



Par chArte

Iniciativa piloto
Parque del Cable · Manizales 2026

Espacios públicos para el
encuentro, la salud mental
y el bienestar juvenil

Co-diseñada por jóvenes de Manizales en el NextGenC Lab
Primer espacio de deliberación juvenil por minipúblico en
Colombia.

01 ¿Cuál es el problema?



En Manizales, la juventud identifica una ciudad diseñada para el tránsito, el comercio y el control — no para el bienestar, el encuentro o la permanencia. Esto tiene consecuencias directas sobre la salud mental y la participación



SALUD MENTAL EN MANIZALES

- El **57%** de jóvenes reportan estrés como emoción recurrente.
- Más del **53%** la considera la principal problemática que atraviesa la juventud.
- La **salud mental está vinculada al entorno**, las relaciones y las condiciones materiales — no es sólo clínica.
- Su deterioro **afecta el funcionamiento cotidiano** básico.
- **Estigma y falta de comprensión sobre la salud mental**: se prefiere no hablar de ello.



ESPACIO PÚBLICO EN DISPUTA

- Espacios concurridos como el Estadio y el Cable generan sentimientos contradictorios: bienestar y exclusión simultáneamente.
- Sectores como la Galería y corredores de movilidad: asociados con inseguridad, intimidación y discriminación.
- Mala iluminación y diseño generan barreras físicas reales.
- Mujeres y personas no normativas no se sienten seguras en ciertos lugares como aquellos con poca iluminación.



VACÍOS INSTITUCIONALES

- Escasa oferta cultural diversa y accesible.
- Los espacios comunitarios en barrios son insuficientes.
- La vida cultural depende de la autogestión de colectivos sin mayor respaldo institucional.
- Vacíos en conectividad: transporte, información y uso del espacio público no articulados.

02 La propuesta — Acciones concretas



ParchArte es una estrategia comunitaria itinerante que re-significa espacios públicos subutilizados como lugares de salud mental, encuentro y bienestar juvenil, desplegable en distintos espacios de la ciudad.

Plantea dos intervenciones complementarias en el espacio público:

1. Espacios de escucha:

- Bancas de escucha:** Bancas claramente señalizadas en entornos públicos donde personas voluntarias y profesionales de la salud mental brinden atención primaria, anónima y accesible, facilitando la canalización hacia redes de salud formales. Es una acción de bajo costo, móvil y de rápida implementación.
- Cabinas telefónicas:** Mobiliario urbano (fijo o itinerante) diseñado para ofrecer cápsulas de apoyo emocional pregrabadas, categorizadas según necesidades específicas de cada persona joven. Los mensajes de audio son píldoras de bienestar para los usuarios. El impacto de esta actividad se registra en un termómetro de emociones en la entrada/salida de la cabina.

2. Club de tutores urbanos:

- Activación selectiva de espacios poco usados:** Talleres gratuitos que fomentan habilidades socioemocionales -reconexión, concentración, relajación— en espacios que actualmente carecen de un uso positivo.
- Activación intergeneracional del espacio público mediante talleres de habilidades prácticas para jóvenes:** Este modelo permite que personas expertas en su quehacer compartan saberes con jóvenes, fomentando la reconexión y el bienestar colectivo.

Adicionalmente, ParchArte plantea una acción transversal para la difusión:

1. **Estrategia de comunicaciones:** Enfocada en marketing social para la desestigmatización de la salud mental con acciones centradas en:
 - a. Expectativa: Un enfoque sutil y que despierta la curiosidad sobre el problema.
 - b. Evidencia: Datos cuantitativos y cualitativos sobre la salud mental de la juventud.
 - c. Empatía: Humanizar las estadísticas con relatos personales.
 - d. Formación: Presentar la solución de forma clara y atractiva.
 - e. Movilización: Llamada explícita a la acción; invitación a participar.

Todas las acciones, podrán derivarse a través de: canales digitales como redes sociales gestionados por estudiantes universitarios o practicantes de diseño o de comunicación. Y a través de guerrilla marketing, intervenciones disruptivas de bajo coste en espacios juveniles muy concurridos para generar atención mediática orgánica y publicidad de boca en boca.



Importante:

Esta iniciativa no busca reemplazar la atención profesional en salud mental. Su propósito es ofrecer un primer punto de contacto emocional y conectar con rutas de atención ya existentes en la ciudad.



Actores clave



Estudiantes y actores universitarios



Artistas y trabajadores culturales



Psicólogos en formación



Facilitadores voluntarios



Adultos mayores (intergeneracional)



Colectivos comunitarios



Sector privado y autoridades locales

03 Espacio de influencia & recursos mínimos



ESPACIOS PARA LA ACCIÓN IDENTIFICADOS

PARQUE ALFONSO LÓPEZ (17 votos)

PARQUE DEL CABLE (13 votos)



Parque del Cable
Primera acción piloto seleccionada:

Propuesto para una primera intervención piloto de menor complejidad que genere experiencia antes de actuar en áreas de mayor complejidad demográfica y socioeconómica como el Alfonso López.

- ✓ **Alta viabilidad** - infraestructura ligera y condiciones operativas más sencillas.
- 👣 **Flujo existente de personas** - ya tiene tránsito y apropiación de distintos públicos.
- 🔧 Permite **ganar experiencia y ajustar el modelo** antes de espacios de mayor complejidad.
- 📍 **Accesible y reconocido** - punto de referencia en el imaginario urbano de Manizales.



Estrategia itinerante: el Cable es el punto de partida. Las acciones se despliegan progresivamente en múltiples espacios de la ciudad.



Recursos mínimos requeridos



Facilitadores (2–3 por sesión)

Voluntarios o psicólogos en formación

Coordinación general

Mini-equipo - organización y logística

Artistas / dinamizadores

Por tipo de actividad



Cabina de escucha

Estructura ligera, portátil o préstamo

Material taller

Papelería, cartulinas, marcadores

Equipo de sonido

Portátil / préstamo de aliados



Campaña digital

Redes sociales — imagen, video, #ParchArte

Flyers y señalización

Impresión local - bajo costo



Permisos Alcaldía

Alcaldía de Manizales - espacio público

Transporte materiales

Por sesión itinerante



Coordinación mensual

Reunión de aliados y evaluación

Documentación

Registro fotográfico y memoria

*Prioriza software libre y recursos existentes entre aliados — sin inversión en nuevas tecnologías.
Fuente: NextGenC Lab, Manizales 2025*

04 Estrategia de comunicación



La comunicación de ParchArte es comunitaria, visual y joven - liderada por los propios colectivos del territorio con apoyo institucional para ampliar el alcance. El hashtag **#ParchArte** es el hilo conductor de toda la campaña.



REDES SOCIALES DIFUSIÓN PRINCIPAL



Instagram y TikTok como plataformas protagonistas: imagen, video corto y reels.



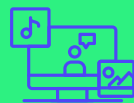
WhatsApp para grupos comunitarios y movilización de base.



Contenido co-creado con jóvenes participantes: autenticidad sobre producción profesional.



#ParchArte como hashtag articulador de toda la campaña digital.



CONTENIDO VISUAL Y AUDIOVISUAL



Videos cortos (30-60 seg) mostrando actividades y testimonios en el Parque del Cable.



Fotografía documental de las intervenciones para memoria y difusión.



Arte gráfico con identidad visual ParchArte — colores, tipografía, iconografía propia.



Convocatoria con **imagen atractiva:** probado como factor clave de asistencia en el Lab.



REDES COMUNITARIAS
MOVILIZACIÓN TERRITORIAL



COMUNICACIÓN
INSTITUCIONAL
ALCANCE AMPLIADO



Colectivos juveniles ya activos en el territorio como nodos de comunicación.



Presencia física: flyers y señalización en el parque y barrios cercanos.



Voz a voz como estrategia de confianza - quién convoca importa tanto como el evento.



Las **instituciones organizadoras** como garantes de credibilidad (#cero rosca).



Canales de Alcaldía, SENA, universidades y organizaciones aliadas para mayor cobertura.



Nota de prensa para medios locales en el lanzamiento y cierre de cada ciclo.



Reportes de impacto para aliados y financiadores como evidencia del proceso.



Documentación sistemática para alimentar la narrativa del proyecto NextGenC.

#ParchArte · Visibilidad · Diversidad de públicos · Contrarrestar la polarización · Conectar el territorio

05 Plan de implementación 6 Meses



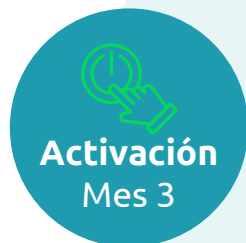
La implementación prioriza recursos existentes, alianzas comunitarias y aprendizaje iterativo. Cada mes incluye evaluación interna y ajuste del modelo.

Preparación Mes 1

- » Conformar el equipo coordinador y activar alianzas con colectivos del territorio.
- » Obtener permisos Alcaldía · Parque del Cable.
- » Elaborar presupuesto y cronograma final.
- » Diseñar identidad visual ParchArte.
- » Lanzar campaña de expectativa en redes sociales.

Lanzamiento Mes 2

- » Evento de apertura en Parque del Cable.
- » Primer taller socioemocional (sesión 1) e instalación piloto de cabina de escucha.
- » Activación de redes sociales y #ParchArte.
- » Registro fotográfico y audiovisual del proceso.



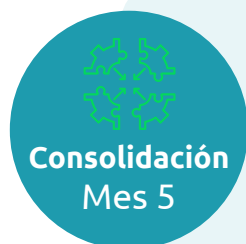
Activación Mes 3

- » Talleres semanales en el Cable · Club de tutoría entre pares — sesiones iniciales.
- » Primer **encuentro intergeneracional**.
- » **Difusión** de contenidos en RRSS semana a semana.
- » **Evaluación** parcial con el equipo aliado.



Expansión Mes 4

- » Incorporar segundo **espacio itinerante**.
- » **Programación cultural**: evento artístico abierto.
- » **Fortalecer red de comunicadores comunitarios** · Flyers y señalización en barrios aledaños.
- » **Ajustar modelo** según aprendizajes del mes 3.



Consolidación Mes 5

- » Ciclo completo de **actividades** en dos espacios.
- » **Sesión de evaluación** participativa con jóvenes. Sistematización de testimonios y resultados.
- » Nota de **prensa y cobertura** en medios locales.
- » Preparar propuesta de **sostenibilidad**.



Cierre y réplica Mes 6

- » Evento de **cierre y entrega** simbólica a la comunidad.
- » **Publicación** del informe de resultados ParchArte.
- » **Presentación** ante Alcaldía y organizaciones aliadas.
- » **Identificar tercer espacio**. Propuesta de continuidad y fuentes de financiación.



Generación
Urbana
Conectada

Par chArte



IXTITUTO
POLÍTICA ABIERTA



INICIATIVA DE
INVESTIGACIÓN EN
GOBIERNO Y POLÍTICA

LSE Cities



Este proyecto es financiado por
fundación
BOTNAR