



## Încorporare design urban, în revitalizare orașe

”Placemaking in Legacy Cities: Opportunities and Good Practices” este un studiu<sup>1</sup>, care oferă o imagine de ansamblu excelentă asupra creației de ”locuri” contemporane, atractive, în comunități, care oferă un argument puternic pentru încorporarea designului urban inspirat, în acțiunile mai ample de revitalizare, în orașe cu provocări economice.

Studiul descrie efectele pozitive, pe care le au spațiile publice de înaltă calitate asupra calității vieții urbane, stabilității cartierului, capitalului social, vitalității economice, siguranței publice și identității comunității, încurajând planificatorii urbani și factorii de decizie să colaboreze cu părțile interesate locale pentru a transforma spațiile publice abandonate și subutilizate, în spații publice pe care rezidenții le pot folosi, aprecia și se angajează să le mențină.

Autorii prezintă o serie de proiecte care reimaginez și reactivează o varietate de spații publice din Cincinnati, Cleveland, Detroit, Buffalo și Pittsburgh, în SUA.

### *Ce înseamnă ”Placemaking”?*

Acesta este un concept care a apărut pentru a descrie procesul intenționat de activare a spațiilor publice noi sau a celor existente, pentru a crea acea conexiune emoțională. Crearea de locuri, care pot lua multe forme și poate include o gamă largă de activități, activează spațiul public prin design, programare, împuternicire comunitate, orientare, artă, marketing - orice este necesar, pentru acea comunitate.

---

<sup>1</sup> <https://communityprogress.org/wp-content/uploads/2021/08/2013-12-Placemaking-in-Legacy-Cities-Publication.pdf>  
„Proiect cofinanțat din Fondul Social European, prin Programului Operațional Capacitate Administrativă 2014-2020”





UNIUNEA EUROPEANĂ



Programul Operațional Capacitate Administrativă  
Competența face diferență!



Instrumente Structurale  
2014-2020

Crearea unui loc este contextuală și situațională și, indiferent dacă un proiect începe cu nevoile unei comunități sau cu o locație fizică specifică, va necesita o rețetă unică, un design specific.

Crearea unui loc este adesea denumită o artă. Ca și producția de artă, procesul și rezultatul creării locurilor ar trebui să inducă o reacție emoțională în privitori sau utilizatori – o conexiune cu un loc fizic. Succesul eforturilor de creare a unui loc va depinde în măsura în care este un loc primitiv, un "produs" de înaltă calitate, unul în care oamenii vor să vină și să se adune împreună.

*Exemplu de "placemaking" descris in studiu:*

### Coaliția Clark Park<sup>2</sup>

Ca răspuns la închiderea unui centru comunitar, cetățenii îngrijorați au decis să ia măsuri.

Înțelegând ca acest centru închis va duce și la neglijarea/distrugerea parcului, în care se afla acest centru, precum și la activități ilicite, acești rezidenți au format Coaliția Clark Park (CPC).

CPC a cerut autorităților, atât cheile centrului de recreere, astfel încât să-l poată folosi și întreține, precum și terenul aferent parcului.

CPC este format aproape exclusiv din localnici. Când a venit vorba de planificarea și investiția în parc, aceștia au utilizat abordarea „comunitate, ca prim expert”, bazându-se pe cunoștințele și sprijinul utilizatorilor obișnuiți ai parcului, mai degrabă decât pe intervenția altor grupuri din afara (inclusiv investitori, care au oferit capital).

<sup>2</sup> <https://clarkparkdetroit.com/about/>

„Proiect cofinanțat din Fondul Social European, prin Programului Operațional Capacitate Administrativă 2014-2020”

