

TONI PUIG

MARCA CIUDAD

*Cómo rediseñarla para asegurar
un futuro espléndido para todos*

Sumario

1. Rediseño es confianza mutua.	15
2. Yo lo he experimentado diversamente	17
3. Ciudades con marca y ciudades desmarcadas	21
Ciudades fuera de circuito: ciudades en deca-	
dencia	24
Ciudades referenciales: ciudades de marca	27
Citymarketing: la red de ciudades en rediseño	31
Mapa para el rediseño global e innovador	33
Sobre la manera de crear, abordar, planificar y	
llevar a buen puerto el mapa para la buena	
suerte.	36
Las ciudades que lo tienen más fácil	42
Ninguna lo tiene imposible	51
Busquemos nuestra propia oportunidad: redi-	
seño brillante	53
Mantengamos siempre la iniciativa	62

4. El estilo Barcelona como modelo para el rediseño	77
Barcelona ciudad vencida, aparentemente . . .	79
Tiempos de innovación, tiempos de experimentación	82
Y mientras, un equipo rediseñó el futuro . . .	85
Imparables: liderazgo relacional imbatible . . .	89
La opción por las Olimpiadas: ¡no funcionarán!	92
El día después: al fin la cotidianidad	95
En el postrediseño: el Fórum Universal de las Culturas	101
Por un segundo rediseño de Barcelona	109
5. Subamos al rediseño y corramos: no existe otra opción	157
No imitemos: innovemos con personalidad propia	160
Una ciudad para la sociedad de la información	161
Un buen principio para el rediseño: romper y marcar horizonte	162
Rediseño de valor para el valor de la vida . . .	163
Una ciudad anormal.	164
Rediseño para desarrollar capacidades	166
Sin los ciudadanos no hay rediseño.	168
Rediseño radical y de urgencias	169
Pilotos automáticos no, por favor	171
Rediseño es política activa	173
Inventemos una historia fascinantemente real .	174
No recetas: viva la ineficacia	176
Destruir creando apuestas no intercambiables .	177
Rediseño en el tiempo de las ciudades móviles.	178
Rediseñemos una ciudad emocional	180
Rediseño significa apuesta	181

Rediseñemos la municipalidad a fondo	181
6. La comunicación incesante del rediseño para la mutua confianza: <i>citymarketing</i> implicativo	183
7. Ocho alcaldes/intendentes apuestan por el rediseño de sus ciudades en Europa y Latinoamérica, y algunas optan por la ecología con inteligencia	195
Berlín se configura como la capital para la cultura de Europa	196
Bogotá se rediseña desde la creatividad y continuidad política	198
Curitiba, treinta años de tenacidad ecológica	200
A Londres le conviene el rojo	202
París vuelve a sorprender	203
Porto Alegre se pone en el mundo desde la alternativa	204
Medellín se rediseña desde la educación y la cultura cívica	205
Edi Rama pinta Tirana, la ciudad más pobre de Europa	207
Ciudades verdes frente al escándalo del cambio climático	208
8. El rediseño de ciudades desde un patrimonio reimaginado.	213
Mapa de opciones estratégicas contundentes	213
Decidamos con desafío	217
Más preguntas con respuestas	218
Qué argumentos contamos siempre	219
Planifiquemos en tiempos y resultados	220
Movilicemos constantemente	221

9. Mar del Plata navega hacia el futuro con rediseño de suma 225
 La Cumbre de los Presidentes y Pueblos de América como oportunidad 226
 En el océano del plan estratégico 228
10. Decálogo para los que todavía desean una visión conceptual y holística de la comunicación para la ciudad continua 235
1. Ciudadanos vulnerables: la inseguridad y la decepción son ahora atmósfera de ciudad. 237
 2. Para pertenecer a la ciudad segura, los ciudadanos están dispuestos a creer. . . 238
 3. Un valor público para orientar el caos de la vida personal y común en la ciudad. . 239
 4. Liderazgo implicativo desde el valor . . 242
 5. La ciudad de confianza es la ciudad que constantemente genera relaciones. . . . 243
 6. Experiencias de valor emocionantes . . 245
 7. Comuniquemos valor de sentido compartido frente a la inseguridad paralizante . 247
 8. Fidelicemos con responsabilidad social . 248
 9. Un equipo de equipos líder y apasionado. 251
 10. Todo esto no tiene nada que ver con el karaoke anestésico de la participación ciudadana 253
11. Agenda 8 x 10 para transformar la organización municipal en impulsora de rediseño . . 255
 La política 256
 La escucha. 259
 La innovación 262

Equipo de equipos	265
Centrados en valores básicos para la vida ciudadana	268
Los servicios	271
Comunicación para la implicación	274
Impulsemos ciudadanía	276
12. Movilicemos otra ciudad y otra vida.	281
13. Bibliografía básica	285