

Fecha: 19-04-2025
 Medio: El Mercurio
 Supl. : El Mercurio - VD
 Tipo: Noticia general
 Título: "Tener un proyecto"

Pág. : 22
 Cm2: 586,6
 VPE: \$ 7.705.614

Tiraje: 126.654
 Lectoría: 320.543
 Favorabilidad: ☐ No Definida

DESAFÍOS DE CIUDAD

"Tener un proyecto"



Carolina Katz
 Arquitecta y académica UC



FRANCISCO JAVIER OLEA

Para poder desarrollarse de manera adecuada, todo territorio necesita "tener un proyecto". De la amplitud de miras, calidad, seriedad y pertinencia de este depende la condición de vida de muchos.

"Tener un proyecto" es más que cumplir con un número "x" de viviendas, o un "y" de áreas verdes, o disminuir en un porcentaje "z" los delitos. Un buen plan comprende la complejidad e interdependencia de los problemas y de sus soluciones. No entenderlo es desperdiciar la ocasión de alcanzar resultados integrales y transversales en aspectos diversos, pero complementarios. La historia del urbanismo lamenta un sinnúmero de políticas miopes que no han sabido anticipar sus impactos (negativos y/o positivos), más allá de su ámbito específico y evidente.

"Tener un proyecto" es más que cumplir con un número "x" de viviendas, o un "y" de áreas verdes, o disminuir en un porcentaje "z" los delitos.

"Tener un proyecto" es pensar holísticamente. Es construir barrios equipados, mixtos, conectados y seguros para recorrer "la calle" y las confianzas. Es diseñar espacio público atractivo, verde e inclusivo para propiciar el encuentro, la cultura, el deporte y mejorar la salud física y mental. Es hacerse cargo del envejecimiento de la población y la baja natalidad, ideando entornos amables para niños, familias y adultos mayores. Es promover la movilidad sustentable y activa (peatones y bicicletas) para

combatir la obesidad y el uso excesivo del automóvil. Es plantar abundante vegetación para bajar las temperaturas y la contaminación. En suma, es planear desde una perspectiva global y multisectorial el barrio, la comuna, la región o el país.

"Tener un proyecto" significa darle una identidad y un sentido unitario a la complejidad y diversidad de problemas y tareas que involucra un plan, atendidos los desafíos actuales. Asimismo, requiere de una campaña comunicacional y un nombre atractivo

(fácil de entender para todos), de manera de hacer partícipes no solo a las instituciones y autoridades, sino también a la población. Se trata de aunar esfuerzos y movilizar recursos tanto económicos como sociales en pos de una tarea común que sentimos propia.

Por último, "tener un buen proyecto" es una marca que deja una huella y un aprendizaje. Se habla de él y se busca imitar. Con los años, se recordarán el proyecto, sus autores, sus gestores y el gobierno que lo ideó y ejecutó. VD