

Manifiesto. Espacio público  
para la innovación



## Preámbulo

1. La Marina de València es el puerto histórico de Valencia, actualmente gestionado por el Consorcio Valencia 2007, una institución pública establecida con gestión compartida entre el Gobierno de España, la Diputación de València y el Ayuntamiento de València. Su Plan Estratégico 2016-2021 traza una nueva visión de futuro, en la que la tradición y la creatividad impulsan la transformación de la economía y el entorno urbano y cultural de La Marina. Con esta visión nos planteamos dos objetivos principales: convertir La Marina en el motor del desarrollo económico de la ciudad y crear espacios públicos sostenibles, inclusivos y dinámicos.
2. En La Marina entendemos el valor de la creación conjunta y la importancia de incluir a diferentes actores en el diseño y mejora de nuestro entorno urbano. Por ello, colaboramos con la Western Sydney University en el proceso de consolidación de La Marina Living Lab, un ecosistema experimental en el que se aplican prácticas sistemáticas de diseño participativo para reimaginar espacios públicos inclusivos e innovadores. Esta labor se realiza en colaboración con miembros de la comunidad, profesionales, investigadores y empresas para explorar, crear y evaluar transformaciones en el espacio público que promuevan el compromiso cívico y la productividad económica. El Living Lab representa nuestro enfoque para la realización de los dos objetivos clave de La Marina descritos anteriormente.
3. Este manifiesto nació de la necesidad de definir claramente (a) el concepto del espacio público, la innovación y la relación entre los dos, (b) los valores y principios básicos que deberían guiar la creación de espacios públicos, y (c) los actores claves que deberían participar en el proceso. Pensamos que si el diseño del espacio público tiene en cuenta estos valores y principios, se convertirá en un catalizador del compromiso cívico y la activación económica. El manifiesto se basa en nuestra experiencia y se elaboró durante un taller de creación conjunta con 40 expertos, profesionales e investigadores de 15 países, que tuvo lugar en noviembre de 2018.
4. Si bien los principios, el marco y los actores descritos en este documento son fruto de la inspiración del contexto específico de La Marina, su objetivo es servir a una mayor audiencia de actores políticos, urbanistas, arquitectos y miembros de la comunidad que se enfrentan a retos similares en diversos contextos. Nuestra intención ha sido crear un manifiesto arraigado en lo local, pero de utilidad global. Creemos que los valores y principios que definimos de forma colectiva pueden ayudar a guiar e inspirar la creación y proliferación de muchos espacios públicos diversos e inclusivos en todo el mundo que impulsen la productividad económica y abracen la innovación.
5. En La Marina nos comprometemos a utilizar el marco desarrollado en este manifiesto como guía para mejorar nuestra estrategia de espacio público y evaluar su solidez. Asimismo, lo incluiremos en la evaluación de las propuestas de licitación entrantes. La valoración de las propuestas recibidas en relación con las características de los cuatro ámbitos nos permitirá tomar decisiones objetivas e informadas sobre la calidad, aplicabilidad e integridad de una propuesta determinada. Queremos alentar a las comunidades y a los responsables políticos a considerar el valor de este documento en sus contextos específicos y en función de sus retos locales. Sólo podremos ver un cambio perdurable en nuestros entornos urbanos cuando los valores que se mantienen sobre el papel estén interiorizados y respaldados por acciones concretas y específicas para cada contexto.
6. Este no es un documento exhaustivo ni completo. Más bien, se trata de algo que está en progreso y que requiere una mejora continua tanto por parte de los ciudadanos como de los responsables políticos. Creemos en el poder de la creación conjunta porque inculca un sentido de propiedad y responsabilidad compartida. Esperamos que, al hacer este Manifiesto accesible a un público más amplio de “creadores de espacios”, podamos seguir repensando y redefiniendo colectivamente la importancia del espacio público y su papel en el impulso de la productividad económica y de las prácticas innovadoras.

## Qué es el espacio público

Con independencia de la autoridad encargada de su gestión, el espacio público es accesible para todos. Su uso no tiene fines de lucro y respeta el entorno social y natural que lo rodea. Un espacio público está lleno de recuerdos y emociones, y fomenta un sentido de pertenencia en sus usuarios.

## Qué es la innovación

Es un proceso abierto, basado en el lugar, que genera nuevas ideas, productos y servicios relevantes para su contexto social, económico y cultural. La innovación nace de la libertad de pensar, crear, experimentar y cuestionar. Significa estar abierto al fracaso y aprender de los errores, y está orientada al ser humano, lo que permite que cada ciudadano se convierta en un experto, examinador y evaluador.

## Espacio público x innovación

El espacio público y la innovación se unen cuando los ciudadanos se reúnen -ya sea de forma estructurada o espontánea- para intercambiar, compartir, discutir y experimentar con la imaginación de nuevas realidades. Cuando el espacio público y la innovación se unen, generan lo inesperado, desmantelan materiales y barreras imaginarias, aprovechan los recursos locales y el potencial para abordar retos más amplios. El contacto entre ambos no solo genera nuevos "productos y servicios", sino también nuevos "públicos", es decir, personas unidas por una serie de preocupaciones e intereses comunes a la hora de abordarlas.

«Los frentes marítimos favorecen la oportunidad única de probar cosas nuevas. La Marina de València es un gran ejemplo». –*Jose Manuel Pagés*, asesor de la red mundial de ciudades portuarias AIVP

## Marco

El espacio público conduce a la innovación cuando se concibe como un ecosistema de diferentes actores, procesos y efectos (cómo nos sentimos y nos movemos por un lugar). El concepto de ecosistema sugiere una estrategia holística en la que varios componentes del espacio público interactúan entre sí de forma espontánea e inesperada sin seguir necesariamente una estructura rígida o predeterminada. El siguiente marco examina cuatro ámbitos de poder que son fundamentales para (re)configurar nuestros espacios comunes -diseño, producción, uso y gobernanza- y define las características esenciales de cada esfera que pueden maximizar el potencial del espacio público para servir como catalizador de la innovación. En este sentido, el diseño se entiende como el proceso de remodelación de un espacio público mediante la integración de nuevos

componentes que mejoren las condiciones físicas existentes; el uso se refiere a los usos sociales deseados para un espacio común; la producción es el resultado de prácticas económicas y culturales, con o sin ánimo de lucro; y la gobernanza es el proceso de definir y liderar la implantación de una estrategia de espacio público. Además, se definen una serie de condiciones previas generales -los pilares de nuestra estrategia-, que son características de los cuatro ámbitos.

«El nivel de estudio que se ha desarrollado para crear el skatepark de La Marina es impresionante. Ningún skatepark de España ha tenido un método y un proceso tan riguroso y meticuloso». –*Berni Magraner*, presidente Tínglados Skateboarding Valencia

### **Condiciones previas**

Para fomentar la innovación, el espacio público deberá ser sostenible y resistente en términos culturales, ecológicos, políticos y económicos; además será accesible, creando las condiciones que faciliten el acceso a un grupo diverso de actores; e inclusivo, desafiando activamente las desigualdades y la violencia relacionadas con el género, la edad, la raza, la

etnicidad y las disparidades socioeconómicas. Deberá ser concebido y gobernado por múltiples actores utilizando procesos transparentes, inclusivos y participativos; ser capaz de abrazar a la conectividad tecnológica como una plataforma para la generación de nuevas ideas y visiones, y diseñarse teniendo en cuenta su repercusión social sobre las vecindades y sobre todo el conjunto de las áreas urbanas.

**Diseño.** Comfortable, Funcional, Interactivo, Intuitivo, Seguro, Permeable, Sensible

**Uso.** Equilibrado, Ágil, Experimental, Diverso, Convivial, Continuo, Espontáneo

**Producción.** Anclada, Creativa, Motivada por la demanda, Próspera, Diversa, Valiosa, Contextualizada

**Gobernanza.** Reflexiva, Flexible, Colaborativa y empoderada, Conectada, Sensible, Responsable, Eficaz y eficiente

### El DISEÑO debería ser:

**Sensible.** A las necesidades del espectro más amplio de usuarios. **Funcional.** Producir un resultado que cumpla las tareas previstas o asignadas. **Interactivo.** Facilitar el encuentro entre usuarios, entre usuarios y el entorno construido, y entre usuarios y el entorno natural de un espacio público. **Intuitivo.** fomentar la búsqueda de caminos ayudando a las personas a orientarse en el espacio público. **Comfortable.** Evocar una sensación de bienestar entre los usuarios. **Permeable.** Apropiación espontánea de los usuarios y la experimentación en el ámbito público. **Seguro.** Garantizar la seguridad de los usuarios.

### La PRODUCCIÓN debería ser:

**Anclada.** Priorizar las actividades que maximicen el beneficio para la economía local y aumenten el bienestar general de la comunidad. **Creativa.** Surgir de usos innovadores de los recursos existentes. **Diversa.** Involucrar a empresas de diferente tipo, tamaño y sector y producir una variedad de actividades, servicios y productos que respondan a las necesidades e intereses de una gran variedad de usuarios. **Contextualizada.** Respetuosa y alineada con los valores e identidad del lugar y sus usuarios. **Valiosa.** Generar valor verdadero a largo plazo para la comunidad a través de prácticas no especulativas. **Motivado por la demanda.** Prestar servicios relevantes abordando de manera significativa las necesidades de los clientes y usuarios. **Próspera.** generar ingresos económicos que no estén contenidos o acumulados pero que puedan redistribuirse para aumentar el bienestar de la comunidad .

### El USO debería ser:

**Espontáneo.** Surgir de prácticas no convencionales e inesperadas adoptadas por los usuarios en el espacio público. **Ágil.** Evolucionar y adaptarse a las transformaciones, garantizando al mismo tiempo la durabilidad. **Experimental.** Fomentar la conceptualización y aplicación de nuevas visiones para el futuro del espacio público. **Convivencial.** Facilitar encuentros e interacciones sociales, convirtiendo el uso del espacio público en una experiencia de aprendizaje. **Diverso.** Fomentar una amplia gama de actividades dirigidas a diferentes grupos. **Equilibrado.** Entre la actividad a corto y largo plazo. **Continuo.** Promover la economía diurna y nocturna, con el fin de optimizar al máximo el espacio disponible y aumentar la seguridad.

### La GOBERNANZA debería ser:

**Responsable.** Capaz de explicar y justificar su línea de acción y asumir la responsabilidad de la misma. **Reflexiva.** Pensar profunda y críticamente sobre los impactos imprevistos al aplicar estrategias de espacio público en función del contexto local y de la dinámica de la globalización. **Sensible.** Escuchar las necesidades de las partes interesadas y responder de manera rápida y adecuada. **Flexible.** Ser capaces de adaptarse a las transformaciones políticas, sociales y económicas locales y globales. **Conectada.** Facilitar la comunicación y el reparto de responsabilidades entre los responsables de la adopción de decisiones. **Eficaz y eficiente.** Producir de manera exitosa los resultados deseados sin malgastar recursos o gastos excesivos. **Colaborativa y empoderada.** Representar a las partes interesadas sin voto (niños, generaciones futuras, partes interesadas no humanas, etc.), fomentando las asociaciones entre los sectores públicos y privados, al tiempo que se gobierna con una estrategia clara que puede aplicarse de forma independiente.

## Actores

Al aplicar una estrategia de espacio público, los funcionarios de la ciudad y los diseñadores urbanos deben identificar en primer lugar a los actores clave que deban participar en el proceso y comprender su papel, así como el de los demás. La autoridad de gestión del espacio público debe garantizar la seguridad, la accesibilidad y el atractivo de dicho espacio. No debería limitarse a buscar la consulta ocasional de los ciudadanos, sino esforzarse por trabajar junto a ellos en la gestión del espacio público de forma colaborativa. Las instituciones gubernamentales, locales, regionales, nacionales e internacionales deben escuchar a sus votantes y responder en consecuencia destinando los recursos adecuados y respetando los intereses de todos los actores relevantes. Las organizaciones no gubernamentales y comunitarias deben proporcionar un canal de participación accesible a los residentes, que de otra manera no podrían participar en la transformación del espacio público. Deberían educar e informar sobre los procesos participativos y, al mismo tiempo, movilizar la actividad de las bases. Los profesionales y las instituciones académicas deben generar nuevos conocimientos e ideas para mejorar la calidad de los espacios públicos. Los residentes deben utilizar, remodelar y mejorar el espacio público, apropiándose de él, disfrutándolo y protegiéndolo, mientras que los turistas deben utilizar el espacio público de manera que se respeten, protejan y promuevan los valores y la cultura del lugar. Los actores con interés comercial deben proporcionar productos y servicios que respondan a las necesidades y deseos de los usuarios de los espacios públicos. Los propios usuarios deben detectar los problemas, abogar por el cambio y oponerse a los desarrollos no deseados, intervenir directamente en el espacio a través de iniciativas de base, proporcionar feedback, innovar y mejorar constantemente nuestros espacios compartidos.

Además de los grupos de actores generalmente reconocidos, los planificadores urbanos también deben considerar a aquellos que no tienen voz. Por ejemplo, las personas que aún no conocen la existencia de un determinado espacio público o que nunca

lo han visitado antes, pero que podrían convertirse en usuarios potenciales. No tienen un papel directo que desempeñar, por lo que es importante examinar detenidamente sus intereses e introducir cambios que también les atraigan. Del mismo modo, tenemos que tener en cuenta a las generaciones futuras: son las generaciones que aún no han nacido y las que son demasiado jóvenes como para participar en la gestión de nuestros espacios públicos. Quizá no tengan un lugar sobre la mesa ahora, pero es responsabilidad nuestra considerar y proteger sus intereses. Otro actor importante aunque a menudo pasado por alto es el entorno biofísico, que incluye todos los seres vivos que habitan nuestros espacios comunes. La naturaleza no forma parte de la mesa, por lo que nos corresponde a nosotros proteger el hábitat y el bienestar de otros seres vivos que hacen uso de nuestros espacios comunes. Y, por último, los actores inesperados o aquellos que no han sido identificados previamente. Debemos dejar espacio para lo inesperado y permanecer abiertos a la posibilidad de incorporar nuevos grupos de interés en nuestras prácticas de gestión.

«Los living labs como el de La Marina deben ser los tractores, los directores de orquesta, los puntos de encuentro en los procesos de innovación». –*Fernando Vilariño*, presidente de la Red Europea de Living Labs.

«Estimar el espacio en el que vivimos es el instrumento más potente para transformarlo». –*SURA Associació* (Surem La Marina)