

**1os ENCUENTROS sobre la CANDIDATURA DONOSTIA-SAN SEBASTIAN 2016.****"Ciudad Conectada: Ciudadanía 2.0"****Igor Calzada.****Sociólogo, Associate Researcher en la University of Nevada (USA) y Director de Proyectos en Mondragon Unibertsitatea/Mik. (<http://www.igorcalzada.com>)**

icalzada@yahoo.com

skype icalzada

+00 34 618 302761 (Basque Country. Spain)

+00 1 775 830 6127 (USA)

**EXECUTIVE SUMMARY:**

¿Cómo articular una propuesta para la candidatura que **1) sea ganadora** y/o **2) en caso negativo, que al menos haya obligado a repensar y dar un impulso estratégico coherente y sistémico a la ciudad, mediante un proceso de participación ciudadana sin precedentes?**

En última instancia el objetivo es conseguir una propuesta que **PONGA EN VALOR a la Ciudad**. Extrayendo de ella, lo que (simplemente) **ES**.

En este sentido, existen dos apartados complementarios para ser trabajados: El **QUÉ** y el **CÓMO**.

El **QUÉ** se refiere a los atributos temáticos en los que la propuesta debe articularse. El **CÓMO** se refiere al formato de articulación de la propuesta y de la programación resultante.

Considero que el **QUÉ** debe ser resultado del proceso que se abre en estos Encuentros. Seguramente, las ideas-fuerza que podrán aparecer estarán relacionadas con: *gastronomía, identidad y euskera, paz y convivencia, talento, patrimonio e infraestructuras, diversidad y cosmopolitanismo, ciencia y tecnología, artes escénicas y contemporáneo, turismo, educación, ecología y sostenibilidad,...*

*(Siento decir, que no me preocupa tanto el QUÉ sino el CÓMO. La innovación básicamente nos enseña que no se trata de buscar la mejor idea o los ingredientes, sino la forma de mezclar los mismos, el cocktail. Ahora mismo, el inicio de la reflexión, me preocupa más que tengamos en cuenta algunos aspectos de forma que de contenido. Seguramente, cada uno de los presentes tendrá una "quiniela" particular diferente.)*

Es por ello que si bien el **QUE**, es importante, la presente comunicación se va a centrar básicamente en el **CÓMO**. En aspectos que no se deben olvidar a la hora de enfocar la propuesta en relación a las **últimas tendencias en el campo de las dinámicas urbanas y la sociedad red**.

Esta comunicación propone que la Ciudad se autoproclame "**Ciudad Auténtica**". Para buscar esa **autenticidad** y sus **posibles "ingredientes temáticos"**, considero prioritario que la Ciudad desde un inicio adquiriera las competencias de una "**CIUDAD CONECTADA**", con "**CIUDADANOS 2.0**" (O **CIUDADANOS ACTIVOS**). *(No podemos buscar una propuesta innovadora si no innovamos en la forma. Y considero que hoy en día se innova más en el formato que muchas veces en lo que se presenta o programa).*

**¿Cómo lograr esa "CIUDAD CONECTADA con CIUDADANOS 2.0"? Mediante 2 FACTORES\*:**

**A) CONECTIVIDAD.**

+

**B) CREATIVIDAD.**

[\*Nota: Esta comunicación se estructura en un DECÁLOGO de 10 IDEAS-FUERZA. 5 IDEAS-FUERZA por cada FACTOR.]

**A) CONECTIVIDAD****1.- ¿ Donostia = Ciudad AUTÉNTICA?: DINAMISMO URBANO.**

¿Cómo funcionan las ciudades? Las ciudades que muestran alto grado de espontaneidad y emergencia suelen ser las más dinámicas y enérgicas. Se acaba la época de la planificación cerrada de arriba abajo. Hoy en día las ciudades necesitan espacios vacíos para que en ellos se pueda crear. Una participación e implicación ciudadana que llegue hasta el nivel barrio. Haciendo partícipes a los ciudadanos del barrio de la creación, del evento,...de la actividad de la que se trate. Debemos conseguir encender esa chispa, de espontaneidad, emergencia, energía y ritmo urbano. Es por ello, que para ser una ciudad auténtica, los ciudadanos tienen que hacerse con el proceso. Esto es lo que ciudades como San Francisco, Seattle, Berlín, Dublín, Reykavik o Helsinki, entre otros, están ya llevando a la práctica. Los momentos urbanos, deben ser considerados desde cuatro variables: 1.- Movimiento (Flujo); 2.- Tiempo (Momento); 3.- Espacio (Diseño) y 4.- Experiencia (Emociones).

Debemos diseñar una propuesta y un programa capaz de provocar un dinamismo urbano sin precedentes, teniendo en cuenta las cuatro variables en todas y cada una de las actividades propuestas.

**2.- Los PROTAGONISTAS: Ciudadanos 2.0**

Siempre se ha dicho que Donostia-San Sebastián era una ciudad para ver (*ciudad postal*), no para participar. Tal vez esto sea absolutamente cierto. Y si lo es, me temo que tenemos un gran reto de transformación ciudadana, proponiendo que los ciudadanos sean los verdaderos protagonistas de la construcción de esa Ciudad Auténtica. Por lo tanto, necesitamos que la ciudad disponga de espacios públicos para compartir ideas y experimentar emociones. Creo que en la actualidad ese es un gran déficit de nuestra ciudad. De forma que del ciudadano 1.0 (el ciudadano pasivo que reacciona a lo que le ofrecen), se convierta en ciudadano 2.0: Aquel que participa, propone y se autoorganiza. Tal vez esta es la gran novedad: El ciudadano es parte del proceso y no simple espectador. Pasamos de la lógica de considerar al ciudadano, simple observador (*audience*), a aquella en la que el ciudadano es al mismo tiempo observador+diseñador/programador+participante del evento o de la actividad. Eso es sencillamente lo que debemos entender por "Ciudadano 2.0". Ciudadano, que es usuario y diseñador, a la vez.

Como la antropóloga Jane Jacobs (ahora de moda de nuevo) decía, "las ciudades son los ciudadanos". Lo que necesitamos es que estos ciudadanos estén conectados. Necesitamos una conectividad ciudadana del 100%. Ya que, las posibilidades de interacción, de flujo de ideas y de participación, se incrementarán de manera exponencial. (*Eso es lo que nos está demostrando eventos como un simple concierto de Radiohead en el Outlands Festival de San Francisco*). Debemos tener abiertos en todo momento canales de interacción para que todo evento que esté ocurriendo en la ciudad se pueda observar desde la ciudad y desde cualquier lugar. E incluso podamos participar estando presencialmente (físicamente) o no en la ciudad. Es decir, considerar en todo momento la importancia de la conectividad, en su parte virtual y presencial. Es fundamental. Debemos construir una "Ciudad Conectada" hacia dentro y hacia fuera. No debemos olvidar la importancia que hoy en día han adquirido las tecnologías de uso social en la dinamización de grandes colectivos humanos.

**3.- La importancia del Espacio Público, las Redes Sociales y las Virtuales: "Coger la CALLE"**

Por lo tanto, esta Ciudad Conectada, debe disponer necesariamente de infraestructuras en el espacio público, lo suficientemente flexibles, como para que los ciudadanos las puedan "coger". Debemos de persuadir a los ciudadanos a que "cojan la calle" y se apropien creativamente de ella.

Desde la organización, se deberán considerar aspectos a gestionar del apartado analógico o presencial (redes sociales) y del virtual o tecnológico (myspace, youtube, facebook,...). Las redes sociales con las potencialidades de las aplicaciones web2.0, en un espacio público físico urbano, ofrece innumerables oportunidades.

Tenemos que poner las herramientas para que los ciudadanos 2.0 conviertan esa Ciudad Conectada en Ciudad Auténtica. Se debe disponer de espacios públicos, cafeterías, bares, parques, calles,... para que la energía creativa urbana aflore. Ese es el verdadero indicador que nos va a decir si estamos en una ciudad auténtica o no. Debemos conseguir una participación interactiva con el espacio urbano físico. Necesitamos que las personas se apropien de la ciudad. (¡) Que la conviertan en su sala de estar (!).

**4.- Todo es RED.**

(Viniendo de USA, seguramente es temprano para hablar de si Obama ganará o no, pero lo que no me cabe la menor duda es que en parte se deberá a la buena gestión de las redes sociales que ha desarrollado su equipo de

colaboradores.)

A lo dónde quiero llegar es que la propuesta debe conceder un especial interés a la gestión y puesta en valor de esas redes sociales. En propia ciudad, conectando, Tabakalera con Kursaal, Miramón con Zuatzu, o Parte Vieja con Altza,...Y así multiplicado por mil.

Pero no únicamente dentro de la propia ciudad. También hacia fuera. La propuesta deberá contemplar la construcción de redes hacia Gipuzkoa y Euskadi. Tenemos que pensar en clave de ciudad-región. El epicentro o nodo de esa red deberá ser Donostia, con miles de redes y construyendo sinergias con instituciones, asociaciones, empresas, colectivos...Y por supuesto, hacia fuera. Conectarlo con Helsinki, Dublín, y llegar incluso a Tokyo.

### **5.- ¿Qué estamos programando un evento o servicio? No. Una EXPERIENCIA.**

Aunque nos cueste creérmolo en Donostia, pero a la gente le gusta participar.

*(En el momento que estoy escribiendo estas líneas estoy viendo desde la ventana de la Unión Artesana una fila de personas que quiere entrar en el Príncipe...y pienso...Este momento en el que las personas esperan en la cola del cine, no se está aprovechando. Este espacio de tiempo y lugar, para incitar algún tipo de participación...Y pienso...estoy convencido, de que las personas interesadas en la película "Bakuchi-Uchi: Socho Tobaku" del ciclo Japón en Negro del Zinemaldia, les gustaría compartir este momento...con las personas que esperan junto a ellos.)*

Es decir, este momento "trivial y absurdo", puede ser susceptible de ser convertido en Experiencia.

A la gente le gusta participar, esa es la premisa que tenemos que tener que tener muy presente. A las personas les gusta conectarse con otras y participar. El formato de participación, eso es lo de menos. Pero cualquier situación en un evento para cada una de las personas, es una experiencia. Y nuestra labor es seguramente, traducir esos momentos de espera, de interacción, de mirada...en Experiencia. Esa es la diferencia entre un evento "sin más" o un evento que a las personas no se les olvidará jamás.

Por ello, otra sugerencia sería la de *customizar* la programación: *Customizar* experiencias. Es decir, llegar incluso a que cada persona pueda en base a su personal interacción con los eventos, poder "percibir" su experiencia como única.

## **B) CREATIVIDAD**

### **6.- DIFERENCIA/DIVERSIDAD: En la realidad.**

Si Donostia, es una ciudad pequeña. Pequeña, transfronteriza y portuaria (*koxkera*). Estéticamente atractiva. Singular. Pasiva, lo siento. Y para la propuesta de la candidatura, no valdrá simplemente con vender la postal. Hay que hacer de la "postal de la bahía" un "mosaico de bahía humana *in-motion*".

¿Cómo poner en valor todo esto? Esa es la pregunta. Ciudad que es tradicional pero que intenta buscar su punto de modernidad. Vamos en el buen camino. Tenemos una ciudad para ser vista. Tenemos que construir una ciudad para que se pueda compartir dentro de ella, en sus lugares. Y para eso la tenemos que diseñar, la tenemos que preparar. Para lograr así una ciudad que aparte para ser vista y apreciada estéticamente, se convierta además en una ciudad para hacer, participar y compartir.

*(¿Tenemos en Donostia hoy en día en la calle, en las cafeterías, lugares para el encuentro para crear y hacer cosas conjuntamente,...? ¿Y wifi municipal gratuito? Sería recomendable).*

Mi duda es, cuando hablamos de ciudad de la diferencia y la diversidad...¿verdaderamente tenemos una ciudadanía preparada para lo diferente y lo diverso? Tal vez tenemos que trabajar desde ahí. ¿Cómo generar una ciudadanía 2.0, una ciudadanía cada vez más activa que acepte y valore (!) "lo diferente"? ¿De qué diversidad dispone Donostia? ¿Cuáles son las diferencias que queremos exponer?

### **7.- TRADICIÓN + MODERNIDAD: Nueva síntesis.**

También podemos afirmar que Donostia es tradicional. ¿Conservadora...? En cierta medida podríamos decir que también. El valor de lo tradicional es el valor de la esencia, la personalidad. Eso es siempre necesario si buscamos la autenticidad. Pero lo que llamará la atención como propuesta para la candidatura europea será su enfoque de nueva síntesis de tradición + modernidad. Aquí es dónde tenemos que acertar con la fórmula y que esto se traduzca en la propuesta y en la programación que se derive de la misma.

*(Me gustaría poner un buen ejemplo reciente del Festival de Jazz 2008 Jazzaldia. En concreto me refiero a las prácticas concretas que la disciplina artístico-cultural del bertsolarismo está implementando. Las considero verdaderamente innovadoras. Más aún cuando como por su naturaleza y esencia como práctica creativa en euskera y su particularidad, le presupongo más dificultades que otras disciplinas creativas, para llegar a un público no-euskaldun y no-local.)*

Luego, tenemos ejemplos y prácticas actuales, que nos pueden dar pistas de por dónde enfocar una propuesta de Ciudad Auténtica. Nueva síntesis entre la tradición y la modernidad.

**8.- LOCAL +GLOBAL: Nuevo lugar.**

Si el *mixture* de lo tradicional con lo moderno va a ser una premisa inicial a la que responder, no va a ser menos la dicotomía local vs. global/europeo. Efectivamente, la propuesta requiere un enfoque europeo claro para ser considerada candidatura finalista. Entre los argumentos estratégicos a utilizar existen algunos: ciudad-región fronteriza y eje atlántico, tradición e influencia ilustrada francesa,... Con todo ello, creo que la propuesta debe considerar este nuevo enclave o lugar identitario con mucha atención. Creo que debe ser un eje estratégico clave de la propuesta. Una definición de lo que supone la identidad vasca en el marco europeo y global. Un justo equilibrio entre lo local y lo global. Recomendaría evitar desmedidos espejismos en cualquier dirección de ese continuo.

Necesitamos un nuevo lugar, para Donostia como ciudad-nodo y para la ciudadanía vasca en su conjunto, en ese mapa de la *glo-k-alización*.

**9.- MULTIDISCIPLINAR: Nueva autoexpresividad.**

La ciudad debe ser convertida en una acumulación de autoexpresiones individuales. Para ello, la libertad individual y su consecuente autoexpresividad debe ser promovida. Debo aludir a la importancia de que en la programación y propuesta de la candidatura el enfoque de la multidisciplinariedad sea una constante. Básicamente por la potencialidad que adquiere la manifestación creativa cuando se mezcla.

*(Seguramente a todos nos vienen las buenas prácticas de algunos de nuestros cocineros con estrellas michelín. Ejemplos a seguir y anotar para trasladar a otros campos).*

**10.- EXPERIMENTACIÓN: La tecnología ayuda.**

La calle debe ser convertida en un laboratorio de creatividad urbana. Los medios tecnológicos siempre nos podrán ayudar a amplificar la creatividad y a garantizar la conectividad entre los nodos de la red.

**ESQUEMA RESUMEN**

