

Ada Tolla, Giuseppe Lignano,
Columbia University, New York, Stati Uniti

info@lot-ek.com

Introduzione

Il progetto per lo spazio urbano è da sempre un difficile banco di prova per progettisti e amministrazioni. Nei processi di rigenerazione urbana, in particolare, la numerosità delle funzioni richieste, la rilevanza delle tematiche economiche e sociali che vi si rappresentano, nonché il legame di continuità (o discontinuità) con la dimensione spazio-temporale della città – e con il suo contesto ambientale – fanno sì che ogni intervento presenti un potenziale rischio di fallimento, che occorre valutare e gestire. Tra le questioni rilevanti che il progetto deve prevedere, l'impatto della rigenerazione urbana sulla comunità locale è sempre di più considerato come un indicatore chiave del successo dell'operazione, rappresentativo dell'efficacia complessiva dell'intervento. La permanenza di usi e di residenti storici, insieme all'innesco di nuove funzioni e abitanti, è infatti condizione necessaria affinché si realizzino quelle caratteristiche di sicurezza sociale, attrattività e riconoscibilità dei luoghi che agiscono come catalizzatori positivi per l'ambiente del progetto urbano, una sorta di "sedime" culturale attraverso cui misurare la solidità e la qualità delle scelte effettuate. Infatti, così come per il progetto di paesaggio l'azione di trasformazione diventa generatrice di nuovi equilibri eco-sistemici, dando vita a quelle che James Corner chiama "emergent ecologies" (1997), l'intervento di rigenerazione urbana realizza habitat sociali originali, specificamente derivanti dal sistema di relazioni umane e spaziali determinate dalle scelte di progetto, la cui efficacia in termini di equità e di sostenibilità (anche economica) è direttamente collegata alla capacità di formare sentimenti di appartenenza e condivisione, e di agire sulla consapevolezza e sull'educazione all'inclusione di tutte le parti coinvolte.

THE PUBLIC REALM INITIATIVE FOR THE BOSTON SEAPORT DISTRICT, USA

Introduction

Urban space planning and design is a complex task for both architects and public agencies. Urban renewal, in particular, with its intricacy of activities and related economic and social attributes, and with its continuity (or discontinuity) from the spatial and temporal life of the city and its natural context, entails potential risks of failure that need to be evaluated and managed.

The impact of urban renewal on its local community is the key indicator of a successful intervention, with its social health measured by the ability of retaining former residents and activities next to the new uses and inhabitants that the regeneration inserts into the transformed urban fabric. Such permanence acts as a sort of cultural "sediment" to guarantee the solidity and quality of the intervention. As a land-

scape design generates new dynamics of systems and ecosystems – emergent ecologies as per James Corner terminology (1997) – urban renewal generates social habitats that are the result of the social and physical relationships enabled by the design. Hence merit is directly connected to equity and sustainability in both social and economic terms, with the ability to produce sentiments of sharing and belonging, and to engage the various groups involved in the understanding of process and value of social inclusiveness.

L'idea di nuove (ed in questo senso "emergenti") forme di socialità quale prodotto indiretto dell'intervento di rigenerazione può essere dunque interpretata come una possibile, ulteriore frontiera del progetto urbano, che sempre più si rivela lo strumento cognitivo, oltre che strategico, per provare a prefigurare gli scenari di vita del futuro in una logica di complementarità che è insieme etica ed "ecologica" (Clark, 2000). L'attenzione all'inclusione sociale diventa così una richiesta aggiuntiva per il progetto di rigenerazione urbana; ed amplia il sistema di indicatori a supporto della decisione, finalizzando la costruzione dell'apparato informativo all'obiettivo di orientare la nascita di quelle "comunità emergenti" che andranno a "popolare" gli spazi di progetto, supportando l'adattamento delle stesse in termini di bisogni, relazioni, usi e culture. Assieme all'attenzione alle implicazioni sociali, l'intervento di rigenerazione è espressione di una rinnovata attenzione per il progetto dello spazio urbano come luogo di "interesse pubblico" e in quanto tale ispirato da intenzioni di sviluppo che non possono derivare unicamente dalle logiche di mercato (Moulaert *et al.*, 2010). Il tema dell'inclusione sociale e dell'utilizzo equo della città, particolarmente nei suoi luoghi di pregio, è da tempo presente nella ricerca accademica¹ e nell'agenda politica. L'Unione Europea, soprattutto, ha messo in evidenza il valore della coesione sociale quale condizione imprescindibile per la crescita economica delle città in una prospettiva di democrazia e sostenibilità. Nel documento di indirizzo delle politiche comunitarie per il periodo 2014-2020, l'inclusione sociale è infatti uno degli obiettivi chiave del programma, che focalizza soprattutto sugli incentivi all'istruzione e sulle politiche per la riduzione della povertà, senza però mettere in diretta relazione gli interventi di

scape design generates new dynamics of systems and ecosystems – emergent ecologies as per James Corner terminology (1997) – urban renewal generates social habitats that are the result of the social and physical relationships enabled by the design. Hence merit is directly connected to equity and sustainability in both social and economic terms, with the ability to produce sentiments of sharing and belonging, and to engage the various groups involved in the understanding of process and value of social inclusiveness.

These "emerging social ecologies", resulting from urban regeneration and renewal, make urban design the tool and strategy to both learn about and envision future life scenarios that are ethic and ecological at once (Clark, 2000). Social inclusiveness is therefore a mandatory component of urban design, with the objective to develop

"emerging communities" to inhabit the given space, and to support them in adapting and adopting such space.

Urban renewal is also the expression of a renewed attention toward urban space as the area of "public interest" and therefore one that cannot be driven exclusively by the market and its economic logic (Moulaert *et al.*, 2010). The subject of social inclusiveness and of an equal development of the city, particularly of its valuable sites, has been part of the academic research¹ and the political agenda – the European Union clearly stated the value of social cohesion as a mandatory condition for the growth of a democratic and sustainable city. In the 2014-2020 guidance for community politics, social inclusiveness is outlined as key to communities' development, with great focus on education and the reduction of poverty. Not the same clarity and

rigenerazione urbana con una chiara indicazione dei risultati attesi da misure e incentivi per la valorizzazione della componente sociale. Analogamente, negli Stati Uniti, l'applicazione degli indicatori di Sustainable Governance (SGI) evidenziano la difficoltà del Paese a promuovere politiche efficaci di inclusione sociale, specialmente dopo l'avvento dell'amministrazione del Presidente Donald Trump, che ha aggravato le differenze sociali e ridotto l'accesso ai servizi di base come sanità ed istruzione (https://www.sgi-network.org/2016/United_States/Social_Policies). Nonostante l'interesse formalmente espresso dalla politica, e gli studi condotti sul tema, le esperienze finora realizzate hanno evidenziato che l'intervento di rigenerazione diventa quasi sempre volano per processi di gentrificazione e di esclusione sociale: la modifica degli usi urbani storicizzati (soprattutto industriali) a favore di nuove aree per la residenza, il commercio e il tempo libero porta in primo piano le esigenze di classi di utenza molto differenti da quelle originarie, che tendono a diventare dominanti nel momento in cui il progetto non interviene a mediare culturalmente e operativamente tale disparità (Jewson and Mac Gregor, 1997). Inoltre, l'intervento di rigenerazione urbana è promosso attraverso la rappresentazione di stili di vita tipicamente riconducibili ai ceti più abbienti e alle comunità maggiormente integrate, in una narrazione veicolata attraverso immagini standardizzate di luoghi e persone, entrambi funzionali a stabilire l'appartenenza ad una comunità globale, desiderosa di consumare beni e servizi. Lo spazio urbano diventa esso stesso oggetto di un consumismo mediatico, incentrato sul valore estetico dell'intervento e poco interessato alla qualità delle prestazioni complessivamente erogate alla città (Zukin, 1998).

awareness are expressed toward the effects of urban renewal intervention, nor toward expected results or due measures and incentives to enhance the value of its social aspect. Equally, in the US, the Sustainable Governance Indicators (SGI) demonstrate the hardship to promote social inclusiveness, especially under the current administration of President Donald Trump which increased social disparity and reduced access to health services and education (https://www.sgi-network.org/2016/United_States/Social_Policies). Despite some level of political interest, research, and studies on the subject, most urban regeneration projects prove to trigger gentrification and social exclusion: the transformation of historic (and mostly industrial) areas into residential, commercial and entertainment zones brings to the fore-

ground new needs and desires for a social class that is very different from the original one. Such demands prevail when the urban renewal intervention does not mediate this cultural disparity (Jewson and Mac Gregor, 1997). Furthermore urban renewal is promoted through images of a very specific lifestyle, portraying predominant and wealthier groups - a narrative through standardized images of people and places, instrumental to depict the status of belonging to a new global community, ready to consume goods and services. The urban space itself becomes an object of media consumption, centered on its aesthetic qualities rather than its actual urban performance (Zukin, 1998).

The Boston Seaport District

The area of interest is the actual "Port of Entry" to the city from both the

Il Boston Seaport District

L'intervento per Boston Seaport District non fa eccezione. L'area si qualifica come "porta" di ingresso alla città dal mare, e per secoli ne è stato, di fatto, uno dei luoghi più fortemente rappresentativi. Come molte altre realtà industriali e portuali, è stata progressivamente dismessa e quindi oggetto di un'operazione immobiliare, che ha puntato su una rinnovata e più accattivante percezione del waterfront quale spazio destinato a funzioni urbane di grande qualità (non a caso l'intervento fu denominato Innovation District dall'allora sindaco Thomas M. Menino). In seguito all'apertura dell'ICA (Institute of Contemporary Art Boston) – progettato da Diller Scofidio + Renfro, ed inaugurato nel 2006 – l'area diventa oggetto di interesse da parte di imprenditori privati che, a partire dal 2010, avviano la costruzione di edifici residenziali e alberghi di lusso, insieme a complessi per uffici (compresi gli *Headquarters* di grandi multinazionali) per realizzare un ambiente urbano destinato a fasce sociali molto benestanti, in grado di movimentare, a loro volta, altri, rilevanti, investimenti sull'area.

Il successo economico dell'intervento di rigenerazione sconta però un forte impatto sociale, provocato dall'allontanamento dei lavoratori portuali e dei residenti storici, soccombenti al processo di "gentrificazione" aggressiva che l'operazione finanziaria ha messo in moto. Inoltre, la mancata caratterizzazione degli spazi del Seaport quali luoghi pubblici, aperti alle esigenze dell'intera città, aumenta la percezione di esclusione da parte delle comunità più deboli, già tagliate fuori dai ranghi dei lavoratori delle aziende high-tech insediatesi nell'area, e non in grado di accedere all'offerta residenziale proposta. Il sondaggio promosso nel luglio del 2019 dalla Conservation Law Foundation (CLF)², un'organizzazione no-profit molto attiva sul tema dei diritti alla città,

sea and the air, with the harbor and the airport right across from one another. Like many industrial urban waterfronts, it has been progressively dismissed, abandoned, and vacated to suddenly become the center of a large redevelopment, aimed toward a new image and perception of the waterfront. The opening of the ICA (Institute of Contemporary Art Boston), designed by Diller Scofidio + Renfro and inaugurated in 2006, marked the beginning of a radical transformation of the site. Luxury residential and office buildings and hotels, with corporate headquarters of large multinational corporations, shaped a new urban area for highly selective users, capable of rapidly increasing its value and of generating additional investments for its ongoing development. The economic success of the urban regeneration process quickly faced the

consequences of its social impact, with the departure of the port "blue-collar" workers and historical inhabitants, now banned by the aggressive gentrification of the area. Furthermore, the new Seaport public spaces lack both qualifiers and activities to be inclusive and to appeal to a larger and more demographically diverse community, increasing the perception of exclusivity already experienced with the arrival of the new tech workforce and with the unsustainable high residential costs. The Conservation Law Foundation (CLF)², a not-for-profit organization active on environmental justice in the New England area and working on the city's relationship to its shoreline, commissioned a poll in may-june 2019 to survey and investigate Boston residents and their perception and use of the waterfront ([58](https://www.clf.org/wp-content/uploads/2019/07/Report-</p>
</div>
<div data-bbox=)

conferma che l'uso del waterfront varia sensibilmente in ragione dell'appartenenza etnica, e che soprattutto le persone afro-americane e ispaniche non sono a loro agio nel frequentare l'area a causa dei costi elevati dei servizi offerti (<https://www.clf.org/wp-content/uploads/2019/07/Report-2019-06-CLF-Boston-Waterfront-FINAL.pdf>). Il campione intervistato guarda, inoltre, al rischio di gentrificazione con maggiore preoccupazione rispetto ai rischi di tipo ambientale, prevedibili a causa del climate change: lo spazio urbano del waterfront è infatti realizzato come naturale estensione degli spazi privati interni. In questo contesto, "stendere una coperta sul prato" diventa un'azione dimostrativa, tesa a rivendicare la libertà ad utilizzare il luogo urbano senza per questo dovere fruire necessariamente di servizi a pagamento. Il dibattito generatosi nell'opinione pubblica porta anche l'attenzione sulla qualità del progetto delle aree libere del Seaport District, relegate a usi complementari dell'investimento immobiliare – sostanzialmente marginali rispetto alla vita della città – e prive di un disegno complessivo, tanto da risultare una sommatoria di luoghi e funzioni senza una vera relazione spaziale tra di loro. La polarizzazione sugli aspetti esclusivamente commerciali della rigenerazione, così come la riduzione dello spazio pubblico urbano a "spazio di risulta" dell'operazione immobiliare, porta al ripensamento dell'intera strategia di rigenerazione. Nel 2018, l'Autorità portuale di Boston, Massport Authority, dà avvio ad un deciso cambio di rotta, integrando la programmazione in essere con un nuovo Master Plan, incentrato sullo spazio pubblico del Seaport District, lavorando secondo una logica multi-obiettivo, volta a soddisfare sia la richiesta di inclusione sociale, sia quella di nuovi attrattori urbani, sia quella per la messa in sicurezza dell'area dal rischio climate change.

2019-06-CLF-Boston-Waterfront-FINAL.pdf). For the surveyed residents, risks connected to climate change and related water-rising along the harbor were second to the threat of the area's ongoing gentrification and its implication: the waterfront public spaces are a direct extension of their interior private ones. In this context, the simple act of "laying a blanket on the grass" represents a claim for free urban public space, one that is independent of any consumption or expenditure at any of its hospitality, retail and shopping amenities.

The public conversation generated from the survey's findings also shifts the attention to the lack of overall quality and design intention of the open areas within the Seaport: demoted to limited complementary uses for the adjacent buildings, they are irrelevant to the needs and life of the city at large.

Furthermore, the open areas remain a random, unqualified collection of residual spaces, leftover from the new built, and without any functional or spatial connection to one another.

In 2018 Massport Authority begins its Public Realm Initiative. A new Master Plan, centered around the requalification of the Seaport public space, aims at multiple objectives, from social inclusiveness, to new urban activators and attractions, to climate change mitigation. Through an open call, a team of professional is selected to respond to the challenge and the opportunity of a prime real estate area of the city. The vision that Massport Authority is setting forth calls for rethinking the public space through expanding the definition of "public" as a site available to all citizens, with activities – also temporary – that complement its surrounding developments. Through a

Nella visione di Massport Authority lo spazio pubblico deve essere ripensato come luogo disponibile per l'intera cittadinanza, con attività – anche temporanee – che integrano e completano l'intervento di rigenerazione urbana grazie ad una forte mixité di spazi, luoghi, usi, flussi di attività e di fruitori, promuovendo un'offerta di attività a basso costo coerenti con un'immagine più democratica ed aperta della città. Molto significativo, in tal senso, è il ruolo dell'attore istituzionale nel network di investitori privati, il cui obiettivo è quello di sostenere il Master Plan quale strumento di progettazione, verifica e controllo di un programma di funzioni socialmente ricalibrato, focalizzato su più ampio sistema di attrattori e sulla qualità dello spazio urbano: l'avvento del capitale pubblico nella rigenerazione del Seaport District diventa quindi riconoscimento esplicito del valore collettivo dello spazio urbano, non più riconducibile alle antiche funzioni portuali, ma nemmeno identificabile come luogo di disparità economica e sociale. La richiesta di Massport Authority punta alla riconoscibilità dell'area come luogo identitario della città e della sua storia, funzionale ad accogliere ogni tipo diversità e di cultura. Il Master Plan diventa quindi lo strumento operativo per una programmazione strategica volta ad attirare una più vasta gamma di utenti e investitori, integrando misure di breve e lungo termine con alcuni interventi progettuali destinati a rappresentare (anche su scale temporali ravvicinate) la volontà politica che sostiene l'intervento. In particolare:

1. dare visibilità e rappresentare le diverse identità culturali della città;
2. promuovere attività economiche socialmente inclusive;
3. dare vita ad uno spazio urbano fortemente caratterizzato dall'uso pubblico.

real mix of spaces, sites, uses, events and mostly people, this new public space aims at promoting a variety of affordable activities for a more open and democratic city. In the words of the Master Plan document:

"Public Realm @ THE PORT is a new vision that energizes street, plazas, parks, and in-between spaces in the South Boston Waterfront through diverse cultural representation, inclusive business development, and authentic public realm activation with and for communities from across Boston."

Through the process, it is worth noting the role of the public institution in the context of a private network of investors. Massport Authority's objective to support the Master Plan as a tool to design and control the new program development aims to guarantee a more socially-balanced urban environment: public capital enters into the regenera-

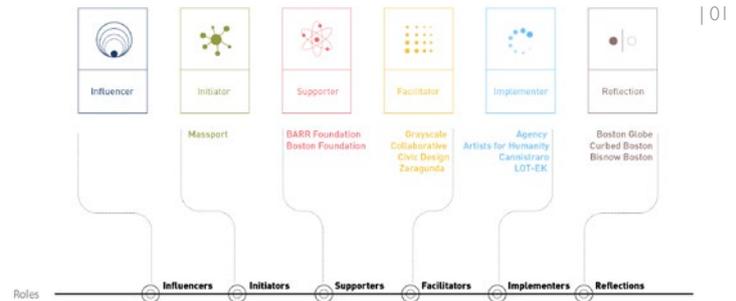
tion of the Seaport as direct recognition of the collective value of its urban public space with the imperative that, now far from its original harbor use, it can no longer be identified as a site of social and economic disparity.

Massport's ambition emphasizes the distinctiveness of the site as a relevant part of the history and identity of the city, open to welcome diversity and a multiplicity of cultures. To that end, the Master Plan functions as an operative tool: it outlines a new programming strategy to attract a wider audience of users and investors, proposing short and long-term design solutions that collectively reflect the political will behind the change. More specifically:

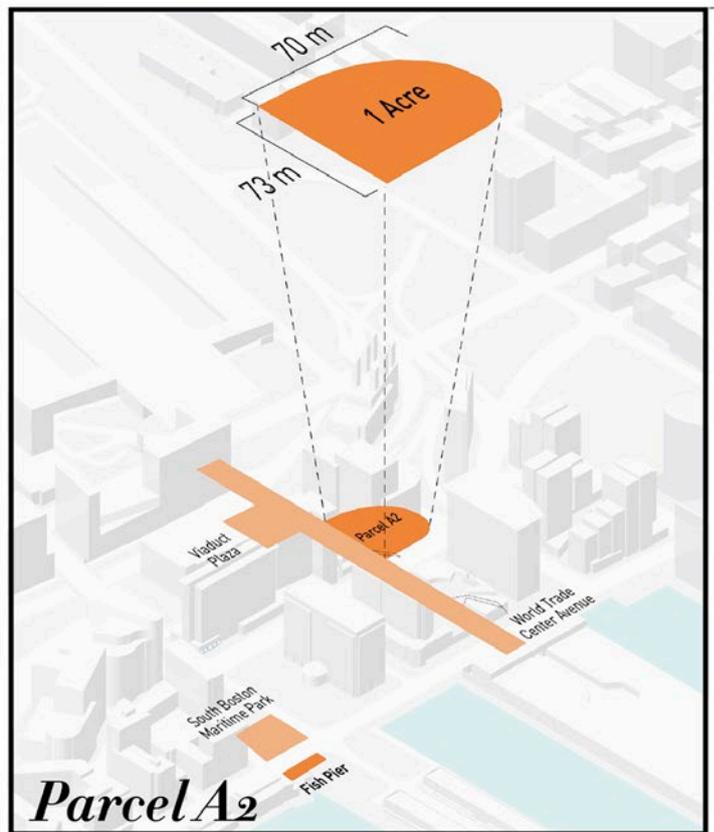
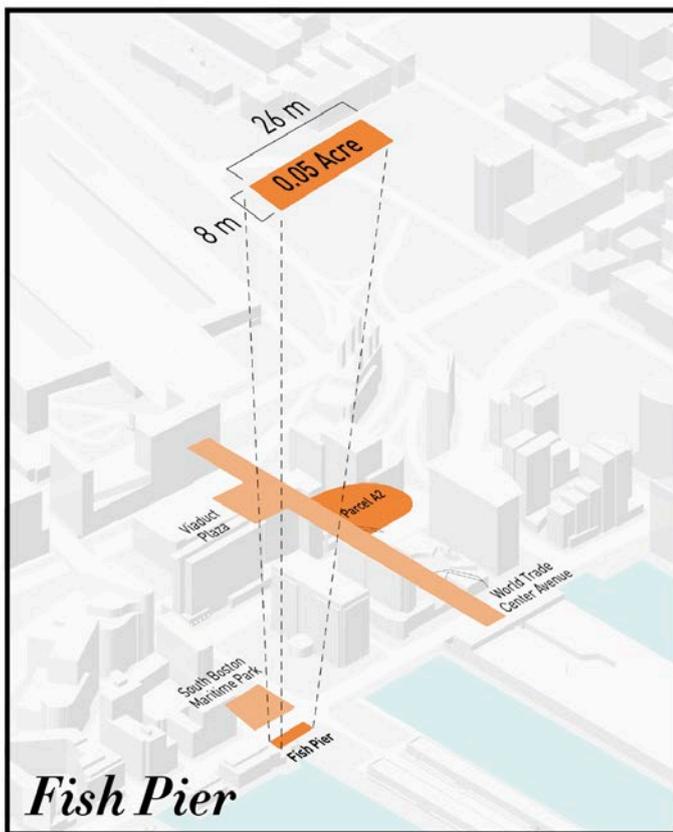
1. Provide representation and visibility for the diverse cultural identities of the city;
2. Promote economic activities that are socially inclusive;

La specificità delle richieste espresse per il Master Plan, insieme all'humus culturale che le ha generate, impone un approccio innovativo al progetto dello spazio urbano, orientato a lavorare secondo processi collaborativi che informano sia le modalità di interazione con la città e gli altri attori sociali coinvolti, sia quelle relative alla costituzione dello stesso team di progetto, rappresentato da un network di soggetti pubblici e privati che condividono una "visione" dello spazio pubblico come bene collettivo, da valorizzare e gestire secondo logiche non speculative (Fig. 1). In questo senso il Master Plan è concepito come un documento culturale oltre che tecnico, una sorta di "manifesto di intenti" volto a fornire una guida procedurale e operativa per lavorare al progetto del luogo urbano con modalità aperte e plurali. Accanto a Massport Authority aderiscono infatti alla Public Realm Initiative due società no-profit locali, la BARR Foundation e la Boston Foundation, impegnate su temi di solidarietà economica e di inclusione sociale, ed interessate a promuovere modelli di crescita innovativi per valorizzare la creatività e le risorse locali e naturali.

Le competenze più direttamente finalizzate al progetto sono invece espresse da Grayscale Collaborative LCC, responsabile del



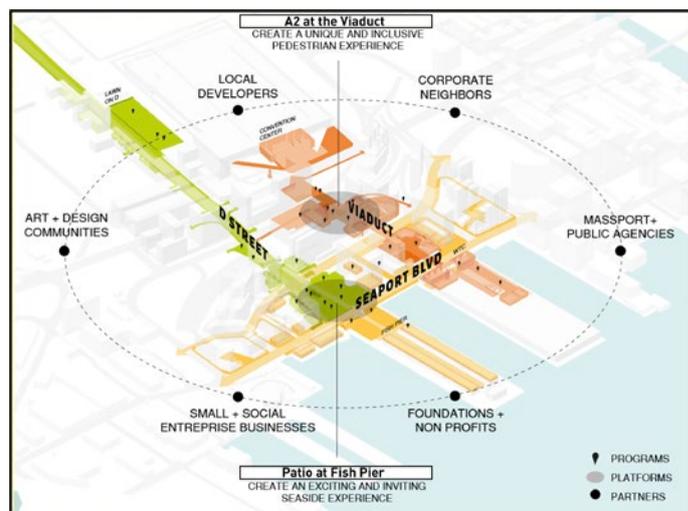
coordinamento attività del Master Plan, assieme a Zaragunda, una società specializzata nella realizzazione di eventi ad alto valore sociale. A LOT-EK, il nostro studio di architettura concentrato sul riuso di *shipping containers* – un oggetto fortemente presente nel paesaggio portuale – viene affidato il progetto dei landmarks che andranno a caratterizzare architettonicamente gli spazi del waterfront, assieme ad Agency, uno studio che lavora sull'equità sociale, responsabile di landscape+planning. La composizione del network, nei diversi ruoli individuati, ha l'obiettivo di produrre un progetto di spazio pubblico in grado di conciliare interessi e conflitti attraverso un sistema di interventi materiali ed immateriali, proponendo funzioni organizzate secondo un mix di architettura ed arte, di usi temporanei e flessibili nel tempo, adattabili alle condizioni di mercato e alle esigenze della collettività. Soprattutto, l'idea guida del progetto è quella di mettere in moto un processo di *socially-resilient design innovations in the public realm*, che possa rappresentare un riferimento per altre



amministrazioni pubbliche, soprattutto riguardo le operazioni di rigenerazione urbana, dove maggiori sono gli impatti sociali e più alte le aspettative di ritorno finanziario.

In particolare, il programma prevede l'attivazione di due aree strategiche del Seaport District (il Patio al Fish Pier e il lotto A2 at the Viaduct) caratterizzate da usi, tempi e spazi tra loro complementari. L'impostazione del Master Plan differenzia fortemente il ruolo e la tabella di marcia dei due siti di progetto: il primo è destinato a un ruolo di presidio funzionale, con attività incentrate sul mercato ittico nel fine settimana e sulla ristorazione per residenti e lavoratori negli altri giorni; il secondo, prevede la realizzazione di un edificio-piazza attraverso la sovrapposizione di 18 containers che definiscono uno spazio urbano, animato da installazioni e mostre d'arte, attività commerciali, culturali e ricreative (Figg. 4, 5). Le due aree si attivano con modalità e tempi paralleli, ma a differente scala: il Patio al Fish Pier si identifica, infatti, immediatamente, con il piccolo *landmark* urbano del Padiglione progettato da LOT-EK, intorno a cui ruotano sia le funzioni di mercato che quelle per l'utilizzo quotidiano dello spazio, con aree di seduta e gioco e vicinanza al mare. L'area del lotto A2 at the Viaduct, prevede la realizzazione di uno "Stack" di 18 containers assemblati su sei livelli per definire una piazza urbana che converte una zona parcheggio in un ambizioso spazio pubblico. Quest'ultima sarà invece utilizzata come luogo campione per testare l'efficacia dei processi di co-design e di usi condivisi promossi dal Master Plan e realizzati grazie al supporto di eventi sociali progettati *ad hoc* da Chris Wangro/Zaragunda.

Lo sfasamento temporale nella realizzazione dei due siti coincide con la volontà di utilizzare il Fish Pier come attrattore di nuovi flussi di utenti, sperimentando le reali opportunità di utilizza-



re l'arte e l'architettura come strumenti per rompere le barriere tra le aree di sviluppo privato e spazio pubblico, realizzando un nuovo contesto per lo scambio culturale, ma anche per l'introduzione di piccole attività economiche.

Molto importante è inoltre il peso che il Master Plan affida al progetto artistico del waterfront. Artisti selezionati saranno chiamati a lavorare sull'immagine dello spazio pubblico, intervenendo direttamente su aree specifiche dei moduli del Fish Pier Pavilion ed intorno all'edificio piazza del lotto A2. Utilizzando come superfici i container riciclati, adattati nel progetto di LOT-EK, questa componente di arte informa la nuova identità dei padiglioni e dei *parklet*, concepiti come luoghi d'incontro, dove fermarsi per bere un caffè, mangiare un panino in pausa pranzo o semplicemente per rilassarsi. I *parklet* hanno un design distintivo che incorpora posti a sedere, vegetazione, rastrelliere per biciclette, e che risponde la domanda (ad oggi insoddisfatta) di spazi di uso pubblico in corrispondenza di strade ed aree commerciali del quartiere. L'obiettivo è quello di uno sviluppo commerciale inclusivo insieme all'attivazione di un'identità pubblica del waterfront, da integrare con la rete di spazi pubblici già

3. Generate an authentic experience of urban space, open to and qualified by wide public use.

The specific requests for the Master Plan, together with the cultural milieu that produced them, impose an innovative approach to the design of public space toward a collaborative process. The design team is formed by a network of private and public entities that share the same vision for public space, as a collective good that needs to be conceived and managed independently of the logic of private developments (Fig. 1).

In this way, the Master Plan is as much a cultural document as it is a technical one, a sort of "manifesto of intentions" or a procedural and operative guide for an open and inclusive design of public space. Two non-profits, the BARR Foundation and the Boston Foundation, both invested in nurturing lo-

cal community and civic space, both interested in promoting innovative development models for a creative and ecological use of resources, side with Massport Authority on the project.

Leading the design is Greyscale Collaborative LLC, responsible of the Master Plan coordination in conjunction with Zaragunda, a production company specialized in the creation and programming of public events for social causes. LOT-EK, our architecture studio specialized in the upcycling of shipping containers – an object very present in the current port landscape – is tasked with designing the physical landmarks that will provide a new architecture identity and a canvas for the new activities and organization of the public waterfront spaces, together with Agency, a mission-driven practice dedicated to addressing social equity, that will be responsible for planning

and landscaping. The professional network within the team, with its role variety and specificity, aims at producing the design of a new kind of public space, one that can reconcile a variety of conflicting interests through a series of interventions, both material and immaterial, proposing new activities articulated around architecture and art, and around uses that are temporal and flexible, that can adapt over time to diverse community needs. Most importantly, the main goal is to activate a process of socially-resilient design innovation in the public realm that can serve as a reference for other governmental administrations, especially in connection to urban regeneration where social impact and financial return expectations are both very high. Specifically, the plan focuses on the activation of two discrete but strategic areas within the Seaport District,

the Patio at the Fish Pier and the A2 lot at the Viaduct, selected because of their strategic location and organized around uses, timelines and spaces complementary to each other. The Master Plan differentiates role and timing for each of the two: the Patio at the Fish Pier site, directly connected to the adjacent fish market, aims at creating through a small architecture insertion an affordable food area for visitors on the weekend and for residents and workers during the week; the much larger A2 site instead completely redefines an open parking lot through a new shipping container "Stack", where 18 upcycled 40-foot containers are assembled on 6 levels to outline a public piazza, animated by markets, cultural activities, art and entertainment (Figg. 4, 5). The two areas are activated with parallel modalities and timing but at very different scale: the Patio at

presenti nella città di Boston. Tale obiettivo si realizza attraverso il mezzo artistico, nella misura in cui l'immagine rinnovata del Seaport District diventa attrattiva e riconoscibile per un numero crescente di cittadini, invogliati a frequentare l'area anche a prescindere da esigenze di consumo.

Al lavoro di artisti e produttori il Master Plan affida il compito di:

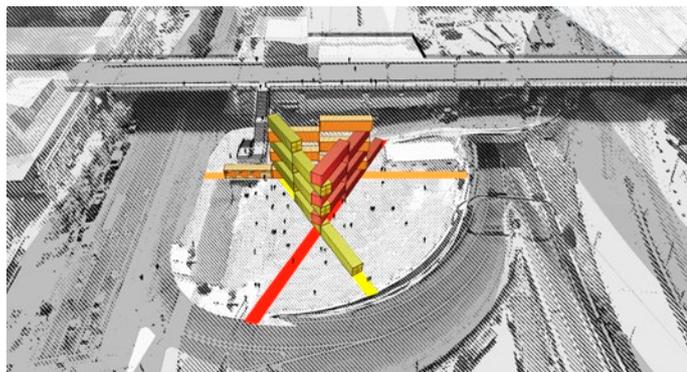
- attivare in modo nuovo, e più coinvolgente, spazi e strade sovradimensionati e sottoutilizzati;
- celebrare l'identità del porto come luogo di scambio economico e culturale;
- amplificare l'identità industriale del porto;
- supportare diverse espressioni artistiche nello spazio pubblico;
- connettere il porto alla città attraverso partnerships e progetti creativi.

Dal punto di vista dei costi, la strategia di inclusione del Master Plan punta al coinvolgimento di imprenditori locali, pensando ad aziende di dimensioni medio-piccole, in grado di fornire servizi per lo spazio pubblico a costi accessibili a tutti i cittadini. Istituzionalizzando il processo di progressivo coinvolgimento dei privati nelle attività del piano, Massport si assicura che la realizzazione dei futuri progetti di attivazione dello spazio pubblico siano sostenuti da imprenditori portatori di offerte compatibili ed innovative. Questa strategia fa sì che circa il 3-5% di tutto il budget pubblico sia destinato a pagare i costi di attivazione

04 |



05 |



dell'intervento, mentre il capitale aggiuntivo, soprattutto privato, sarà destinato a quelli di sviluppo commerciale. I vantaggi di tale approccio sono relativi alla certezza che l'agenda degli interventi sul patrimonio pubblico di Massport sia completamente garantita nei costi di attuazione; in secondo luogo, l'organizzazione temporale in due fasi del Master Plan offre opportunità di un sperimentazione programmatica per tarare in anticipo correttivi ed incentivi in vista dello sviluppo degli assetti permanenti.

NOTE

¹ Molto importante, in questo campo di studi, il contributo della London School of Economics che attraverso le ricerche del Centre for Analysis of Social Exclusion (CASE) rappresenta una delle voci più autorevoli del dibattito. I report annuali sono disponibili sul sito: <http://sticerd.lse.ac.uk/case/default.asp>.

² CLF ha incaricato la società di sondaggi MassINC Polling Group (MPG) di intervistare gli abitanti di Boston circa la percezione e l'uso degli spazi del waterfront. Il sondaggio è stato realizzato con un campione di 953 persone di differente cultura e origine. Allo stato, una percentuale pari all'89% degli abitanti del nuovo quartiere è bianca, e sono i bianchi a frequentare maggiormente il waterfront e le sue attrazioni.

REFERENCES

Corner, J. (1997), "Ecology and landscape as Agents of Creativity", reprint in Reed, C. and Lister, N.M. (Eds.) (2013), *Projective Ecologies*, Harvard University Graduate School of Design and Actar.

Clark, J. (2000), "A Social Ecology", available at: <https://theanarchistlibrary.org/library/john-clark-a-social-ecology> (accessed 20th October 2019).

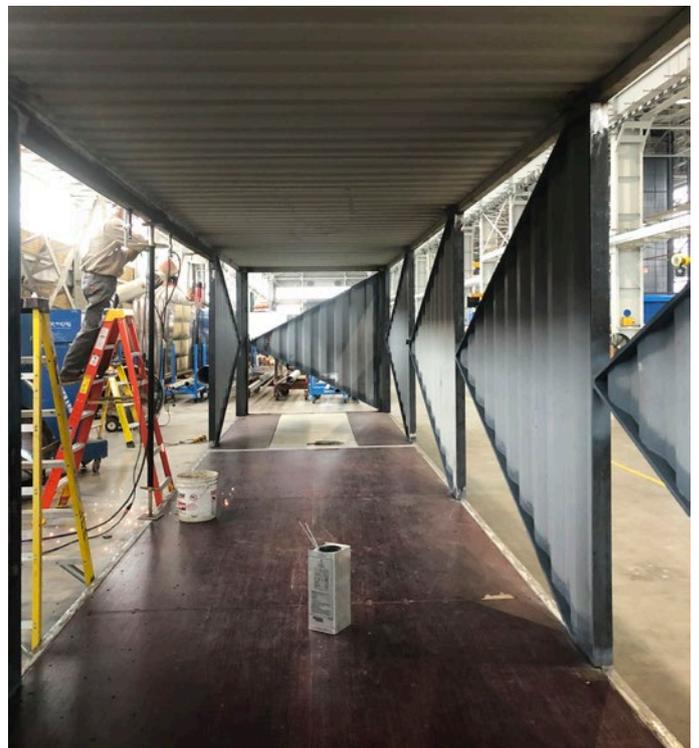
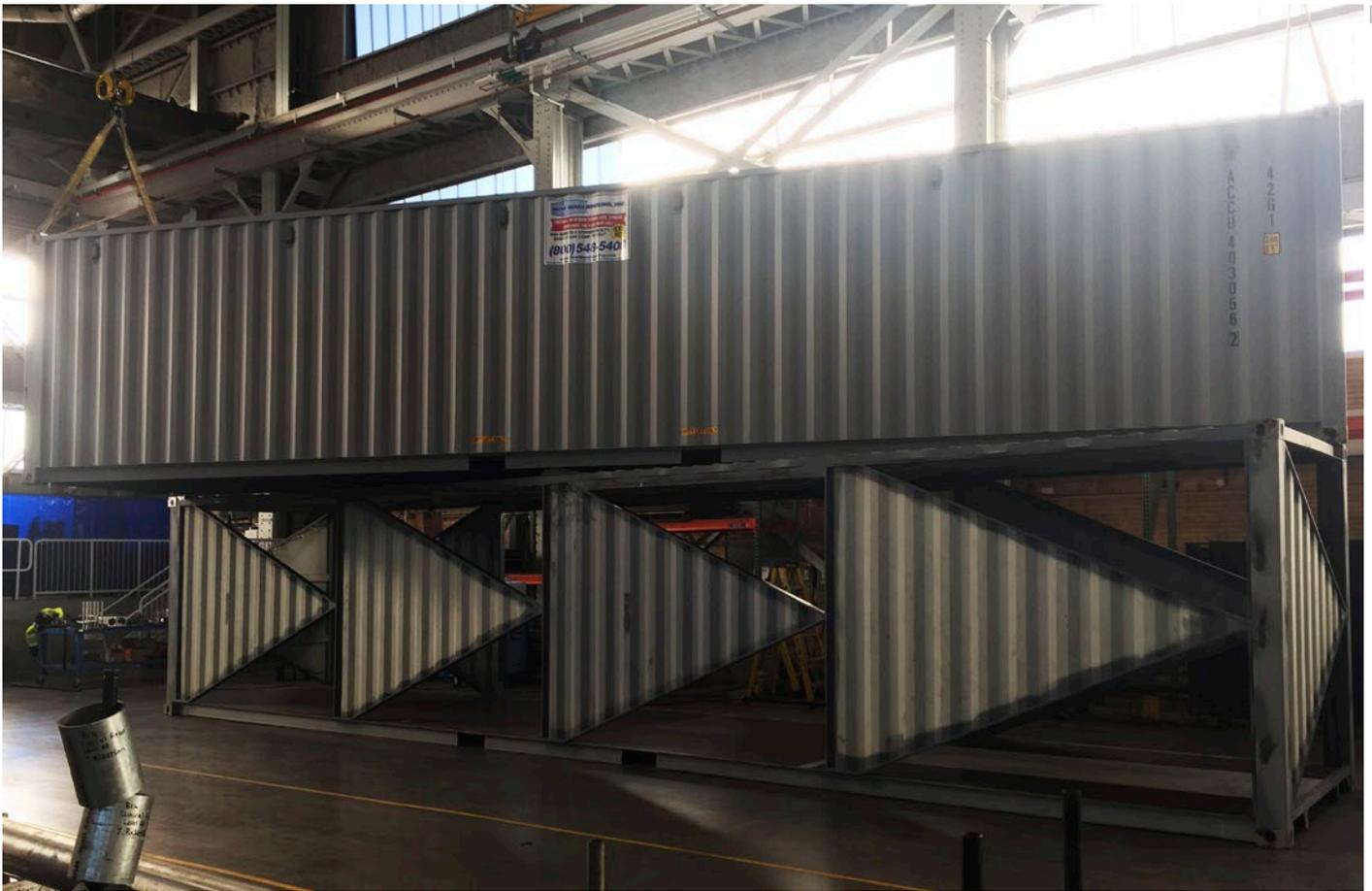
Jewson, N. and Mac Gregor, S. (1997), *Transforming Cities: Contested Governance and New Spatial Divisions*, Routledge, Londra.

the Fish Pier generates a small urban landmark through the use of a flexible Pavilion, organized around small and affordable food retail, seating and playing areas, and proximity to water; the A2 lot at the Viaduct area, converting an existing parking lot into an ambitious public space, is a larger marker to test the collective-design process and the shared uses of the open space, following the Master Plan and the social events planned ad hoc by Chris Wang/Zaragunda.

A temporal shift is planned in the activation of the two sites to take advantage of the smaller intervention of the Patio at the Fish Pier as an attractor for new users, exploring the use of art and architecture as tools to offset the boundaries between private developments and public spaces, and offering a new ground for cultural exchange, as well as for

the development and growth of small business enterprises.

Of high relevance is the art component of the Master Plan. Artists will be selected through an open call to work on the image of the new public spaces, intervening directly on selected areas of the Fish Pier Pavilion modules, and on an around the A2 Stack. Using some of the surfaces of the upcycled containers, as outlined in LOT-EK's design, the artistic intervention contributes to the new identity of the pavilions and parklets, conceived as meeting spaces, areas where one stops for a coffee, a sandwich during lunch break, or simply a moment to rest. Parklets have a distinct design that includes seating, greenery and bicycle racks, open and available to all, that satisfies the need (yet to be met) of open public spaces and social infrastructure in connection to the commercial areas of the neigh-



Moulaert, F., Swyngedouw, E., Martinelli, F. and Gonzalez, S. (2010), *Can Neighbourhoods save the city? Community Development and Social Innovation*, Routledge, Londra.

Power, A. and Wilson, W.J. (2000), "Social Exclusion and the Future of the Cities", CASE paper 35, Centre for Analysis of Social Exclusion, London School of Economics, UK, available at: <http://simonpoulter.co.uk/iod/iodpdf/CASEpaper35.pdf> (accessed 22th October 2019).

Zukin, S. (1998), "Urban Lifestyles: Diversity and Standardisation in Spaces of Consumption", *Urban Studies*, Vol. 35, pp. 825-839.

European Commission (2014), "EU Cohesion Policy 2014-2020", available at: https://ec.europa.eu/regional_policy/sources/docgener/informat/basic/basic_2014_en.pdf (accessed 28 October 2019).

Sustainable Governance Indicators (SGI) - USA, available at:

https://www.sgi-network.org/2016/United_States/Social_Policies (accessed 28 October 2019).

borhood. The inclusive development and the activation of a new public identity for the waterfront is integrated to the larger Boston metropolitan area and to its own network of open spaces through art. The new image of the Seaport District, recognizable and appealing to a much larger audience, creates an incentive to use the waterfront independently of spending or consuming. In fact, artists and producers alike are tasked with:

- activating oversized and underutilized spaces in new, exciting ways;
- celebrating the port identity as a place of cultural and economic exchange;
- amplify the port's industrial character;
- support diverse artistic expressions within the port public realm;
- connect the port to the city through creative partnerships and projects.

From a cost standpoint, the inclusive strategy of the Master Plan aims at local entrepreneurs of medium to small scale that can provide services and activities of wide accessibility. The progressive engagement of private entities in the Master Plan allows Massport to attract and guide private entrepreneurs and developers toward financial support and innovative ideas, in line with the new vision for the public realm. Only 3-5% of the entire budget is allocated public money, while private capital and added financial support will take care of the actual project. Furthermore, the phasing of the project with a staggered deployment for the two structures and sites offers the opportunity to experiment with a variety of programs and activities, and to adjust, prior to more permanent developments.

NOTES

¹ Relevant, in this field, the London School of Economics contribution through the Center for Analysis of Social Exclusion (CASE). Annual reports are available at: <http://sticerd.lse.ac.uk/case/default.asp>.

² CLF hired the polling company MassINC Polling Group (MPG) to interview Boston's citizens about the waterfront perception and use. The results are from 953 interviews with people of different heritage and cultural background. At this moment, 93% of the current inhabitants of the Seaport District is white, and they are the one that use the existing waterfront attractions.