Quito y su Peatonalización	62
Plazas y Parques Quiteños: Su Evolución.....	65
Plazas	65
Parques	67
Problemáticas Sobre el Uso del Espacio Público en Quito.....	69
La Privatización de los Espacios Públicos	69
Traslado de Viviendas a Suburbios.....	70
La Privatización y la Urbanización como enemigos de los Espacios Públicos	72
Inseguridad y Actividades Antisociales	73
Clave: Falta de Empoderamiento y Apropiación	74
Casos de Estudio sobre Recuperación de Espacios Públicos en Quito	75
El Panecillo	75
La Alameda.....	78
Percepción de los espacios públicos quiteños en la actualidad.....	81
Investigación Primaria	81
Investigación en el Parque de Puenbo	82
Presentación y análisis de resultados:	83
Posibles Soluciones.....	101
Condiciones necesarias para los espacios públicos.....	101
Pacificación de las calles.....	103
Apadrinamiento de Espacios Públicos en Quito	105
Punto de medición: niños.....	106
DESARROLLO DE LA CAMPAÑA SOCIAL DE MERCADEO SOCIAL	108
Tema de la Campaña.....	108
Antecedentes	108
Justificación	109

Introducción a la Campaña	110
Estrategia Comunicacional	110
Públicos Objetivos	111
Públicos Principales:	111
Públicos Secundarios:	112
Objetivos Comunicacionales	112
Objetivo General	112
Objetivo Específicos	112
MÁS QUITO: YO EN MI BARRIO	115
CAMPAÑA PARA PROMOVER EL USO DE LOS ESPACIOS PÚBLICOS	115
Logo	115
Nombre y slogan	115
Descripción General.....	116
Producto	117
Ganancias del Producto.....	118
Voceros	118
Aliados Estratégicos.....	119
Gobierno Autónomo Descentralizado de Puenbo.....	119
Colegio Harriet Beecher de Puenbo.....	120
Facultad de Arquitectura y Diseño de Interiores de la Universidad San Francisco de Quito	120
Policía Nacional y su programa “Paquito”.....	120
Auspicios.....	120
María Gracia Dávalos y Ricardo Cabrera	121
Corrugadora Nacional CRANSA S.A.....	121
Distribuidora de Fruta SurtiFruit.....	121
Piezas Comunicacionales.....	121
Actividades de la campaña.....	122
Capacitaciones	122
Capacitación #1 ¿Qué es un Espacio Público?	123
Capacitación #2 Una Ciudad Para Todos	123
Capacitación #3 Los Niños También Podemos	124
Capacitación #4 Tips Para que Nadie te Haga Daño: Seguridad Social	124
BTLs	125
BTL #1: Compartiendo Mi Viejo Puenbo	125
BTL #2: ¿Seguro y Feliz?	126

BTL #3 Cuido lo que es Mío	126
Eventos.....	126
Evento Inicial	126
Evento de Recaudación de Fondos. Shake It: Por Más Mañanas al Aire Libre.....	127
Evento de Cierre. La Feria de mi Barrio. Puenbo 2017.....	128
Activismo.....	128
Campaña Medios Digitales	129
Video playground.....	130
Video resumen	130
Campaña medios tradicionales.....	131
Cuña	131
Entrevistas.....	131
Clipping.....	132
Resultados encuestas grupo objetivo	133
Iniciales vs Finales	133
Objetivos y logros	141
Logros no esperados	144
Paquito	144
Evento Final: Feria de Mi Comunidad, Puenbo 2017.....	144
Mural: Una huella para siempre.....	145
Donación de basureros.....	146
Presupuesto	146
CONCLUSIONES	148
RECOMENDACIONES.....	149
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS	150
Anexos.....	154
Anexo A: Entrevistas a Referentes	154
Arquitecto Diego Hurtado Vazquez.....	154
Psicólogo Jaime Costales	156
Anexo B: Producto Comunicacional.....	158
Anexo C: Voceras	159
Anexo D: Piezas comunicacionales	159
Diseño para producto	159
Afiche Evento Final: La Feria de Mi Comunidad, Puenbo 2017.....	160
Afiche y entradas de evento benéfico Shake it	161

Diseño para redes sociales	161
Anexo E: Fotografías capacitaciones	162
Capacitación #1	162
Capacitación #2	162
Capacitación #3	163
Capacitación #4	163
Anexo F: BTLs	163
BTL: Mi viejo Puembo	163
BTL USFQ	164
BTL Mural	164
Anexo G: Eventos	165
Evento Final	165
Evento recaudación de fondos	166
Anexo H: Activismo	166
Anexo I: Medios Digitales	168
Facebook	168
Instagram	169
Anexo J: Medios Tradicionales	170
Guion Cuña de radio	170
Boletín de Prensa	171
Gira de Medios	171

Índice de Figuras

Gráfico 1: Arquitectura en parques.....	22
Gráfico 2: Árbol del problema.....	31
Gráfico 3: Factores para la no apropiación.....	41
Gráfico 3: Malecón 2000 antes y después.....	45
Gráfico 4: Proyecto Cuenca Red.....	49
Gráfico 5: Calle Chile.....	65
Gráfico 6: Avenida Shyris.....	65
Gráfico 7: Plazas.....	67
Gráfico 8: Parque rejado.....	69
Gráfico 9: El Panecillo antes y después.....	78
Gráfico 10: Parque la Alameda antes y después.....	81
Gráfico 11: Escudo Oficial de la Parroquia de Puenbo.....	82
Gráfico 12: Parque de Puenbo.....	82
Gráfico 13: Encuesta de investigación nacional – Pregunta 1.....	84
Gráfico 14: Encuesta de investigación nacional – Pregunta 2.....	85
Gráfico 15: Encuesta de investigación nacional – Pregunta 3.....	86
Gráfico 16: Encuesta de investigación nacional – Pregunta 4.....	88
Gráfico 17: Encuesta de investigación nacional – Pregunta 5 – general.....	89
Gráfico 18: Encuesta de investigación nacional – Pregunta 5 - niños.....	90
Gráfico 19: Encuesta de investigación nacional – Pregunta 5 - jóvenes.....	90
Gráfico 20: Encuesta de investigación nacional – Pregunta 5 - adultos.....	91
Gráfico 21: Encuesta de investigación nacional – Pregunta 6.....	92
Gráfico 22: Encuesta de investigación nacional – Pregunta 7.....	94
Gráfico 23: Encuesta de investigación nacional – Pregunta 8.....	95
Gráfico 24: Encuesta de investigación nacional – Pregunta 9.....	96
Gráfico 25: Encuesta de investigación nacional – Pregunta 10 - generales.....	98
Gráfico 26: Encuesta de investigación nacional – Pregunta 10 - niños.....	99
Gráfico 27: Encuesta de investigación nacional – Pregunta 10 - jóvenes.....	99
Gráfico 28: Encuesta de investigación nacional – Pregunta 10 - adultos.....	99
Gráfico 29: Logo campaña.....	115
Gráfico 30: Encuestas inicio vs final– Pregunta 1.....	133
Gráfico 31: Encuestas inicio vs final– Pregunta 2.....	134
Gráfico 32: Encuestas inicio vs final– Pregunta 3.....	134
Gráfico 33: Encuestas inicio vs final– Pregunta 4.....	135
Gráfico 34: Encuestas inicio vs final– Pregunta 5.....	136
Gráfico 35: Encuestas inicio vs final– Pregunta 6.....	136
Gráfico 36: Encuestas inicio vs final– Pregunta 7.....	137
Gráfico 37: Encuestas inicio vs final– Pregunta 8.....	138
Gráfico 38: Encuestas inicio vs final– Pregunta 9.....	139
Gráfico 39: Encuestas inicio vs final– Pregunta 10.....	140
Gráfico 40: Encuestas inicio vs final– Pregunta 11.....	140

Índice de Tablas

Clipping	132
Objetivos y logros	141
Engresos	146
Ingresos	147

Introducción

Como ya es de nuestro conocimiento, los espacios públicos dentro de una ciudad son de suma importancia para el buen funcionamiento de la misma, ya que reflejan la cultura de su sociedad y la forma en la que los ciudadanos se expresan. “Uno de los objetivos fundamentales de los espacios públicos es generar *equidad* en todo sentido” (HABITAT III, 2016), desde su acceso, hasta las actividades que se realizan en el mismo yendo de la mano con la libertad. “Jane Jacobs, periodista, activista sociopolítica y teórica del urbanismo, en sus escritos caracteriza los espacios públicos como *órganos vitales* dentro de las ciudades”. (HABITAT III, 2016). Por lo tanto, esta libertad de uso es la que permite la utilización de los mismos, en donde se evidencia sentimientos de pertenencia, de identidad y de poder, y además crea una fuerte relación en la formación de una sociedad sana.

Sin embargo, con el transcurrir del tiempo, se ha podido concluir por medio de estudios de casos internacionales como nacionales, que las ciudades modernas de la actualidad están perdiendo ésta importante relación entre espacio público y la sociedad. La misma se ha deteriorado o simplemente ha dejado de existir, perjudicando así severamente el buen funcionamiento de la sociedad y afectando a la esencia y a la definición de lo que es una ciudad.

Por lo tanto es importante tomar acciones al respecto, e incluir a los espacios públicos nuevamente en la vida cotidiana de sus habitantes y retomar nuestras ciudades. Para lograr esto, es importante conocer las causas y consecuencias de esta problemática y por medio de una campaña de comunicación, presentar posibles soluciones.

Justificación

Gracias a investigaciones realizadas, se llegó a la conclusión de que los espacios públicos son indispensables para el desarrollo saludable de la vida en comunidad, ya que su desuso aumenta el peligro y las actividades antisociales en la ciudad. Por tanto, nace la necesidad de crear una campaña de Marketing Social enfocada en concientizar a la comunidad quiteña sobre la importancia de la utilización de los espacios públicos como un método que hará a nuestras ciudades más seguras y unidas. Además, después de entrevistas con expertos, líderes de opinión y miembros del Municipio de Quito se evidenció que las zonas ubicadas en las periferias de la ciudad, son las menos atendidas en temas de potenciación de los espacios públicos, y son las que más lo necesitan para salir adelante como comunidad. Por lo tanto, se decidió enfocar la campaña hacia los niños, pertenecientes a la parroquia rural de Puembo, ya que la juventud son los principales agentes de cambio, son los que dictarán el comportamiento de nuestra sociedad futura y los que lograrán hacer un cambio permanente en la comunidad enfocada.

MARCO TEÓRICO INTERNACIONAL

Conceptos generales

Ciudad

Para poder comprender la dinámica y el verdadero papel de los espacios públicos, es necesario simplificar los conceptos que los rodean y entender a fondo sus orígenes. Es por esto que es imprescindible comprender el término ciudad.

Según la Real Academia Española, en su diccionario digital, la palabra ciudad tiene dos significados: 1. “El conjunto de edificios y calles, regidos por un ayuntamiento, cuya población densa y numerosa se dedica por lo común a actividades no agrícolas.”, y 2. Lo urbano, en oposición a lo rural”.

Por lo tanto, la ciudad, vista desde una perspectiva simple, es el conjunto de edificaciones y estructuras arquitectónicas construidas por el hombre, aglomeradas en un espacio determinado. Sin embargo, hoy en día “la ciudades se han convertido en un fenómeno cambiante, tanto en su escala como en su estructura territorial, tanto en su organización como en las culturas y comportamientos.”(Borja, 2003). El crecimiento y la evolución de las mismas ha llevado a la obligación de comprenderlas desde diferentes perspectivas y a involucrar temáticas mucho más complejas.

El reconocido geógrafo español Jeordi Borja, define a la ciudad como un conjunto de 3 dimensiones: ciudad, ciudadanía (sociedad) y espacio público. La interacción constante entre estos componentes es lo que hace a la ciudad en “una realidad histo-geográfica, sociocultural y política. Una concentración humana y diversa, dotada de identidad o de pautas

comunes y con vocación de autogobierno.”(Borja, 2003). Es decir, que este conjunto de 3 dimensiones que conforman una ciudad, pone como principal actor en su formación a la sociedad.

Por lo tanto, la definición de ciudad por excelencia sería: “Un territorio delimitado y un lugar significativo en el que se concentran poblaciones y actividades diversas. Donde se crea un punto de encuentro de flujos que forman territorios. Es el espacio donde el poder se hace visible, donde la sociedad se fotografía, donde el simbolismo colectivo se materializa. La ciudad es la sociedad inscrita en el suelo. Es un escenario, un espacio público que cuanto más abierto es a todos, más expresará la democratización política y social.”(Borja, 2003).

Además, el propósito primordial de la ciudad no es solamente proporcionar a su población alojamientos adecuados para que viva y trabaje. (Sarinen, 1999). Si no que también “su función es crear una integración entre comunidad humana y medio físico, que permita la constante interacción entre ambos”.(Calvillo, 1984) Es por esto que existe una fuerte relación entre la existencia de espacios públicos y el buen funcionamiento de una ciudad. Por medio del empleo de los espacios públicos en una urbe, se permite crear ese importante flujo de convivencia entre todos los elementos de una sociedad y permite a la misma expresarse.

Según el arquitecto Eliel Saarinen, en su libro “La Ciudad: su crecimiento, su declinación y su futuro”, la ciudades de ahora, deben funcionar como el hogar de la población, con el mismo espíritu con que una casa debe hacerse el hogar de la familia, si es que va a ser habitable y socialmente constructiva. (1999) Sin embargo, ese no es el caso. “ En las ciudades modernas, las dinámicas privatizadoras del espacio urbano y el ruido de la

globalización, socavan el reconocimiento de los ciudadanos como sujetos activos e iguales de la comunidad política, a los que se reconoce el derecho y la posibilidad real de acceder a la diversidad de las ofertas urbanas. “La ciudad y su espacio público son el lugar de la representación y la expresión de la sociedad, tanto de dominados (pueblo) como dominantes (autoridades).” (Borja, 2003)

Por otro lado, es pertinente tomar en cuenta cuál será el futuro de las ciudades, ya que las mismas se encuentran en constante y evolución y esto afecta directamente a sus componentes. “En el año 2007, por primera vez en la historia de la humanidad, la población de las áreas urbanas superó a la de las zonas rurales. En la actualidad, cerca del 55% de las más de 7 millones de almas que habitan en este planeta, residen en ciudades. En el 2050, según las últimas predicciones (el supuesto bajo) de las Naciones Unidas, dos de cada tres personas vivirán en unas conurbaciones cada vez mayores.” (Suñé, 2016). En consecuencia, el crecimiento acelerado de las ciudades permiten observar que las mismas se convertirán en el hogar de la mayoría de la población, y por lo tanto, se debe comenzar a planificar desde el presente, para poder obtener un buen funcionamiento de las mismas conjunto con la sociedad.

Espacio Público

Según la Real Academia Española “público” se define como: 1. “ Conocido o sabido por todos. 2. Pertenciente o relativo al Estado o a otra Administración. 3. Dicho de una cosa: Accesible a todos.”

“El espacio público supone pues dominio público, uso social colectivo y multifuncionalidad. Se caracteriza físicamente por su accesibilidad, lo que lo hace un factor de centralidad (Borja 2000). El espacio público puede ser definido y categorizado desde el

aspecto legal, político, ambiental, cultural, etc., y puede estar sujeto a distintas normas y, representar usos distintos o específicos.” Fonseca (2014)

A los espacios públicos se los puede analizar y definir bajo distintos puntos de vista como lo dice Fonseca y es precisamente la unión y consolidación de estos factores los que nos dan una definición completa.

Los espacios públicos dentro de una ciudad son por excelencia definidos por la circulación diaria y cotidiana de los ciudadanos. El aparato estatal junto con un equipo de arquitectos se encargan de su diseño estructural, que puede cumplir con varias especificaciones para que sea idóneo. Después viene la utilización que los ciudadanos le den, como por ejemplo la creación de relaciones interpersonales, como lugar de expresión cultural, el cumplimiento de acciones específicas de recreación ya sean individuales o en sociedad entre otros.

Según Jordi Borja en su texto *La Ciudad Conquistada*. La ciudad es el espacio público por excelencia es el lugar de cohesión social y de intercambios. Para realizar esta afirmación se basa en hechos históricos que han marcado la civilización desde la antigüedad, por ejemplo “Los egipcios representaban la ciudad con un círculo y una cruz. El círculo era el lugar, es decir, la comunidad de personas, la organización política y la identidad cultural. La cruz simbolizaba los flujos, o sea el intercambio de bienes y servicio e informaciones, las movi­lidades, las relaciones con el exterior. En el espacio público se realiza la síntesis de lugares y flujos.”(Borja, 2003)

Podemos ver lo mismo con los griegos y su idea fundamental para la cual crearon el ágora, un espacio para discutir los eventos políticos y sociales más importantes, donde los ciudadanos eran escuchados y se fomentaba el debate.

Es suficiente con recordar lugares y momentos históricos como las manifestaciones en París iniciadas en la República o en La Bastilla, la plaza de las Tres Culturas en México o Tiananmen en Pekín. O la reacción en Barcelona y otras ciudades de España cuando el entonces ministro Manuel Fraga en los años setenta dijo “la calle es mía”. O los cacerolazos, el “que se vayan todos” (Buenos aires) de las ciudades latinoamericanas en las que el descontento popular toma las calles. También el espacio público se hace ciudadano cuando deviene lugar de expresión a través de la fiesta de las diferencias y de las elecciones, como los desfiles del día del orgullo gay que toman las calles de Nueva York y San Francisco entre otras o la expresión popular de los carnavales de Río de Janeiro o Venecia. Fiestas, reclamos o protestas, en tanto que manifestaciones de ciudadanía, sólo son posibles en el espacio público.”(Borja, 2003)

Se puede relatar y comprender la historia de una sociedad y de una ciudad a través de los acontecimientos en sus espacios públicos. Estos espacios son el reflejo de la cultura, de la vida cotidiana, de los valores y pensamientos de los individuos que los habitan. El estado tiene la obligación, por ley, de precautelar lo público sin embargo las calles, plazas, parques etc. son mucho más que estructuras o suelos. Y es ahí cuando entran los ciudadanos y su derecho a la libertad de expresión y acceso a estos lugares pero también su obligación de cuidarlos y hacerlos suyos.

Diferencia de apropiación y utilización

- Apropiación

Por definición de la RAE es: La acción y resultado de tomar para sí alguna cosa haciéndose dueño de ella.

- Utilización

Por definición de la RAE es: 1. Hacer que algo sirva para un fin. 2. Aprovecharse de algo o de alguien.

Es precisamente por la diferencia que existe entre estas definiciones, que es pertinente aclarar el porqué del uso de la palabra “apropiación” en este trabajo, y no utilización. Lo que se busca como resultado final del proyecto, es que las personas se apropien de los espacios públicos y no que tan sólo los utilicen para un fin específico. Que los sientan propios para que los cuiden y los disfruten como suyos. Que a pesar de no tener un certificado de propiedad, los ciudadanos sepan que todos los espacios públicos les pertenecen.

A través de la acción sobre el entorno, las personas, los grupos y las colectividades transforman el espacio, dejando en él su “huella”, es decir, señales y marcas cargadas simbólicamente. Mediante la acción, la persona incorpora el entorno en sus procesos cognitivos y afectivos de manera activa y actualizada. Las acciones dotan al espacio de significado individual y social, a través de los procesos de interacción (Pol, 1996, 2002a). Mientras que por medio de la identificación simbólica, la persona y el grupo se reconocen en el entorno, y mediante procesos de categorización del yo –en el sentido de Turner (1990),

las personas y los grupos se auto atribuyen las cualidades del entorno como definitorias de su identidad. (Vidal y Pol, 1994).

Los procesos de apropiación son bastante complejos y toman bastante tiempo en crearse y consolidarse. Son procesos psicológicos que ocurren y empiezan individualmente en cada persona pero que a largo plazo se transforma en un efecto muy grande donde toda la sociedad se ve afectada. Es necesario analizar las causas para que esto ocurra para poder replicar los efectos.

“Como se puede ver la relación entre ciudadanos y espacio público es de suma importancia y lo ideal sería que exista esta apropiación. Donde las personas busquen la conexión con estos lugares físicos y la mantengan. Uso y apropiación o apropiación y uso, depende de la óptica del momento, cualquier espacio que “yo ocupe, lo estoy usando, y aunque por una fracción de segundo, me estoy apropiando de él.” La diferencia estriba, en que a veces las ocupaciones, que se extienden a lo largo del tiempo, se transforman en apropiaciones, que van más allá del simple uso, y que implica utilizar el espacio durante mucho tiempo. (...) El territorio de cualquier otras ciudades de Latinoamérica—, tienen a lo largo de su historia urbana, diferentes tipos de apropiaciones-ocupaciones que son el uso-utilización del espacio público, ya sea de manera apropiada o inapropiada, y que habla de los diversos tipos de manifestaciones y fenómenos sociales, culturales, políticos, económicos, religiosos, etcétera; que se pueden originar en dichos espacios.” (Torres, 2009)

El autor menciona que existen dos tipos de apropiaciones: “utilitaria-funcional” y “simbólico-cultural”. El primer tipo, plantea un espacio/territorio usado como intercambio de recursos, medio de subsistencia y como abrigo o zona de refugio. Mientras que el segundo

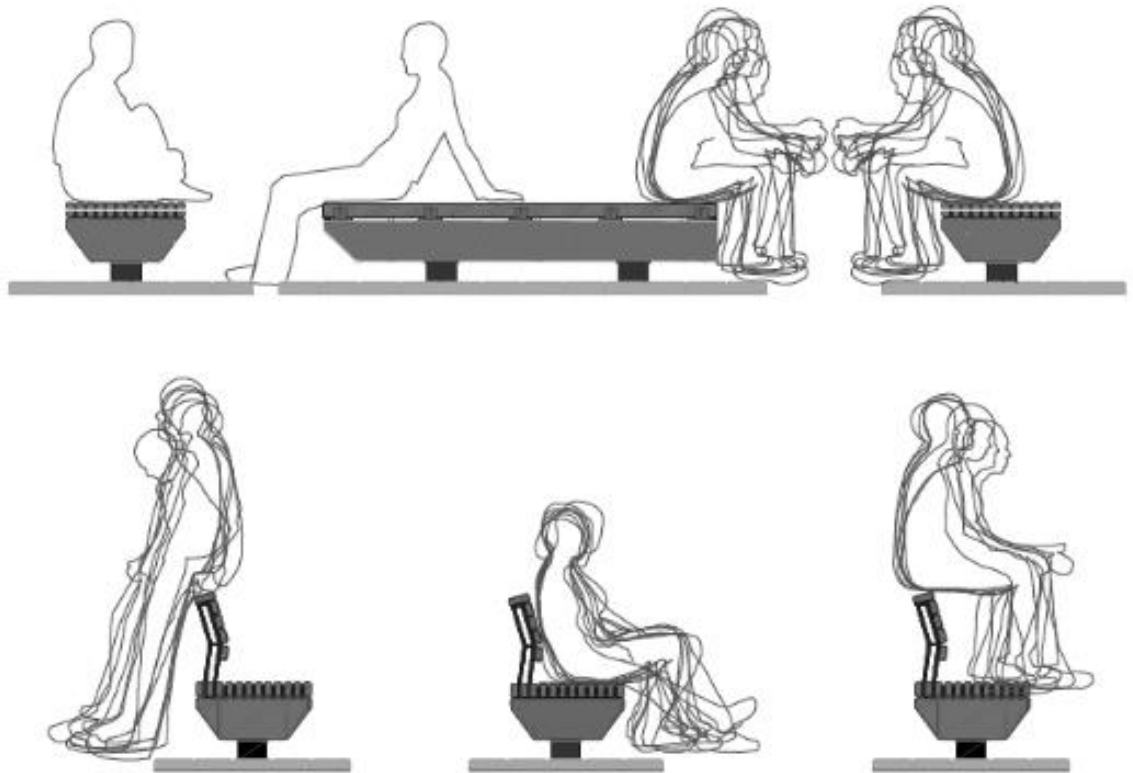
tipo ocurre cuando el espacio es valorado como un escenario de connotaciones de significados culturales, que ya pueden ser de índole sociales como tradicionales y políticas. El hecho de conocer ambos tipos de apropiaciones, sirve de pauta para evaluar posteriormente que tipo de apropiaciones son las que dominan en la ciudad que se va a analizar.

Los Espacios Públicos y sus Diferentes Perspectivas

Espacio público desde perspectiva arquitectónica

En arquitectura y urbanismo el espacio público es un tema que influye directamente en los procesos de diseño, construcción, tecnología y funcionamiento de los edificios; por esta razón, es muy importante su estudio desde el punto de vista de los arquitectos y edificadores. De la misma forma, el urbanismo sustentable es la manera de planear las ciudades desde el punto de vista ecológico, o sustentable si la planeación se enfoca a los tres ámbitos de desarrollo: ambiental, social y económico. (Hernández, 2008).

Existen nuevas tendencias que buscan la sinergia entre los aspectos físicos de construcción de las edificaciones dentro de la ciudad y lo que los ciudadanos buscan para vivir en armonía con la naturaleza y su comodidad. Muchas veces estos nuevos diseños tienen un costo muy alto, o en el caso de modificar las instalaciones ya construidas representan inversiones altas, que muchos municipios no pueden acceder. Y es por esto que algunas ciudades no se “modernizan” en este sentido. Sin embargo, sí se pueden realizar pequeñas modificaciones o implementar nuevos diseños y procesos para ir acercándose a estos nuevos modelos.



Página 48: Parque de los Deseos.

Amba: Estudio de posturas y utilización estimada de algunos de los elementos de mobiliario público diseñados en el proyecto de recuperación del Centro Histórico de Barranquilla. Siluetas de hombres y mujeres de tallas diversas a quienes se les solicitó asumir la postura que encontrarían más cómoda. Aseñota PMG Arquitectos. Diseño: OPUS Oficina de Proyectos Urbanos.

Gráfico 1: Arquitectura en parques

En la entrevista realizada al arquitecto Diego Hurtado, comenta: “ahora la nueva tendencia es regresar a la importancia del barrio, es decir enfocarse en un área de distancia caminable, 300 metros o cinco minutos, esto puede ampliarse hasta 500 metros, o descender a 200 si son cuestas. Tú deberías tener todo lo que necesitas diariamente, osea una tienda, una papelería, una farmacia, una panadería, una parada de bus etc. Volver al comercio y a la vida barrial.” Esto sería lo ideal para regresar o crear una vida en vecindad donde la densidad poblacional del sector es grande, y por lo tanto los negocios no quiebren, y exista más seguridad, ya que todos se conocen.

Hurtado también habla de un “espacio público funcional” donde se refiere a pequeñas adecuaciones para llegar al espacio público por excelencia: la calle. “La ciudad la vives en un espacio público seguro. Yo diría empecemos a recuperar las calles, aunque sea de a poco,(...) puedes hacer el auto circule más lento, por diseño de la calle. Cuando tienes tramos de calle muy largos, sin darte cuenta aceleras y puedes llegar fácil a los 50 km/h y lo mismo pasa cuando la calle es muy ancha. La solución es ensanchar las aceras, ganas espacio para seguridad de los peatones, puedes arborizar y eso te crea “confort térmico” eso es bonito para caminar, puedes poner bancas, donde la gente puede salir y sentarse y creas ya la reunión entre vecinos, Procurar la eliminación de muros y reemplazarlos por cercas por donde se pueda ver, para disminuir la inseguridad. La colocación de plataforma a nivel cada 50 metros, en vez de chapas acostados, donde el carro suba y baje sin problema, y esto también ayuda a la fácil movilización de una silla de ruedas, ubicación de señaléticas con braille en cada esquina.”

Estas son algunas de las ideas y teorías que manejan en la actualidad los arquitectos, Pero que sin embargo las autoridades municipales o estatales no les dan la importancia necesaria. Son cambios que son difíciles de aplicar y de socializar en la sociedad pero que son sumamente necesarios. Son totalmente físicos, para los que simplemente se necesitan recursos económicos para hacerlos posibles.

No es suficiente que sea definido discursiva y jurídicamente para que funcione como público. Más que la función para la cual han sido creados los espacios públicos, lo que interesa es ver la funcionalidad dada por las personas. Escaleras que sirven para el ingreso a una biblioteca o a un museo terminan por convertirse en espacios donde las personas se encuentran para almorzar o se sientan para ver a la gente pasar, por lo

cual se convierten en espacio público. Con el tiempo, estas dinámicas en los espacios han servido de anclaje para cierto tipo de actividades o prácticas de los habitantes en la ciudad, llevando incluso a darles nombre, como ha ocurrido con el parque de Los Novios, la calle de La Fatiga, o la calle de Los Anticuarios en Bogotá.” (Páramo y Burbano, 2014)

A pesar de que es muy importante tener en cuenta los discursos y la búsqueda de una ciudad “ideal” al fin y al cabo lo que se debe tomar en cuenta es la practicidad en el diseño. Qué tan amigable es el diseño arquitectónico del espacio público con el ciudadano. Como lo dicen Páramo y Burbano, para qué lo están utilizando las personas. Lo perfecto sería que los ciudadanos le den el mismo uso para el que este lugar fue creado por los constructores y arquitectos. Si se conoce las necesidades de la sociedad, su cultura y estilo de vida se puede llegar a esta congruencia. Por el contrario, si se espera realizar la misma edificación a lo largo y ancho de toda una ciudad y peor aún de un país. Nunca se llegará a alcanzar esta similitud, y en ese caso es entera responsabilidad del equipo gubernamental y de construcción.

Espacio público y el urbanismo

La palabra urbanismo se deriva del vocablo latino “urbus” que significa ciudad.

Según la RAE el urbanismo se especializa en el estudio, planificación y ordenamiento de las ciudades; utilizando a la geografía urbana como instrumento fundamental, procurando una mayor comprensión de los procedimientos urbanos, con el objeto de planificar la participación en la cualificación del espacio.

Hurtado comenta “el Urbanismo es una ciencia multidisciplinaria, donde se analiza la construcción de la ciudad bajo diferentes puntos de vista. Hay muchos aspectos que entran en juego en el urbanismo y mientras más grande una ciudad es, más complejo se vuelve la forma de analizarla. Existen consideraciones arquitectónicas, sociales, económicas, ambientales y políticas que afectan una ciudad y por lo tanto son parte del urbanismo, urbanismo es todo lo que implica dar un buen estilo de vida a los ciudadanos.”

El Urbanismo sustentable, al igual que la arquitectura sustentable, implica el aprovechamiento de los recursos naturales para mejorar el medio ambiente y las ciudades, la calidad de vida de los habitantes y para reducir el impacto ambiental. Con esto se está salvaguardando nuestros recursos naturales, financieros y humanos para las futuras generaciones, por lo que se tocan los tres ámbitos de la sustentabilidad. De igual manera, concluimos que el urbanismo sustentable o nuevo urbanismo está encaminado a proveer una mejor calidad de vida en los usuarios o habitantes, de disminuir la contaminación ambiental y de hacer más cómodas y funcionales las ciudades; para esto es necesario realizar modificaciones, adecuaciones y reestructuraciones a la normativa urbana junto con algunas políticas públicas que no están funcionando.” (Hernández, 2008)

El urbanismo en la actualidad no es lo mismo que lo era hace unas décadas, ahora se ha diversificado, se ha democratizado si se quiere. Pues ya no son solo los arquitectos e ingenieros quienes se deben preocupar por hacer un edificio bonito, ahora muchas personas se preocupan por hacer que el estilo de vida dentro de una ciudad sea el adecuado. Buscar la forma en que todos los miembros que se sientan cómodos y felices al estar habitando un espacio específico. Tiene que ser sustentable, tiene que poder mantenerse con los años, poco

a poco se va desvaneciendo la idea de una mega metrópolis construida para los autos donde el medioambiente, los animales urbanos y hasta los niños fueron olvidados.

Se trata más bien de construir, con el apoyo de la cultura urbanística acumulada y de la experimentación en situaciones reales, un urbanismo renovado. Sin olvidar que por una parte el urbanismo es ante todo una disciplina práctica, orientada hacia la acción y con el objetivo de responder a demandas sociales y a problemas de ordenación de la vida en común, pero por otra parte esta acción se nutre de ideas y de valores; para ir a alguna parte es preciso pensar, decidir y ponerse de acuerdo, pues si no, no se va a ninguna. Y si no lo hacemos en función de los valores democráticos, solidarios, basados en los derechos humanos de todos, entonces no merecemos ir a una ciudad mejor. (Borja, 2003)

Precisamente en el libro de Borja, *La Ciudad Construida*, se habla de una nueva tendencia conocida como New Urbanism, donde se plantea las ideas que anteriormente explicó Diego Hurtado, donde se regresa a un entorno del centro de la ciudad y le resta prioridad al surgimiento de ciudades suburbanas en las afueras de la gran ciudad. (2003) El New Urbanism está construido en base a 13 principios desarrollados por Andres Duany-Elisabeth Plater Zyberg:

- La comunidad tiene un centro identificable, normalmente un cuadrado de césped que a veces tiene una esquina ocupada por un edificio memorable.
- La mayoría de las viviendas han de situarse en un radio de 5 minutos andando hasta el centro, distancia aproximada de 2000 pies o 600 metros.
- Variedad de viviendas, para albergar distintos grupos sociales: casas, casas en hileras y apartamentos, ya sea por edad y por clase social.

- Existencia de tiendas y oficinas de diferentes tipos en los límites de la comunidad para cubrir las necesidades semanales de la comunidad
- Se permite una pequeña edificación auxiliar en la parte trasera de cada casa que podrá ser usada para alquilar o como lugar de trabajo
- Una escuela básica lo suficientemente cerca para que los niños vayan caminando.
- Pequeños espacios de juego cerca de cada casa no más allá de una distancia de una décima de milla o 160 metros.
- Las calles de la comunidad son una red de conexión que ofrece una variedad de opciones de recorridos peatonales y vehiculares para ir a cada sitio, lo cual contribuye a dispersar el tráfico. las calles son relativamente estrechas y sombreadas por filas de árboles el resultado es un tráfico más lento, de modo que se crea un ambiente que favorece el trasladarse a pie o en bicicleta.
- Los edificios de los centros comunitarios están situados cerca de la calle, creando un fuerte sentido de lugar.
- Aparcamientos y puertas de garajes raramente se sitúan de casa a la calle y quedan relegados a la parte trasera, a la que se accede por un pequeño pasaje.
- Ciertos lugares importantes al final de la calle o un centro comunitario son reservados para edificios cívicos, lo que crea espacios para la reunión de la comunidad, para actividades educacionales, religiosas o culturales, la comunidad está organizada para autogobernarse. Una asociación debate y decide sobre cuestiones de mantenimiento, seguridad y cambios físicos.

Lógicamente no todos los puntos se deben cumplir con rigurosidad, sin embargo se brinda una macro imagen de lo que sería una ciudad ideal. Hay muchos aspectos que se pueden aplicar haciendo pequeñas o grandes modificaciones en los distintos barrios o áreas

de la ciudad. Por otro lado hay cosas que no se puede cumplir si no es casi que construyendo una ciudad desde cero. En todos los casos este planteamiento sirve como guía y es una muestra de cómo está y en qué dirección se dirige el urbanismo en la actualidad.

Espacio Público Desde la Perspectiva Psicológica

Como ya se ha podido apreciar en varias ocasiones a lo largo de este marco teórico, es imprescindible afirmar que existe una gran relación entre la utilización de los espacios públicos de una ciudad, y las personas que habitan la misma.

Es en este ámbito en donde entra de fondo la palabra “apropiación” y su verdadero significado, relacionándolo con la psicología. Esto se debe a que la relación existente entre sociedad y espacio público se simplifica al sentido de apropiación o de territorialidad que la misma tiene con el entorno en el que se encuentra. Según los psicólogos Motanta y Urrútia, las personas crean el vínculo con los espacios públicos por medio de dos vías: la acción de transformación y la identificación simbólica. Definen a la apropiación como “un mecanismo básico del desarrollo humano, por el que la persona se apropia de la experiencia generalizada, se concreta en los significados de la realidad. (...) A través de la apropiación, la persona se hace a sí misma mediante las propias acciones, en un contexto sociocultural e histórico. Se trata de un proceso dinámico de interacción de la persona con el medio.” (2005). Es decir, las sociedades, tienen una forma única de interpretar y relacionarse su entorno por medio las experiencias vividas en el mismo. A partir de ellos, crean símbolos y aportan significados creando su propia realidad, y actúan ante eso.

Es por medio de las acciones que una persona decida tomar sobre un espacio, que se va creando el vínculo entre sociedad y lugar. Es decir, que por medio de la interacción afectiva,

cognitiva, e interactiva, las personas dejan su huella o su esencia, por medio de señales y marcas. “Y a su vez, dichas señales y marcas que se van creando en un espacio, se transforman en símbolos, que las personas reconocen como “propios” de un espacio y auto atribuyen cualidades del mismo, como definitoria de su identidad” (Fonseca, 2014). “Los elementos materiales y los espacios públicos se convierten en medios de identificación social y representan un significado y un valor, determinando a su vez la actitud de la gente frente a ellos. Cuando existe congruencia entre el medio conceptual y el físico, los refuerza, y pueden convertirse en símbolos usados y compartidos por un grupo. La ciudad es un sistema de sistemas de símbolos (...).(Valera, 1999)

El espacio público permite la manifestación no verbal de la sociedad. Es por medio del mismo que se expresan conflictos y emociones. Es la cultura reflejada: “El hombre va dando un sentido social, cultural a su entorno, transforma y se apropia de su medio ambiente, tanto en términos materiales como simbólicos. Así, el espacio socializado y "culturizado" permite crear una identidad, sentido de pertenencia, relaciones y redes entre los grupos que lo conforman. Territorio, espacio, lugar, todas estas acepciones remiten a la capacidad que tiene el hombre como creador de cultura, en resemantizar, recodificar, con base en tradiciones, historias familiares y colectivas, el recinto que ocupa.” (Fonseca, 2014)

Por lo tanto, dado a que las sociedades atribuyen su identidad a los lugares en los que conviven, y crean su cultura a partir de esto, se ha señalado por varios autores que los espacios públicos “son la plataforma para la creación de la identidad colectiva de una sociedad. “Por medio de los mismos, se puede coadyuvar a desarrollar la cultura, la política, la identidad, así como el interés social por lo público.” (Fonseca, 2014)

Espacio Público y las Ciudades Modernas

Como ya se mencionó anteriormente, los espacios públicos por excelencia son la herramienta por la cual la sociedad y su cultura se plasman. Sin embargo, es por medio de este análisis de la sociedad y espacio público, que se comienza a evidenciar la problemática de la vinculación entre los espacios públicos y las personas que habitan la ciudad.

Como dicen Ramírez y Kuri, los cambios sociales, culturales y tecnológicos ocurridos a lo largo del siglo XX hasta la modernidad, han sido los principales causantes de la transformación del funcionamiento social como ahora lo conocemos; y dichos cambios se evidencian claramente en los espacios públicos de esta nueva sociedad. (Ramírez Kuri, 2003).

La vida moderna demanda un movimiento mucho más rápido y virtual, producciones más grandes y vidas laborales demandantes generan ciudades más grandes y complejas, y principalmente, el surgimiento de los medios de comunicación masiva e Internet son el nuevos espacios de socialización (Castells, 1997:12). Esto da pie a la conformación de un espacio urbano cada vez más fragmentado y desigual, caracterizado principalmente por el creciente repliegue de lo público hacia el ámbito de lo privado, dejando a los espacios públicos en el abandono.

Esto es considerado un gran problema ya que, los espacios públicos constituían un escenario de interacción y construcción de identidades sociales, esenciales para el funcionamiento de la vida social y el ejercicio de las prácticas ciudadanas. Pero ahora, su importancia ha disminuido considerablemente, causando el debilitamiento de los vínculos sociales debido a la falta de interacción y causando el aumento considerable de las prácticas anti sociales en las ciudades como el robo, el vandalismo y el acoso, transformando así a los espacios públicos en lugares inadecuados para la socialización. Lo mismo opina Hurtado:

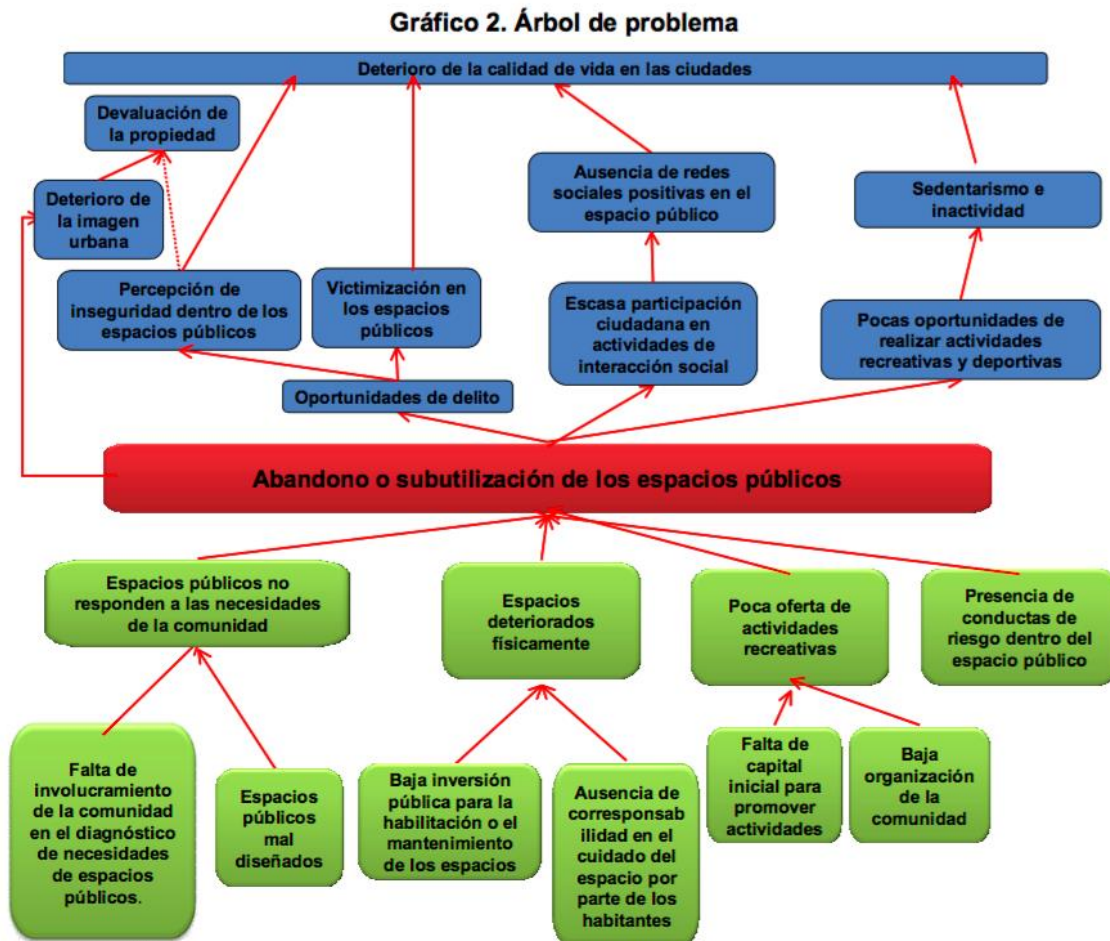


Gráfico 2: Árbol del problema

Los espacios públicos hoy en día pasan por distintos fenómenos que hacen que las características de la vida cotidiana actual de la ciudad repercutan en ellos; nuevas formas de comunicación como la comunicación virtual, novedosos y variados tipos de ocio que la tecnología ofrece como los videojuegos, el internet y los teléfonos inteligentes, entre otros entretenimientos, las grandes distancias a recorrer en la ciudad y una vida ocupada que reduce el tiempo para la recreación, así como el descuido, la falta, y en algunos casos la inexistencia de espacios públicos en determinadas zonas o colonias de la ciudad. (Hurtado, 2014)

“En la actualidad asistimos a novedosas formas de reorganización real y simbólica de los espacios públicos en la ciudad, como resultado de una manera diferente de vivirla, de relacionarse y de pensarla. Entre los principales procesos se destacan: a) el vaciamiento y deterioro de la infraestructura y los espacios públicos tradicionales y b) la emergencia de "seudo-espacios públicos" en detrimento de espacios públicos reales” (SEDESOL 2010: 7)

Consecuencias

"La psicología de masas de las sociedades modernas está orientada en la destrucción de los espacios públicos porque no se siente una propiedad de relación directa con la persona que la utiliza. Es como algo ajeno." (Costales, 2017) Esta es la opinión del reconocido psicólogo social Jaime Costales frente a la situación moderna de las sociedades. Debido a que existe menos utilización de los espacios públicos, las personas no lo consideran suyo. Se da un fenómeno de “desapropiación” y por lo tanto, se abre las puertas hacia la violencia, hacia el vandalismo y el poco cuidado.

Desafortunadamente en la actualidad, la mayoría de los espacios públicos se caracterizan por su estado físico de abandono, precariedad y por la ausencia de usuarios: son lugares que no representan una opción atractiva y segura para la población. Esta situación ha originado, entre otras cosas, que se registre una alta incidencia delictiva y violencia en los espacios públicos. Las pandillas se han apropiado de esos territorios y los niños, jóvenes, mujeres, personas con discapacidad, adultos mayores, viven con la zozobra permanente de convertirse en víctimas de sus fechorías. Los espacios públicos, así, se han convertido en ámbitos propicios para la práctica de conductas antisociales. (SEDESOL, 2010)

Espacio público y la comunicación

Como en casi todo tema social, la comunicación y sus medios, juegan un papel importante en el nivel de uso de los espacios públicos en las ciudades modernas. “Frente a la fragmentación del potencial ciudadano y la pulverización del espacio público, conviene reflexionar sobre en qué medida las estrategias adoptadas por los medios masivos e comunicación, el gobierno local y los mismos actores sociales están actualmente contribuyendo podrán contribuir en un futuro a la recuperación de la ciudad y sus espacios públicos. (...) Hay que preguntarse si los medios reflejan y quieren reflejar esta pluralidad multicultural urbana que existe en nuestra sociedad.” (Carrión, 1999).

Frente a los problemas planteados anteriormente se presenta a la comunicación como una herramienta para contrarrestarlos, como un aliado al momento de llegar a la sociedad y crear un cambio de verdad. Por una parte los medios masivos pueden llegar a mucha gente y transmitir una idea, es por esto que son necesarios en cualquier campaña social. Además que las personas en general les tienen mucha confianza y creen en lo que estos grandes medios dicen.

En lo que se debe tener cuidado, es que los medios masivos por lo general son controlados por las mayorías y por lo tanto se olvidan de las minorías y representar a la sociedad en su totalidad. Lo que se ve en los medios por lo general es lo “común o normal” y muchas veces esto no es la realidad o por lo menos no para todos quienes habitan una ciudad. Carrión también habla de cómo los medios son los principales transmisores de propaganda que generalmente es propiciada por el gobierno o por personas con intereses muy específicos. Los medios no pueden solo difundir esta información ya no sería ético de su parte. La comunicación masiva es una herramienta muy poderosa e influyente y tiene que ser utilizada y analizada con precaución para no dejarse engañar.

El concepto que presentamos en esta propuesta de comunicación está apoyado en promover la idea de sentirse pariente del parque vecinal. Como un amigo, realmente un vecino. Sobre todos si se trata de un ciudadano nacido y crecido en otra parte del país. Promover la idea de empezar a querer al parque, a partir de saber los beneficios que brinda en lo social y lo que significa para el medio ambiente urbano. No se trata de algo ajeno. Hacer el intento por transformar el sentido de pertenencia, mediante una campaña de comunicación, teniendo en cuenta el aporte indiscutible de las comunidades representadas en los grupos de comunicación, los medios de comunicación locales, los líderes comunitarios, las juntas de acción local, la radio y la televisión comunitaria, entre otros.” (Carrero, 2017)

Este es un documento escrito por dos comunicadores sociales y una psicóloga, quienes plantean un plan completo de comunicación dirigido a varios sectores de su ciudad, Bogotá. Su proyecto está enfocado en la repotenciación de los parques vecinales y la creación de conciencia al ciudadano sobre el cuidado del medio ambiente y la integración entre vecinos. De esta forma la comunicación más local, más segmentada y específica es la que llega más profundamente a los ciudadanos: Si se quiere realizar una campaña exitosa se necesita una combinación de las dos ya que el ir de puerta a puerta hablando con los moradores de un barrios, promover una reunión social y realizar un evento pequeño para que los miembros de los barrios se conozcan. Son pequeñas cosas que a largo plazo y después de haberlas repetido un número considerable de veces generan cambios, no solo temporales pero permanentes. Se puede llegar a modificar comportamientos. Y eso a largo plazo es lo que se quiere.

Investigaciones

Dentro de la investigación global se encontraron varios casos de estudio, en diferentes ciudades alrededor del mundo. Donde tenían problemas relacionados a la búsqueda de apropiación de los espacios públicos a continuación se presentarán algunos de los más relevantes. Se busca obtener referencias e ideas de planteamientos que han tenido éxito en tiempos contemporáneos.

Caso Medellín

“Comprendimos en ese momento que para construir comunidad deberíamos cambiar la idea no seguir construyendo casas. Entendimos que no eran peatones si no ciudadanos los que activaban la ciudad, entendimos que no movíamos autos si no que movíamos personas. Comprendimos que el espacio público era la oportunidad de tener muchos lugares de encuentro, y después de esto entendimos que tener transporte era mejor tener una movilidad integrada, que todos los sistemas llegarán. Solamente 21 años se necesitan para que Latinoamérica cambie.” (Restrepo, 2013)

El arquitecto Gustavo Restrepo es un habitante de Medellín, Colombia. Se desempeña como arquitecto en el sector público y privado, en las áreas de diseño, administración y construcción de proyectos de arquitectura y urbanismo sostenible. Fue el responsable de materializar el Plan de Desarrollo 2008-2011 de la Alcaldía de Medellín después de ser la cuna de Pablo Escobar y del Cartel de Medellín. Una ciudad destrozada por el narcotráfico y la violencia, una ciudad donde sus habitantes vivían con miedo, donde no podían salir de sus casas, donde el espacio público no era público, le pertenecía a los delincuentes. Ahora Medellín es un referente de cambio y de desarrollo para toda Latinoamérica. Sus ciudadanos

y muy buenas administraciones han sido las artífices de este cambio y son las responsables de la recuperación de esta ciudad, una ciudad que fue reconstruida por y para su gente.

Caso Boca del Río

Hay una barrera que envía un mensaje que dice a la gente: este espacio es para que tu lo camines, para que lo disfrutes en bici, para que experimentes con gozo el hecho de conocer la ciudad y el espacio público. Pasa muy seguido, ¿qué pasa cuando una calle, por algún tipo de obra, por algún tipo de circunstancia se cierra al tráfico motorizado? Inmediatamente las personas se apropian de la calle y empiezan a caminar en medio de la calle y se cruzan por todos lados. y empiezan a generar una dinámica distinta que aparentemente no es posible. Porque todo los días estamos acostumbrados a ver calles llenos de coches, Pero que una vez que tu creas las condiciones para que esto suceda, la gente de forma natural se apropia de los espacios. Y bueno los ciudadanos también reclaman la infraestructura que hace falta. (De Gyves, 2015)

En esta conferencia se habla de las tácticas y estrategias que se desarrollaron en diferentes lugares de la ciudad y en diferentes tipos de espacios públicos. Habla mucho sobre la peatonalización de las ciudades, cambiar desde lo más básico, Cambiar el modelo de la construcción de la ciudad. Cómo se debe construir una ciudad y dependiendo de quienes son los que se deben estar primeros en términos de importancia. Las personas son más importantes que los coches y por esta razón es necesario replantearse el diseño de las calles y de los espacios públicos. Las ciudades a escala humana es el modelo que se plante para esta ciudad y que experimentos se han realizado en relación a esto.

Caso Aguascalientes

Durante el primer año de la investigación de estudio se previeron visitas a los espacios, haciendo rondas de observación y análisis; se realizó el calendario de diferentes eventos que se desarrollaron en dichos lugares llevados a cabo por distintos grupos de poder. Asimismo, el espacio fue monitoreado constantemente para observar y analizar los sucesos que ocurrían con los diferentes tipos de actores en su vida cotidiana. En el segundo año, se recopilaron cuestionarios y registros biográficos significativos que vinculan las actividades y usos rememorados por los actores.” (Gutiérrez, 2012).

Esta investigación fue publicada en la revista mexicana *Investigación y Ciencia*. Tiene como propósito el explicar la forma en que se manifiestan las apropiaciones y usos del espacio en el centro de la ciudad de Aguascalientes durante el transcurso de 3 años (2009-2012). La investigación se centró en los espacios relacionados con actividades formales e informales en los mismos, en particular, aquellas que se llevan a cabo por motivos de trabajo. Tiene gran aporte a nuestra investigación ya que este trabajo tuvo una orientación de investigación bastante amplia y utilizó diferentes herramientas que nos pueden servir de ejemplo: Métodos cualitativos visuales (empleando mapas, fotografías y videos), etnográfica (reseñas bibliográficas e historia de vida), y métodos cuantitativos como cuestionarios de preguntas cerradas y abiertas, para poder visualizar y conceptualizar de mejor manera los espacios públicos.

Barcelona- España y Curitiba - Brasil,

Al analizar comparativamente la producción de imágenes en Barcelona- España y Curitiba - Brasil, dos ciudades paradigmáticas del urbanismo contemporáneo, hemos podido comprobar la existencia de semejanzas sorprendentes, 10 que muestra acaso la

universalidad de los procesos urbano-metropolitanos contemporáneos pese a desarrollarse en contextos lejanos y aparentemente diferentes. Creemos que el estudio comparativo de estas dos ciudades puede aportar elementos interpretativos de las nuevas formas de 'hacer ciudad', de los recientes planes estratégicos y, en definitiva, de los 'proyectos de ciudad' en curso.” (Carrión, 1999)

En el libro de Fernando Carrión: La Ciudad, Escenario de Comunicación habla de un estudio realizado por él en estas ciudades, muestra los resultados y cómo aunque son ciudades muy distantes y que podrían ser muy distintas los principios se aplican de igual manera y los resultados pueden coincidir. Obviamente guardando las diferencias y acoplándose un poco las realidades culturales.

Marco Teórico Nacional

Marco Metodológico

Para el desarrollo de la investigación se utilizó el método cuantitativo y cualitativo, pues era necesario analizar la temática desde el punto de vista teórico, al igual que la opinión y percepción de las personas de la comunidad de Puenbo sobre sus espacios públicos, su estado, y la importancia que representan para ellos en su día. Para esto se utilizó herramientas como entrevistas en cuanto al método cualitativo y encuestas con respecto al método cuantitativo. Las entrevistas se realizaron a arquitectos, urbanistas y psicólogos expertos en la temática de los espacios públicos y la vida en comunidad en Ecuador. Por otro lado, en cuanto al uso de encuestas, se decidió realizar una investigación directamente en la comunidad con la que se va a trabajar. Teniendo en cuenta el número de habitantes que viven en los alrededores de Puenbo, se ha decidido tomar una muestra significativa de 50

habitantes de la zona de Puenbo (niños, jóvenes y adultos (hombres y mujeres) de cualquier estrato económico que habitan en los alrededores del Parque de Puenbo, con el objetivo de analizar insights y percepciones de primera mano, temáticas de interés para la investigación.

Se midió:

- Nivel de interacción entre miembros de la comunidad
- Frecuencia de visita al parque
- Actividades realizadas en el parque
- Percepción de seguridad del parque
- Percepción de principales problemas del parque
- Razones por las cuales no se visita el parque a menudo
- Percepción de apertura del parque a la interacción entre miembros de la comunidad
- Actividades y mejoras deseadas en el parque por parte de los miembros de la comunidad

Antecedentes

En la mayor parte de las ciudades de Ecuador, el espacio público es un tema secundario dentro de la planificación urbana de las metrópolis, en cuanto se privilegia el aumento de vías vehiculares y la disminución de las veredas, o la cesión del espacio público a empresas privadas, privilegiando de esta manera el interés individual sobre el colectivo.” (León. 2005)

Quito, siendo la segunda ciudad más grande en territorio del Ecuador no es la excepción ante esta problemática. Las predicciones del INEC dicen que, en el 2020, Quito sobrepasará en población a Guayaquil y será la ciudad más poblada del Ecuador, transformándose rápidamente en una gran metrópolis que crece desordenadamente.

“Desafortunadamente, Quito crece en un ritmo tan acelerado y tan a grande escala que se

siente como muchos espacios se pierden gracias a la presencia del automóvil y del transporte público sin tomar en cuenta la esencia de los espacios públicos. (Dunn, 2017)

Quito ya no da más; las condiciones climáticas y de ubicación geográfica, la altura, y la misma forma de la ciudad no permite que se construyan más avenidas e intercambiadores que, lejos de solucionar los problemas de circulación, nos restan espacio público y promueven el uso del automóvil privado. Si es de facilitar las condiciones de vida en nuestra ciudad, facilitemos a las personas; si es de formar ciudadanos respetuosos, propongamos campañas de aprendizaje comunitarias, que nos hagan sentirnos parte de la ciudad. (León. 2005)

Ecuador y sus Espacios Públicos

En la actualidad las instituciones estatales se han dado cuenta de la importancia de los espacios públicos para los ciudadanos y para el completo desarrollo de las ciudades. Se han realizado estudios sobre esta problemática, para poder diseñar planes de reconstrucción y campañas de apropiación en distintas ciudades del país. Según un documento presentado por el Ministerio de Cultura y Patrimonio a la Semplades en el año 2014, éstas son algunas de las causas para la falta de interés de los ciudadanos en los espacios públicos.

Los espacios públicos tales como plazas, aceras, parques urbanos, bulevares, playas, riberas y jardines públicos son acechados por el comercio informal, la inseguridad, la insalubridad y el tráfico vehicular o despoblados por la atracción de los centros comerciales, patios de comida, cines y supermercados. (Ministerio de Cultura y Patrimonio, 2014)

En este documento se aborda la teoría de que uno de los principales factores para que los ciudadanos no se apropien de los espacios públicos en sus ciudades es la falta de identidad que ellos tienen con sus ciudades y lugares donde viven. Por esto ellos no sienten que deben acudir, disfrutar o cuidar espacios como parques, calles, plazas etc. porque simplemente no los sienten como suyos. A continuación, se presenta la tabla donde se evalúan todas las causas para que este fenómeno ocurra y cómo se relacionan entre sí.




		FACTORES								
		F1	F2	F3	F4	F5	F6	F7	M	
ENDOGENOS	F1	Desarrollo no planificado de las ciudades.	X	1	1	1	0	0	1	4
	F2	Intervenciones físicas públicas y privadas que rompen con la unidad paisajística.	0	X	1	0	1	1	1	4
	F3	Crisis de la función social de los espacios públicos.	0	0	X	0	1	1	1	3
	F4	Incipientes instrumentos normativos para el ordenamiento de ciudades.	1	1	0	X	0	1	1	4
	F5	Falta de empoderamiento, conciencia, identidad, apropiación ciudadana frente a la ciudad.	1	1	1	1	X	1	1	6
EXOGENOS	F6	Introducción de códigos culturales externos.	0	0	1	0	0	X	0	1
	F7	Ruptura de la relación ecosistémica de las ciudades con su entorno.	0	1	0	0	0	0	X	1
	D		2	4	4	2	2	4	5	

Fuente: Proyecto Ciudades Patrimoniales del Ecuador – MCP, 2012

Gráfico 3: Factores para la no apropiación

La interpretación de la tabla es la siguiente:

Esta lectura permite identificar los problemas más determinantes relacionados con la pérdida de identidad de las ciudades, matriz de la cual se desprende que el principal problema de la destrucción de los valores culturales de identidad está relacionado con la falta de empoderamiento, conciencia y apropiación ciudadana frente a la ciudad y sus patrimonios. En segunda posición se ubica el problema relacionado a la pérdida de

activos naturales, la degradación de los ecosistemas próximos al entorno urbano y el impacto sobre los paisajes naturales y culturales. El siguiente rango de problemas tiene que ver con la escasa capacidad de los gobiernos municipales para planificar, regular, controlar y gestionar el desarrollo urbano y sus valiosos activos y potencialidades. (Ministerio de Cultura y Patrimonio, 2014)

Éste es un fenómeno que ocurre en todo el Ecuador independientemente de la región o la ciudad, es por esto que se cree necesario el realizar campañas de comunicación para socializar los diferentes proyectos que tienen tanto el estado como las administraciones zonales. Muchas veces las obras están ahí, los espacios están ahí pero las personas no los usan, no se dan cuenta ni de que existen.

En el peor de los escenarios, en lugares donde no ha existido la inversión en infraestructura, eso es relativamente fácil de lograr con presión a las autoridades. Sin embargo, nada de esto se puede aprovechar si la gente no está interesada en salir y disfrutar de los espacios públicos, es precisamente ahí cuando entra en acción la comunicación social, que busca cambiar o influir en la forma de pensar y de actuar de las personas para que salgan y se apropien de los espacios públicos.

Casos de Estudio en Ciudades Principales de Ecuador

A lo largo de la historia, se han realizado múltiples intervenciones de reconstrucción en diferentes ciudades del Ecuador, la mayoría de las cuales han sido con fines estéticos y más que nada turísticos. Se han recuperado espacios públicos para convertirlos en atracciones turísticas principalmente. Sin embargo, al mejorar el aspecto arquitectónico y de diseño de un lugar y al realizar campañas de comunicación para socializar el buen uso de los mismos, se

ha alcanzado la apropiación de estos espacios públicos por parte de los moradores del sector y en general de todos los habitantes de cada ciudad.

Es importante mencionar algunos casos de estudio exitosos sobre la recuperación de los espacios públicos en el Ecuador, de esta forma se busca tener ejemplos concretos para utilizarlos como guía para el proyecto que se realizará en Quito. Servirán como antecedentes de cómo han manejado las entidades estatales los diferentes proyectos. Existen muchos factores y características que comparten los ciudadanos del Ecuador y se pueden aplicar las mismas técnicas, aplicadas en estos casos anteriores, para aplicarlas con éxito en Quito.

Guayaquil y el Malecón 2000

Malecón 2000 es un proyecto urbano-arquitectónico construido en Guayaquil - Ecuador a finales del siglo pasado, augurando cambios para la ciudad en el nuevo milenio. En la orilla oeste del río Guayas, se despliegan las formas arquitectónicas que reemplazan al antiguo paseo recreativo y comercial llamado Malecón Simón Bolívar, constituido como el centro fundacional de la ciudad portuaria. La reconstrucción de esta centralidad, inaugura una nueva etapa en la historia de la ciudad, en el imaginario de la ciudadanía y en la gestión pública, en respuesta a un proyecto municipal de regeneración urbana que opera hasta la actualidad y que persigue la transformación de aquellas zonas consideradas degradadas. (Navas, 2012)

El impacto que tuvo este proyecto fue mucho más grande de lo que todos esperaban. Si bien el cambio principal estuvo enfocado en términos estructurales, de diseño y reconstrucción, los efectos que tuvo al nivel psicológico en la sociedad de Guayaquil fueron mucho más grandes. Este proyecto afectó precisamente a la identidad de los ciudadanos

guayaquileños. Se creó un símbolo de la ciudad, un símbolo de modernización, de turismo, del inicio de una nueva etapa. Por mucho tiempo esta ciudad estuvo gobernada por malos políticos que la dejaron en muy mal estado. Esta obra en un espacio público le devolvió la esperanza y le dio una nueva cara tanto física como emocional a la ciudad y a sus ciudadanos.

La Muy Ilustre Municipalidad de Guayaquil, promueve la regeneración urbana como el instrumento que permitió consolidar un nuevo “modelo de gestión pública”, basado en el fortalecimiento de alianzas con el sector privado, para garantizar la ejecución de obras y convertir a Guayaquil en una ciudad competitiva capaz de atraer inversiones internacionales. Como parte del discurso político que la respalda, se ha enfatizado los múltiples beneficios producidos por el proyecto, asociados a la inserción de la ciudad en el mercado del turismo global, así como la generación de plazas de trabajo, la transformación de la imagen urbana y la recuperación de la identidad de los guayaquileños. (Navas, 2012)

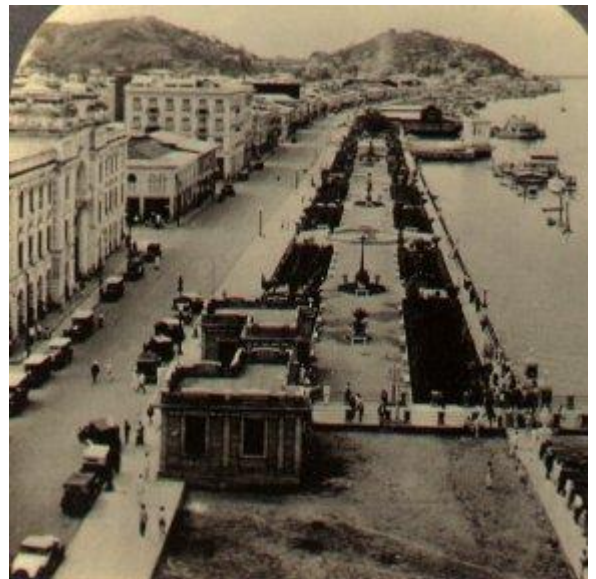
Existieron dos grandes plataformas que hicieron posible la realización de este proyecto, la primera es la decisión de la municipalidad de hacer un cambio a la ciudad de 180 grados. Con un cambio de administración, tenían que demostrar que el nuevo partido político había sido la mejor opción. La segunda es la implantación de una nueva forma de administrar los espacios públicos: en colaboración y fuerte alianza con la empresa privada.

Existen muchos argumentos a favor y en contra de cómo se administró y se realizó la regeneración de este espacio público. Sin embargo, no se puede negar bajo ningún concepto los efectos dramáticos que tuvieron la ciudad y sus ciudadanos después de su inauguración de

este espacio. La ciudad cambió, la hizo más bella dejó de ser el lugar sucio y mal oliente que todos percibían. Pero el cambio más significativo fue en la actitud de las personas hacia su ciudad, empezaron a sentirse orgullosos de su ciudad, la identidad de ser guayaquileños. Esto causa que las personas de todas las edades acudan a este espacio público con más frecuencia, que el mismo cumpla sus funciones: sitio de reunión, lugar de distracción o de ocio, entretenimiento, actividades culturales, actividades deportivas. Este es uno de los proyectos de reconstrucción de los espacios públicos más exitosos a nivel nacional.



Fotografía Actual



Fotografía Antes de la Reconstrucción

Gráfico 3: Malecón 2000 antes y después

Cuenca y el Proyecto *Cuenca Red*

El Centro Histórico de Cuenca, Ecuador, inscrito en la Lista de Patrimonio Mundial por la UNESCO desde el año 1999 está inmerso en una transformación urbana por la definición de un nuevo modelo de movilidad: la construcción del tranvía de los 4 ríos, una

nueva red ciclista, nuevas redes peatonales, etc. pretenden reducir la carga vehicular en el interior y tendrán implicaciones directas en las dinámicas urbanas actuales.” (Basulto, 2017)

Varios actores se encuentran participando en dicha transformación urbana: el ICES (Iniciativa Ciudades Emergentes y Sostenibles), el BID (Banco Interamericano de Desarrollo) y el GAD Municipal de Cuenca Ecuador, Ecosistema_Urbano. Sin embargo, existe un nuevo proyecto dentro de esta ciudad que promete rehabilitar y dar vida a los espacios públicos aplicando técnicas innovadoras desde un punto de vista más humano de lo que se ha visto: el proyecto Cuenca Red.

Cuenca Red es un proyecto en marcha para la reactivación del espacio público del Centro Histórico de Cuenca. Su mayor propósito es apoyar y reforzar el nuevo modelo de accesibilidad y movilidad que está siendo desarrollado en la ciudad y tiene como objetivo avanzar hacia un modelo de ciudad más activa, habitable, saludable, inclusiva, dinámica y segura por medio de la socialización.” (CuencaRED, 2017)

En el Ecuador, sus proyectos se han convertido en un ejemplo a seguir para las rehabilitaciones futuras de las ciudades. Esta entidad se dedica a lograr su cometido por una serie de pasos específicos: “**1.** Estrategia de acupuntura urbana del centro histórico: identificación de espacios que, a través de pequeñas intervenciones, pueden convertirse en nuevos equipamientos, pequeños parques, espacios públicos para la ciudad, etc. **2.** Concepto y desarrollo de una red de “patios activos” de manzana: los patios y corazones de manzana constituyen una increíble oportunidad para alojar nuevos usos y programas, multiplicando las posibilidades de ocio y recreo en el centro histórico. **3.** Guía de diseño del núcleo del centro histórico: guía que da pautas de diseño para los espacios públicos del área central, la cual

servirá para orientar futuras intervenciones en el centro histórico, de manera que exista una línea de continuidad entre las distintas implementaciones.” (CuencaRED, 2017)

A pesar de la importancia de los pasos anteriormente mencionados, lo que caracteriza principalmente al proyecto Cuenca Red, es que construye sus planificaciones urbanas por medio de un método de *socialización*. Esto quiere decir que sus proyectos e ideas nacen del resultado de “una comunicación bidireccional y constante entre ciudadanos e instituciones, permitiendo así que estas intervenciones en la ciudad se realicen con el consenso y la creatividad debidas y necesarias.” (Basulto, 2017) Es decir, una de las actividades principales de Cuenca Red, es involucrar activamente a los miembros de la sociedad en el proyecto, haciéndolos una parte fundamental en el proceso de revitalización de los espacios públicos del centro histórico de Cuenca.

A lo largo de dicho proceso de socialización, se implementan talleres tanto institucionales, y ciudadanos, como para niños, agentes activos y universitarios. Por medio de los mismos, se logra generar ideas en torno a 6 ejes temáticos fundamentales que caracterizan a los espacios públicos: actividades, movilidad, patrimonio, cultura, economía y medio natural. “Estos seis temas giran en torno al concepto de espacio público, como concepto transversal que afecta y condiciona distintas esferas de la vida urbana. Las ideas de los cuencanos ayudarán a definir las estrategias de revitalización de cuenca red. (CuencaRED, 2017)

Es importante mencionar que durante estos procesos participativos de socialización, Cuenca RED ha utilizado a la comunicación, a la creatividad y los movimientos sociales como herramientas fundamentales para la construcción de sus proyectos urbanistas. Ha

contado con la participación de todo tipo de personajes y miembros de la sociedad que han aportado con sus ideas y sugerencias, de maneras lúdicas y entretenidas que nutren a su sentido de pertenencia y participación ciudadana. Se ha reunido tanto a niños con sus dibujos, como a arquitectos y urbanistas con sus ideas creativas, como a ciudadanos comunes y corrientes que expresan por medio de activaciones y plataformas web, sus deseos e ideas para la revitalización de los espacios en Cuenca. “A través del proceso participativo se pretende animar a los ciudadanos a conocer mejor su centro histórico, dar visibilidad al proyecto de transformación y generar un proceso *de empoderamiento urbano*. Este proceso abierto de diálogo ha permitido recabar información útil para la definición de los programas en las propuestas finales.” (Basulto, 2017)

Con el análisis de dichos inputs obtenidos gracias a las diferentes activaciones realizadas por Cuenca RED, se han seleccionado más de 100 espacios públicos en Cuenca para los que se plantea una estrategia de Acupuntura Urbana. Sin embargo, en la actualidad se ha dado prioridad a los siguientes proyectos específicos, los cuales (como se puede ver en las fotos) representan en todo su esplendor el producto de la fusión creativa y humana de los ciudadanos y las instituciones : “Un Parqueadero Municipal situado junto al Parque Calderón, se convertirá en un “Salón Ciudadano” vinculado a la biblioteca municipal; una nueva “Red Social” capaz de albergar usos lúdicos para los más jóvenes se situará en la actual Plaza de Pedro Toulop; un “Centro Activo” capaz de albergar múltiples actividades deportivas y lúdicas, reactivará el conjunto de Hermano Miguel, en el Parque de Mary Corilé, se propone una “Casa en el árbol” entendida como espacio cívico y de concienciación medio ambiental. Y finalmente, se encuentra el proyecto emblemático del edificio Febres Cordero, el cual se transformará en “La Escuela Ciudad: un nuevo centro neurálgico del centro histórico que incorpora diversos programas y usos: vivienda, vivienda de interés social, residencia

universitaria, equipamientos, comercio, espacios públicos, etc.” (CuencaRED, 2017) Con la creación de este espacio híbrido, el propósito es recuperar al centro histórico de la ciudad como un espacio para *la vida*, “en un intento de paliar el efecto de vaciado que se ha producido en los últimos años”,(CuencaRED, 2017) como es desgraciadamente el caso del Barrio La Mariscal en Quito.

Pedro Tuolop

Antes



Después



Hermano Miguel

Antes



Después



Gráfico 4: Proyecto Cuenca Red

Regulaciones Legales de los Espacios Públicos en Ecuador

En la constitución del Ecuador se especifican quienes son las entidades que tienen control sobre los espacios públicos y cuáles son las reglas que se aplican para estos lugares. Estas leyes se aplican a todas las ciudades dentro del territorio ecuatoriano.

El artículo 55, es producto del ordenamiento constitucional (Art.264), pues se incorpora casi textualmente los (numerales) literales que hacen referencia a las Competencias Exclusivas del Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal, añade en el literal a) que se regulará el uso del suelo y la ocupación del suelo urbano y rural en el marco de la interculturalidad y plurinacionalidad y el respeto a la diversidad.

En el literal g) los GADs municipales planifican, construyen y mantienen la infraestructura física y los equipamientos de salud y educación, así como los espacios públicos destinados al desarrollo social, cultural y deportivo, de acuerdo con la ley.

El literal h) concreta la competencia exclusiva de: Preservar, mantener y difundir el patrimonio arquitectónico, cultural y natural del cantón y construir los espacios públicos para estos fines.

Artículo 144, que desarrolla conceptos sobre el ejercicio de la competencia de preservar, mantener y difundir el patrimonio cultural:
Señala que, corresponde a los gobiernos autónomos descentralizados municipales, formular, aprobar, ejecutar y evaluar los planes, programas y proyectos destinados a la preservación, mantenimiento y difusión del patrimonio arquitectónico, cultural y natural, de su circunscripción y construir los espacios públicos para estos fines. Indica que el patrimonio será considerado con todas sus expresiones tangibles e intangibles; y, determina que la

preservación abarcará el conjunto de acciones que permitan su conservación, defensa y protección; que el mantenimiento garantizará su sostenimiento integral en el tiempo; y la difusión procurará la propagación permanente en la sociedad de los valores que representa.(Ministerio de Cultura y Patrimonio, 2014)

Quito

Quito, su nombre oficial es San Francisco de Quito, ubicada en la provincia de Pichincha. Es la capital política de la República de Ecuador y la más antigua de Sudamérica. Es la segunda ciudad más grande en territorio del Ecuador, con 422.802 hectáreas, y la segunda en población, después de Guayaquil; cuenta con 1 607 734 habitantes divididas en 33 parroquias rurales y 32 parroquias urbanas con 2 239 191 habitantes en todo el Distrito Metropolitano. Actualmente es considerada la capital económica del país. Es una de las ciudades más altas del mundo, su altitud va desde los 1.533 metros (5.029 pies) hasta los 3.777 (12.391 pies) sobre el nivel del mar. El área urbana del Distrito Metropolitano de Quito tiene una altura promedio de 2.850 metros (9.350 pies). (Quito Turismo, 2017)

Es la primera ciudad declarada, como Patrimonio Cultural de la Humanidad por la Unesco, el 18 de septiembre de 1978. En 2008, Quito fue nombrada sede de la Unión de Naciones Suramericanas (Unasur), siendo así el centro de reuniones oficiales de los países de América del Sur. Quito ha sido evaluada dentro del concepto de ciudades mundiales o globales como una ciudad Gamma según el estudio de GaWC.

La ciudad tiene un pasado largo, latente, que todavía se puede vivir en muchas de sus calles. La historia tiene sus raíces en la tribu de los quitus, que habitó en el territorio antes de la llegada de los incas y los conquistadores españoles (y eso nos aclara el origen del nombre de la ciudad).(…) El viaje en el tiempo sigue y nos lleva al 6 de

diciembre de 1534, fecha en la cual los españoles que vinieron a estas tierras fundaron San Francisco de Quito, con sólo 204 colonos. Sobre el terreno que fue de los quitus e incas apareció una ciudad que únicamente ocupaba el espacio que ahora es conocido como el Centro Histórico. (Quito Turismo, 2017)

Crecimiento de Quito y su Sobremodernidad

En la actualidad, Quito experimenta un crecimiento poblacional del 2,18% anual, según el reciente Censo de 2010. Este es un porcentaje inferior al registrado 30 años atrás (1982), cuando tuvo un incremento del 4,19%. La población en todo este tiempo pasó de 1 millón 116 mil, 035 a 2 millones 239.191.” (La Hora, 2012). “Quito está a punto de volverse la ciudad más poblada de Ecuador. La densidad poblacional de Quito avanza mientras que la de Guayaquil decrece. Las predicciones del INEC dicen que en el 2020 Quito será la ciudad más poblada del Ecuador. (Dunn, 2017)

Según el reconocido urbanista quiteño Fernando Carrión, la urbe creciente de Quito comienza a formarse desde los años 80 a consecuencia principal de la migración excesiva del campo a la ciudad. “La capital se volvió atractiva para las personas del campo y eso fue lo que motivó a su salida”. Sin embargo, esta migración excesiva no trajo necesariamente consecuencias positivas. El principal problema con esta migración es que comenzó el crecimiento de la ciudad a nivel periférico, y los puntos centrales de la ciudad comienzan a perderse poco a poco. “Uno de los problemas para que una gran cantidad de gente no pueda tener acceso a la vivienda en la zona centro norte es el costo del terreno. Generalmente, los terrenos de la periferia son los más baratos y los de las zonas centrales los más caros. Por ello, la oferta de vivienda más económica está en la periferia, lo cual hace que la población se

siga alejando cada vez más de los lugares de trabajo, de estudio y sitios de actividades y la ciudad se expanda.” (Travéz, 2015)

Esto causa que existan bajos niveles de crecimiento poblacional a nivel del centro histórico y urbano de la ciudad, y el hecho de que la decisión de vivienda se está concentrando en las periferias, está dejando a estas áreas en una peligrosa libertad de volverse lugares puramente comerciales, destruyendo así el sentido de barrio y de comunidad que se espera rescatar.

Por lo tanto, no es secreto para ninguno de los habitantes de la ciudad de Quito, que la capital del Ecuador se encuentra en una transición importante. Tanto su población, como su composición funcional están transformándose aceleradamente hacia un proceso de modernidad, presa de la globalización como toda gran metrópoli en crecimiento. Auge, es quien pone concepto a este proceso, y lo denomina sobremodernidad. La misma, “es una época regida por una lógica de excesos, los más importantes son: exceso de información, el exceso de imágenes y el exceso de individualismo; que toma lugar en grandes concentraciones de habitantes.” (Auge, 1996). Auge menciona que es de suma importancia durante este proceso de sobremodernidad, la relación entre espacio y tiempo. Los mismos, gracias a los avances tecnológicos, se acortan, y en consecuencia la sociedad es sentenciada a vivir rápidamente, aislada e individualizada.

De la misma manera, otra consecuencia de la sobremodernidad es la “paulatina eliminación de fronteras reales y simbólicas. Esto genera una desterritorialidad de los sentidos de pertenencia con el tiempo y el espacio” (Calvopiña, 2009) Es decir, cuando esto ocurre, los habitantes de una sociedad comienzan a formar parte de los “no-lugares” y del

mundo globalizado, haciéndolos ajenos y extranjeros a los lugares físicos de la ciudad a la que pertenecen, incluyendo entre estos obviamente, a los espacios públicos. “Según este planteamiento, las grandes ciudades se transforman en no-ciudades, espacios del anonimato” (Augue, 1996)

Regulaciones Legales de los Espacios Públicos en Quito

De la misma manera que existen extensas normativas sobre el suelo Ecuatoriano, sus espacios públicos y su uso, existen tanto regulaciones como normas y planes orquestadas por el Municipio de Quito, La Secretaría de Territorio, Hábitat y Vivienda y la Empresa Pública Metropolitana de Movilidad y Obras Públicas (EPMMOP) que tienen como propósito optimizar el buen uso y funcionamiento del suelo y de los espacios públicos Quiteños, tomando siempre en consideración el cambio constante y paulatino de esta nueva metrópoli.

A continuación, se presentará varios resúmenes tanto de los planes de desarrollo territorial, como ordenanzas y manuales de los espacios públicos de Quito, proporcionados por el Departamento de Urbanismo y Ordenación del Territorio de la Escuela Técnica Superior de Arquitectura de Barcelona en su libro “Quito: La búsqueda de una política para el espacio público” (2015). Se señalará en cursiva y negrita las afirmaciones y postulados que permitirán de soporte legal a la implementación de los proyectos futuros de esta investigación.

**PLAN GENERAL DE DESARROLLO TERRITORIAL. AÑO: 2006
(Municipio del Distrito Metropolitano de Quito, 2006)**

Este plan representa una actualización del anterior Plan de Gestión De Territorio (PGDT) del 2000, por lo cual muchos de sus criterios o propuestas son una continuidad de lo anterior e incorporan también el espíritu presentado en el Plan Equinoccio 21.

Si en el período anterior se ejecutó primordialmente la recuperación del espacio público del centro histórico en *este se plantea una descentralización de las actuaciones, mediante el rescate de lo público, fortaleciendo y revalorizando la ciudad y complementarlo con propuestas de recuperación y ampliación de los espacios públicos.*

Da cuenta también que el predominio de las edificaciones construidas en régimen de propiedad horizontal ha limitado la dotación de espacio público, ya que se han edificado proyectos cerrados cuyas áreas libres no se integran con la ciudad.

Patrimonial

Se propone la atención a otras áreas de interés patrimonial, no solo las ubicadas en el centro histórico sino a las pertenecientes a otros barrios y de otras épocas posteriores a la colonia, mediante *la rehabilitación del espacio público de barrios emblemáticos y la integración de hitos arqueológicos o naturales en los recorridos de espacio público.*

Territorial

A nivel territorial se refleja el espíritu del plan mediante el interés por integrar las áreas indicadas referentes a hitos arqueológicos y naturales y estructurarlas con el espacio público urbano, mediante la generación de itinerarios o recorridos.

Movilidad

Se propone organizar los diferentes corredores y unidades de transporte público en una red que articule las centralidades con el territorio y brinde un servicio eficiente. Además se propone la creación y conformación de un sistema de ciclovías que complete las iniciales que se habían construido previamente, y que abarquen una gran parte del área urbana.

Imagen urbana

Se plantea la recuperación de la imagen urbana de los barrios periféricos mediante la *creación de proyectos que mejoren las condiciones los barrios menos equipados, mejorando las condiciones de los espacios públicos.*” (Freire, 2015).

2. ORDENANZA-RÉGIMEN DE SUELO, AÑO: 2003 - 2010 - 2013.(Concejo Metropolitano de Quito, 2003 - 2010 - 2013)

“En este documento se realiza una conceptualización del espacio público, más allá de los elementos que lo constituyen, ya que *incluye una serie de normas e ideas vinculadas a los objetivos o características que se desean obtener en la construcción del espacio público quiteño.* Además define cuales son los instrumentos de planificación territorial que desde la redacción del plan PGDT 2000, son incorporados en la política de administración y gestión de la ciudad.

Territorial

Se plantea la integración del espacio público urbano y suburbano, mediante la creación de *un sistema regional de espacios públicos que interactúen entre sí.* Se propone además incorporar las ideas de paisaje de interés histórico, natural o artístico dentro de la

construcción de proyectos que respeten, valoren y destaquen las preexistencias en este ámbito.

Movilidad y accesibilidad

Los espacios públicos serán accesibles y no podrán ser cercados o amurallados; pues su uso, disfrute y libre acceso debe ser garantizado a toda la ciudadanía.

Imagen urbana

Se definen como elementos complementarios al espacio público el arbolado urbano, el mobiliario y la señalización, por lo cual su lenguaje, al influir en la imagen urbana del mismo, es susceptible de ser normado. Así también se propone que los planes y proyectos arquitectónicos y urbanos contengan estudios del contexto y paisaje en el que se implantarán.” (Freire, 2015).

3. NORMAS DE ARQUITECTURA Y URBANISMO. AÑO: 2003, 2008, 2012 (Municipio del Distrito Metropolitano de Quito, 2003 - 2008 - 2012)

Este documento tiene por objetivo crear las reglas fundamentales para los planes y proyectos de arquitectura y urbanismo, dentro de las cuales existe un enfoque principal hacia la arquitectura y las normas básicas que deben poseer las edificaciones. *En el campo del espacio público se puede destacar la redacción de criterios relacionados a la accesibilidad al medio físico, secciones de vía y algunas secciones referentes a los elementos complementarios del espacio público como mobiliario urbano, arbolado y señalización.*

Movilidad y accesibilidad

Facilitar la accesibilidad funcional y el uso de los lugares públicos a los peatones y personas de movilidad reducida, suprimiendo imprevistos en el plano horizontal como en los cambios de nivel. Para lo cual se exige la revisión de las normas INEN (Instituto Ecuatoriano de Normalización) referentes a la accesibilidad al medio físico, redactadas en el año 2000. Se establecen secciones de vía y normas que asignan función, tipo de conexión, velocidades, relación con los lotes, estacionamiento y el tipo de transporte que podrá circular en ellas. Se establecen también vías peatonales, ciclo vías y escalinatas acompañadas por normativa sobre dimensiones y ubicación.

Imagen urbana

Se asigna una clasificación para el mobiliario urbano y además se establecen criterios para su implantación en el espacio público dependiendo de su ubicación. En áreas históricas se propone la instalación en núcleos y en otras áreas a urbanizar mediante una banda de elementos. Así también se establecen criterios referentes al arbolado urbano los cuales van desde su selección, implantación y mantenimiento. (Freire, 2015).

4. CATÁLOGO DE ESPACIO PÚBLICO. AÑO: 2008 (Municipio del Distrito Metropolitano de Quito, 2008a - 2008b - 2008c)

“Es el primer documento de este tipo en la política de la ciudad de Quito. Pretende generar una guía para la construcción e implantación de la mayoría de elementos del espacio público mediante la redacción de tres manuales: de aceras, de mobiliario urbano y de arborización. Estos textos no tienen carácter normativo pues son documentos abiertos, flexibles y modificables; pero su idea principal es iniciar una búsqueda del lenguaje formal del espacio público quiteño mediante la estandarización de sus elementos.”

- Manual de Aceras: detalles para la construcción de aceras, implantación de vados, rampas y mobiliario urbano, resolución de situaciones en cruces de vías, esquinas, estacionamientos y ciclo vías.
- Catálogo de Mobiliario Urbano: provee de un listado de mobiliario con su descripción gráfica y técnica y una clasificación donde propone el tipo de proyecto en el que puede ubicarse: áreas históricas, barrios emblemáticos o parques.
- Manual de Arborización: explica las características del micro-clima de la ciudad y los lugares idóneos para plantar cada especie. Viene acompañado de un listado detallado de las especies con su forma de plantación, usos y precauciones.

Patrimonial

La búsqueda de un lenguaje que respete o se adapte al entorno histórico del centro de la ciudad, plantea el diseño específico de un catálogo adaptado para las intervenciones en ésta área de la ciudad: bancas, basureros, bolardos, kioscos, módulos de baños, etc. son diseñados de acuerdo a materiales y formas que no desentonen con el entorno.

Movilidad

Se plantea mejorar la accesibilidad a los espacios públicos mediante la estandarización de detalles para vados, rampas, escaleras, etc y la selección de materiales para la superficie del piso y detalle de *elementos que eviten la aparición de barreras físicas en la libre circulación peatonal.*

Imagen urbana

Promueve la creación de un lenguaje unitario para mejorar la imagen urbana de la ciudad mediante la estandarización de elementos y detalles constructivos para las obras de urbanización y re-urbanización en el espacio público. (Freire, 2015)

5. PLAN METROPOLITANO DE ORDENAMIENTO TERRITORIAL. AÑO: 2012 (Municipio del Distrito Metropolitano de Quito, 2011b)

Este documento constituye la actualización y modificación del Plan de Gestión y Desarrollo Territorial 2006, y es un instrumento de planificación que marca las nuevas políticas del gobierno nacional, las cuales a través del Plan Nacional del Buen Vivir, *ponen en relieve la importancia del derecho a la ciudad y la apropiación del espacio público*. De esta manera se propone la creación de una Red de Espacios Públicos (REP), mediante la creación o recuperación de espacios de diferentes escalas, usos y características, permitiendo relacionar las áreas urbanas y ecológicas simultáneamente, mediante la integración con la Red Verde Urbana (RVU).

Patrimonial

Promover la creación de un espacio público patrimonial simbólico y que se encuentre estructurado a la ciudad para fomentar su intensidad de uso. Fortalecer y asignar recorridos turísticos dentro del área urbana que permitan vincular los espacios patrimoniales con la ciudad.

Territorial

Plantear una REP y RVU *que permita la relación armónica entre las áreas urbanas y ecológicas*, mediante la utilización de los recursos geográficos, ecológicos y paisajísticos en la configuración de estos sistemas, lo cual permitirá su transversalidad y con ello permitirá aportar por ejemplo en la movilidad de la fauna aviaria existente en muchos de las áreas

verdes que rodean a Quito; esto a su vez permitirá también reducir el impacto ambiental negativo en los hábitats adyacentes al suelo urbano. ***Promover el mejoramiento de los espacios públicos ubicados en los asentamientos menores del área rural, desconcentrando las actividades de rehabilitación del espacio público de la ciudad hacia los poblados rurales.***

Movilidad y accesibilidad

Se redactan una serie de criterios que pretenden defender el derecho de peatones y ciclistas como principales actores de la movilidad. ***De esta manera se propone la creación de espacios públicos que garanticen la accesibilidad universal, que estén bien iluminados y que se articulen con las redes de espacio público y de ciclovías.*** Concebir la red vial como parte del espacio público, con diseño, señalización y mantenimiento adecuados y limitar el uso del espacio público como estacionamiento, ampliando las conexiones con el sistema de transporte público y el sistema de estacionamientos. Además, se propone la recuperación y mantenimiento permanente de los ejes principales de acceso a los barrios, los cuales deben ser dotados de paradas de bus y aceras bien urbanizadas.

Imagen urbana

Se propone el mejoramiento de los proyectos de urbanización mediante la aplicación de los manuales y de nuevos elementos que permitan la estandarización de la imagen urbana. En los proyectos urbanos que intervenga la recuperación de fachadas de edificaciones de interés, se recibirá asistencia técnica gratuita por parte del municipio. Se plantea a su vez integrar la rehabilitación de las fachadas y cerramientos de las edificaciones junto proyectos de recuperación urbana.

Espacios Públicos de Quito

Las Calles de Quito y su Peatonalización

Diego Hurtado afirma que la calle es el espacio público por excelencia, ya que es en este lugar donde ocurre la mayor interacción entre ciudadanos. Todos necesitamos y hacemos uso de la calle, ciclistas, carros, transporte público y peatones. Todos tenemos la necesidad de utilizar la calle y sus aceras. Sin embargo, es el espacio público más olvidado en la actualidad, y la verdad es que muchos ya ni lo consideran un espacio de esparcimiento o de ninguna otra actividad que no sea la de simplemente transitar.

Para que las calles se vuelvan cada vez más seguras mediante el diseño y se eliminen los riesgos de accidentes de tránsito. Para que, por los cruces e intersecciones, puedan continuar sus trayectos personas con discapacidad visual, ciudadanos con movilidad reducida, niños pequeños y adultos mayores, con total autonomía sin depender de otros para hacerlo. Para que los espacios conformados entre las fachadas sean agradables y acogedores e inviten a quedarse en ellos y utilizarlos. (Hurtado, 2016)

Precisamente esta es la propuesta que se está manejando en el urbanismo moderno. Calles que simplemente se han vuelto peatonales como resultado el comercio de los alrededores ha crecido desmesuradamente, donde la afluencia de turistas ha crecido y donde las personas más que nada se han apropiado de este lugar. Cuando los ciudadanos sales a las calles, el barrio se vuelve más seguro, empieza la socialización entre vecinos, la vida en toda el área sufre un cambio para mejorar.

La caminabilidad de la calle es un concepto que tiene que ver con crear las condiciones en base al diseño, para que la caminata sea confortable, cómoda, segura y agradable, de tal manera que la gente se motive a caminar y disfrutar de la ciudad. No basta con tener una acera generosa y cruces seguros; la ambientación, los árboles, la sombra, sitios en donde guarecerse de la lluvia, la configuración del espacio, las puertas, las ventanas, los elementos de las fachadas, el tamaño de las manzanas, lugares en donde sentarse, la iluminación, influyen también para poder determinar qué tan caminable es la calle. (Hurtado, 2016)

Es sumamente importante brindar las comodidades arquitectónicas, estructurales y de diseño en los espacios públicos, en este caso en las aceras y calles, para que las personas frecuenten estos lugares. No se puede esperar que los ciudadanos se queden en una calle donde no hay sombra y el calor puede llegar a los 30 grados centígrados en el día. Tampoco en lugar donde cuando llueva no tengan un lugar cercano donde guarecerse. Esto tiene que ver con las características hidrotérmicas de un lugar.

Por otro lado ofrecer una sensación de seguridad es indispensable para una calle. No se puede esperar que las personas disfruten al pasear por un lugar que les aterroriza y que si podrían tomar otra ruta lo harían. Aquí los factores más importantes son el de la iluminación en toda la calle y el tipo de construcción que se tenga en los costados de la calle, es decir muros altos y cerrados o muros verdes o naturales, o locales comerciales. Al tener una vía con muy buen alumbrado e iluminación pública, no hay riesgo de ser sorprendida por algún maleante ya que se puede ver con claridad todo y a todos lo que están presentes en la calle.

Por otro lado, al tener un muro de dos metros de alto por 20 metros de longitud esta acera se vuelve un lugar frío, abandonado donde los de adentro no pueden ver nada de lo que pasa afuera, en caso de emergencia nadie se enteraría, nadie escucharía nada. Al contrario, al tener fachadas con muros tan solos de rejas o de vegetación y mejor aún locales comerciales; las personas del interior de estas edificaciones tienen una muy buena visibilidad de lo que ocurre en el exterior. Ellos se convierten en testigos y personas que pueden ayudar en caso de que ocurra un atraco o un robo, por lo que los ladrones lo piensan dos veces antes de atacar en un barrio con estas características.

Como resultado no sólo tenemos una calle más segura y diseñada para los peatones, sino que tenemos un vecindario seguro. Un vecindario donde va a ser más fácil y feliz vivir.

Existen algunos ejemplos de distintos tipos de calles dentro de Quito:

La calle Chile en el centro histórico, es un perfecto ejemplo de una calle totalmente peatonalizada.



Gráfico 5: Calle Chile

La Avenida de los Shyris es un ejemplo de cómo los locales comerciales, junto con buena iluminación y veredas anchas hacen un buen conjunto para la movilidad de los peatones sin alterar el flujo vehicular.



Gráfico 6: Avenida Shyris

La suma de los espacios peatonales debe siempre ser mayor o igual a la suma de los espacios de tráfico rodado. El máximo espacio de cruce para los peatones es de dos carriles de circulación o 7m hasta un refugio peatonal o parterre. Con estos criterios se puede diseñar la calle. (Hurtado, 2016)

Plazas y Parques Quiteños: Su Evolución

Plazas

Así como para Hurtado las calles son los espacios públicos modernos por excelencia, para Fernando Carrión, las plazas son el espacio público más tradicional de la ciudad. Las mismas han servido a lo largo del tiempo, como escenario para múltiples acontecimientos

tanto de índole social, económica y político. Son el lienzo ideal para la expresión ciudadana ante conflictos sociales. “Esto lo podemos encontrar en forma clara en nuestro Centro Histórico, en donde la mayoría de iglesias y conventos principales fueron concebidos de esa manera. De allí tenemos que los barrios de San Francisco, Santo Domingo y La Merced tienen su plaza, y junto a nuestra plaza mayor (plaza de la Independencia) tenemos a la Catedral implementada de acuerdo a una de las formas tradicionales de las ciudades europeas.” (Calvopiña, 2009)

En el caso específico de Quito, las plazas han sido a lo largo del tiempo un lugar icónico para los quiteños. Las mismas siempre han estado abiertas para cualquier miembro de la sociedad, sin requerir de vigilantes ni de pagos y han sido otorgadas con el símbolo de fundación: donde todo comienza. Por lo tanto, en ellas es el lugar propicio donde la cultura en todas sus formas crece y se multiplica.

“Sin embargo, ahora, en menos de treinta años, la plaza pública --el lugar de encuentro de la cultura-- no ha hecho sino desaparecer. En nuestros días, las actividades culturales que antes tenían lugar en la plaza pública se han recludo en centros comerciales cerrados, convirtiéndose en una mercancía a la venta, en donde la cultura existe en forma de experiencia mercantilizada. (Calvopiña, 2009)

Los espacios públicos están siendo devorados por la modernidad y la privatización, y las plazas públicas no son la excepción. “Actualmente la mayoría de las plazas de Quito tienen fines turísticos, el resguardo policial metropolitano es esencial, la plaza es un espacio para admirarlo contemplar sus monumentos y pasar de largo, la plaza de la Independencia es

una de las pocas que aún conserva un espacio para los quiteños donde se puede conversar y ver pasar tranquilamente la tarde. (Calvopiña, 2009)



Gráfico 7: Plazas

Parques

Los parques representan el equilibrio perfecto entre crecimiento urbano modernizado, y la armonía histórica de la naturaleza. “Es el espacio público de libre acceso destinado a la recreación al aire libre y al contacto con la naturaleza, donde predominan los elementos paisajísticos sobre los arquitectónicos.” (Calvopiña, 2009)

Quito, siendo una ciudad en crecimiento desordenado y acelerado, todavía mantiene espacios verdes no muy lejos de su centro que sirven como el pulmón de su sociedad. Existen parques icónicos como son La Carolina, El Ejido, La Alameda, etc que han pasado por recientes renovaciones que prometen a la sociedad recuperar la oportunidad de escaparse a la paz y al verdor de estos espacios y pasar un día diferente.

Sin embargo, el problema de dicha recuperación es que se está intentando lograr por medio de la creación de “espacios ornamentales”. Es decir, el Distrito Metropolitano de Quito está procediendo a privatizarlos de cierta manera para lograr su conservación. “Muchos de ellos están cerrados por rejas impidiendo el acceso a la comunidad a las áreas verdes. Ahora los quiteños deben circular en el parque por los senderos señalados.” (Calvopiña, 2009)

Un ejemplo de esta recuperación ornamental es el parque El Ejido. “Los cerramientos impiden el acceso a las áreas verdes y las áreas recreativas son reducidas, lo que actualmente aún se mantienen son los lugares destinados a los deportes tradicionales como el Vóley, los cocos y la baraja que es el entretenimiento de los quiteños de la tercera edad. Turísticamente es un lugar atractivo, pero el acceso libre a las áreas verdes está controlado.” (Calvopiña, 2009)

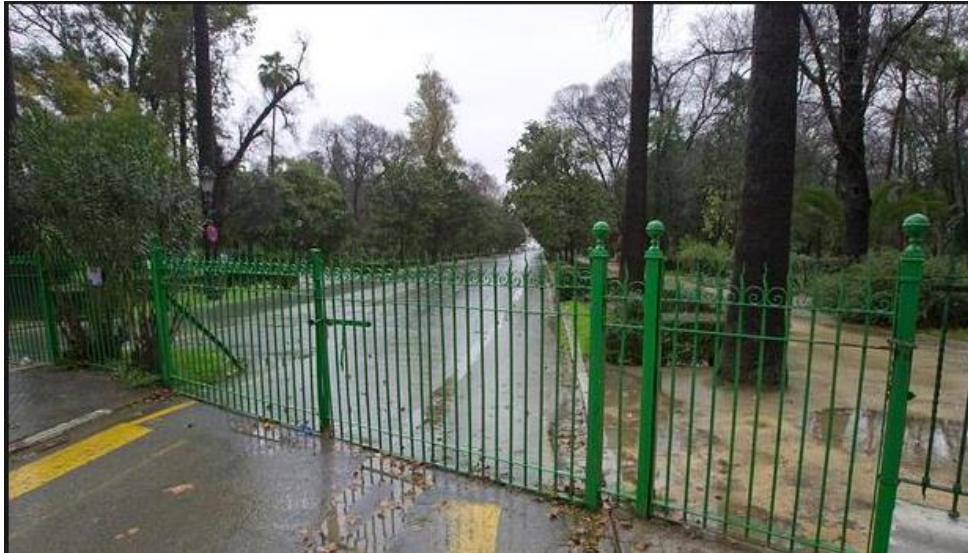


Gráfico 8: Parque rejado

Problemáticas Sobre el Uso del Espacio Público en Quito

A lo largo de dicha investigación se ha podido introducir al lector en cómo la evolución acelerada de la ciudad de Quito, genera esta pérdida inminente de lo que son los espacios públicos en su esencia. Se ha podido observar cómo los mismos pasan de ser lienzos de la máxima expresión de la sociedad a simplemente espacios ornamentales de los cuales nadie se apropia o a lugares inseguros a los que la sociedad teme.

Por lo tanto, tomando en cuenta estos hechos, es pertinente recurrir al análisis sobre cuáles son las causas principales de esta pérdida de espacios libres específicamente en la ciudad de Quito para poder llegar eventualmente a soluciones.

La Privatización de los Espacios Públicos

“Setha Low en su texto “Transformaciones del Espacio Público en las Ciudades Latinoamericanas”, dice que el espacio público está desapareciendo por varias razones, entre

ellas cita las siguientes: los procesos de privatización y globalización, y las nuevas formas de control social como: las patrullas y la video-vigilancia. La ciudad está siendo rediseñada y reglamentada con el fin de restringir principalmente su uso social y político.”(León, 2005) A pesar de que existen un sinnúmero de razones por las cuales los espacios públicos están desapareciendo en las ciudades modernas, una temática en la que tanto autores como referentes coinciden, es que la privatización de los espacios públicos en las nuevas metrópolis es una de las causantes principales de la pérdida de estos sitios.

Traslado de Viviendas a Suburbios

El caso de las Urbanizaciones Privadas en Quito es una realidad, cada vez más se nota como la ciudad va creciendo en las periferias y con características muy diferentes a lo que se acostumbra ver en el centro de la ciudad. Conjuntos residenciales para las clases socioeconómicas altas y medias donde cuentan con un área verde, un salón comunal, calles privadas, donde la única interacción que tienen las personas que viven allí, son las demás personas de su urbanización, que además son muy parecidas entre sí.

En el caso de la ciudad de Quito, las primeras urbanizaciones de este tipo, comienzan a aparecer en la década de los ochenta, con el carácter de urbanizaciones de élite, conectadas a grandes espacios de recreación y club social, con canchas de tenis, campo de golf, piscinas a los cuales solo se puede tener acceso mediante la compra de membresías. Tal es el caso de la Urbanización el Condado al norte de la ciudad, hoy rodeado de barrios de invasiones, y el de la Urbanización club Los Chillos, en uno de los valles fértiles al oriente de la ciudad. Sin embargo su auge realmente comienza a aparecer en la década de los 90, cada año con mayor fuerza, siendo que en los últimos años, las ofertas de este tipo de urbanización con algunas

variaciones abundan por todo lado, sobre todo en las áreas suburbanas, en donde prácticamente se ha vuelto requisito para el éxito de las ventas de las inmobiliarias, el que tengan esta condición. (Hurtado, 2012)

Según Hurtado este modelo de urbe nace en Estados Unidos en los años cincuenta, cuando las personas se empiezan a desplazar fuera de la ciudad debido a la contaminación del aire, el ruido, el caos de las grandes metrópolis. Sin embargo estas personas siguen trabajando en dichas metrópolis por lo que este cambio es posible gracias a la masificación del automóvil, que les permite realizar estos largos desplazamientos. Lo que además le suma a la ciudad el problema de la congestión vehicular. La diferencia es que en ciudades latinoamericanas y concretamente en Quito esta tendencia sufre un gran cambio, los cerramientos, muros, garitas y guardias.

Por factores de inseguridad en la ciudad, los ciudadanos ven la necesidad de estar protegidos por alguien más que no sea la policía nacional o municipal; y si tienen la posibilidad de pagar un poco más pero recibir este servicio que además les garantiza cierta exclusividad no dudan en obtenerlo. Es ahí cuando nacen las urbanizaciones cerradas. Con personas que tienen la oportunidad de pagar televisión por cable, colegios privados, con buses privados, etc.

El principal problema de las urbanizaciones cerradas es que éstas eliminan la necesidad de los ciudadanos de interactuar con la ciudad y personas que son diferentes a los que viven en sus entornos, dentro de estas. Al tener en los conjuntos parques privados, piscinas y calles sin tanta circulación, las personas ya no quieren salir a disfrutar de su ciudad. Se quedan encerrados en las cuatro paredes que por más amplias que sean las áreas de

su interior no tienen contacto con personas que son diferentes, no conocen distintas realidades. Esto crea división dentro de la sociedad y alienación en los ciudadanos.

Sin embargo, Diego Hurtado llega a la siguiente conclusión: “De este breve análisis podemos reflexionar lo siguiente. ¿Si es que las causas son carencias que tiene la urbe, (inseguridad, contaminación, ruido, falta de espacio público para actividades recreativas y comunitarias), será que si ponemos énfasis en resolverlas podamos evitar este fenómeno?”

La Privatización y la Urbanización como enemigos de los Espacios Públicos

Lo que se puede reflexionar de esta privatización de viviendas y espacios públicos de Quito, es que dicha acción viola los principios y la esencia de lo que es ciudad y quita protagonismo a las funciones fundamentales de los espacios públicos. Como ya es de nuestro conocimiento, los Espacios Públicos deben contar con 3 principios básicos: “1. Deben contar con diseños de calidad. 2. Deben ser inclusivos, esto significa que ninguna persona debe sufrir tipo de discriminación alguno. Y 3. No deben ser privatizados.”(HABITAT III, 2016) Por lo tanto, se puede decir que esta privatización de viviendas y regulaciones excesivas en los espacios públicos en Quito violan dos de los tres principios fundamentales.

Al crearse urbanizaciones privadas que contienen espacios de recreación que favorecen el acceso exclusivamente a la élite social de Quito, se genera la no inclusividad y se rompe la unión entre toda la sociedad quiteña. En consecuencia, ese sentido de pertenencia que suelen generar los espacios públicos bien utilizados de la ciudad, se encuentra perdido, y de manera más importante, genera otros problemas sociales: como es la aglomeración compensatoria, definida como el uso excesivo e incorrecto de los espacios públicos en

consecuencia de la imposibilidad de acceso a lugares recreacionales o sociales privados, la apropiación de los espacios públicos para la realización de actividades anti-sociales, y el fenómeno propuesto por Jeordi Borja de agorafobia, “el miedo real o irreal hacia los espacios públicos producido por la degradación o la desaparición de los lugares públicos integradores y protectores pero también abiertos a todos”

Inseguridad y Actividades Antisociales

“Junto a la expansión de la población, crecen los problemas sociales de la ciudad. Más si se carece o no se pone en práctica políticas públicas de control, ni se difunden y promueve la solidaridad desde la educación y peor si no se ejercita una participación efectiva de la ciudadanía para contribuir con el control y contrarrestar el delito.” (Torres, 2015).

Lamentablemente, este es el caso de Quito. Como se mencionó anteriormente, el crecimiento de la población de la capital es exponencial, y si es que juntamos dicho factor con la ausencia de una ciudadanía unida, los problemas sociales se ven impresos en la ciudad y sus espacios.

En una encuesta realizada en el 2017 por la empresa CEDATOS en Quito, se pudo determinar la percepción de seguridad que sienten los ciudadanos en urbe. Se reveló que el 55% de los Quiteños se sienten solamente “algo seguros”, mientras que un alto porcentaje del 36% opina que se sienten “altamente inseguros” y solamente un 9% se siente “totalmente seguro”. De la misma manera, en dicha encuesta se pudo determinar que las principales causas de inseguridad en la ciudad que perciben los quiteños son los asaltos y la venta de

drogas, actividades que lamentablemente se practican en su mayoría en los espacios públicos de la ciudad.

Por lo tanto, tomando en cuenta dicha información, el poco uso que se está dando a los espacios públicos en la actualidad junto con los problemas sociales que crecen en el Ecuador, han causado que los mismos se transformen ante nuestros ojos, en el escenario de la representación de los problemas que cargamos como sociedad. Es decir, los mismos se han vuelto el lugar perfecto para la realización de actividades antisociales. Son lugares propicios para el vandalismo, el consumo de drogas, la venta ilegal de bienes, la vivienda precaria de muchos y se ha transformado en puntos de encuentro de grupos sociales que amenazan a la ciudadanía. Por lo tanto, estos factores no hacen más que crear el fenómeno de “agorafobia” en la mente de los ciudadanos, y causan que los mismos eviten a toda costa estos lugares y que por lo tanto, no se genere la apropiación del espacio que tanto se está tratando de recuperar.

La presencia de la delincuencia en espacios públicos da lugar a afirmar que los derechos sociales de la ciudadanía son progresivamente afectados. Da espacio al desarrollo de psicopatologías en la comunidad, impide que éstos espacios cumplan la razón de su creación, o sea, sitios de esparcimiento y descanso, y lugares de interrelación social para discrepar o asumir acciones concertadas en los diferentes ámbitos del convivir ciudadano. (Torres, 2015)

Clave: Falta de Empoderamiento y Apropiación

Todos los problemas anteriormente mencionados y sus consecuencias se reduce a este hecho: la ciudadanía de ahora no siente a los espacios públicos suyos. Es un ciclo vicioso que se sufre entre el ir y venir de la dinámica entre sociedad y espacio: “Si es que la sociedad se siente insegura, no saldrá a disfrutar de su ciudad. Si es que no sale a disfrutar de su ciudad, no sentirá a la misma como suya. Si es que la apropiación no ocurre, entonces las actividades antisociales se apoderan de ella como un parásito, y si es que esto sucede, la sociedad se sentirá en consecuencia insegura.” y por lo tanto, optará por la privatización.

Casos de Estudio sobre Recuperación de Espacios Públicos en Quito

El Panecillo

El Panecillo se ha convertido en uno de los lugares más turísticos y emblemáticos de la ciudad de Quito. Pero este sitio no siempre fue así, durante muchos años estuvo descuidado y sin ningún cuidado municipal. No contaba con ninguna infraestructura turística, las viviendas que estaban ubicadas en los alrededores eran totalmente precarias y sin ninguna belleza estética, en el sector no se realizaba casi ninguna actividad económica por lo que sus pobladores se encontraban en un estrato económico bastante bajo.

Por estas y algunas razones más, en el año 2002 y bajo la administración de Paco Moncayo, se pone en marcha un plan de recuperación de este espacio público. Se empieza con una ardua investigación de la situación previa de todo el barrio y de lugares que se encuentran en los alrededores de este parque. Se analizan aspectos sociales, culturales y económicos: por ejemplo analizar una muestra para conocer las características de la

población que habita en esta área. Para conocer desde su nivel de estudios, sus ocupaciones hasta si existe un comité barrial o algún tipo de organización entre vecinos.

También aspectos ambientales, en términos paisajísticos, infraestructura arquitectónica en casas y edificaciones, servicios básicos que están disponibles en la zona, estructuras viales. Es un análisis a profundidad, para tener una imagen macro de la situación a la que se están enfrentando. A continuación, se detallan los objetivos y metas a cumplir.

- “Acondicionar El Panecillo como área de protección cultural, ecológica y social, recuperando su valor histórico, mejorando sus condiciones ambientales, la calidad de vida, las condiciones de habitabilidad y la seguridad de residentes y visitantes.
- Racionalizar usos, densidades y morfología para la recuperación urbana de El Panecillo.
- Legalizar la propiedad y evitar el asentamiento espontáneo y la expansión de las zonas de vivienda.
- Revalorizar el hito urbano El Panecillo integrándolo al circuito turístico nacional e internacional” (Carrión, 2002)

Dentro de la línea de la visión de ciudad democrática y participativa, con una nueva imagen, buscando un alto nivel de competitividad, recuperando una mejor calidad de vida y consolidando su condición de ciudad Capital de la República, el presente proyecto plantea cuatro ejes fundamentales de actuación en El Panecillo:(Carrión, 2002)

- Desarrollo y consolidación del área residencial
- Consolidación y conformación del Parque El Panecillo

- Mejoramiento y dotación del equipamiento turístico
- Optimización y replanteamiento de accesibilidad

Ésta es la propuesta que realizó por parte de los encargados del Municipio de Quito, basada en estos cuatro ejes principales que abarcan varios de los aspectos antes analizados. Buscan recuperar al Panecillo no solamente en términos estructurales o de diseños, si no que se dan cuenta de la necesidad de solucionar varios problemas de esta zona, sociales, viales etc. para lograr los objetivos planteados.

Todas estas especificaciones están descritas en Proyecto Panecillo, un informe elaborado por la Municipalidad de Quito bajo la administración de Paco Moncayo. 15 años después se puede evidenciar de forma muy clara los avances que se han logrado en este parque, evidentemente este es una de las múltiples intervenciones que ha tenido este espacio público, sin embargo, es uno de las más completas y mejor documentadas.

Con este ejemplo se puede ver claramente cómo este tipo de proyectos no puede ser realizado de la noche a la mañana y a corto plazo. Se necesita investigación a profundidad, diseñar un plan concreto y realizable, para finalmente ir poco a poco cambiando no sólo el aspecto físico de un espacio público sino su utilización y la forma en la que lo percibe la gente.



Pasaje Pascuales en el Panecillo antes de la recuperación



Panecillo Recuperado

Gráfico 9: El Panecillo antes y después

La Alameda

El parque de La Alameda forma parte del eje principal de la ciudad de Quito. Es uno de los lugares históricamente más importantes de la ciudad, forma parte de la memoria colectiva y ha estado en ese lugar durante mucho tiempo. Lamentablemente este espacio público también ha sufrido el abandono municipal y el mal cuidado de los ciudadanos. Sin embargo como proyecto de la ciudad de Quito durante la alcaldía de Paco Moncayo se planificó el proyecto: Plan Especial La Alameda, para recuperar y dar una nueva imagen a este espacio, el proyecto se describe a continuación.

Como parte del diagnóstico previo se describe las malas condiciones en las que se encuentra el parque en sí, como por ejemplo mucha maleza, vegetación descuidada, instalaciones en mal estado, monumentos desperdigados por el parque sin ningún orden. Pero también se considera la situación del entorno, entre éstas se destacan: el abandono de muchas edificaciones que están en los alrededores. Ya no era un sector residencial por lo que muchas

familias dejaron sus casas y muchos de los comercios más exitosos al verse afectada la afluencia de clientes decidieron salir también.

“El Plan Especial “La Alameda” se plantea como objetivo principal la puesta en valor del Parque de La Alameda y la regeneración urbana de su entorno.

El PE-Alameda se desarrollará a partir de cinco proyectos estructurantes:

- Proyecto 1 Puesta en valor del parque “La Alameda”
- Proyecto 2 Accesibilidad peatonal
- Proyecto 3 Vialidad, tránsito y transporte
- Proyecto 4 Residencia, oficinas y comercio
- Proyecto 5 Modelo de gestión

La puesta en valor del parque La Alameda se basa en el concepto de mantener su esencia original y tradicional, recuperando su carácter simbólico y emblemático a partir de reforzar el valor de varios de sus monumentos y espacios. Al mismo tiempo, la propuesta de intervención en La Alameda plantea la idea de establecer un adecuado diálogo entre el parque y su entorno. Se trata de fortalecer las relaciones del Parque con el nuevo Museo Nacional y con la Plaza de la República (y su futuro Centro Cultural), así como con el Teatro Capitol, la iglesia de El Belén, y otras instalaciones circundantes. (Carrión, 2002)

Este proyecto tiene una idea muy clara del manejo de un espacio público y de un parque en específico. Muestra cómo se debe analizar la información de todo el sector y comparar las diferentes variables que afectan a la apropiación y el uso de estos espacios. Éste caso de estudio nos demuestra que no se puede realizar una simple readecuación en el espacio físico del parque, es decir cortar la vegetación y poner un par de juegos infantiles.

Es necesario intervenir en varios aspectos, el tema de accesibilidad es importante; si los ciudadanos no tienen facilidades para ingresar o llegar al parque, nunca la utilizarán. El invertir en las fachadas y estructuras que se encuentran cerca del parque, influyen en la imagen y las percepciones de las personas hacia el espacio. Pero lo más importante sin duda, es la sociabilización y la creación de un valor agregado del que se habla en este informe, el concientizar a las personas sobre la importancia de visitar este espacio, de no olvidarlo y de mantener viva la memoria histórica. Informarles y sobre todo convencerles del porqué el parque de La Alameda es único y vale la pena visitarlo por encima de otros parques similares.

Además, es necesario mencionar el trabajo que se realiza no solo con el parque en sí pero con todo el entorno, crear otra vez ese sentimiento de barrio y que es el parque de todo y que todos tienen que cuidarlo, es algo público pero que por derecho les pertenece. Eso en esencia es la idea de la apropiación.



Antes de la Recuperación



Después de la Recuperación

Gráfico 10: Parque la Alameda antes y después

Percepción de los espacios públicos quiteños en la actualidad

Investigación Primaria

Al entrevistar a diferentes miembros del Municipio de Quito y revisar las estadísticas, se pudo constatar que las áreas que necesitaban más atención eran las de la periferia del Distrito Metropolitano. Es decir, las parroquias rurales. Es por esto que se escogió a la parroquia de Puembo como punto de estudio.

“La parroquia de Puembo está ubicada en la región sierra, al nororiente del Distrito Metropolitano de Quito, provincia de Pichincha, en el acogedor valle de Tumbaco, zona del nuevo aeropuerto internacional, a 2415 msnm (metros sobre el nivel del mar) y ocupa una extensión de aproximadamente 30 km². Puembo es una de las 33 parroquias rurales del Distrito Metropolitano de Quito. 15.000 habitantes residentes y 5.000 flotantes.”



Gráfico 11: Escudo Oficial de la Parroquia de Puembo

Sin embargo, se escogió a la población que vive en los alrededores del parque central de Puembo ya que son estos ciudadanos los que tienen una mayor relación con el parque en cuestión. El cual se convirtió en el espacio público con el que se va a trabajar a lo largo de este proyecto. Primero haciendo un diagnóstico de la situación del parque y de las percepciones que tienen los ciudadanos de los alrededores. Para luego trabajar en soluciones y finalmente realizar acciones concretas en este lugar.



Gráfico 12: Parque de Puembo

Investigación en el Parque de Puembo

Se decidió realizar una investigación directamente en la comunidad con la que se va a trabajar con respecto a su espacio público principal: El Parque de Puembo. Teniendo en cuenta el número de habitantes que viven en los alrededores, se ha decidido tomar una muestra significativa de 50* habitantes de la zona de Puembo, con el objetivo de analizar insights y percepciones de primera mano, temáticas de interés para la investigación.

Target:

- Niños, jóvenes y adultos (hombres y mujeres) de cualquier estrato económico que habitan en los alrededores del Parque de Puenbo

Se midió:

- Nivel de interacción entre miembros de la comunidad
- Frecuencia de visita al parque
- Actividades realizadas en el parque
- Percepción de seguridad del parque
- Percepción de principales problemas del parque
- Razones por las cuales no se visita el parque a menudo
- Percepción de apertura del parque a la interacción entre miembros de la comunidad
- Actividades y mejoras deseadas en el parque por parte de los miembros de la comunidad

Presentación y análisis de resultados:**Pregunta 1**

1. ¿Qué tipo de relación mantienes con tus vecinos?
 - a. Amistosa
 - b. Conocidos
 - c. Indiferente
 - d. Disgusto

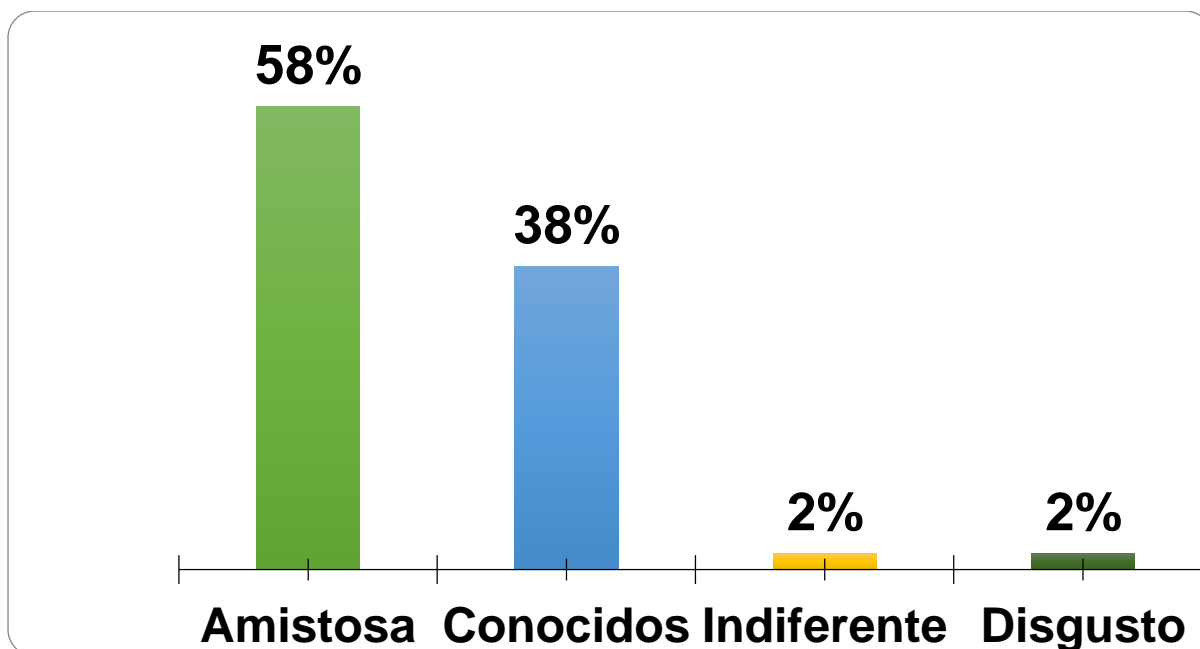


Gráfico 13: Encuesta de investigación nacional – Pregunta 1

La información procesada sobre esta pregunta permite apreciar que la relación entre miembros de la comunidad del pueblo de Puenbo se encuentra en buenas condiciones. Con una puntuación de 58% en la opción “amistosa”, se puede concluir que más de la mitad de los encuestados opinan que existe una relación de amistad entre vecinos de la comunidad, lo cual puede generar niveles altos de confianza y sentimiento de gusto con la comunidad. Por lo tanto, esto aporta significativamente a la investigación ya que estas buenas condiciones de relaciones interpersonales y el ambiente de “amistad” presente en la comunidad facilitarán significativamente la realización de activaciones y procesos de revitalización del Parque de Puenbo, al igual que permitirá insertar con mayor facilidad el sentimiento de apropiación y de uso del parque al cual se querrá llegar en la siguiente etapa de esta tesis.

Sin embargo, es imprescindible no pasar por desapercibido el hecho de que existe un porcentaje significativo de 38% de los encuestados que consideran a sus vecinos como personas solamente “conocidas”. Es importante tomar en cuenta este hecho ya que después de la realización de las activaciones y campañas mencionadas anteriormente, este porcentaje es el que tiene que reducir significativamente.

Pregunta 2

2. ¿Consideras que el parque de tu pueblo es un lugar seguro?

- a. Si
- b. No
- c. Parcialmente

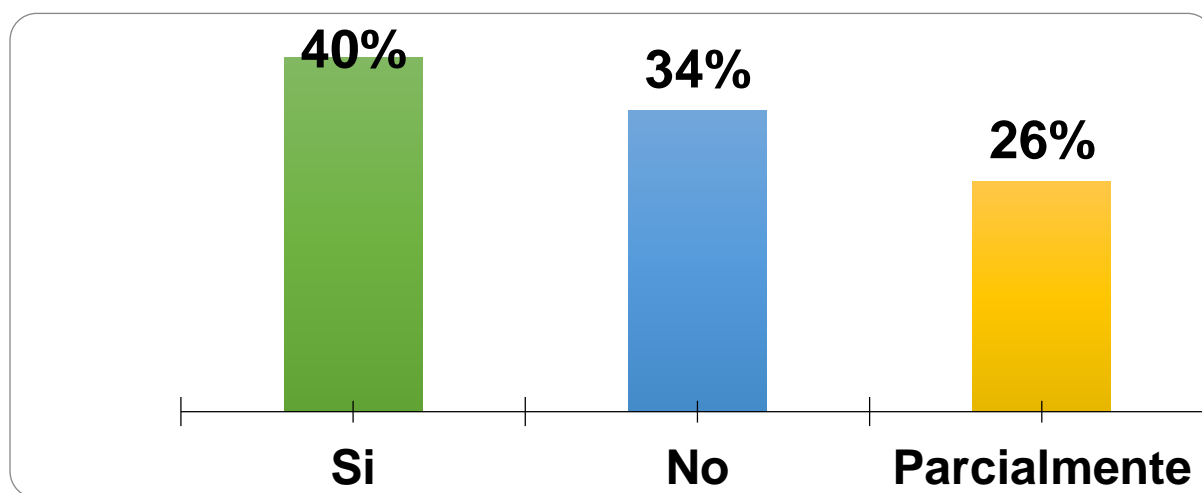


Gráfico 14: Encuesta de investigación nacional – Pregunta 2

La información procesada sobre esta pregunta permite apreciar que, a pesar de que la mayoría de los encuestados opinan que el parque de Puenbo es un lugar seguro (40%), este porcentaje no sobrepasa por muchos puntos al otro grupo de encuestados que no se sienten conformes con el sentimiento de seguridad que genera este espacio público (34%). De la

misma manera, existe un porcentaje significativo del 26% de los encuestados que opinan que el parque de Puembo es solamente parcialmente seguro.

Por lo tanto, se puede concluir que la variable “seguridad” es un aspecto importante a considerar al momento de realizar actividades que permitan reinsertar el uso saludable de este parque en esta comunidad.

Pregunta 3

3. ¿Permites que los niños de tu casa salgan a jugar a la calle o parques de tu zona?

- a. Si
- b. No

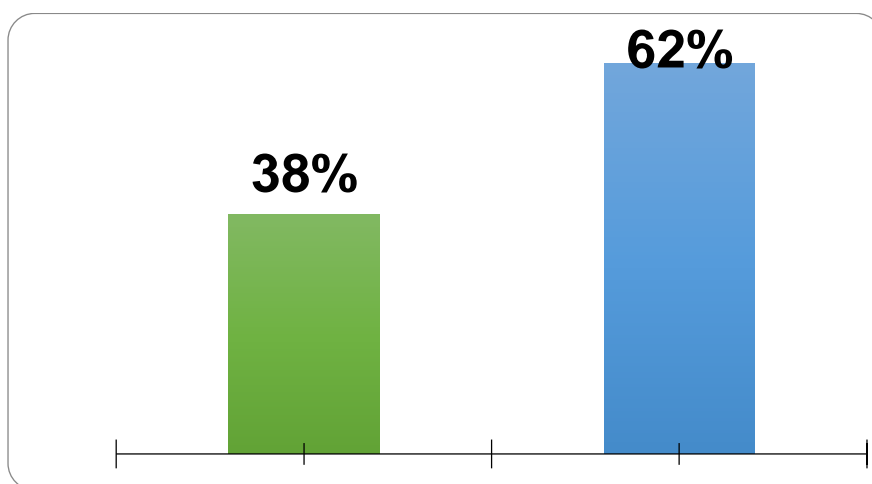


Gráfico 15: Encuesta de investigación nacional – Pregunta 3

Como se especifica a mayor profundidad anteriormente, Diego Hurtado menciona que los niños deben ser considerados como indicadores de la buena o mala situación de los espacios públicos dentro de una comunidad. “Si es los grupos más frágiles de la sociedad (los niños) son los que se encuentran apropiándose de los espacios públicos, entonces lo más

probable es que los demás grupos ya lo estén haciendo”. Por lo tanto, esta pregunta se realizó a los encuestados con el propósito de medir dicho indicador y sacar conclusiones sobre las condiciones del parque de Puembo.

La información procesada sobre esta pregunta permite apreciar que en el caso de los miembros encuestados de la comunidad de Puembo, un porcentaje significativamente alto (62%), no permite que los niños de su hogar salgan a jugar al parque de su zona. Por lo tanto, tomando en cuenta lo que dice Diego Hurtado, este hecho permite concluir que los habitantes de dicha zona no consideran a su parque lo suficientemente seguro o atractivo como para dejar a los miembros más pequeños de su familia disfrutar de ellos, perjudicando significativamente al uso y apropiación de dicho espacio público.

Pregunta 4

4. Si la respuesta fue no, ¿por qué no permites que los niños de tu casa salgan a jugar a la calle o parques de tu zona?

- a. Inseguridad
- b. Falta de lugares apropiados o atractivos
- c. Peligro vehicular
- d. Falta de interés por parte de los niños

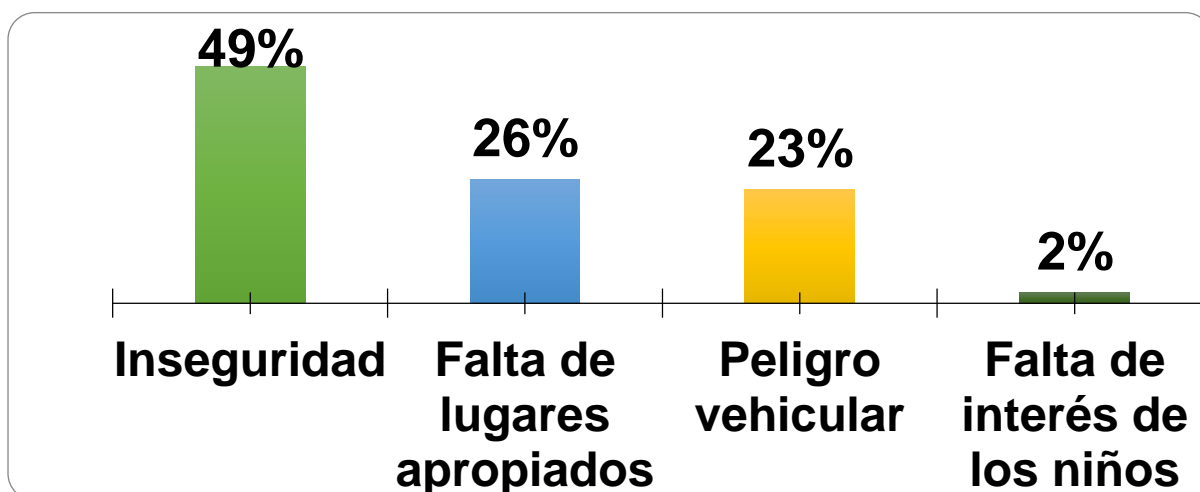


Gráfico 16: Encuesta de investigación nacional – Pregunta 4

La información procesada sobre esta pregunta permite apreciar que el factor de inseguridad dentro del parque sigue siendo una variable importante a tomar en cuenta. 49% de los encuestados aseguran que la principal razón por la cual no permiten a los niños salir a jugar a los parques es la inseguridad que existe en ellos. De la misma manera, un porcentaje considerablemente alto, opina que no existen lugares apropiados para que este grupo pueda disfrutar del lugar, indicando así que el parque no tiene elementos que los niños consideren atractivos y tomen la iniciativa de apropiarse del mismo.

Pregunta 5

5. ¿Qué tan seguido visitas el parque de tu zona?

- a. Nunca
- b. 1 o 2 veces a la semana
- c. 1 vez por semana
- d. 3 veces a la semana o más

Al analizar esta pregunta entre los 3 subgrupos existentes de los encuestados (niños, jóvenes, adultos) se pudo apreciar que existen variaciones importantes en las respuestas de los mismos. Por esta razón, se decidió exponer los resultados de esta pregunta de manera general, y posteriormente por edad del grupo objetivo.

GRÁFICO GENERAL

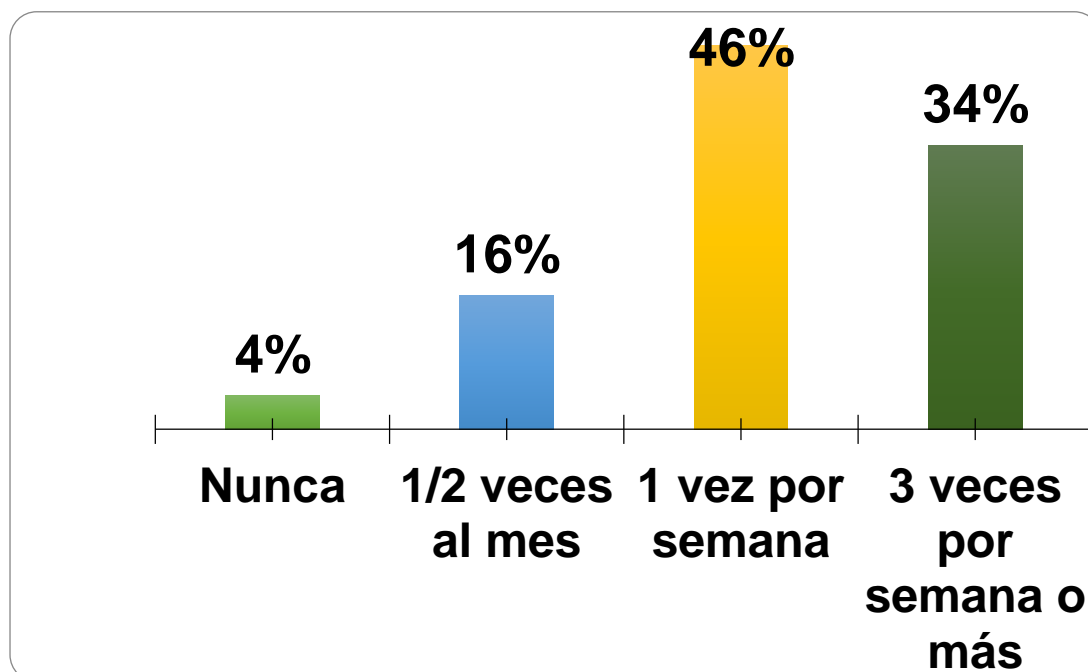


Gráfico 17: Encuesta de investigación nacional – Pregunta 5 – general

GRÁFICO DE NIÑOS

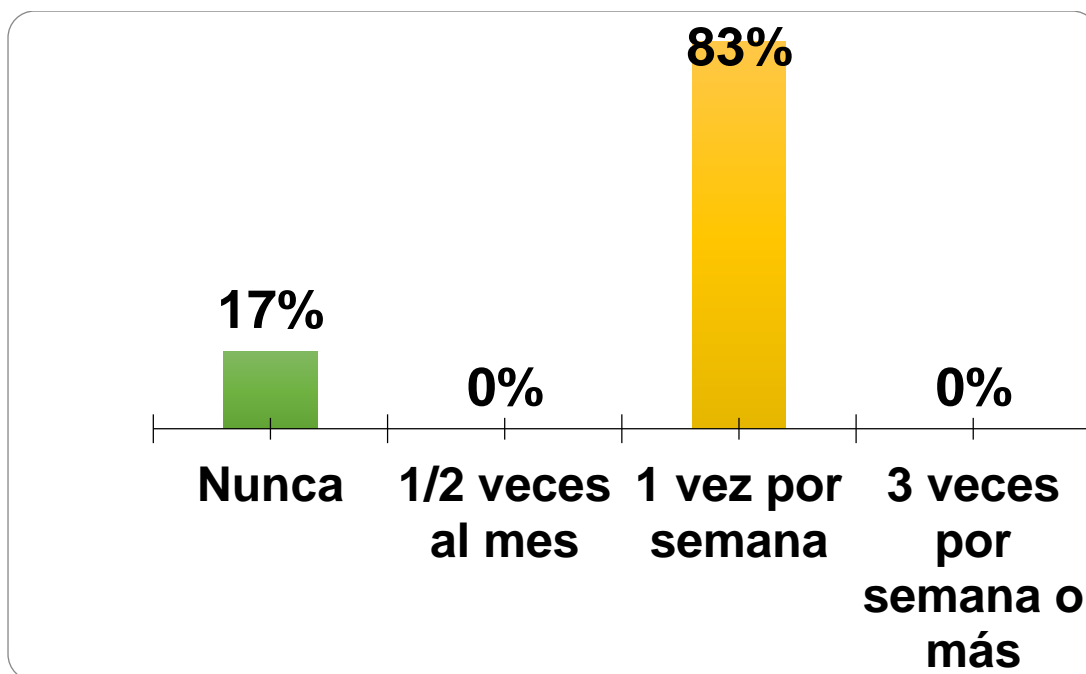


Gráfico 18: Encuesta de investigación nacional – Pregunta 5 - niños

GRÁFICO DE JÓVENES

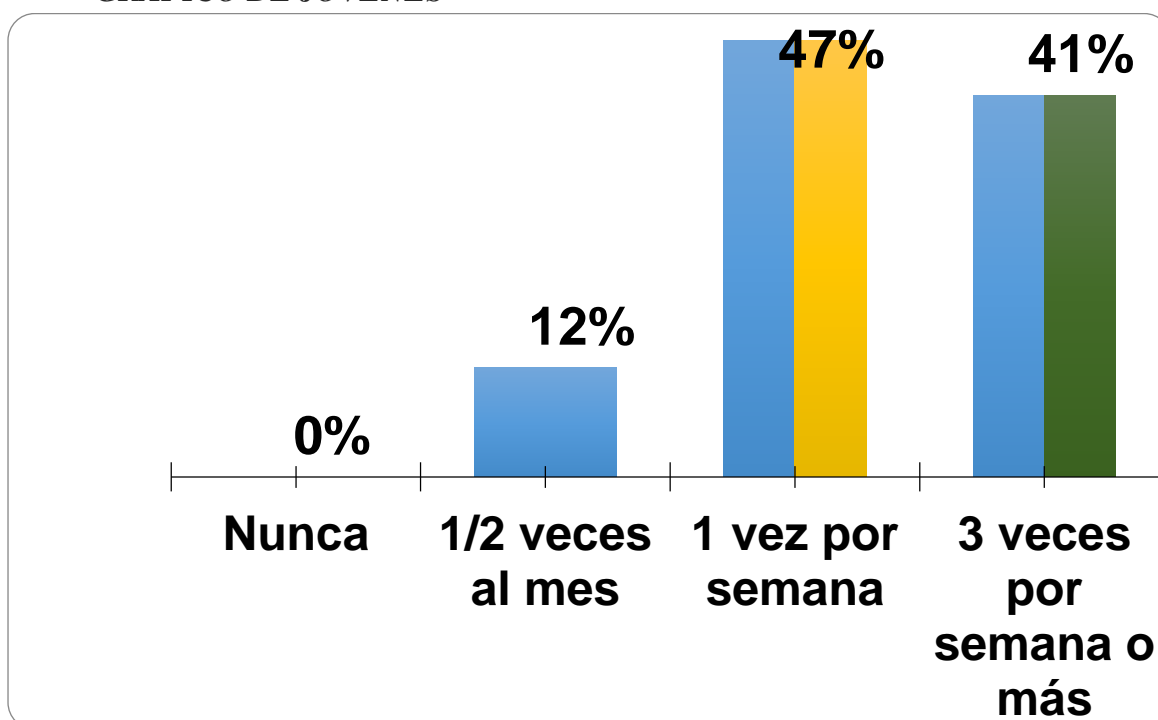


Gráfico 19: Encuesta de investigación nacional – Pregunta 5 - jóvenes

GRÁFICO DE ADULTOS

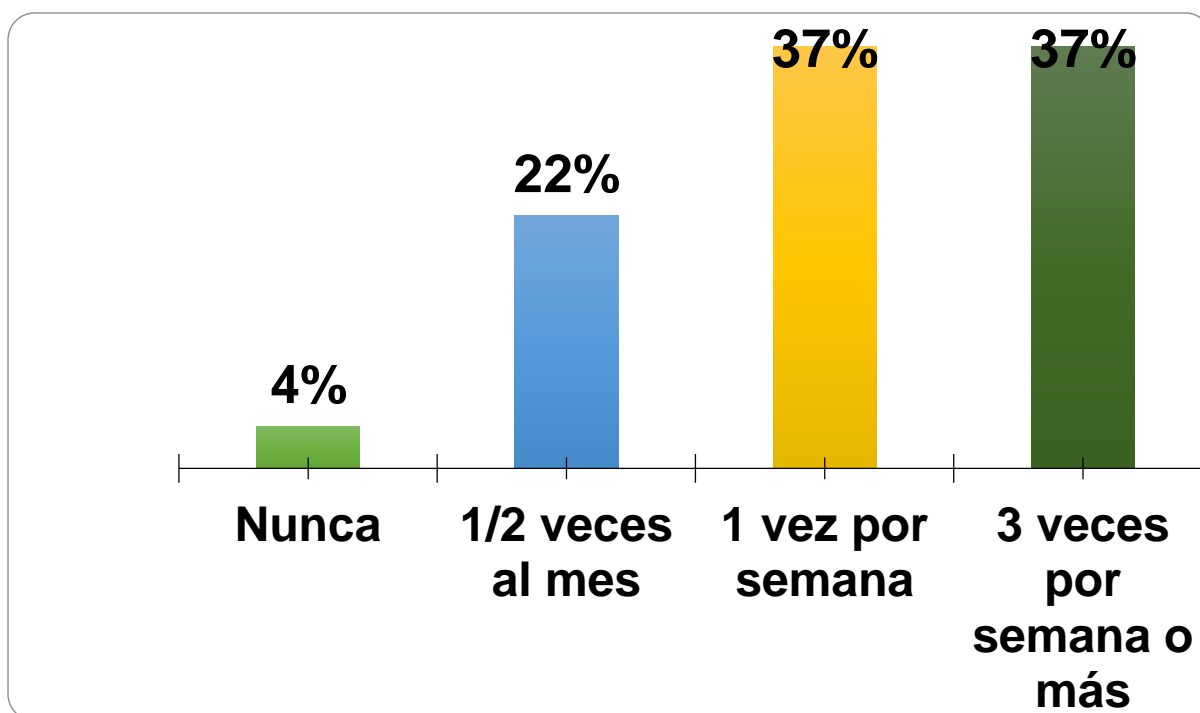


Gráfico 20: Encuesta de investigación nacional – Pregunta 5 - adultos

Como se puede observar, los niños del pueblo de Puenbo son los que menos visitan el parque de la zona. 83% de ellos lo visitan 1 vez a la semana, mientras que el 17% restante no lo visita nunca. Aunque la visita a un parque 1 vez por semana puede ser considerada como una frecuencia de visita alta, lo que hace concluir que este grupo de los encuestados no lo visitan lo suficiente, es la comparación ante los otros grupos y el hecho de que son el grupo que tiene un mayor porcentaje en la respuesta “nunca”.

Los jóvenes, a pesar de que la mayoría de los mismos también los visita 1 vez por semana, existe un alto porcentaje de ellos (41%) que los visitan 3 veces por semana o más y no existe ninguno de ellos que nunca lo visiten, haciéndolos así el grupo que visita con mayor frecuencia el espacio público de la zona.

Y finalmente, analizando los resultados obtenidos del grupo de los adultos, se pudo observar que se tuvo respuestas variadas por los mismos. Un 37% de los mismos visitan 1 vez por semana al parque, otro 37% lo visitan 3 veces por la semana o más, mientras que un porcentaje considerable de 22% lo visita solamente 1 vez por semana.

Pregunta 6

6. Si tu respuesta fue “nunca” en la pregunta 5 ¿Por qué?

- a. Delincuencia
- b. Falta de lugares apropiados o atractivos
- c. Peligro Vehicular
- d. No congenio con la gente que visita estos lugares
- e. No es de mi interés

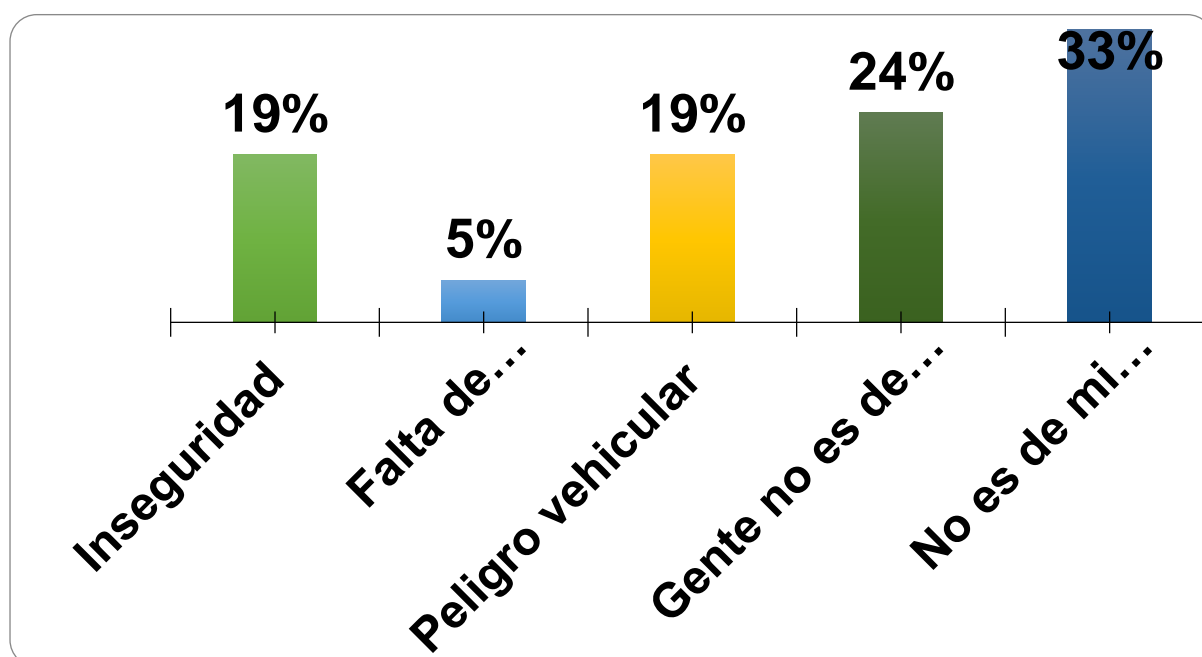


Gráfico 21: Encuesta de investigación nacional – Pregunta 6

La información procesada sobre esta pregunta permite poner en evidencia más las problemáticas que acontecen entre la comunidad de Puembo y su parque. Se pudo observar que las razones principales por la cuales los miembros de esta comunidad no visitan a este espacio público, son la falta de interés por el mismo (33%), el poco agrado con las personas que visitan el parque (24%) y la inseguridad percibida (19%).

Estos datos permiten guiar de mejor manera a la implementación de una campaña ya que se comprueba una vez más que la inseguridad es una temática importante a tomar en cuenta dentro de este espacio público, y que además, la falta de atractivo en el mismo es inminente.

Pregunta 7

7. Cuando te encuentras en un parque, plaza o calle ¿Qué tipo de actividades realizas?
- a. Para vivir
 - b. Para realizar comercio
 - c. Para movilizarme por la zona
 - d. Actividades recreacionales (deporte, juegos, paseo, entretenimiento)
 - e. Como punto de encuentro
 - f. Normalmente evito estos lugares

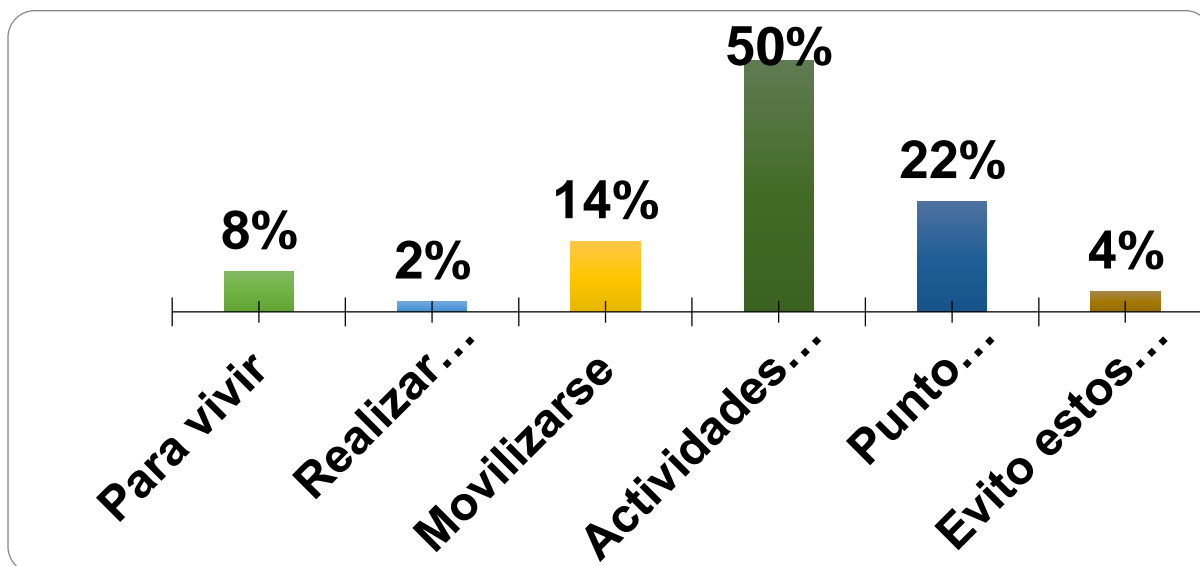


Gráfico 22: Encuesta de investigación nacional – Pregunta 7

La información procesada sobre esta pregunta permite apreciar que la mitad de los encuestados utilizan el parque de su zona para realizar actividades de tipo recreacionales. El 22% lo utilizan como punto de encuentro y el 14% lo utilizan para movilizarse a los lugares que tienen que ir durante el día. Lo que se puede concluir de dichos resultados, es que existe un bajo porcentaje de encuestados que ven al parque de Puembo como un lugar que lo pueden utilizar para fines de entretenimiento y en el cual se pueden quedar. La mayoría de los encuestados ven al parque como un lugar de tránsito o como un lugar en donde se pueden encontrar con sus conocidos y movilizarse a su zona de interés. Es decir, no se apropian del lugar de la forma en la que se espera.

Pregunta 8

8. Consideras que el parque de tu zona permite la relación interpersonal y la comunicación entre vecinos?

- a. Si
- b. No

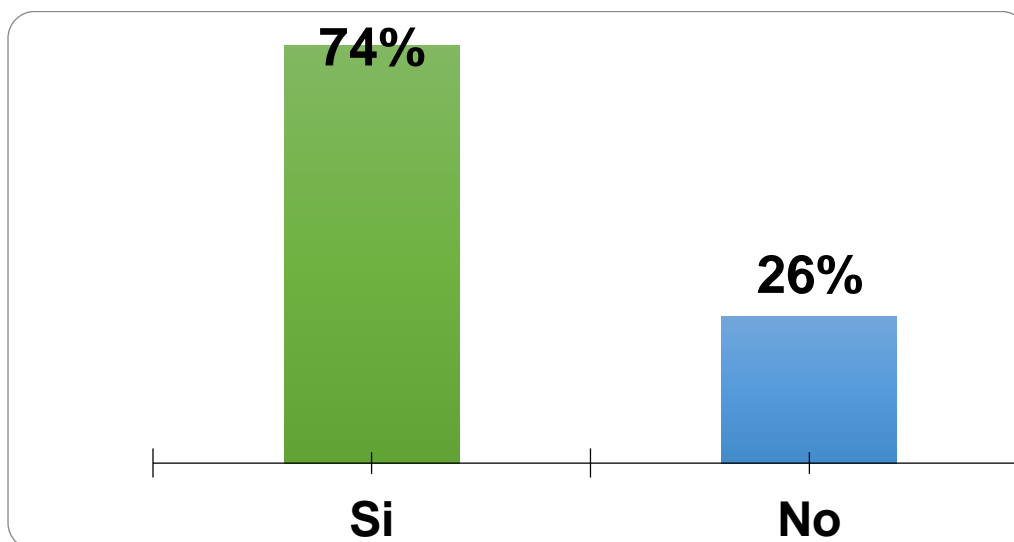


Gráfico 23: Encuesta de investigación nacional – Pregunta 8

La información procesada sobre esta pregunta permite apreciar nuevamente la buena relación que mantienen entre sí los miembros de la comunidad de Puenbo. La mayoría de mismos (74%) opinan que, a pesar de que el parque es inseguro bajo su percepción y que no es un lugar atractivo, el mismo si incentiva a la relación entre vecinos y permite la comunicación. Se puede concluir que esto se debe a que el parque se encuentra en un lugar bastante céntrico de la zona y permite la fácil llegada a distintos locales y viviendas que rodean al mismo. Cuenta con un sinnúmero de locales, negocios y viviendas al rededor, incluyendo una iglesia y una panadería de mucha concurrencia.

Pregunta 9

9. ¿Cuáles consideras que son los problemas principales del parque de tu zona?

- a. Inseguridad
- b. Basura
- c. Falta de parqueaderos
- d. Gente sin costumbre
- e. Falta de infraestructura deportiva o recreacional
- f. Falta de organización
- g. Vendedores ambulantes

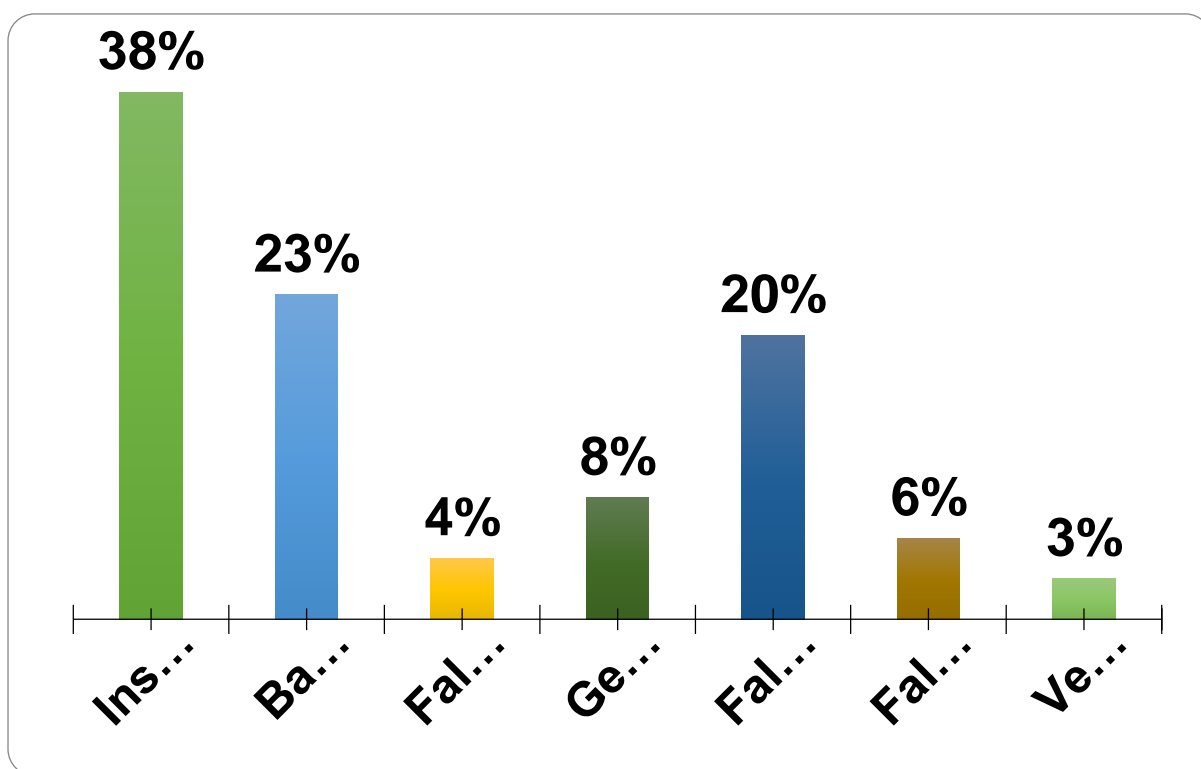


Gráfico 24: Encuesta de investigación nacional – Pregunta 9

La información procesada sobre esta pregunta permite apreciar que los tres problemas principales que vuelven poco atractivo al Parque de Puenbo son: la inseguridad con un porcentaje de 37%, la basura y mal mantenimiento con un porcentaje de 23%, y la falta de infraestructura, con un porcentaje del 20%.

Esta información aporta significativamente a la investigación ya que permite apreciar una vez más, que la inseguridad predomina sobre todas las problemáticas a este espacio público y que el buen mantenimiento e infraestructura que permita el entretenimiento son factores que se deben a tomar en cuenta.

Pregunta 10

10. ¿Qué tipo de actividades quisieras que se realicen en los espacios públicos de tu zona?

- a. Musicales
- b. Artísticas
- c. Deportivas
- d. Relacionadas con comida
- e. Infantiles

Al analizar esta pregunta entre los 3 subgrupos existentes de los encuestados (niños, jóvenes, adultos) se pudo apreciar que existen variaciones importantes en las respuestas de los mismos. Por esta razón, se decidió exponer los resultados de esta pregunta de manera general, y posteriormente por edad del grupo objetivo.

GRÁFICO GENERAL

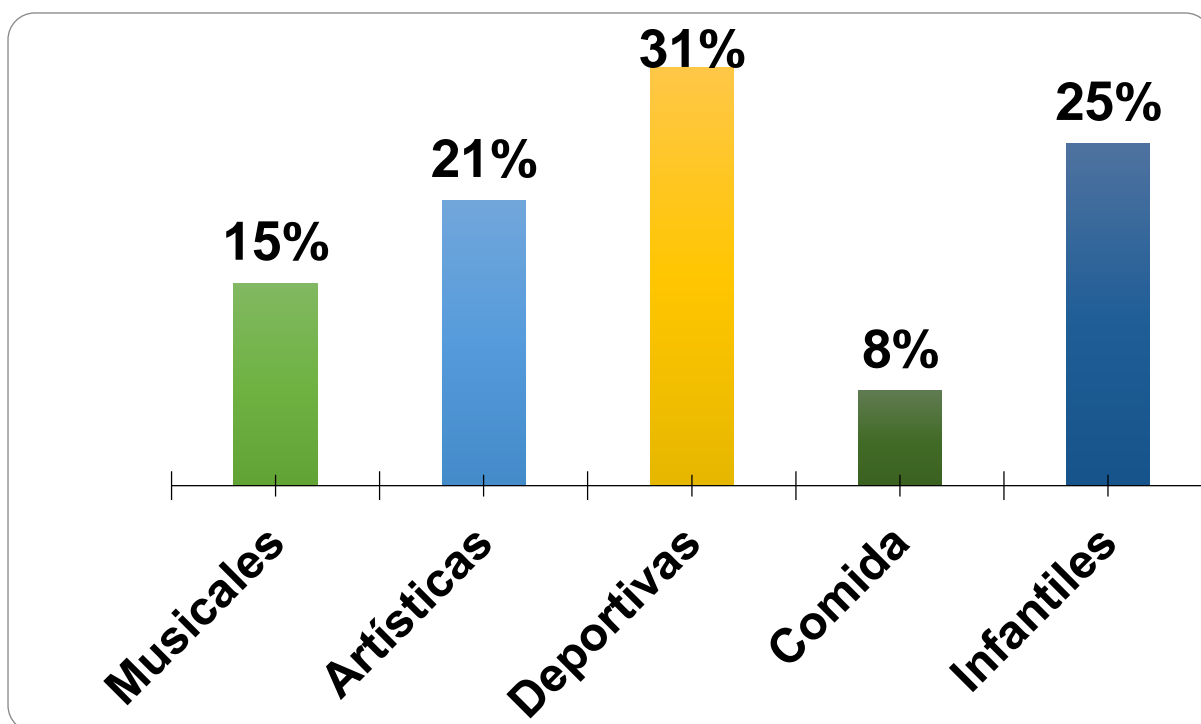


Gráfico 25: Encuesta de investigación nacional – Pregunta 10 - generales

GRÁFICO DE NIÑOS

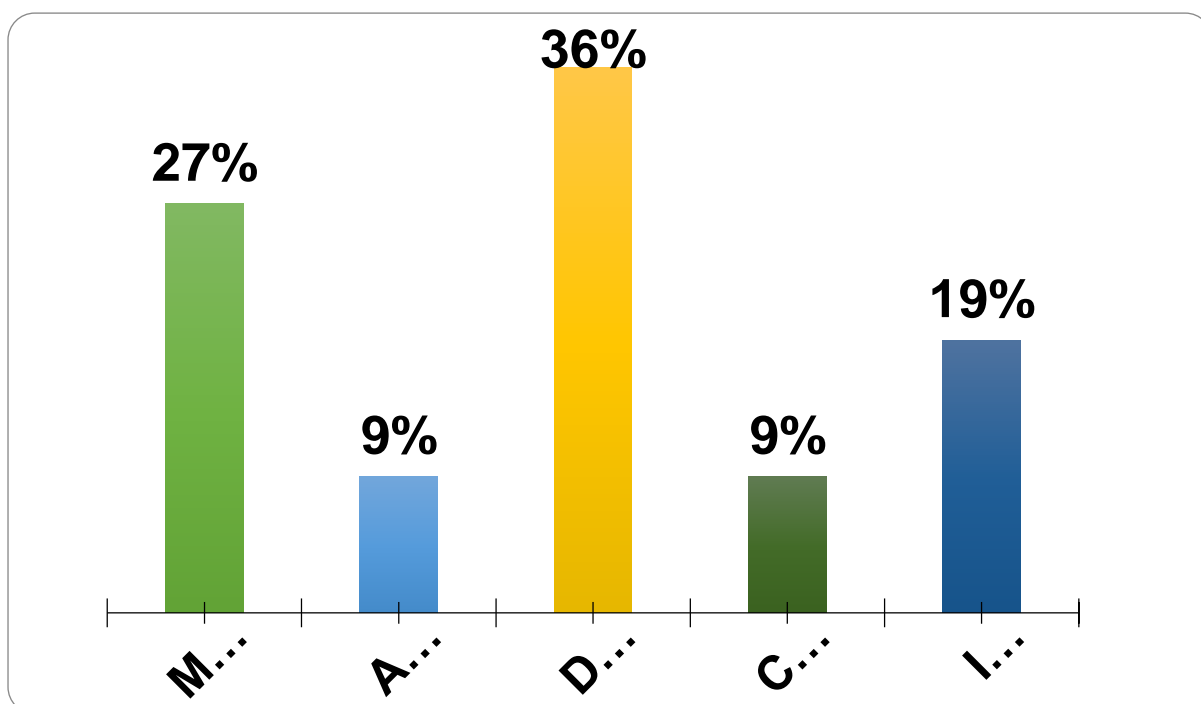


Gráfico 26: Encuesta de investigación nacional – Pregunta 10 - niños

GRÁFICO DE JÓVENES

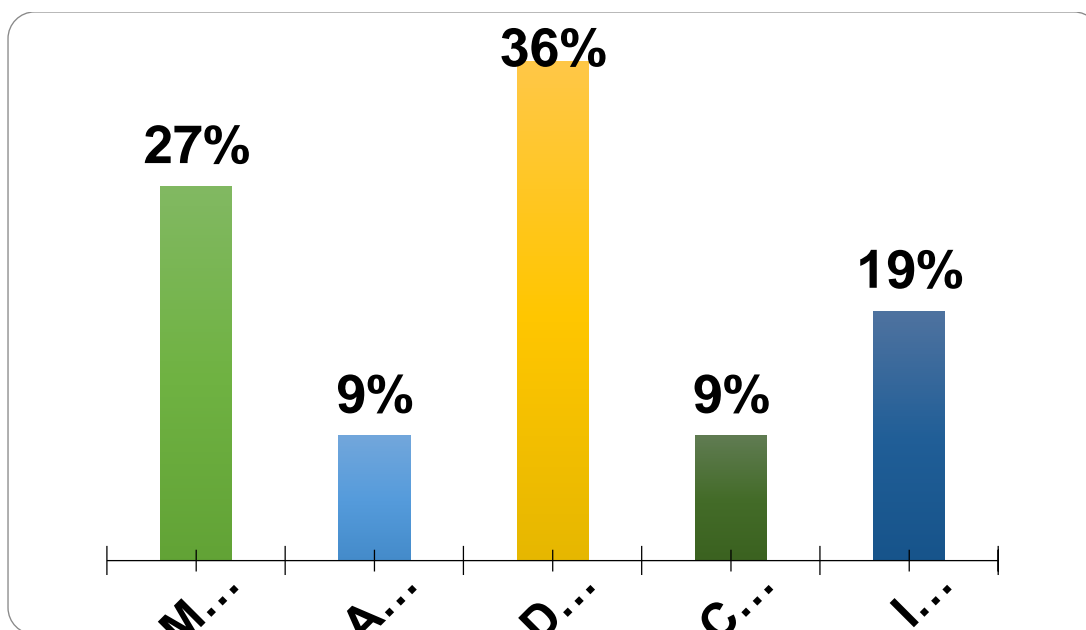


Gráfico 27: Encuesta de investigación nacional – Pregunta 10 - jóvenes

GRÁFICO DE ADULTOS

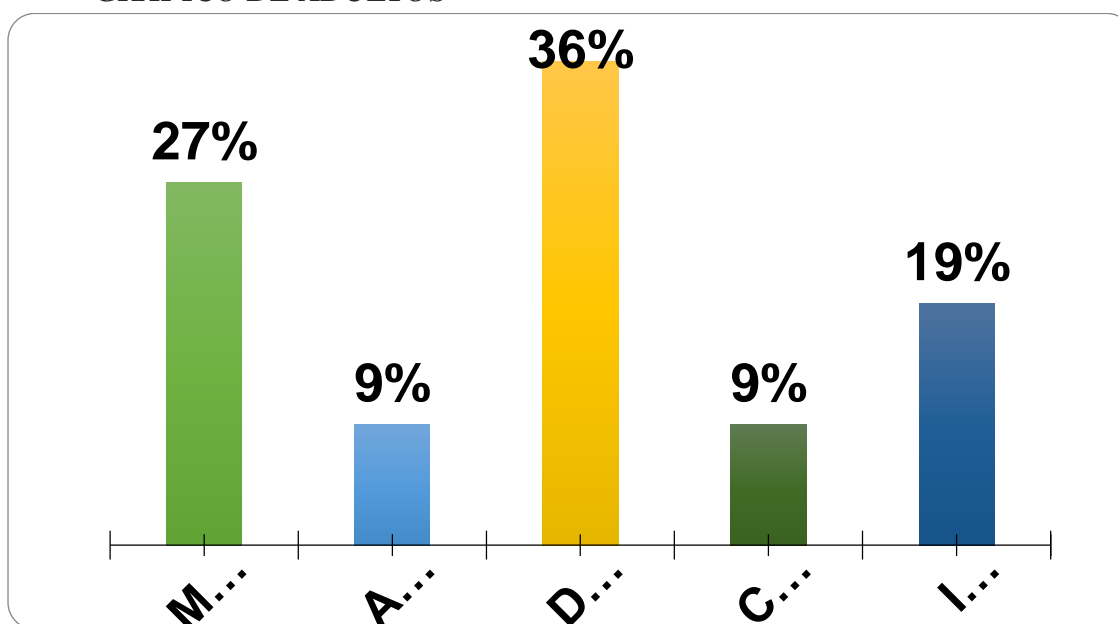


Gráfico 28: Encuesta de investigación nacional – Pregunta 10 - adultos

Como se puede observar en los tres gráficos, existe una tendencia general de todos los grupos objetivos por desear que se realicen actividades de actividad física en los espacios públicos de su zona. Los que mayormente desean que esto suceda son los niños, con un porcentaje de 36%. En cuanto a los jóvenes, las actividades que desearían sucedan con mayor regularidad son las artísticas y musicales, con un porcentaje de 39% y 26% respectivamente, y con el deseo que se incluyan actividades deportistas con un 30%. En cuanto a los adultos, los mismos tienen una fuerte tendencia por desear que se incluyan actividades infantiles, con un porcentaje de 39% pero de la misma manera, un alto porcentaje desea que se incluyan actividades físicas en este espacio público.

Esta información aporta significativamente a la investigación ya que permitirá actuar con mayor certeza en realizar activaciones, campañas o proyectos que permitan satisfacer los deseos y necesidades de cada miembro de la comunidad. De esta manera se facilitará el proceso en el cual los mismos se puedan sentir parte del barrio nuevamente y sientan que el parque es suyo y se apropien del mismo como debería ser.

Pregunta 11

11. Pregunta abierta. Por favor realiza comentarios adicionales sobre los problemas del parque de Puenbo

En esta última sección del proceso de encuesta, se realizó una pregunta abierta tipo entrevista en la cual se documentaba todo comentario adicional que se realizara por parte de los encuestados respecto a sus deseos y observaciones de parque de Puenbo. Los comentarios de mayor peso fueron los siguientes:

- “Lo más significativo del parque de Puenbo es la inseguridad que existe. En especial en los horarios después de oficina. Hay muchos jóvenes y señores borrachos en la zona.” - Mujer adulta encuestada.
- “El problema de Puenbo es que es un pueblo muy alejado. Aquí no pasa nada, nos aburrirnos mucho. Necesitamos que nos tomen en cuenta para realizar actividades de nuestro interés y volver a unir a la comunidad.”-Hombre adulto encuestado.
- “Lo que menos me gusta del parque de Puenbo es que siento que no puedo hacer nada ahí. No nos dejan entrar al césped. No me gusta jugar en el cemento”- Niño encuestado

Posibles Soluciones

Reflexión: “Si es que la sociedad se siente insegura, no saldrá a disfrutar de su ciudad. Si es que no sale a disfrutar de su ciudad, no sentirá a la misma como suya. Si es que la apropiación no ocurre, entonces las actividades antisociales se apoderan de ella como un parásito, y si es que esto sucede, la sociedad se sentirá en consecuencia insegura”

Por lo tanto, como se pudo observar claramente en la reflexión anteriormente mencionada, la clave para la reactivación de los espacios públicos de la ciudad es una: devolver el sentido de pertenencia y apropiación a los ciudadanos. Suena sencillo, sin embargo esta no es una tarea fácil. Es por esto que para poder guiar el camino de dicha investigación hacia la realización de una campaña que logre con total éxito dicho cometido, es necesario el planteamiento de varias posibles soluciones sugeridas por expertos en el tema:

Condiciones necesarias para los espacios públicos

Adriana Ávila es funcionaria encargada de parques y jardines dentro de la Secretaría de Territorio, Hábitat y Vivienda. Ella comenta las características básicas que debe cumplir un espacio público para que los ciudadanos acudan a los mismos y se sientan bien dentro de éstos.

Son tres tipos de características, la primera es el aspecto Hidrotérmico. Con esto se refiere a que la temperatura del lugar debe ser agradable para el cuerpo humano. Esto incluye, lugares que cuenten con sombra, lugares para ubicarse en caso de lluvia, para que las personas no se mojen. Lugares que cuenten con materiales que ayuden a conservar estas temperaturas, por ejemplo evitar asfalto negro, que aumenta mucha la temperatura del suelo. La ubicación de vegetación para que ayude con la sensación de frescura en el aire. Éstas son algunas de las medidas que se toman para mejorar este aspecto pero existen muchas más que arquitectos y diseñadores tienen que tomar en cuenta. ya que ningún ciudadano se quedará más de 10 minutos en un espacio donde la temperatura sea o muy alta o muy baja.

El siguiente aspecto es el Ergonómico, con esto se refieren estrictamente a todas las adecuaciones arquitectónicas y de diseño. Cómo van a estar distribuidas las edificaciones, que materiales se van a utilizar dependiendo de lo que se quiera obtener. De qué colores se va a pintar las aceras o canchas. De qué tamaños se construirán las edificaciones o de qué tamaño va a ser cada zona dentro del espacio público. Todo lo que tenga que ver con diseño y construcción para que sea un lugar atractivo a la vista pero también cómodo para sus usuarios. Aquí también se incluye la colocación de facilidades para personas con distintas discapacidades.

Finalmente está el aspecto psicológico, este se refiere únicamente a la percepción que tienen los ciudadanos sobre un espacio público. Muchas veces se cree que un lugar es inseguro simplemente porque se ha escuchado que es así, o porque en las noches no existe la iluminación adecuada. En todos los casos puede ser verdad si se tienen pruebas o testimonios reales que lo comprueben, pero muchas veces es tan sola la imagen que se tiene de un espacio. Pero esta percepción es decisiva, ningún ciudadano va a tomar el riesgo de ir a un lugar donde le “han dicho” que es peligroso. Es contra estas percepciones que se tiene que luchar en este aspecto y donde se pueden hacer adecuaciones estructurales, como implementación de mejor luminaria. Pero donde también se puede realizar una campaña de socialización para que los vecinos y resto de la ciudad se den cuenta que estas percepciones son erróneas

Es interesante que personas como Adriana que están trabajando en la municipalidad, tengan el conocimiento de estas teorías ya que esto demuestra que las autoridades las conocen y las están aplicando a la recuperación o construcción de los espacios públicos en Quito.

Pacificación de las calles

Esta es una tendencia que se están aplicando en algunas ciudades del mundo. El planteamiento principal es la disminución de la velocidad de los vehículos motorizados que circulan en las vías para lograr una convivencia más amigable entre todos los actores de una ciudad. Los automóviles son las principales amenazas al momento de estar en las calles, al eliminar el factor de velocidad estos pueden estar en una mayor equidad de condiciones con los usuarios de bicicletas y peatones. Existen algunas formas de hacer que en las calles vecinales no se circule a más de 30 km por hora, ya que según varios estudios a esta

velocidad no se ocasiona congestión y se baja considerablemente el riesgo de un accidente de tránsito o un atropellamiento.

- Plataformas en medio de la cuadra
- Calzadas sinuosas y curvas (zigzag)
- Aceras continuas en los cruces
- Ensanchamiento de las esquinas
- Rampas, rotondas, jardineras, mobiliario, árboles sembrados en medio de las vías
- Plataformas únicas de prioridad peatonal
- Plataformas en las intersecciones
- Reducir el radio de giro de los autos al mínimo
- Vías en doble sentido
- Evitar el cruce de calles prefiriendo los encuentros en T
- Autos parqueados en ciertos tramos
- Eliminar la jerarquía de las calles obligando a parar a todos los que llegan a la intersección (4 way stop).

Estas son algunas de las medidas que se podrían adoptar de manera arquitectónica según el arquitecto Diego Hurtado es su artículo Pacificando las Calles. Evidentemente no se pueden aplicar en todas las calles de Quito, pero si en un sector residencial o calles con muchos movimientos comerciales donde exista mucha afluencia de peatones; en grandes avenidas conectoras esto sería inútil.

Hay ejemplos de calles donde se han aplicado estas medidas como por ejemplo el sector de La Mariscal, aquí las veredas son bastante anchas, las calles angostas y no muy

largas. El resultado es un todo un área donde los carros circulan despacio, hay muchos peatones en las aceras, los negocios alrededor tienen mucho éxito ya que siempre hay gente transitando y entrando a las tiendas. La sociedad se acostumbra, sabe que en este barrio las cosas funcionan de esta manera. Todos los miembros de la sociedad conviven en armonía, las personas se sienten seguras al salir y disfrutar del espacio público, interactúan y se empiezan a conocer.

Apadrinamiento de Espacios Públicos en Quito

El funcionario de CONQUITO, Javier Benítez asegura que actualmente la municipalidad tiene algunos proyectos específicos para la recuperación de los espacios públicos dentro del Distrito Metropolitano y fomentar la apropiación de los mismo. Una de las nuevas iniciativas que está teniendo la actual administración de Mauricio Rodas es la denominada “Apadrinamiento de Espacios Públicos”. Se trata de una alianza entre el sector público que es la alcaldía y el sector privado que se refiere a distintas empresas. Que por diferentes razones desean ser parte de la comunidad y aportar un poco en el cuidado de la zona en la que están ubicados sus instalaciones o tienen algún tipo de relación con la comunidad o sector al que están ayudando. De esta forma, ellos se hacen responsable del mantenimiento de distintos espacios públicos. Sin ningún tipo de remuneración.

“El objetivo apunta a trabajar en conjunto con las empresas privadas, instituciones educativas y comunidades organizadas con el fin de que aporten con el mantenimiento de los espacios públicos de la Capital. El proceso inicia con la identificación del espacio a apadrinar y la firma de un convenio entre la Unidad de Espacio Público de la EPMMOP y los interesados.

Previo a la entrega de las áreas públicas, ya sea plaza, parterre, parque o redondel a la empresa, institución o comunidad organizada, la Unidad de Espacio Público de la EPMMOP, realiza la rehabilitación integral del lugar y lo deja en las mejores condiciones para quien asume la responsabilidad.

El proyecto ha tenido una gran apertura por parte de varios sectores, es así que hasta el momento se ha logrado involucrar a más de 9 instituciones comprometidas con Quito.” (EPMMOP, 2015)

Punto de medición: niños

“El tráfico veloz, incluso en calles locales, los parques desintegrados de la vida de la comunidad y el miedo a extraños, a robos y agresiones hace que los padres mantengamos a nuestros hijos encerrados en las casas, aislados del mundo real. Vivimos con miedo de dejar a nuestros niños y adolescentes salir a divertirse, miedo de utilizar el espacio público, miedo de salir a pie, miedo de salir solos por las noches. Esto a la vez hace que los espacios públicos estén vacíos e inseguros, cerrándose un círculo vicioso.” (Hurtado, 2011)

Diego Hurtado introduce la teoría de que los niños se convierten en un gran indicador de la situación de barrios y también de espacios públicos dentro de la ciudad. Principalmente porque son ellos uno de los grupos más vulnerables dentro de la sociedad. Por lo tanto, cuando ellos se encuentren apropiándose de los espacios públicos de la ciudad lo más probable es que los demás grupos ya lo hayan hecho antes.

El parque del barrio debería ser el centro de actividades, en la plaza de encuentro barrial. Alrededor de este deberían implantarse equipamiento barrial como iglesia, centro educativo, centro administrativo y de gestión, de seguridad, salud, recreativo, deportivo, etc. la conformación del espacio debe facilitar que las principales actividades del barrio estén conectadas y cercanas como para tener acceso a pie. De esa manera los niños podrán recorrerlo en forma segura y de ese modo poder aprovechar al máximo de todas estas experiencias y actividades. (Hurtado, 2011)

Lo que se quiere lograr con este proyecto es llegar a ese punto. Crear una vida “barrial” alrededor del parque central de Puembo, en los alrededores ya se cuenta con una Iglesia, canchas deportivas, tiendas de papelería, comida tradicional entre otros. Todos estos lugares son parte de la vida cotidiana de los niños y de todos quienes habitan en esta zona. Lo único que hace falta es que disfruten de los espacios públicos y se apropien de éstos. Se quiere fomentar una vida en comunidad, esto garantiza un aumento en la percepción de seguridad dentro de la comunidad. Si todos los vecinos se conocen y sus hijos se conocen, se reduce el peligro en los espacios públicos.

Finalmente, algo muy importante que mencionó Hurtado es que durante muchos años las ciudades fueron construidas exclusivamente para gente joven, que no tengan ninguna discapacidad física y en casi todas las sociedades, que sean hombres. Esto causó que las ciudades sean exclusivas para un grupo “mayoritario” de gente. Las ciudades y específicamente los espacios públicos no están hechas para mujeres, para niños, para personas con alguna discapacidad o para ancianos. Todos estos grupos minoritarios terminan siendo víctimas de algún tipo de discriminación cuando salen a las calles, ya sea directa o indirectamente.

Es ahí cuando nace las nuevas tendencias para crear una ciudad inclusiva con todos, con accesibilidad universal que comentaba también Ávila. Una vez que estas minorías

puedan salir a disfrutar tranquilamente de su ciudad y puedan apropiarse de los espacios públicos, se podrá asegurar que las ciudades han cambiado y mejorado.

DESARROLLO DE LA CAMPAÑA SOCIAL DE MERCADERO SOCIAL

Tema de la Campaña

“Más Quito: Yo en mi Barrio”, es una campaña de mercaderero social que busca promover el uso de los espacios públicos y la vida en comunidad en la población quiteña, enfocada principalmente en la parroquia rural de Puenbo.

Antecedentes

Se realizó una exhaustiva investigación sobre la importancia de los espacios públicos y como éstos son necesarios para el desarrollo de la vida en comunidad. Luego de tener entrevistas con expertos en el tema, líderes de opinión y miembros del Municipio de Quito se llegó a la conclusión de que las zonas ubicadas en las periferias de la ciudad de Quito, es decir las parroquias rurales, son las menos atendidas en temas de potenciación de espacios públicos e inversión en general. Por lo tanto se hizo evidente la necesidad de escoger una parroquia rural para promover el uso de estos espacios y re-potenciarlos.

A continuación, se realizaron encuestas a los moradores de la parroquia y después de analizar los resultados, se observó una falta de concurrencia a los espacios públicos, a pesar de que en Puenbo existe un gran número de los mismos. Dicho fenómeno ocurre, según las

encuestas, principalmente por un sentimiento de inseguridad y falta de interés por parte de los moradores de la zona.

Después de decidir el lugar, se identificó los grupos de personas con lo que se deseaba trabajar. En la investigación se pudo concluir que los resultados son favorables al momento de trabajar con los niños de una comunidad, ya que son ellos los que más disfrutan de los espacios públicos. Además es importante que las nuevas generaciones estén conscientes de la importancia de los espacios públicos y es más fácil lograr que los niños modifiquen su conducta a futuro.

En las investigaciones realizadas en textos de este tema, se puede ver que al momento de crear comunidad y vecindad, todos los miembros son importantes, es por esto que si bien el público objetivo de esta campaña son los niños del colegio: Harriet Beecher Stowe, también queremos vincular de cierta forma a los demás miembros. Por lo que trabajará con los adultos pertenecientes a la zona en diferentes actividades y con miembros de la tercera edad pertenecientes al Centro del Adulto Mayor de Puenbo_, incluyéndose en actividades con los niños.

Justificación

El desuso de los espacios públicos en la ciudad es un problema social que está presente en el Quito y sus alrededores. Es trascendental para el bienestar de nuestra ciudad que los actores que viven en la misma, se apropien de los espacios públicos y vuelvan a tener una vida en comunidad, para así erradicar el la inseguridad y las actividades antisociales que se han apoderado de nuestros espacios públicos, volviendo a nuestra ciudad insegura y poco unificada.

Introducción a la Campaña

La campaña “Más Quito: Yo en mi Barrio” nace a partir de un proyecto de tesis desarrollado por estudiantes de la Universidad San Francisco de Quito. A través de esta campaña de Marketing Social, se pretende incentivar el uso de los espacios públicos de la parroquia de Puembo y motivar a sus moradores a llevar una vida en comunidad y armonía en el barrio en el que viven. Con el objetivo de generar mayor impacto dentro del público al que está dirigido la campaña se implementaron: eventos, activaciones, capacitaciones, campañas en medios tradicionales, venta de producto comunicacionales, entre otros. A través de cada una de estas actividades, se ha podido generar concientización en el público sobre la importancia del uso de los espacios públicos para mantener una ciudad segura y unida.

Los mensajes utilizados para difundir la causa de esta campaña, manejaron un tono enérgico y divertido, para así generar mayor vínculo con el público y asociar a los espacios públicos como lugares de diversión y actividades interesantes. Además, las actividades realizadas como BTL's y activaciones fueron didácticas, pero con un tono más serio para abrir espacios de reflexión y lograr un cambio de actitud por medio del impacto.

Estrategia Comunicacional

“Más Quito: Yo en Mi Barrio”, al ser dirigida a niños principalmente, manejó un lenguaje simple y poco técnico, para que así el público no solamente reciba la información, sino que la entienda y a partir de la misma, lograr un cambio de actitud hacia los espacios públicos. La estrategia comunicacional principal que se utilizó fue enfocarse hacia las consecuencias negativas que ocurren cuando existe desuso de los espacios públicos; y a la vez en los grandes beneficios que aportan a la persona el usarlos y apropiarse de las vecindades y barrios.

De la misma manera, al ser una campaña que promueve la vida en comunidad, fue necesario involucrar a la mayor cantidad de actores sociales de la comunidad de Puenbo. Es por esto que una de las estrategias comunicacionales principales de la campaña fue no limitarse a trabajar solamente con niños. Se crearon alianzas y actividades con el Grupo del Adulto Mayor de Puenbo, la Policía Nacional y el Gobierno Autónomo Descentralizado de Puenbo para así promover el mensaje de manera unificada y afectando a toda la parroquia de Puenbo a la vez.

Públicos Objetivos

Con el fin de tener un mayor alcance y éxito en la campaña, fue necesario definir públicos objetivos para dirigirnos con estrategias comunicacionales que permitan que los mismos capten los mensajes de mejor manera.

La campaña contó con diferentes actividades, en las cuales se utilizó una estrategia comunicacional diferente dependiendo del público al que iba dirigido. A continuación se exponen los públicos en cuestión:

Públicos Principales:

- 33 niños y niñas de 10 a 11 años cursando sexto grado de la Institución Educativa Harriet Beecher ubicada en la parroquia de Puenbo
- Gobierno Descentralizado Autónomo de la parroquia de Puenbo
- Estudiantes de arquitectura de la Universidad San Francisco de Quito (USFQ).
- Grupo del Adulto Mayor de la parroquia de Puenbo

Públicos Secundarios:

- Estudiantes en general de la USFQ
- Comunidad en general de la parroquia de Puenbo
- Estudiantes, padres, educadores y demás individuos de la sociedad, que han participado pasivamente de la campaña.

Objetivos Comunicacionales**Objetivo General**

Promover la apropiación y el uso correcto del espacio público, así como la vida en comunidad dentro de la parroquia de Puenbo, por medio de la implementación de una campaña de comunicación donde el público objetivo son los niños de sexto grado de educación básica del colegio privado Harriet Beecher. A pesar de que dicha campaña estará dirigida a un solo grupo objetivo, la misma contará con la participación de otros miembros de la comunidad como adultos y personas de la tercera edad. La campaña tendrá una duración de 4 meses, desde Septiembre a Diciembre del 2017 y se espera tener un aumento del 50% en la frecuencia del uso correcto de los espacios públicos por el público objetivo antes mencionado.

Objetivo Específicos

1. Crear un nombre, logo y slogan que representen efectivamente la campaña a lo largo de su implementación, durante los los meses de Septiembre hasta Diciembre del 2017.
2. Dar a conocer y promover los objetivos y actividades de la campaña al público externo por medio de un plan de medios que cubrirá un mínimo de 10 medios (televisión, prensa, radio, online) durante los meses de Septiembre hasta Diciembre del 2017. El material utilizado para cumplir este objetivo será la creación de boletines de prensa, material digital e impreso y una cuña radial.

3. Crear una alianza con un líder de opinión o figura pública que se comprometa con la campaña con el fin de ampliar el rango de difusión, apoyo y promoción de la misma.
4. Realizar una campaña en redes sociales dirigida al público externo, con el objetivo de promover el logo, slogan, actividades realizadas y objetivos alcanzados. Se utilizará fotos y videos que muestren el trabajo realizado, se creará un hashtag de la campaña y se contará con el apoyo de voceros y líderes de opinión.
5. Crear y distribuir material impreso que permita promover las diferentes actividades y eventos que girarán en torno a la campaña, y así convocar tanto a público externo, como a miembros de la parroquia a participar en los mismos durante los meses de Septiembre hasta Diciembre del 2017.
6. Crear material multimedia (videos) que permitan al público externo comprender fácilmente la temática y objetivo de la campaña en sus inicios, a la vez que permitan resumir tanto las actividades realizadas, como la reacción de los involucrados y el impacto que causó la campaña una vez concluída en el mes de Diciembre.
7. Llevar a cabo un activismo, haciendo una petición formal al Municipio de la ciudad de Quito, para que se ubiquen la “letras gigantes” formando la palabra PUEMBO, en el parque central de la parroquia una vez finalice la campaña en el mes de Diciembre.
8. Crear un producto que se relacione con el objetivo y concepto de la campaña y venderlo durante los meses de Septiembre y Diciembre del 2017, con el objetivo de recaudar fondos en favor de la comunidad de Puembo.
9. Realizar (número de encuestas) a inicios de Septiembre del 2017 al grupo objetivo de la campaña (poner edad de niños) con el objetivo de medir el nivel de utilización y satisfacción respecto a los espacios públicos de la parroquia de Puembo.
10. Dar a conocer la existencia de la campaña y su concepto, al grupo objetivo de la comunidad de la parroquia de Puembo por medio de un evento de inauguración en el mes de Septiembre del 2017.
11. Organizar y llevar a cabo cuatro capacitaciones con el grupo objetivo acompañadas de actividades que pongan en práctica lo aprendido. Las mismas se llevarán a cabo dentro de los meses de Septiembre hasta Diciembre del 2017, en la Institución Harriet Beecher y en los espacios públicos de la parroquia.

12. Replicar una de las capacitaciones realizadas previamente con el grupo objetivo, en la Universidad San Francisco de Quito para ampliar el nivel de impacto de la campaña dentro de los meses de Septiembre hasta Diciembre del 2017.
13. Crear un mínimo de tres BTLs que permitan aprender al grupo objetivo la temática y objetivos de la campaña, de manera didáctica en tres lugares diferentes, incluyendo la Universidad San Francisco de Quito, dentro de los meses de Septiembre hasta Diciembre del 2017.
14. Organizar y llevar a cabo un evento de cualquier naturaleza dentro de los meses de Septiembre y Diciembre del 2017 con el objetivo de recaudar fondos en favor de la comunidad de Puenbo.
15. Organizar y llevar a cabo un evento dentro de los espacios públicos de la parroquia, el cual signifique la culminación de la campaña comunicacional en el mes de Diciembre del 2017. Durante el mismo, el grupo objetivo tendrá la oportunidad de demostrar lo aprendido por medio de testimonios y actividades múltiples.
16. Realizar (número de encuestas) al finalizar el evento de cierre en el mes de Diciembre del 2017, a el grupo objetivo de la campaña con el objetivo de medir el impacto y eficiencia de la campaña en el nivel de utilización y satisfacción respecto a los espacios públicos de la parroquia de Puenbo, y así llegar a una conclusión.
17. Documentar todo el proceso de la campaña por medio de fotografías y videos que reflejen tanto las actividades realizadas, como la reacción de los involucrados y el impacto que causó la campaña.
18. Realizar un clipping al culminar la campaña que permita medir la exposición de la misma en medios comunicacionales y así calcular el dinero ahorrado en gestiones de Relaciones Públicas.

MÁS QUITO: YO EN MI BARRIO

CAMPAÑA PARA PROMOVER EL USO DE LOS ESPACIOS PÚBLICOS

Logo



Gráfico 29: Logo campaña

Nombre y slogan

“Más Quito. Yo en mi Barrio”

Tanto el nombre principal, como el logo de la campaña nacen de un grupo paraguas llamado “Más Quito”. Este grupo está conformado por diferentes campañas de marketing social que buscan solucionar diferentes problemáticas sociales de la ciudad de Quito. Es por esto que el nombre incluye la palabra “Quito” y el logo representa la silueta de esta ciudad.

En cuanto a el nombre y logo de esta campaña en específico, se decidió por el slogan “Yo en mi Barrio” ya que se deseaba empoderar a los miembros participantes de la campaña

con la palabra “yo” y se quería hacer alusión a la vida en comunidad y cercanía con la palabra “barrio.” Con este mismo propósito, se decidió incluir al logo paraguas, un grupo de personas de diferentes condiciones, género, raza y edad tomados de la mano, haciendo mayor énfasis de la vida en comunidad y armonía que se desea impartir con la campaña

Los colores que se escogió para representar esta campaña son el amarillo y el tomate, ya que estos colores representan energía, vitalidad y diversión; cualidades y actitudes que se quiso mantener a lo largo de toda la campaña

Descripción General

“Más Quito: Yo en Mi Barrio”; es una campaña que pretende educar a niños de la comunidad de Puembo y a la población quiteña en general, la importancia del uso de los espacios públicos y los beneficios que esto trae a la vida en comunidad de las ciudades. Uno de los factores que motivaron a la elección de dicho tema surge de una investigación realizada a nivel nacional e internacional, en la que se evidencia la importancia de los espacios públicos en el desarrollo saludable de las ciudades y de cómo en sociedades modernas, los espacios públicos y la vida en comunidad, se debilitan a niveles alarmantes. Esto transforma a las ciudades en lugares inseguros, perfectos para la propagación de actividades antisociales e inseguridad.

Con el fin de lograr resultados medibles e impactantes, se decidió trabajar con un grupo específico de la comunidad de Puembo: niños de la Institución Educativa Harriet Beecher. Este grupo se conformó por 33 niños entre 10 y 11 años, los cuales participaron en diferentes actividades en rumbo a concientizarse sobre la temática de la campaña: cuatro

capacitaciones sobre la importancia de los espacios públicos, el rol de los niños en la sociedad y seguridad en las calles, acompañados de un sinnúmero de actividades que reforzaron su aprendizaje.

De la misma manera, las actividades realizadas durante la campaña como venta de productos comunicacionales, evento de recaudación de fondos y alianzas estratégicas con entidades importantes, ayudaron a cumplir con logros no esperados que lograron hacer cambios visibles y memorables en la comunidad trabajada como: la donación de contenedores de basureros para los espacios públicos de Puenbo, creación de murales artísticos pintados por artistas en las paredes dañadas de la plaza cívica del sector y la implementación una Feria de Emprendimiento la cual unió a toda la comunidad en la realización de todo tipo de actividades en el parque de la parroquia.

Así mismo, para lograr cumplir con los objetivos planteados anteriormente, la campaña “Más Quito: Yo en mi Barrio” consta de: tres eventos, tres BTL’s, un activismo, elaboración de una cuña de radio, cobertura de medios, realización de campaña por medios digitales (Facebook, e Instagram), voceros de la campaña (Mónica Crespo, Alexandra Cabanilla) y la venta de productos comunicacionales. Con la elaboración de los elementos mencionados anteriormente, se construye la campaña “Más Quito: Yo en Mi Barrio”. A continuación, se describen cada una de las actividades realizadas, las cuales responden a los objetivos planteados anteriormente.

Producto

Para ayudar a las labores de recaudación de fondos para la campaña, era necesario poner a la venta un producto que de alguna manera se relacione y promueva el mensaje de

Más Quito: Yo en Mi Barrio. Es por esto que se eligió un jarro “Mason Jarr” con una innovadora forma de foco, contaba con una etiqueta que lee: “Para un juguito en mi Barrio” y sus variantes Plaza/Parque/Ciudad. De esta forma se motiva a que las personas acudan a los espacios públicos llevando su jarro para mantenerse hidratado.

Además se diseñó un “Basurero Ecológico” que consistía en una caja de cartón armado manualmente con un sticker con diseño original de la campaña que dice: “Yo (dibujo de corazón) mi Parque” y sus variantes Plaza/Ciudad. Este producto está relacionado con la campaña ya que de esta forma se persuade a que las personas mantengan limpios los espacios públicos y no boten basura donde sea, sino que siempre busquen un basurero.

Ganancias del Producto

Se logró recaudar \$276 con la venta de los dos productos que se realizó vía redes sociales de la campaña. En dos puestos de venta de la USFQ así como en un stand en el evento final y uno en el evento de recaudación de fondos Shake it.

Voceros

La campaña buscó a personas con influencia en la sociedad Quiteña para que el mensaje sea más fuerte y llegue a un mayor número de personas. Sin embargo se quería que dichas personas estén en sintonía con los objetivos de la campaña.. Es por esto que se eligió a dos personajes que en su vida diaria realizan actividades que tienen como lugar los espacios públicos.

Mónica Crespo: deportista profesional y entrenadora personal de Nike, una mujer ecuatoriana que cuenta con miles de seguidores en redes sociales y se ha convertido en referente de deportista femenina y vida fitness. Ella practica frecuentemente deporte en diferentes parques

y calles de la ciudad por lo que entendía perfectamente el mensaje de Yo en Mi Barrio y apoyaba cien por ciento los objetivos de la misma. Ella se unió a nuestra campaña no solo como vocera si no también participando voluntariamente en nuestro evento de recaudación de fondos. Mónica fue el personaje principal de la mañana fitness Shake It y no recibió compensación económica, todo lo hizo por estar comprometida con nuestra causa.

Alexandra Cabanilla: cantante y actriz ecuatoriana, quien nos apoyó haciendo un video promocional donde llamaba a la ciudadanía a volver a los espacios públicos y olvidarse de la tecnología por un momento. Al ser una persona conocida y tener un gran número de seguidores en sus redes sociales ayudó a la difusión de nuestro mensaje.

Aliados Estratégicos

Para que la campaña pueda lograr con todos sus objetivos, fue pertinente generar lazos estratégicos con entidades e instituciones que tienen cierto poder, influencia o experiencia en la temática a tratar. A continuación se describe a cada uno de los aliados estratégicos de la campaña y el tipo de relación que se mantuvo con los mismos a lo largo de toda la campaña.

Gobierno Autónomo Descentralizado de Puenbo

Para el desarrollo de la campaña se realizó la primera alianza con el GAD de Puenbo. Esta unión fue de suma importancia ya que esta entidad es la autoridad encargada de gestionar las actividades de la comunidad de Puenbo y sus espacios públicos, y además forma parte del gobierno, lo cual facilitó la realización y los permisos de muchas de las actividades planeadas por la campaña. Se lo considera como aliado estratégico debido a que

se trabajó en conjunto para la realización del evento final de la campaña facilitando organización, materiales y ayuda logística. De la misma manera, aportó financieramente a la realización de los murales en la Plaza Cívica de la parroquia, una actividad de gran peso para la campaña. Y por último, se decidió que las donaciones se harán a esta institución.

Colegio Harriet Beecher de Puenbo

Las capacitaciones fueron realizadas en el grado de sexto de básica de esta institución. Se escogió a la misma ya que es una institución privada, lo cual hizo más fácil el acceso a participar con sus niños y además porque se encuentra a pocas cuadras de los parques y placas de la parroquia de Puenbo. De la misma manera, parte de las donaciones fueron realizadas a la misma.

Facultad de Arquitectura y Diseño de Interiores de la Universidad San Francisco de Quito

Esta sección de la USFQ dió su cooperación en la realización de capacitaciones a la comunidad de arquitectura.

Policía Nacional y su programa “Paquito”

Esta entidad gubernamental dió su cooperación en la realización de capacitaciones a la comunidad de Puenbo con su metodología de títeres y entretenimiento el cual es bastante efectivo para llegar a las mentes de los más pequeños. .

Auspicios

Para poder lograr los objetivos de la campaña administrando los recursos de la misma de mejor manera, fue importante crear alianzas con actores y empresas que estén interesados

con el propósito de la campaña. Se contó con la colaboración de artistas y una fábrica que permitieron a Más Quito: Yo en mi Barrio, llegar a sus objetivos de manera más eficiente y con mayor alcance.

María Gracia Dávalos y Ricardo Cabrera

María Gracia y Ricardo son artistas “free lance” que se enteraron sobre la campaña vía redes sociales y decidieron aportar con su talento. Ellos fueron los principales actores al pintar el mural de la Plaza Cívica de Puembo y se llegó al acuerdo de promocionar sus nombres y artes a cambio de su cooperación.

Corrugadora Nacional CRANSA S.A

Esta empresa, decidió apoyar con su material de cartones para la creación de nuestro producto comunicacional “Basureros Ecológicos: Yo Amo mi Ciudad”. De la misma manera, Cransa SA fue promocionada en las redes sociales de la campaña.

Distribuidora de Fruta SurtiFruit

Esta empresa decidió apoyar a Más Quito: Yo en Mi Barrio en la realización del evento de recaudación de fondos Shake it! Por Más Mañanas al Aire Libre. SurtiFuiro apoyó a este evento con 45 bandejas de frutas para que los asistentes del evento puedan disfrutar después de la mañana deportiva.

Piezas Comunicacionales

Las piezas comunicacionales que fueron utilizadas dentro de la campaña, sin duda constituían una herramienta clave para la difusión de mensajes. Dentro de su diseño, se

buscaba respetar la línea gráfica de la campaña, manejando una gama cromática afín a los colores distintivos de la misma. Todas las artes, afiches y post referentes a la campaña Más Quito: Yo en Mi Barrio se mantuvieron los mismos colores y la misma tipografía.

Sin embargo debido a que se realizaron diferentes eventos para diferentes targets y segmentos de la población, se realizaron diseños específicos para enviar el mensaje más eficientemente. Al utilizar esta estrategia, se logró que los públicos receptores del mensaje asocien al arte con la campaña e identifiquen las diferentes etapas de la misma.

Cada una de estas manejaba su estrategia y un mensaje en específico, pero siempre dentro del plan macro de la campaña Más Quito: Yo en Mi Barrio. Las piezas elaboradas fueron las siguientes:

- Post para redes sociales: comunidad donde se trabajará, beneficios de los espacios públicos, temáticas de capacitaciones y BTLs
- Video explicativo del problema
- Diseños para los productos
- Entradas y afiches para evento de recaudación de fondos
- Afiches para evento final
- Video recopilación de campaña
- Producción cuña de radio

Actividades de la campaña

Capacitaciones

Las 4 capacitaciones se realizaron con el grupo de 33 niños del colegio Harriet Beecher durante su jornada de escuela y dentro de las instalaciones de la unidad educativa. Las capacitaciones siempre estuvieron conformadas por dos partes, la una donde el experto

hablaba sobre el tema que impartía sus conocimientos a los niños, y la otra donde en un trabajo conjunto de las representantes de la campaña y los expertos se realizaban actividades lúdicas y didácticas para que los conocimientos se queden de una forma más permanente en los niños.

Capacitación #1 ¿Qué es un Espacio Público?

La primera capacitación estuvo a cargo de Diego Hurtado, arquitecto y profesor de la Universidad Central del Ecuador. El tema de esta capacitación fue dar un primer vistazo a lo que son los espacios públicos y por qué son importantes para la ciudad. La metodología que se usó fue un conversatorio donde los niños pudieron despejar sus dudas hablando directamente y sin barreras con el experto.

La actividad en este caso se realizó antes de la charla ya que fue una encuesta inicial con los niños, para poder determinar cuál era su nivel de conocimientos previo. Antes de empezar cualquier tipo de capacitación.

Capacitación #2 Una Ciudad Para Todos

La segunda capacitación se realizó con Leslie Paéz, arquitecta de profesión, y acaba de finalizar su masterado con un proyecto de tesis similar al de esta campaña, enfocado en niños. Es por esto que su ayuda fue de gran importancia ya que ella contaba con talleres ya definidos y probados. El tema que se abordó fue la importancia de crear una ciudad inclusiva para todos, además temas sobre seguridad e inseguridad en los espacios públicos.

Las actividades que se realizaron fueron hacer un mapa gigante de Puenbo y pedirles a los niños que reconozcan los espacios públicos dentro de su comunidad. De la misma manera, los niños dibujaron el recorrido que realizan todos los días desde su hogar hasta su

escuela, y señalaron cuántos espacios públicos recorren en este camino, y cuál es el medio de transporte que utilizan para hacerlo.

Capacitación #3 Los Niños También Podemos

Para ésta capacitación se contó con la presencia de la arquitecta Andrea Sierra quien tiene una maestría en urbanismo y desarrollo sostenible. Andrea habló con los niños sobre qué es lo que pueden hacer ellos para mejorar la ciudad y cuidar de sus espacios públicos. De la misma manera, explicó cómo todos los actores de una sociedad y ciudadanos tienen una cuota de responsabilidad ante los asuntos de la ciudad y especialmente sobre los espacios públicos.

La actividad didáctica con los niños fue que contestarán a las preguntas: ¿Cómo te sientes en los espacios públicos? Bien o Mal, representadas por dos caritas y Seguro o Inseguro representadas por un candado cerrado y uno abierto. Los niños tenían que identificar cómo se sentía y luego se habló al respecto. Esta actividad también se la realizó antes de la charla ya que la misma hacía referencia a la respuesta de los niños.

Capacitación #4 Tips Para que Nadie te Haga Daño: Seguridad Social

Finalmente, para la última capacitación se contó con la ayuda y presencia del grupo lúdico de Paquito y sus amigos de la Policía Nacional. Ellos realizaron un show de títeres además de cantar canciones con los niños y hacerles bailar y concursar. Todo esto fue tocando temáticas como acoso sexual, no acercarse ni hablar con extraños en los espacios públicos, y cuales son algunas de las formas en las que los niños pueden y deben cuidar la ciudad. Además se estableció un diálogo entre Paquito, el títere con las representantes de la campaña para resaltar los temas principales de la campaña Más Quito: Yo en Mi Barrio.

Toda la capacitación fue un espacio para que los niños aprendan sobre estos temas tan importantes pero de la formas más divertida para ellos y fácil de entender. Los niños que participaban se ganaban premios.

BTLs

Con el objetivo de generar mayor participación por parte del público y crear espacios lúdicos que permitan transmitir nuestro mensaje, se realizaron tres BTLs a lo largo de la campaña.

BTL #1: Compartiendo Mi Viejo Puenbo

Fue dirigido hacia los niños del Institución Harriet Beecher Stowe y se lo denominó Compartiendo Mi Viejo Puenbo. Fue un evento emotivo e interactivo con Gloria y Blanquita, miembros del Centro de Adulto Mayor de Puenbo y moradoras de la parroquia desde su nacimiento. El propósito que tuvo este BTL fue que los niños vivan por medio de los relatos de las homenajeadas, las historias de antaño de su parroquia, como era la vida de barrio en esos tiempos y cómo era su niñez, en la cual el principal entretenimiento eran los parques y plazas de su barrio, y no las nuevas tecnologías.

De la misma manera, se entregó guaguas de pan a Blanquita y Gloria, y a los niños como forma de incentivar el mantener las tradiciones de la comunidad, y finalmente, este BTL tuvo un logro no esperado ya que los niños de la institución donaron bienes a las homenajeadas como símbolo de gratitud.

BTL #2: ¿Seguro y Feliz?

Nuestro segundo BTL estuvo dirigido hacia la comunidad de la Universidad San Francisco de Quito. En dos paredes se colocaron dos carteles. En el primero, los participantes tenían que determinar si es que se sentían felices o infelices cuando visitaban los espacios públicos de su barrio o ciudad, y después tenían que determinar las razones. De la misma manera, en el segundo cartel determinaron si se sentían seguros o inseguros y de igual forma, escribir las razones. Una vez finalizada la actividad, se proseguía a concientizar a los participantes sobre la importante que es sentirse seguros y felices en los espacios públicos para beneficio de su comunidad y qué es lo que podían hacer para lograrlo como miembros activos y responsables de la sociedad en la que habitan.

BTL #3 Cuido lo que es Mío

Finalmente, nuestro tercer y último BTL fue dirigido a los niños de la comunidad de Puembo. Junto con el GAD y el Centro Educativo Gotitas de Luz, se pintaron las paredes de la Plaza Cívica con las manos de los niños de esta institución y de los niños de la parroquia que quisieron participar. El propósito de este BTL fue generar un sentido de apropiación y de esfuerzo propio para mantener las instalaciones de los espacios públicos limpios y estéticamente agradables.

Eventos

Como parte de la campaña se organizó cuatro eventos enfocados en plasmar el concepto de formas diferentes.

Evento Inicial

Como su nombre lo indica, este evento ocurrió al inicio de la campaña. Funcionó como una introducción a la temática y de las actividades próximas a realizar con los niños de la Institución Harriet Beecher. En el mismo se realizaron varios concursos entretenidos para que los participantes se sientan cómodos y alegres con la campaña desde sus inicios. De la misma manera, los niños pudieron armar “su parque ideal” en cubo de papel que representaba al barrio de Puenbo. De esta manera, se pudo tener una idea inicial de los deseos, preocupaciones y dudas de los niños.

Evento de Recaudación de Fondos. Shake It: Por Más Mañanas al Aire Libre

El segundo evento, tuvo como objetivo la recaudación de fondos para la construcción de juegos infantiles para la comunidad de Puenbo. Este evento fue realizado en la Universidad San Francisco de Quito en uno de sus cuadrantes, el sábado 9 de Diciembre a las 10 de la mañana. Consistía en una mañana deportiva junto a la vocera de la campaña Mónica Crespo y su entrenamiento de Nike Training Club, la experta en hula hula fitness Emilia Marchán, y las consultas gratis de la nutricionista Nohora Rueda. El slogan de esta campaña fue “Por Más Mañanas al Aire Libre”, ya que tenía como propósito incentivar a la comunidad utilizar los espacios públicos y las áreas verdes como lugares en donde se pueden realizar todo tipo de actividades. De la misma manera, se contó con el auspicio de la distribuidora de frutas SurtiFruit para darle al evento valor agregado e incentivar a la buena alimentación en los espacios públicos. El costo de la entrada tenía un valor de cinco dólares y se logró la venta de **38 entradas, con una recaudación final de \$190** . El 100% de los fondos recaudados resultaron en ganancia ya que no se invirtió capital en la realización de este evento.

Evento de Cierre. La Feria de mi Barrio. Puembo 2017

Para finalizar la campaña con broche de oro, se quiso realizar un evento que involucre a toda la comunidad de la parroquia de Puembo en un evento que los haga interactuar en sus espacios públicos. Es por esto que, en conjunto con el GAD se realizó una Feria de Emprendimiento con integrantes de la zona, aprovechando las épocas festivas. A la causa, se unieron varias parroquias como la de Yaruquí y Checa. Además, se pudo disfrutar de un sinnúmero de actividades familiares como juegos tradicionales y la pintada de murales junto a los artistas auspiciantes, y de presentaciones culturales por parte del Grupo del Adulto Mayor de Puembo y de una comunidad artística de la zona. Así mismo, se tuvo la presencia del Ministerio de Salud ofreciendo consultas médicas gratis sobre temas de salud específica y la presencia de música y stands gastronómicos.

Activismo

Al realizar el activismo se quería crear un impacto a nivel de la parroquia y sobre todo de sus autoridades. Es por esto que como investigación previa se preguntó a los niños cual era su principal necesidad o deseo para los espacios públicos de su comunidad. Después de haber realizado las capacitaciones y varias actividades con ellos, a la conclusión a la que se llegó es que los querían que se quiten las rejas de las áreas verdes del parque central de Puembo.

Con esto en mente se organizó una reunión con la presidenta del GAD, Ing. Gina Rosero, a quien se le transmitió este sentimiento de los niños. Sin embargo su argumento fue que las rejas son necesarias para evitar que se dañen los jardines y el césped. Bajo su punto de vista el mayor problema de los espacios públicos de la zona era el exceso de basura y el poco interés que tenía la gente por botar la basura en su lugar.

Finalmente lo que se decidió fue realizar una actividad con los niños donde en una hoja de papel, tipo carta, ellos pudieran expresar su deseo por tener un espacio destinado a sus actividades en los espacios públicos de su comunidad.. Estas cartas fueron colgadas en las rejas del parque central de Puenbo, frente a las oficinas del GAD. Con esta acción se buscaba tener un impacto visual a nivel no solo de las autoridades sino también de la comunidad en general. Después estas cartas fueron entregadas a las autoridades del GAD junto con una petición formal realizada por la campaña Más Quito: Yo en Mi Barrio para que se destinen recursos a la construcción de estas zonas infantiles en la parroquia.

Campaña Medios Digitales

Para generar un mayor alcance de la campaña se implementó una campaña de medios digitales, con el objetivo de difundir masivamente cada una de las piezas comunicacionales de la campaña, informar a cerca de noticias y actividades relevantes de la misma y seguir con el trabajo de impactar a la mayor cantidad de gente posible.

El medio que se utilizó con mayor fuerza fue Facebook, página en la que se logró tener gran acogida y respuesta del público. Esta se lanzó el 8 de Octubre y a partir de esta fecha, se realizaba aproximadamente tres publicaciones semanales. A través de dicho medio se publicaban cada uno de los eventos y BTLs a realizar, apariciones en medios tradicionales, videos informativos, artículos acerca de los espacios públicos, urbanismo o temáticas que guarde relación con la campaña, y fotografías que evidenciaban el trabajo realizado. En este medio se logró tener una acogida de 275 seguidores y un alcance a más de 22400 personas.

Por otra parte, se creó una página de Instagram, por medio de la cual se transmitió a la campaña de una manera más gráfica y dirigida a un público más joven e interactivo. Las publicaciones que se realizaban por este medio eran casi diarias, pues se publicaban “instagram stories” contando las actividades más recientes de la campaña, o para promocionar los eventos de la misma. En este medio se logró tener una acogida de 119 seguidores.

Video playground

Al iniciar la campaña se quería realizar una pieza comunicación que sirviera para evidenciar la problemática del abandono de los espacios públicos. Es por esto que se realizó un video tipo “Playground”, es decir un video sin voces, solo con imágenes, música de fondo y texto explicativo. Lo que se buscaba con este video era crear un impacto en la sociedad en general y hacer que se empiecen a cuestionar sus actividades en torno a los espacios públicos. Este video tiene un minuto de duración y se lo publicó en las redes sociales, Facebook e Instagram. En Facebook, el video fue un éxito ya que tuvo un alcance de 1800 personas, obtuvo más de 755 y lo compartieron 37 personas.

Video resumen

Para finalizar la campaña se realizó un video recopilatorio de todo lo que significó la campaña Más Quito: Yo en Mi Barrio. El video fue de carácter emocional, se recopiló material audiovisual y fotografías de todas las actividades de la campaña, y las impresiones y reacciones de quienes participaron, en especial los niños. Este video se publicó una vez presentado el trabajo de titulación y como forma de cerrar la campaña en redes sociales.

Campaña medios tradicionales

Cuña

La cuña de radio se grabó en las instalaciones de la Universidad San Francisco de Quito, con la voz de la ex presentadora de televisión Carla Zarlenga. A través de esta herramienta de comunicación, lo que se pretendía era hacer entender al público la importancia de los espacios públicos para la comunidad y la situación precaria en la que se encuentran ahora debido al desuso. La duración de la cuña es de 0:40 segundos, lo cual equivaldría en pauta de radio alrededor de \$350.

Esta cuña tuvo gran impacto en los medios de comunicación, en especial en Radio Casa de la Cultura, donde transmitieron a la misma en más de una ocasión

Entrevistas

Para lograr obtener entrevistas radiales, se trabajó de manera estratégica enviando un boletín de prensa, en el que se describe el objetivo principal de la campaña, los eventos realizados y los eventos a realizarse para poder extender una invitación a todos los oyentes.

Dentro de los medios que se logró cubrir, se encuentran 9 medios radiales y uno digital. Dentro de las entrevistas de los mismos se pudo discutir sobre la importancia de la vida en comunidad y el uso de los espacios públicos, además de que se incentivó a la comunidad a participar de los eventos de la campaña.

Clipping

<i>Medio</i>	<i>Presentador</i>	<i>Fecha</i>	<i>Horario</i>	<i>Extensión</i>	<i>Freepress</i>
RADIO HOT 106	Paolo Muñoz	30 de noviembre 2017	8h30	00:10:00	\$219
RADIO DE LA CASA DE LA CULTURA	Franklin Cruz	3 de diciembre 2017	11h00	00:30:00	\$360
RADIO DE LA CASA DE LA CULTURA	Alex Mora	1 de diciembre 2017	8h30	00:30:00	\$360
RADIO ECUASHIRY	Lorena Bernal	28 de noviembre 2017	8h30	00:20:00	\$740
ECUADOR RADIO	Mayra Miranda	30 de noviembre 2017	10h30	00:15:00	\$525
RADIO LA RED	Patricio Díaz	24 de noviembre 2017	13h30	00:20:00	\$264
RADIO PICHINCHA UNIVERSAL	Luis Dávila Loor	13 de diciembre 2017	18h00	00:16:00	\$480
FM MUNDO	Rodrigo Proaño Gómez	22 de noviembre 2017	12h40	00:10:00	\$2340
RADIO ERES	María de los Ángeles Núñez	29 de noviembre 2017	9h20	00:20:00	\$500
CANAL DE YOUTUBE	Fabian Varela	29 de noviembre 2017		00:10:00	
				TOTAL	\$5788

Resultados encuestas grupo objetivo

Como ya se mencionó anteriormente, al iniciar las capacitaciones se realizaron encuestas a los 33 niños con los que se iba a trabajar toda la campaña. Con el objetivo de que al final se puedan realizar las mismas encuestas y observar los cambios en nuestra población objetivo.

Iniciales vs Finales

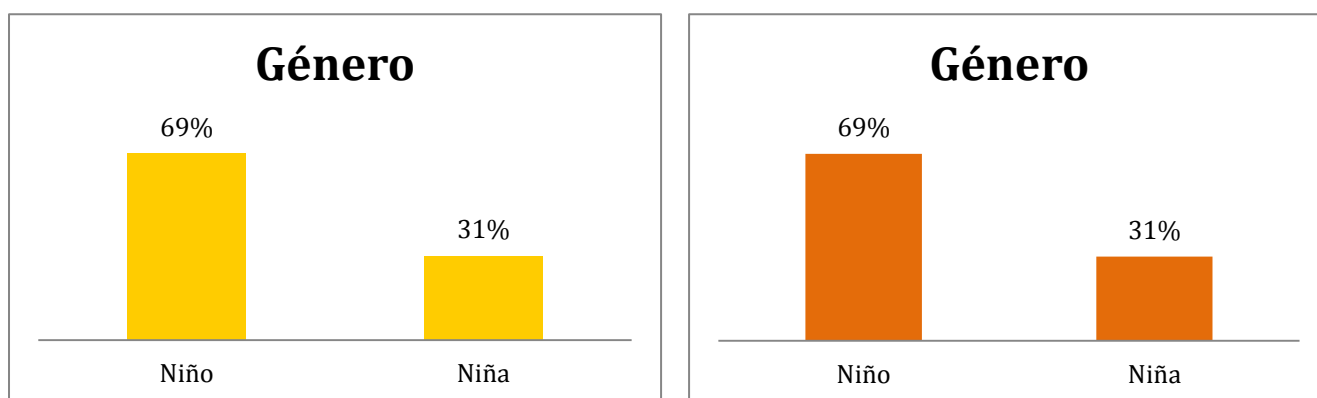


Gráfico 30: Encuestas inicio vs final- Pregunta 1

Como se puede ver, la distribución de niños y niñas es el mismo en ambas encuestas ya que se trabajó con el mismo grupo objetivo. 33 niños de escuela Harriet Beecher de Puenbo.

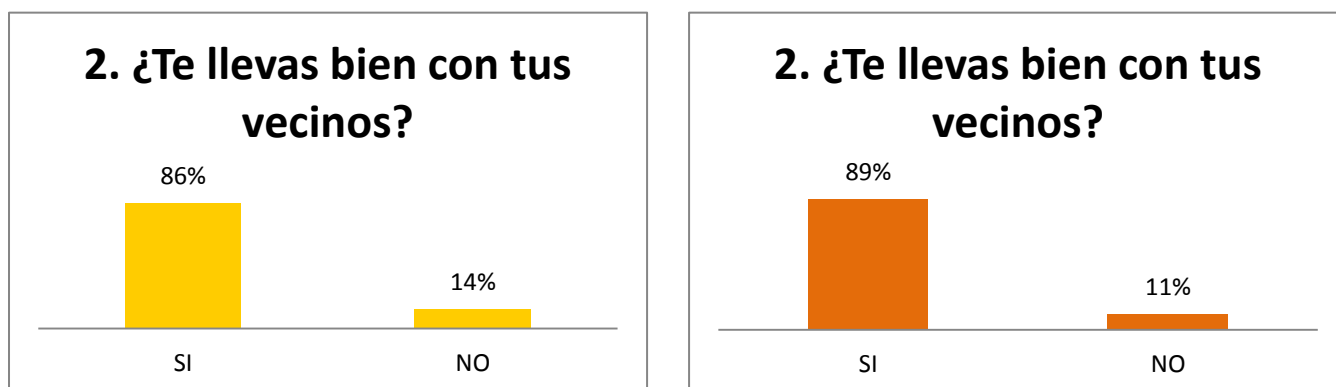


Gráfico 31: Encuestas inicio vs final– Pregunta 2

En la segunda pregunta se ve una mejora, pequeña, de un 3% pero sin embargo sigue siendo significativa. Después de la campaña los niños se llevan mejor con sus vecinos.

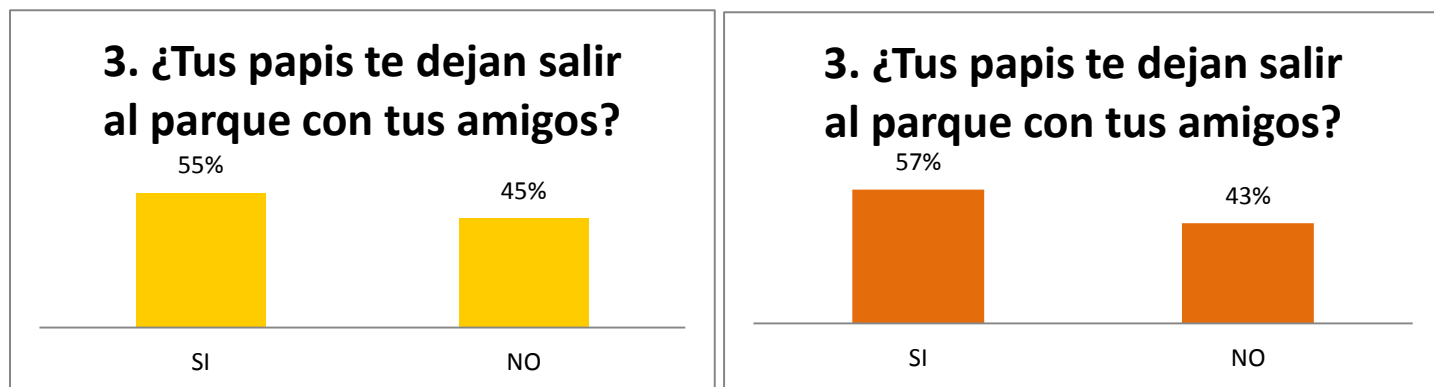
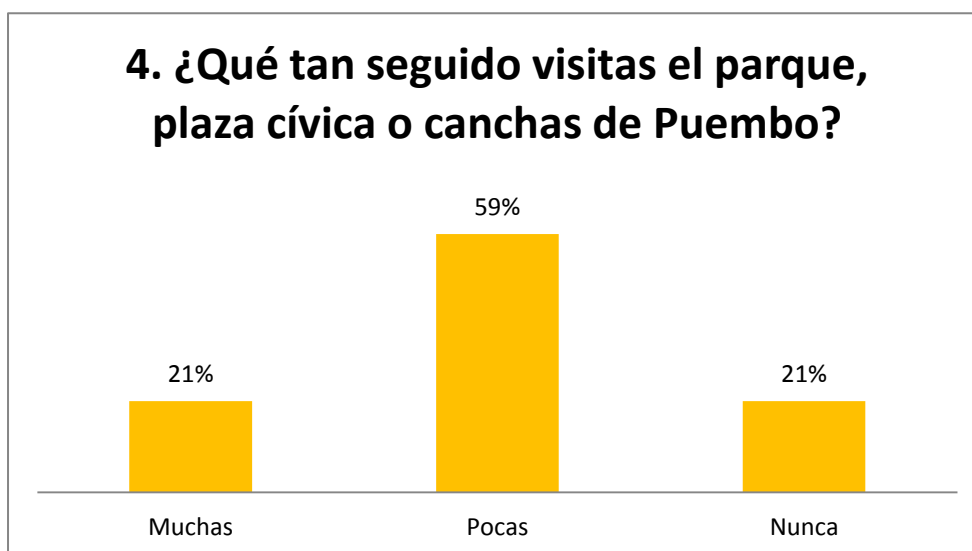


Gráfico 32: Encuestas inicio vs final– Pregunta 3

En esta pregunta también es visible un incremento en la cantidad de niños que les dejan salir a jugar al parque con sus amigos, de un 3%, se hubiera querido que el incremento sea mayor.



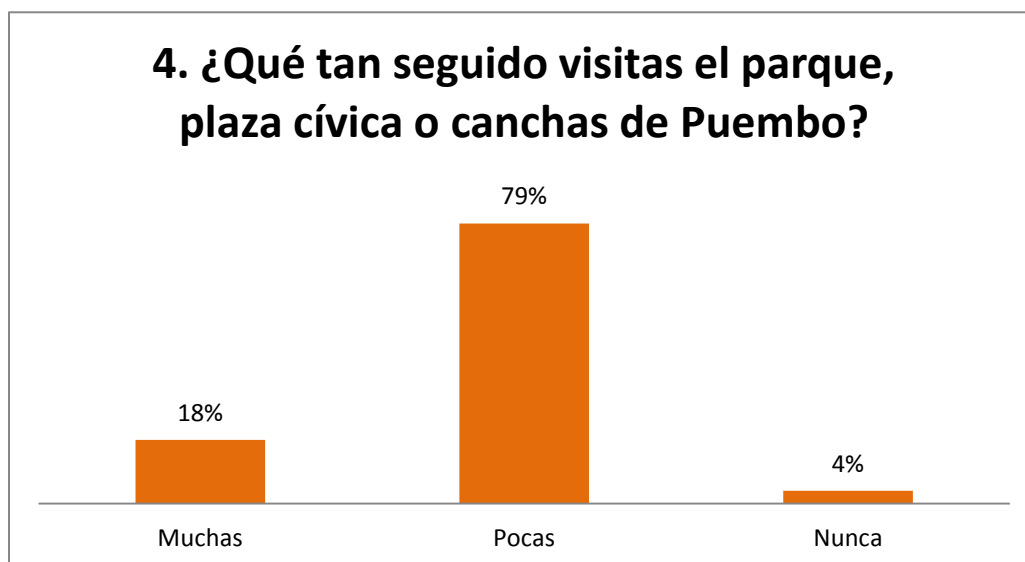


Gráfico 33: Encuestas inicio vs final– Pregunta 4

Esta pregunta es interesante de analizar ya que si bien la cantidad de niños que acuden con más frecuencia a los espacios públicos decrece en un 3%, el porcentaje de niños que nunca van a un espacio público decrece de forma abrupta. El 17% de niños paso de no ir a un espacio público nunca a ir pocas veces. Esto es algo muy positivo para la campaña, ya que se cumple el objetivo de la misma.

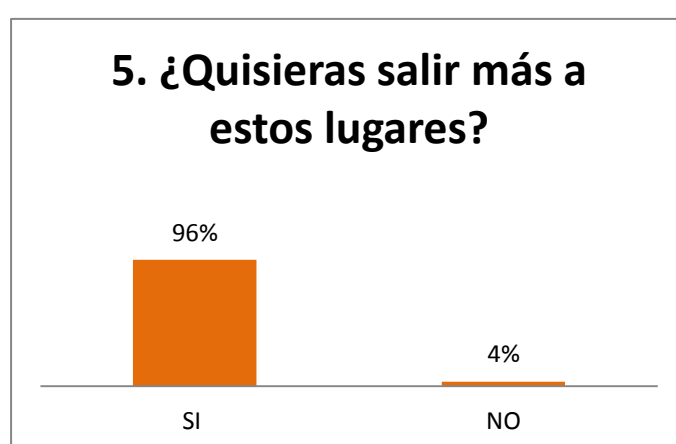
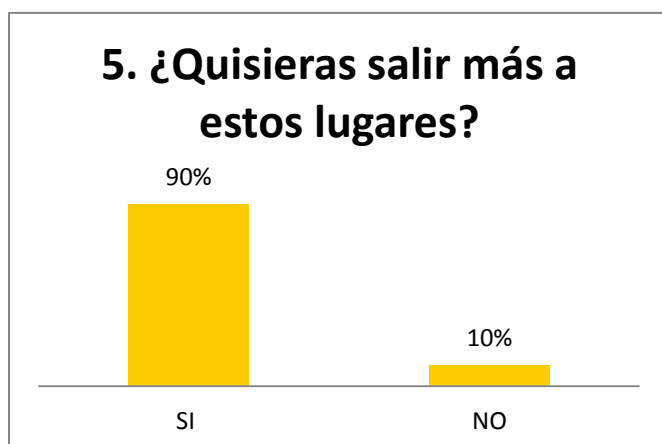


Gráfico 34: Encuestas inicio vs final– Pregunta 5

En este gráfico se ve un aumento del 6% del deseo de los niños de acudir a los espacios públicos. Es un incremento pequeño pero teniendo en cuenta que tan solo el 4% de niños no les interesa salir a estos lugares es positivo. Pero también se demuestra que aun hay trabajo que hacer.

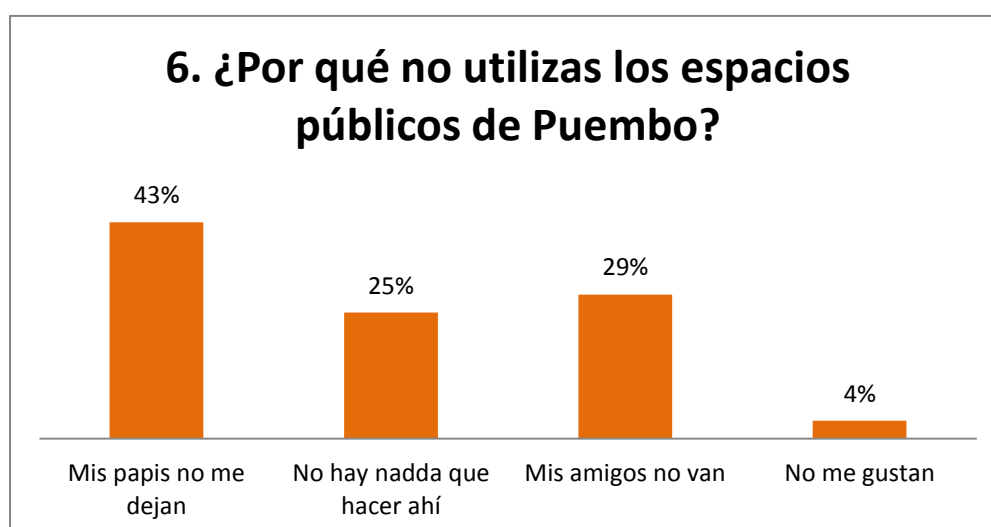
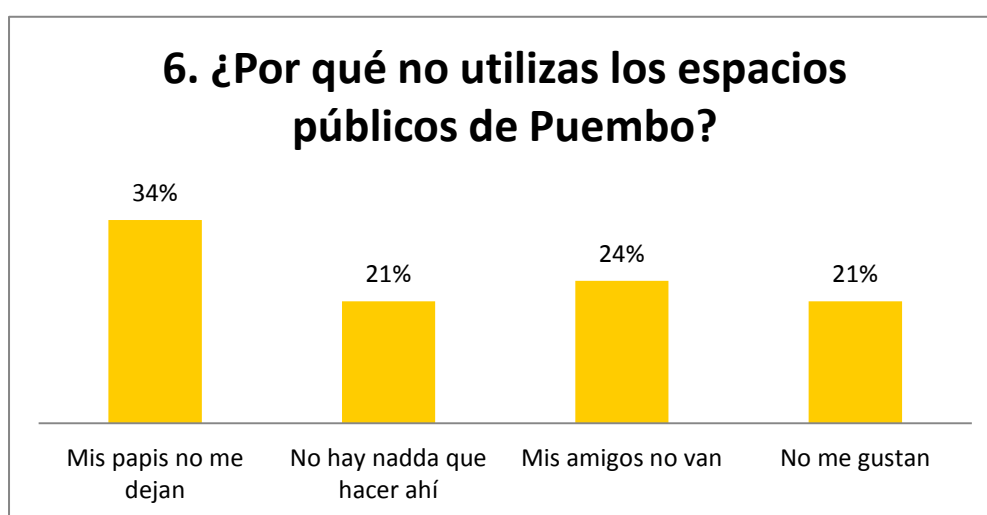


Gráfico 35: Encuestas inicio vs final– Pregunta 6

En este gráfico lo que nos llama la atención es que el porcentaje de niños que no utilizan los espacios públicos porque simplemente no les gustan pasó de un 21% a un mínimo 4%. Esto quiere decir que la campaña logró un impacto positivo por lo menos directamente en la forma de pensar y percibir estos espacios, en nuestro público objetivo.

7. ¿Qué son los espacios públicos?	7. ¿Qué son los espacios públicos?
Son parques, plazas y escuela	Un lugar para convivir y compartir con otras personas
Lugares para visitar algunas veces	Un lugar para divertirse y jugar con familia y amigos
No se	Son los parques, plazas y calles.
Donde hay muchas personas	Son lugares para todos
Un lugar donde puedas jugar gratis	
Un lugar donde no hay nada	

Gráfico 36: Encuestas inicio vs final– Pregunta 7

Esta fue la única pregunta abierta de toda la encuesta, lo que se le preguntaba a los niños no era nada específico sino, solo como ellos describen lo que es un espacio público. Estas no son todas las respuestas pero sí una compilación de las más representativas y que se repetían varias veces. Es visible el avance en términos de poder explicar lo que son estos espacios. Por ejemplo en la primera encuesta había niños que simplemente decían que no sabían lo que eran o los describían como lugares donde no hay nada. Después de la realización de la campaña Más Quito: Yo en Mi Barrio los describen acertadamente como un lugar para todos, para convivir y compartir; para divertirse y jugar. Además de que los enumeran correctamente: parques, plazas y calles. El avance es notable.

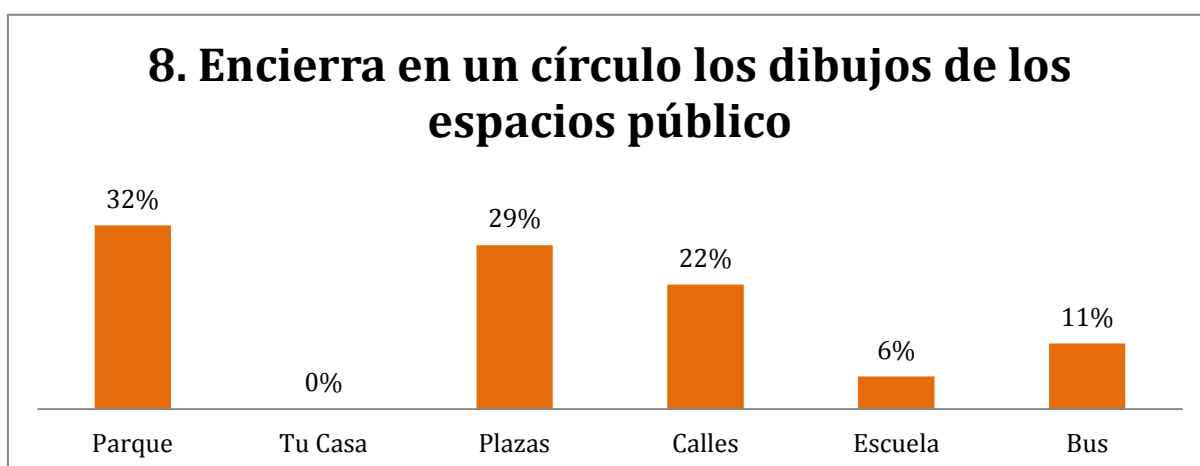
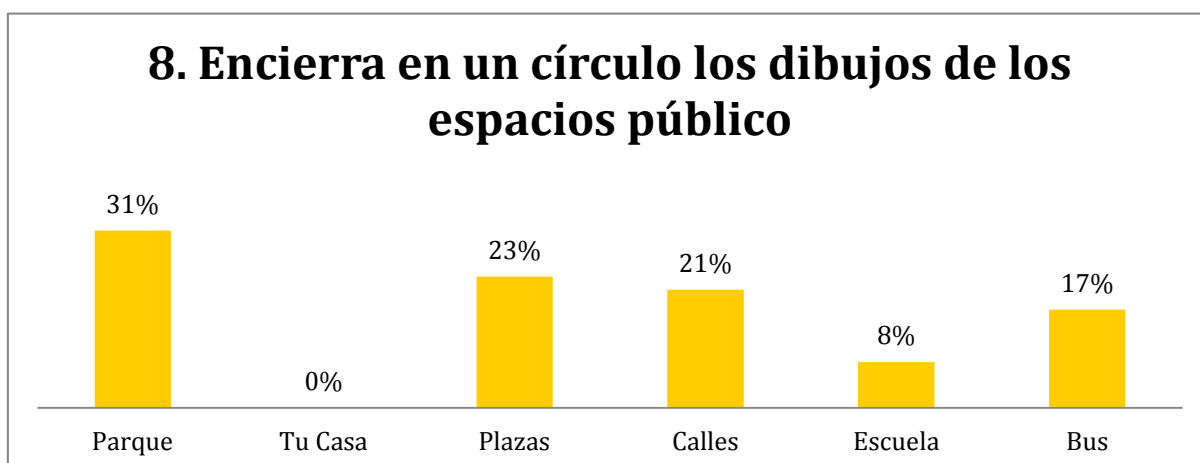


Gráfico 37: Encuestas inicio vs final– Pregunta 8

En esta pregunta se puede ver un mejor reconocimiento de lo que son los espacios públicos, aunque aún existe un poco de confusión con la escuela y el bus.

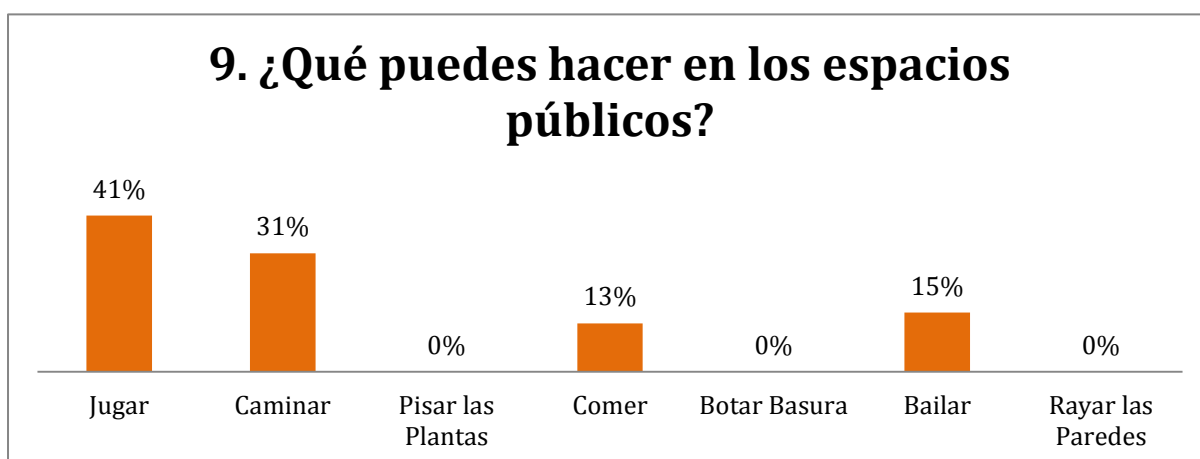
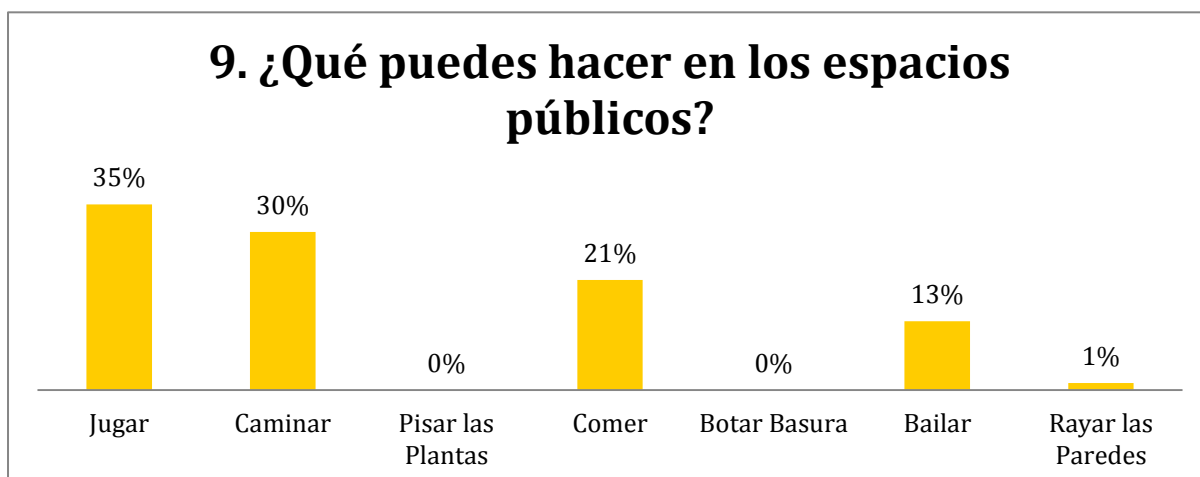
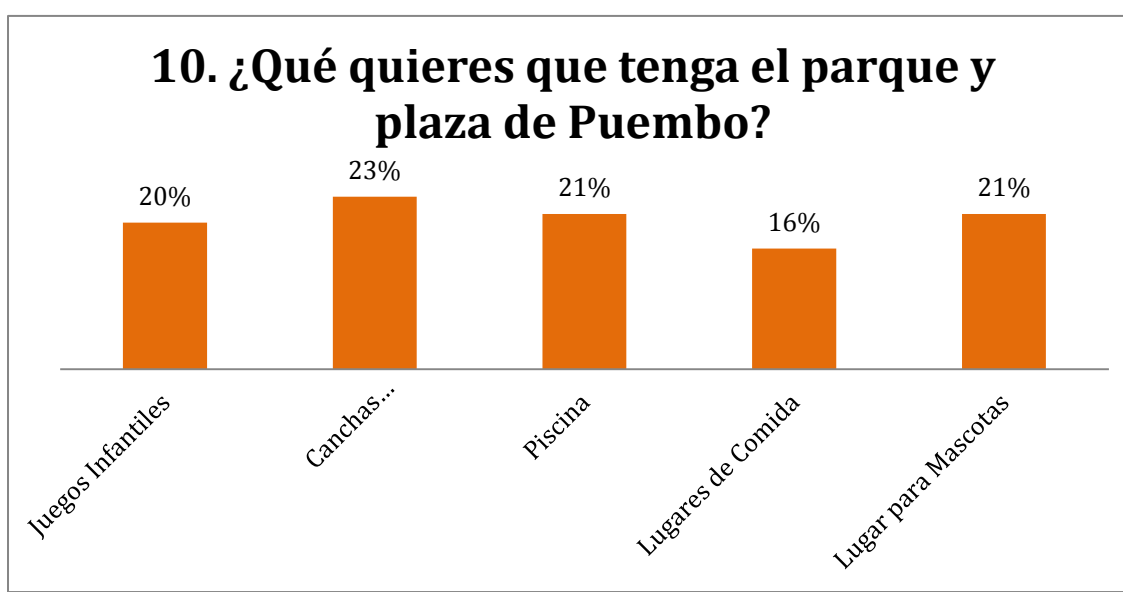


Gráfico 38: Encuestas inicio vs final– Pregunta 91

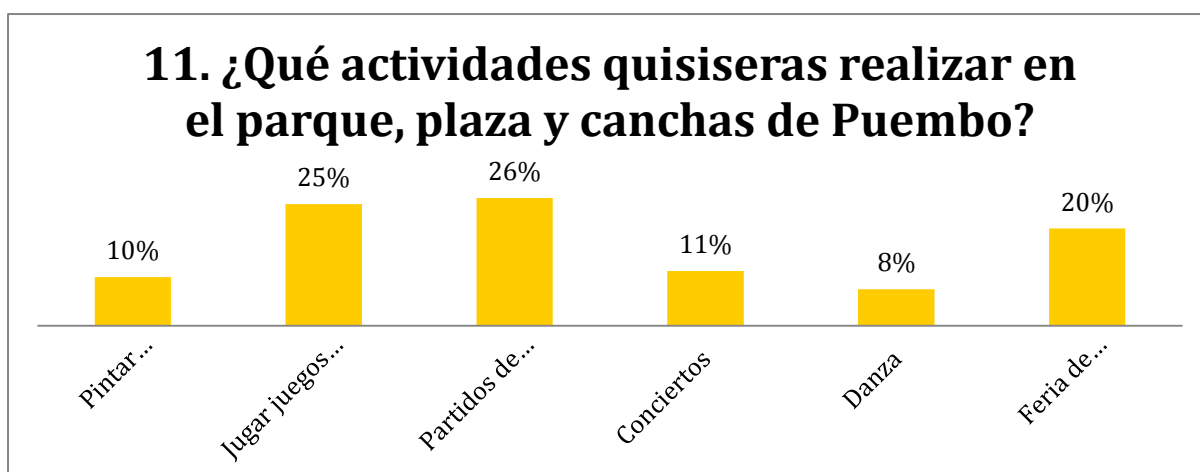
Con respecto a esta pregunta lo que se observa es un pequeño incremento en la cantidad de niños que saben que hay que jugar y bailar en los espacios públicos, tal vez debido al tipo de actividades que se realizó durante la campaña. Además es notable que a no existe el 1% de



niños que dijo que hay que rayar las paredes.

Gráfico 39: Encuestas inicio vs final- Pregunta 10

En este gráfico se observan los principales intereses de los niños y lo que quisieran



tener en sus barrios y espacios públicos.

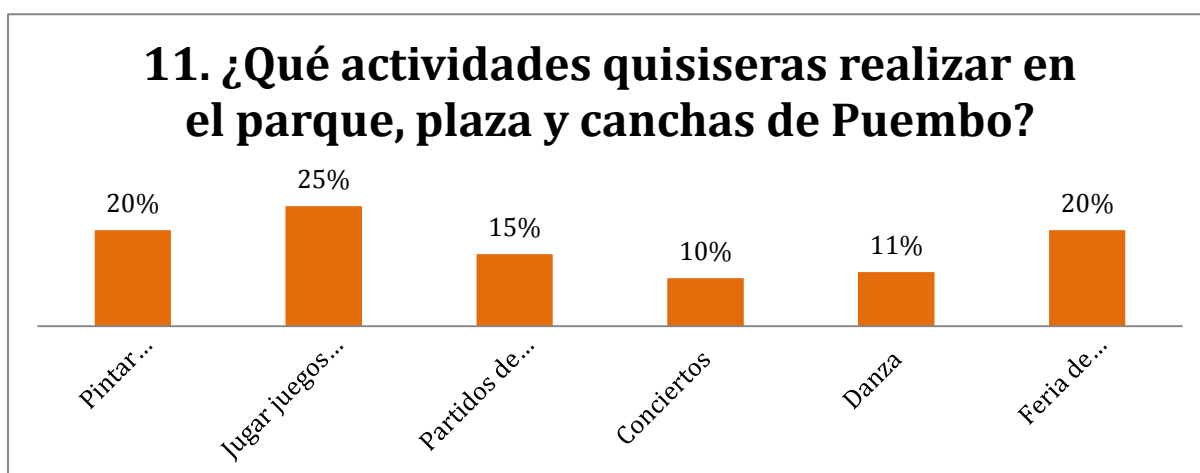


Gráfico 40: Encuestas inicio vs final- Pregunta 11

En esta pregunta nos basamos para organizar el evento final de nuestra campaña, en la última encuesta es evidente las preferencias de los niños. Es por esto que en el evento final se decidió hacer juegos tradicionales, pintar un mural, na feria de comida y le añadimos danza.

Objetivos y logros

Objetivos	Logros
Crear un nombre, logo y slogan que representen efectivamente la campaña a lo largo de su implementación	Se logró crear exitosamente un nombre, slogan y logo de la campaña que represente la temática a tratar: Más Quito: Yo en Mi Barrio.
Dar a conocer y promover los objetivos y actividades de la campaña al público externo por medio de un plan de medios que cubrirá un mínimo de 10 medios. El material utilizado para cumplir este objetivo será la creación de boletines de prensa, material digital e impreso y una cuña radial.	Se logró tener espacios en 9 medios radiales y un medio digital utilizando un boletín de prensa y una cuña radial que fue acogida en 5 medios.
Crear una alianza con un líder de opinión o figura pública que se comprometa con la campaña con el fin de ampliar el rango de difusión, apoyo y promoción de la misma	Más Quito: Yo en Mi Barrio contó con varios líderes de opinión que apoyaron a la campaña en cada uno de sus etapas. Las voceras principales fueron la deportista profesional Mónica Crespo y la cantante Alexandra Cabanilla.
Realizar una campaña en redes sociales dirigida al público externo, con el objetivo de promover el logo, slogan, actividades realizadas y objetivos alcanzados.	La campaña estuvo presente en redes sociales como Facebook, Instagram y Twitter. En Facebook se logró llegar a más de 22.500 personas y tener 275 seguidores.
Crear y distribuir material impreso que permita promover las diferentes actividades	La campaña creó y distribuyó material impreso que permitía promover las

<p>y eventos que girarán entorno a la campaña, y así convocar tanto a público externo, como a miembros de la parroquia a participar en los mismos</p>	<p>diferentes actividades y eventos que girarán entorno a la campaña. Cada material impreso fue diseñado pensando en el grupo objetivo al que iba dirigido.</p>
<p>Crear material multimedia (videos) que permitan al público externo comprender fácilmente la temática y objetivo de la campaña en sus inicios, a la vez que permitan resumir tanto las actividades realizadas, como la reacción de los involucrados y el impacto que causó la campaña una vez concluída</p>	<p>Más Quito: Yo en Mi Barrio creó dos videos multimedia que representaron la problemática que desea reparar y las actividades realizadas. Es importante recalcar que el video “Tipo Playground” de la campaña fue calificado por Facebook como “Popular en la Provincia de Pichincha”</p>
<p>Llevar a cabo un activismo, haciendo una petición formal al GAD de Puenbo para que quite las rejas que obstaculizan la entrada a las zonas verdes del Parque de Puenbo.</p>	<p>La campaña realizó un activismo que causó gran impacto tanto en la comunidad de como en el GAD de Puenbo. Se hizo la petición formal de que se retiren las rejas y se entregaron los dibujos que los niños de la institución hicieron. Además se hizo la petición de que se creen juegos infantiles.</p>
<p>Crear un producto que se relacione con el objetivo y concepto de la campaña con el objetivo de recaudar fondos en favor de la comunidad de Puenbo.</p>	<p>Se creó dos productos comunicacionales que por medio de los mensajes puestos en ellos transmitían el ideal de la campaña. El primer producto fue un jarro en forma de foco que tenía la frase “Para un Juguito en mi Barrio”, y el segundo producto fue un basurero ecológico diseñado para mantener parques y espacios públicos limpios.</p>
<p>Realizar 33 encuestas al target de la campaña con el objetivo de medir el nivel de utilización y satisfacción respecto a los espacios públicos de la parroquia de Puenbo.</p>	<p>Se realizaron dichas encuestas a los 33 niños pertenecientes al sexto grado de la Institución Educativa Harriet Beecher.</p>
<p>Dar a conocer la existencia de la campaña y su concepto, al grupo objetivo de la comunidad de la parroquia de Puenbo por medio de un evento de inauguración.</p>	<p>El evento inicial funcionó como una introducción a la temática y de las actividades próximas a realizar con los niños de la Institución Harriet Beecher. En el mismo se realizaron varios concursos entretenidos para que los participantes se sientan cómodos y alegres con la campaña desde sus inicios.</p>
<p>Organizar y llevar a cabo cuatro</p>	<p>Se realizó cuatro capacitaciones al público</p>

capacitaciones con el grupo objetivo acompañadas de actividades que pongan en práctica lo aprendido.	objetivo de la Institución Educativa Harriet Beecher con la ayuda de arquitectos y urbanistas que tienen experiencias con niños.
Replicar una de las capacitaciones realizadas previamente con el grupo objetivo, en la Universidad San Francisco de Quito para ampliar el nivel de impacto de la campaña	Se realizó una capacitación técnica sobre Urbanismos y Espacios Públicos a la comunidad de estudiantes de arquitectura de la Universidad San Francisco de Quito con el apoyo de la Facultad de Arquitectura y Diseño Interior.
Crear un mínimo de tres BTLs que permitan aprender al grupo objetivo la temática y objetivos de la campaña, de manera didáctica en tres lugares diferentes, incluyendo la Universidad San Francisco de Quito.	Se realizaron tres BTL's, en la Universidad San Francisco, en la Institución Educativa Harriet Beecher y con la comunidad de la parroquia de Puenbo.
Organizar y llevar a cabo un evento de cualquier naturaleza con el objetivo de recaudar fondos en favor de la comunidad de Puenbo.	Se realizó un evento de recaudación de fondos que promovía más mañanas al aire libre. Fue una mañana deportiva
Organizar y llevar a cabo un evento dentro de los espacios públicos de la parroquia, el cual signifique la culminación de la campaña comunicacional.	Para cumplir con este objetivo, se realizó el evento final la Feria de mi Comunidad. Puenbo 2017 donde se involucró al GAD, al colegio Harriet Beecher ya toda la comunidad de Puenbo
Realizar 33 encuestas al finalizar la campaña al grupo objetivo con el objetivo de medir el impacto y eficiencia de la campaña en el nivel de utilización y satisfacción respecto a los espacios públicos de la parroquia de Puenbo.	Al finalizar la campaña se realizó la encuesta inicial al grupo objetivo para medir el progreso y éxito de la campaña.
Documentar todo el proceso de la campaña por medio de fotografías y videos que reflejen tanto las actividades realizadas, como la reacción de los involucrados y el impacto que causó la campaña.	A lo largo de la campaña, se tomaron fotografías y se realizaron pequeños videos que posteriormente fueron utilizados para material en redes sociales y además para crear el video resumen de la campaña.
Realizar un clipping al culminar la campaña que permita medir la exposición de la misma	Para poder calcular el alcance en medios que se logró a lo largo de la campaña, se realizó

en medios comunicacionales y así calcular el dinero ahorrado en gestiones de Relaciones Públicas.	una tabla de clipping. De esta manera se pudo calcular el dinero ahorrado en gestiones de Relaciones Públicas.
---	--

Logros no esperados

Paquito

Para una de las capacitaciones se decidió realizar una alianza con la Policía Nacional, al inicio solo fue con la idea de que les expliquen a los niños normas básicas de seguridad y de comportamiento dentro de los espacios públicos. Sin embargo la apertura de esta institución fue mayor de lo esperado y ellos se ofrecieron a acudir a la escuela Harriet Beecher con el Show de Paquito. Este show constaba de varios actos en donde un grupo de policías realizaban diferentes actividades con los niños. Desde cantar y bailar canciones hasta un show completo de títeres con Paquito, un títere policía.

Los temas que abordaron fueron: acciones para que los niños estén conscientes de que nadie puede invadir su espacio personal y sepan defenderse y delatar a un posible acosador sexual, así como tips para comportarse en los espacios públicos. El show fue una experiencia mágica para los niños quienes disfrutaron de 2 horas de canciones y bailes y más que nada aprendieron de una forma súper innovadora y diferente sobre temas que normalmente son difíciles de abordar

Los policías que acudieron al evento tenían amplia experiencia con niños por lo que el show fue un éxito. Además el evento fue planeado con anticipación y se realizó un guion para un dialogo entre Paquito y las representantes de la campaña Yo en Mi Barrio para que su mensaje llegue eficientemente a la mente de los niños.

Evento Final: Feria de Mi Comunidad, Puenbo 2017

El evento final ya se describió anteriormente pero se quiere realizar una mención especial ya que este evento no fue pensado como tal desde un inicio. Se iba a realizar tan solo un evento pequeño para pintar el mural con los niños de la escuela Harriet Beecher. Sin embargo durante la tramitación de los permisos con el GAD se empezó a conocer sobre la idea de las autoridades de realizar una feria con emprendedores de la zona. Así empezó a organizarse el evento en el cual la campaña se involucró directamente y donde se colaboró con el diseño de los afiches promocionales entre otros.

Más y más instituciones se fueron sumando a la iniciativa y al final se terminó con un evento de proporciones que nunca nadie imaginó. Fue una experiencia enriquecedora para nosotros tener ese acercamiento con toda la comunidad y poder disfrutar de un día entero con ellos. Además de ser parte de las que hicieron que eso se lleve a cabo.

Mural: Una huella para siempre

Como parte de los objetivos de la campaña iniciales era recaudar dinero para entregar a la comunidad donde se iba a realizar la campaña. La campaña Yo en Mi Barrio no deseaba entregar este dinero en efectivo sino que por el contrario realizar una obra de mejoramiento para toda la comunidad de Puenbo. Así nació la idea de realizar un mural, al inicio se pensó que iba a ser algo pequeño debido a la escasez de recursos sin embargo esto no fue así.

Una vez se empezó a organizar el evento, dos artistas se sumaron a la campaña de forma totalmente voluntaria y sin querer remuneración económica sino solo las ganas de trabajar por una buena causa. Después de informo a la presidenta del GAD sobre la idea y le gustó tanto que quiso poner su granito de arena y realizar una donación de la mitad de litro de pintura que se había calculado además de colaborar con la pintura y la mano de obra para dar una base de blanco a toda la superficie por pintar.

Amigos y familiares se unieron al momento de pintar el mural y con la ayuda de todos se logró pintar una superficie mucho más grande de lo que se había previsto en un inicio.

Donación de basureros

Anteriormente se hizo mención a una ocasión donde la Ingeniera Gina Rosero, presidenta del GAD comentó sobre la problemática de la basura en los espacios públicos. Con esto en mente y como parte de nuestro aporte a la comunidad se decidió realizar una donación de basureros, sin embargo, una vez más era un gasto no contemplado desde el inicio y por lo tanto sin financiamiento.

Sin embargo se consiguió el auspicio de CRANSA S.A. quien donó 6 basureros de metal de gran tamaño. Estos basureros fueron entregados a las autoridades del GAD, a la presidenta en persona para que ellos dispongan de los basureros en los sitios estratégicos de Puenbo.

Presupuesto

Engresos

EGRESOS

Categoría	Valor
Jarros	\$77
Impresiones Producto	\$37
Pintura	\$40

Gastos de Mural	\$37
Impresiones BTL	\$17
Impresiones Evento Shake it	\$30
Refrigerios	\$16
Total de Gastos	\$231

Ingresos

INGRESOS

Categoría	Valor
Evento	\$160
Producto	\$306
Total de Ingreso Propio	\$446
Donación CRANSA (basureros)	\$90
Donación Artistas	\$780
Total Recaudación	\$1316

Después de realizar la venta del producto y el evento de recaudación de fondos se recaudó \$446. A esto se le suma la donación de CRANSA S.A. quienes ayudaron con 6 basureros evaluados en \$90 y la contribución de los artistas quienes por pintar un metro cuadrado cobran \$100.

Por lo que al final la donación a la parroquia de Puenbo fue de \$870 que fueron invertidos en el mural y los basureros y además se tiene un saldo de \$100 que serán utilizados para mejorar los espacios públicos de la parroquia.

CONCLUSIONES

Existen muchos pensadores que exponen diferentes teorías sobre cómo se debe organizar una ciudad y sus espacios públicos. Pero si en algo coinciden es que éstos son aparatos muy complejos, donde intervienen e influyen un X número de factores, esto hace que cada una sea muy complicada de analizar y sobre todo de entender. Porque además al ser aparatos sociales están en constante cambio y modificación.

Por otro lado es necesario resaltar la necesidad de tener un análisis, una investigación previa de lo que pasa con el público objetivo con el que se va a trabajar y que va a ser el objeto de estudio. Con el objetivo de conocer a profundidad a esta ciudad en específico, su cultura, a sus habitantes, su historia, su relación con los espacios públicos, su sociedad etc. De esta manera se podrá tener una idea de con que es con lo que se va a trabajar, cuáles son los problemas puntuales en cuestión de apropiación del espacio público y cuáles podrían ser las posibles estrategias para solucionarlos.

Es importante mencionar que en Ecuador y Quito específicamente aún queda mucho trabajo por hacer referente a este tema. Se espera que con campañas como esta se logre crear una semilla para que otros barrios, parroquias o ciudades repliquen estas actividades. Que la vida de barrio y en comunidad vuelva a ser parte principal de la sociedad y un problema del que se preocupen las actividades.

Se puede decir que la campaña Más Quito: Yo en Mi Barrio fue un éxito y que logró muchas cosas más de las que se propusieron en un inicio.

RECOMENDACIONES

Finalmente se puede decir que por una parte es indispensable conocer y manejar la terminología básica sobre temas referentes al urbanismo, a la psicología social, a la arquitectura entre otras, para poder entender de mejor manera todos los textos académicos y para poder trabajar bajo estos conceptos. Rodeándose de expertos en el tema para poder realizar una estrategia de comunicación para un tema en específico.

Además es importante mencionar que para la realización de un marco teórico contundente y completo es totalmente necesaria la investigación primaria. Esto quiere decir que no es suficiente con leer libros, papers o informes sobre el tema de interés. Evidentemente éstos ayudan a crear una imagen macro y un contexto al proyecto. Sin embargo no es una imagen totalmente real y sobre todo actual de la población con la que se va a trabajar. El momento en que se hace trabajo de campo, ir de casa en casa, de persona en persona preguntando, conversando sobre los temas de interés, se logra tener mucha más información y sobre todo de primera mano.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Aramburu, M. (2008). *Usos y Significados del Espacio Público. Architecture, City and Enviroment Online*. Vol III, núm. 8, Octubre. P. 143-151. Recuperado el 6 de Febrero del 2016 en https://upcommons.upc.edu/bitstream/handle/2099/6586/ACE_8_SE_26.pdf?sequence=7
- Augue, M. (1996). *Los No Lugares, espacios del Anonimato*, Editorial Gedisa: Barcelona.
- Basulto, D.(2017). *Reactivación del Espacio Público en Ecuador: la experiencia de CUENCA RED*. ArchiDaily: Plataforma de Arquitectura. Recuperado desde: <http://www.plataformaarquitectura.cl/cl/795221/reactivacion-del-espacio-publico-en-ecuador-la-experiencia-de-cuenca-red> el 20 de Marzo del 2017.
- Borja, J. (2003). *La Ciudad Conquistada*. Madrid: Alianza Editorial
- Calvillo, J. Peniche, M. y Schjetan, M. (1984). *Principios de Diseño Urbano*. México DF: Concepto S.A.
- Calvopiña, M. (2009). *Análisis comunicacional de las transformaciones del espacio público (plazas y parques) del Distrito Metropolitano de Quito como escenario de comunicación y de interrelación social*. Universidad Politécnica Salesiana: Quito.
- Carrero, M., Nieto, C. y Pabón, C. (2007). *Comunicación Alternativa para la Comunicación Alternativa para la Movilización: Un Parque: mil voces*. FISEC Estrategias: Lomas de Zamora.
- Carrión, D.. (2002). *Proyecto Panecillo*. Municipio del Distrito Metropolitano de Quito: Quito.
- Carrión, D.. (2002). *Plan Especial La Alameda*. Municipio del Distrito Metropolitano de

Quito: Quito.

Carrión, F. (1999). *La ciudad, escenario de la comunicación*. Quito: FLASCO Ecuador

CuencaRED.(2017). *Conoce qué es CuencaRED*. Recuperado desde: <http://cuenca.red/about/> el 20 de Marzo del 2017.

Duhau E. y Giglia A. (2008). *Las reglas del desorden: Habitar la metrópoli*. Siglo XXI Editores: México DF.

EPMMOP. (2015). *Apadrinamiento de los Espacios Públicos*. EPMMOP Municipio de Quito: Quito. Recuperado desde: <http://www.epmmop.gob.ec/epmmop/index.php/proyectos/espacio-publico/apadrinamiento-de-espacios-publicos> el 1 de Abril del 2017.

Fonseca, J. (septiembre 2014-febrero 2015). La Importancia y la Apropiación de los Espacios Públicos de las Ciudades. Paakat: Revista de la Tecnología y Sociedad, 4 (7).

Freire, M.(2015). *Quito: La búsqueda de una política para el espacio público*. Departamento de Urbanismo y Ordenación del Territorio de la Escuela Técnica Superior de Arquitectura: Barcelona.

Gutiérrez, E. (2012). *Apropiación y uso del espacio público en el centro de la ciudad de Aguascalientes. Investigación y Ciencia*. Recuperado el: 10 de febrero de 2016 de <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=67425161002>

Hernández, S. (2008). *Introducción al urbanismo sustentable o nuevo urbanismo. Espacios Públicos*. Universidad Autónoma del Estado de México: México DF.

HABITAT III, (2016). *Los Espacios Públicos Como Órganos Vitales de la Sociedad*.

Rumbo a HABITAT III. Recuperado de:
<http://www.rumboahabitat3.ec/es/noticias/noticias/223-espacios-publicos.html> el 20
de Marzo del 2017

Hurtado, D. (Octubre, 2015). *Pacificación de las Calles*. Universidad Central del Ecuador: Quito

Hurtado, D. (2016). *Manual de Diseño de Calle Activas y Caminables*. Universidad Central del Ecuador: Quito

Hurtado, D. (2016). *Los Niños y el Espacio Público*. Universidad Central del Ecuador: Quito

Hurtado, D. (2012). *Las urbanizaciones cerradas*. Universidad Central del Ecuador: Quito

La Hora Nacional. (2012). Quito, *Ciudad que Acoge y Crece*. *La Hora Nacional*. Recuperado de <http://lahora.com.ec/index.php/noticias/show/1101381442#.WOboChhDm9Y> el 25 de Marzo del 2017.

León, X.(2005). Quito: *¿Es el Espacio Público Cada Vez Más Privado?*. Centro de Investigaciones CIUDAD: Quito.

Lindon, A. (2006). *Lugares e Imaginarios en la Metrópolis*. Barcelona: Anthropos.

Lynch, K. (1984): *La imagen de la ciudad*. Gustavo Gili, México.

Navas, G. (2012). Malecón 2000, *El Inicio de la Regeneración Urbana en Guayaquil*. Flacso: Quito.

Ministerio de Cultura y Patrimonio. (2014). *Proyecto Emblemático Ciudades Patrimoniales del Ecuador*. Ministerio de Cultura y Patrimonio: Quito.

Quito Turismo. (2017). *Sobre Quito*. Quito Turismo. Recuperado desde:
<http://www.quito.com.ec/la-ciudad/sobre-quito> el 28 de Marzo del 2017.

Páramo, P. y Burbano, M. (2014). *Los Usos y la Apropiación del Espacio Público para el Fortalecimiento de la Democracia*. Vol. 16, p. 6-15.

Plan maestro de movilidad para el Distrito Metropolitano de Quito: 2009-2025

Quito: Empresa Municipal de Movilidad y Obras públicas : Gerencia de Planificación de la Movilidad. 2009.

Provansal D. (2000). *Espacio y Territorio: Miradas Antropológicas*. Universidad de Barcelona: Barcelona

Rapoport, A. (1978). *Aspectos Humanos de la Forma Urbana*. Barcelona: Gustavo Gil.

Salazar, J. (2010). *Uso y Apropiación de los Espacios Públicos*. Grupo de Investigación en Energía, Medio Ambiente, Arquitectura y Tecnología. Medellín: Universidad Nacional de Colombia Sede Medellín. ISBN 978-958-97871-3-7

SEDESOL. (2010). *Documento diagnóstico de rescate de espacios públicos*.

Recuperado el: 8 de Febrero del 2016 de

http://www.sedesol.gob.mx/work/models/SEDESOL/Sedesol/sppe/dgap/diagnostico/Diagnostico_PREP.pdf

Torres, E. (2009). *Apropiación Versus Usos del Espacio Público*. La Ciudad Viva.

Recuperado el: 10 de febrero de 2016 de <http://www.laciudadviva.org/blogs/?p=3465>

Torres, M. (2015). *La Inseguridad Ciudadana en el Espacio Público de Quito y Estrategia para Contrarrestar el Delito*. Pontificia Universidad Católica: Quito.

Travéz,L. (2015). *El Uso Social y Comunitario del Centro Histórico de Quito Durante el*

Periodo 2009 - 2011. Universidad Politécnica Salesiana: Quito. Recuperado de: <http://dspace.ups.edu.ec/bitstream/123456789/10357/1/UPS-QT08204.pdf> el 1 de Abril del 2017.

ANEXOS

Anexo A: Entrevistas a Referentes

Arquitecto Diego Hurtado Vazquez

Profesor de Arquitectura en la Universidad Central del Ecuador

Activista en temas de movilización y peatonalización de la ciudad.

¿Qué es el espacio público?

El espacio público físicamente hablando es básicamente todo lo que está hacia afuera de los muros y las fachadas de las casas.....

¿Qué es urbanismo?

Urbanismo es la ciencia es un concepto súper amplio y abarca muchos enfoques por lo que es multidisciplinario. Es el estudio de la construcción de las ciudades, estudios sobre el comportamiento de las personas dentro de las ciudades. Todo lo que involucra en sí el diseño de las ciudades

¿Por qué crees que es importante la relación entre sociedad y espacios públicos?

El espacio público físicamente hablando es el que configura la ciudad, el que puede ayudar a que una ciudad genere actividades diversas, de alguna manera genera hábitats. Depende también de cómo se lo construya puede crear una ciudad más unida o una ciudad dispersa que no tenga relaciones. Es muy importante que se logre hacer del espacio público un espacio

social de la comunidad, es mucho más factible que una sociedad sea más solidaria, que trabaje en conjunto. Te pongo un ejemplo el hecho de que los niños muy fácilmente se hagan amigos, no ven distinciones sociales ni interés propios ellos solo quieren salir a jugar. Es importante que se encuentren con otros niños y puedan generar nexos. Si el espacio público no te da la facilidad de hacer estos nexos porque hay peligros, porque no hay les dejan salir. Los niños empiezan a perder este tipo de oportunidades.

Ahora la nueva tendencia es regresar a la importancia del barrio, es decir enfocarse en un área de distancia caminable, 300 metros o cinco minutos, esto puede ampliarse hasta 500 metros, o descender a 200 si son cuestas. Tu deberías tener todo lo que necesitas diariamente, osea una tienda, una papelería, una farmacia, una panadería, una parada de bus etc. Volver al comercio y a la vida barrial.”

¿Cuales son las soluciones que tu planteas? ¿O cuáles son las nuevas tendencias referentes a esta problemática?

la ciudad la vives en un espacio público seguro, yo diría empezamos a recuperar las calles, aunque sea de a poco,(...) puedes hacer el auto circule más lento, por diseño de la calle, Por ejemplo a 20 km/h, por ejemplo cuando tienes tramos de calle muy largos tu sin darte cuenta aceleras y puedes llegar fácil a los 50 km/h y lo mismo pasa cuando la calle es muy ancha. La solución es ensanchar las aceras, ganas espacio para seguridad de los peatones, puedes arborizar y eso te crea “confort térmico” eso es bonito para caminar, puedes poner bancas, donde la gente puede salir y sentarse y creas ya la reunión entre vecinos, Procurar la eliminación de muros y reemplazarlos por cercas por donde se pueda ver, para disminuir la inseguridad. La colocación de plataforma a nivel cada 50 metros, en vez de chapas acostados, donde el carro suba y baje sin problema, y esto también ayuda a la fácil movilización de una silla de ruedas, ubicación de señaléticas con braille en cada esquina.

Psicólogo Jaime Costales

Profesor de Psicología

Universidad San Francisco de Quito

Jaime Costales: Si se pone el ejemplo de Quito, se puede examinar que hay distintas relaciones con las personas y los espacios públicos. Sin embargo, no hay la protección adecuada de los espacios. Entonces la tendencia general de los ciudadanos es no respetar el espacio de los vecinos. Incluso en salir con mascotas con correa y recoger los residuos. O incluso en la basura y en el daño de los espacios se puede evidenciar el irrespeto a los espacios públicos.

La convivencia en general se debe ver enfocada en psicología de masas. La misma está orientada en la destrucción de los espacios públicos porque no se siente una propiedad de relación directa con la persona que la utiliza. Es como algo ajeno.

Más al fondo de eso, existe una desvinculación con de la gente con los valores de convivencia. Entonces es algo que se tiene que reformular.

No solamente importa que los espacios públicos estén bonitos, estén bien diseñados y sean atractivos, útiles, sino que es necesario formar una actitud ciudadana con una psicopedagogía de masas de protección de espacio público.

Hasta los años 60, Quito era una ciudad pequeña, era un pueblito. Eso tenía sus ventajas. Había conocimiento mutuo entre las familias, mucho que compartir. Había bajas tazas

delectivas. La convivencia era mucha más pacífica. Había sensación de convivencia, la gente se preocupaba más de sus espacios, de su barrio. Existe un deterioro entre la gente y la ciudad.

Con la explosión del petróleo fue creciendo aceleradamente, y se convirtió en una ciudad mucho más violenta. No solo se puede culpar a los “milenials” pero a toda la sociedad, ya que esto nos afecta a todos.

Hablaste de la psicología de masas. En otras ciudades, las sociedades tienen un gran respeto al espacio público y lo cuidan como si fuera suyo. Cual es la diferencia entre la psicología de masas aquí, y la psicología de masas de ciudades más avanzadas.

Tiene que ver mucho con sociedades democráticas consolidadas como las de Europa occidental. Donde los niveles de vida son muy diferentes. Hay una tendencia por respeto al estado de derecho. La ley se cumple. Al respetar la ley, respetan a los espacios públicos.

En Ecuador desgraciadamente existe un deterioro del respeto a la ley. Donde los mismos políticos no la respetan. Entonces eso produce una pedagogía inversa. Muchas personas ven al irrespeto a la ley como una actitud estimulante. Aquí la llamamos viveza criolla, como incluso un tipo de inteligencia.

El Ecuador el incumplimiento de las leyes es cotidiano. Esto produce un ambiente de deterioro de todas las interacciones humanas. Todas. Al deteriorarse todo, los espacios públicos sufren el incumplimiento a la ley.

Crees que tiene que ver esto con el sentido de identidad de las personas hacia su ciudad?

Existe una tendencia fuerte en Latinoamérica. En sociales lo llamamos como psicología de desamparo aprendido. Esto es el sentimiento de inferioridad y conformismo extremo que eso hacen las personas no sientan afecto por la ciudad y el país. Es querer convertirse en la caricatura vaga de cualquier otro país. No existe el suficiente amor propio como para defenderlo.

Existe un desafecto fuerte por lo ecuatoriano, incluyendo sus espacios públicos. Se traduce como una psicología de masas poco protectora del ambiente y de las relaciones. Esto se ha deteriorado más con los años.

Anexo B: Producto Comunicacional



Anexo C: Voceras



Anexo D: Piezas comunicacionales

Diseño para producto





Afiche Evento Final: La Feria de Mi Comunidad, Puenbo 2017

LA FERIA DE MI COMUNIDAD
PUENBO 2017

parque central 2 de diciembre 10 a.m. - 6 p.m.

Feria de emprendimiento		ACTIVIDADES	
- TEJIDOS	- CHOCOLATES	- MÚSICA	- JUEGOS TRADICIONALES
- ADORNOS en DISTINTOS materiales	- GELATINA ARTÍSTICA	- ARTE en murales	- GASTRONOMÍA
- BORDADOS	- PIROGRAFÍA	- BAILE	- Y MUCHA DIVERSIÓN!
- MANTELERÍA	- MANUALIDADES		
	- ROPA y BISUTERÍA		

GRUPO DEL ADULTO MAYOR PUEMBO

Afiche y entradas de evento benéfico Shake it



Diseño para redes sociales



Anexo E: Fotografías capacitaciones

Capacitación #1



Capacitación #2



Capacitación #3



Capacitación #4



Anexo F: BTLs

BTL: Mi viejo Puenbo



BTL USFQ



BTL Mural



Anexo G: Eventos

Evento Final





Evento recaudación de fondos



Anexo H: Activismo



Anexo I: Medios Digitales

Facebook

Reacciones, comentarios, contenido compartido y más

Estas acciones te ayudarán a llegar a más personas.



PUNTO DE REFERENCIA
Se compara tu rendimiento promedio a lo largo del tiempo.

- Reacciones
- Comentarios
- Veces que se compartió
- Respuestas
- Solicitudes
- Otro

Total de Me gusta de la página hasta hoy: 267



PUNTO DE REFERENCIA
Se compara tu rendimiento promedio a lo largo del tiempo.

Total de Me gusta

Más Quito: Yo en mi Barrio agregó 4 fotos nuevas.
 Publicado por Pamela Rueda (P) · 29 de noviembre a las 14:56

¡No te quedes sin tus productos de Yo en mi Barrio!
 Ayúdanos a RECAUDAR FONDOS y CONSTRUIR JUEGOS INFANTILES para la comunidad de Puembo 🍷🌱
 Puedes encontrarnos HOY en la USFQ o hacer tu pedido: 0989718670/0995770740... Ver más




22470 personas personas alcanzadas Promocionar publicación

Más Quito: Yo en mi Barrio
 Publicado por Camila Donoso (P) · 10 de octubre ·

Los Espacios Públicos son la definición de ciudad y comunidad por excelencia.
 Las generaciones anteriores tuvieron la oportunidad de tener VIDA de BARRIO; salir a la calle, parque o plaza y jugar con sus amigos. Es nuestro deber darles esa oportunidad a los niños de ahora. Ayúdanos a hacer esto posible.
 Mira, reflexiona y comparte este video.



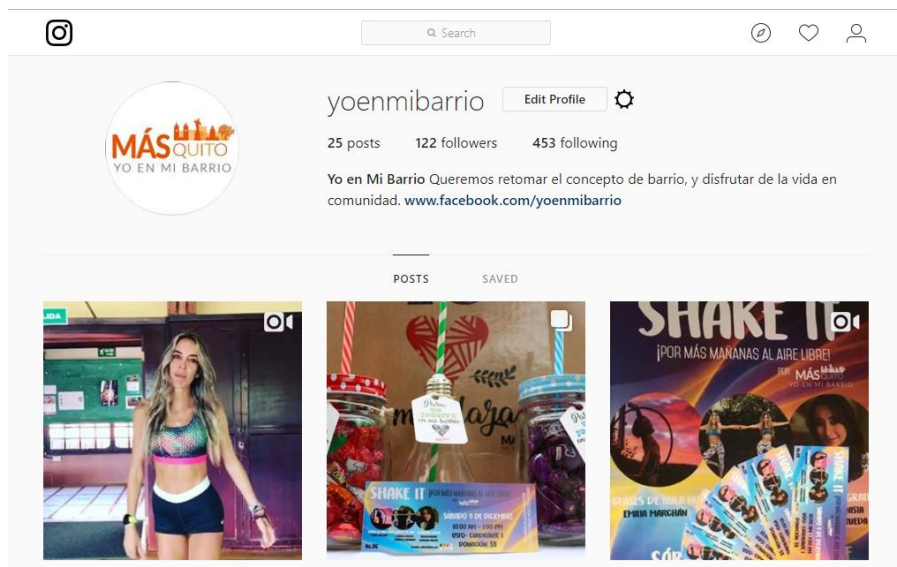
1820 personas personas alcanzadas Promocionar publicación

760 reproducciones

Me gusta Comentar Compartir

Más Quito: Yo en mi Barrio y 28 personas más Orden cronológico

Instagram




yoenmibarrío Edit Profile

25 posts 122 followers 453 following

Yo en Mi Barrio Queremos retomar el concepto de barrio, y disfrutar de la vida en comunidad. www.facebook.com/yoenmibarrío

POSTS SAVED





yoenmibarrío

yoenmibarrío La sonrisa de los niños es lo que nos motiva para seguir adelante con nuestro proyecto.

#puembo #niños #comunicación #comorg #campana #espaciospublicos #abuelitos #gugasdepan #espaciospublicos #ciudad #barrio #vidaencomunidad #usfq #quito #quitoecuador #parques #plazas #calles #puembo #puemboecuador #comunidad



21 likes

NOVEMBER 21

Add a comment...

Anexo J: Medios Tradicionales

Guion Cuña de radio

¿Cuándo fue la última vez que paseaste con tu familia en el parque de tu barrio? O la última vez que compartiste risas con tu vecino?

Los EP son la definición de ciudad por excelencia.

Al usar nuestras plazas parques y calles, promovemos el sentido de comunidad, aumentamos el comercio, disminuimos la inseguridad y el delito, pero sobre todo, creamos una ciudad más unida!

Lamentablemente, la realidad de hoy ya no es así. Nuestro nuevo estilo de vida ha hecho que perdamos interés en el mundo que se encuentra fuera de casa.

No podemos dejar que esto suceda! Nuestra ciudad y comunidad se lo merece. Prepárate para un Quito más divertido, más alegre y más comunitario con...Más Quito, Yo en mi Barrio!

Boletín de Prensa



Gira de Medios



