

Erfgoed en beeldvorming in theorie en praktijk

Freek Liebrand

Adviseur Stedelijke Vernieuwing

Início

25 juni 2011



Erfgoed en de toeristische binnenstad

- De stad herontdekt als centrum voor vrijetijd, consumptie & cultuur
- Toeristisch-recreatief product
- Culturele planning
- Erfgoed wordt geproduceerd in het nu



Disneyficatie

- Product 'binnenstad' wordt gemanaged en gepromoot
- Perfect voor toerisme, maar ontworpen als conflictvrije ruimte
- Gebouwde omgeving wordt tentoongesteld
- Standaard repertoire, standaard beleving



Cultuur tentoongesteld

- Smaak, beleving, identiteit, verhaal
- Vermarkten van erfgoed en cultuur
- Passieve consumenten van het spektakel
- Potentieel gevaar
- 'zie mij, beleef mij, koop mij'
- De stad spreekt niet jou aan



Authenticiteit en erfgoed

- Intrinsieke waarde van een object
- Authenticiteit = echtheid & oorspronkelijkheid
- Lastig en onhandelbaar begrip
- Behoud en preservatie is interventie
- Authenticiteit zit niet in een object, maar wordt toegeschreven
- Mate van verbondenheid in de relatie tussen mensen en hun leefwereld



Authenticiteit en toerisme

- Authenticiteit is verleidelijk, exotisch en anders
- Gevaar van schijnvertoning als niet herkend, gewaardeerd en geleefd voor lokale bevolking
- Toerisme niet in gevaar
- Aandacht nodig voor eigen bevolking
- Culturele verrijking of verarming?



Betekenisvolle plekken

- De leefomgeving is betekenisvol voor mensen
- Leven is selectief gekozen verhaal verstoord verbondenheid met je stad
- Relatie tot een plek herstellen
- Een stad moet direct geleefd worden en dus dynamisch, levend en in beweging zijn
- Van tentoonstelling naar podium
- Stedelijke realiteit bestaat niet, het gebeurt



Betekenisvolle plekken

- Levende stad moet openstaan voor meerdere betekenissen
- Betekenis aan kan geven in plaats van alleen ontvangen
- Betekenisvolle plek blijven in het alledaagse leven van haar inwoners
- Toerisme toevoeging aan lokale stedelijke cultuur



Twée strategieën

- Bevestigende authenticiteit
- Ontketenende authenticiteit



Bevestigende authenticiteit

- Concluderen als echt, oorspronkelijk, origineel
- Beschermen voor verandering
- Cultuur is statisch
- Iets om aan vast te houden in tijden van verandering



Ontketenende authenticiteit

FUNDERING

- Stedelijke cultuur is dynamisch, in beweging
- Een plek is een arena voor verschillende betekenissen
- Dynamiek, creativiteit en conflict zijn echte en wenselijke onderdelen van dagelijks leven



Ontketenende authenticiteit

PRAKTIJKEN

- Alternatieven en nieuwe perspectieven bieden
- Leggen van nieuwe verbindingen
- Actieve betrokkenheid bij, participatie in en het eigen maken van het hier en nu
- Functioneren als 'vonkje' tussen toeschouwer en actieve drager



Ontketenende authenticiteit

IMPLICATIES

- Authenticiteit kan je niet vinden, maar is iets wat we actief produceren
- Verbondenheid tussen mens en leefomgeving is levend en betekenisvol in dagelijks leven
- Mag zodoende ook veranderlijk zijn



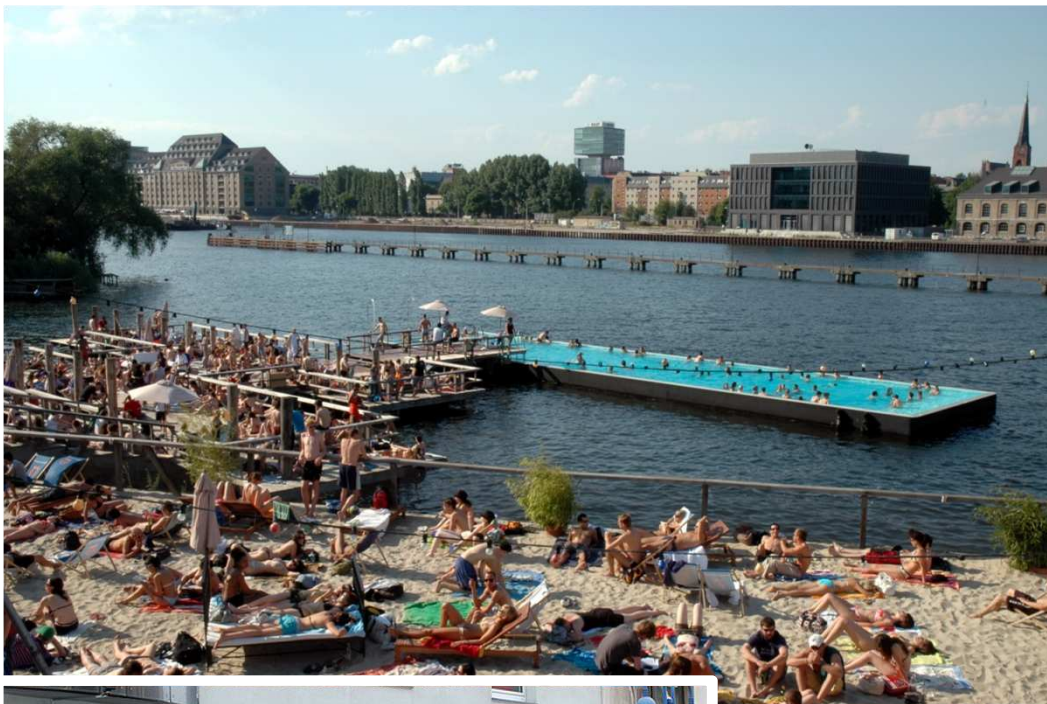
Ontketenende authenticiteit

POTENTIEEL

- Geeft perspectief en kracht
- Authenticiteit als iets om te vangen, voor te vechten, naar te streven, te laten stromen
- Mogelijkheid in het hier in nu en in de toekomst



Inspirerende voorbeelden



Arrangementen maken



Arrangementen maken



Arrangementen maken



Arrangementen maken



PROJECTEN

Beehive,
Creatieve Bloeiplaats

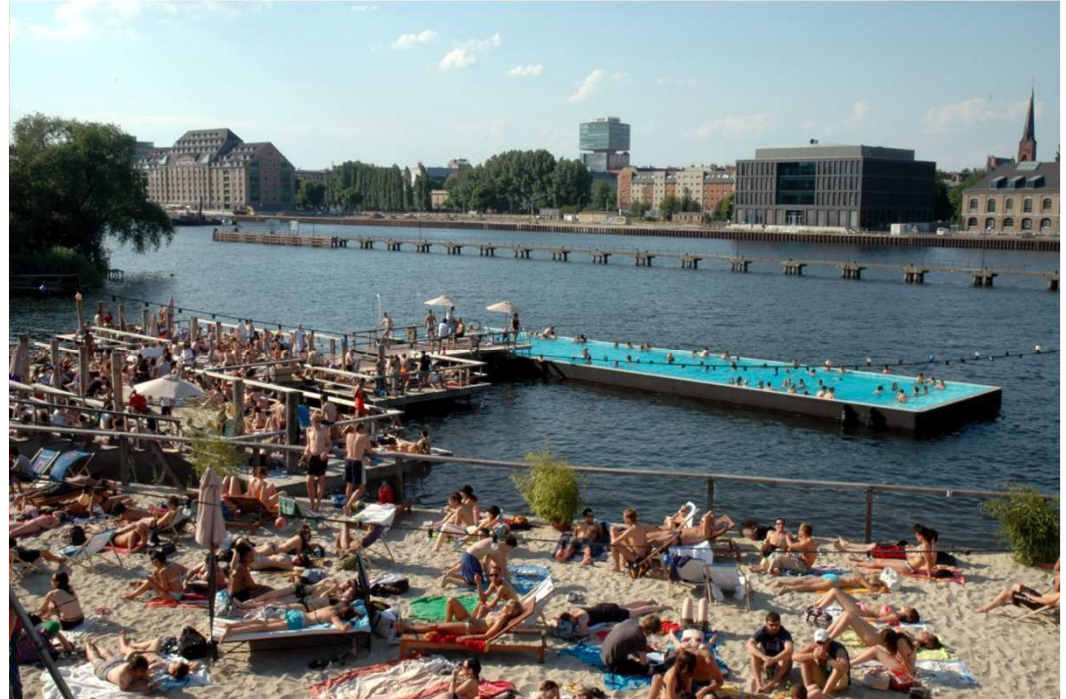


Plintenplan Slotervaart

Beehive

CREATIEVE BLOEIPLAATS

Tijdelijkheid omarmen



Tijdelijkheid omarmen



Tijdelijkheid omarmen



HOME AGENDA NIEUWS PARK OVER AREA SKATESCHOOL EXTRA ALGEMEEN
AREAFIFTYONE STRIJP-S EINDHOVEN

AGENDA

17-06-2011: FRANTIC FRIDAY SPECIAL
25-06-2011: PASS THE DUTCH
02-07-2011: KINDER ROCK FESTIJN
25-07-2011: START VERBOUWING

17-06-2011: FRANTIC FRIDAY SPECIAL

4 May, 2011



Tijdelijkheid omarmen





NU HIER GRATIS NIEUW LAND

WELKOM IN DE TUSSENTIJD!

NU HIER ZOEKT PIONIERS

PROGRAMMA

WWW.NUHIER.ORG

De lande wordt op een nieuwe manier benut. In de toekomst is dit gebied meer land beschikbaar. Nu is het land pioniërs die samen nodig hebben. Bouwplannen, ontwerp, bestemmingsplan, aanbesteding, aanbesteding, aanbesteding, aanbesteding. Deze plannen worden met een uitnodiging in de praktijk. De beste plannen worden uitgeroepen.

Levertijd 2 tot 3 jaar
Wat werkt het?, wat niet werkt wordt bijg.



Ruimte bieden



Ruimte bieden

De kracht van cultuur

- Cultuur is een waardemaker
- Kan betekenissen geven en veranderen
- Ideaal instrument om iets 'beter' te maken
- Versterk en vernieuw bestaande kwaliteiten
- Voor wie ben je er als stad?
- Ruimte creëren voor creativiteit en vernieuwing

