



CULTURA: FACTOR CLAVE DE LA COMPETITIVIDAD Y LA REGENERACIÓN URBANA EN EL CONTEXTO DE LA CAPITALIDAD EUROPEA DE LA CULTURA 2016.

Olga Kolotouchkina Shvedova

Doctoranda

Facultad de Ciencias Humanas y Sociales. Universitat Jaume I.

Socia-fundadora STUFF design consultants.

C/Juan Ramón Jiménez, 2 portal 8B -3B. 28660 Boadilla del Monte. Madrid. España.

Tlfn: +34 649 481 644. Email: olga@stuffdesignconsultants.com

Resumen

La cultura, en su más amplio sentido, como el conjunto de las artes, la educación, la creatividad humana y las industrias culturales se configura como un recurso y activo clave para afrontar los retos del desarrollo urbano sostenible y asegurar la competitividad, el prestigio y el futuro próspero de las ciudades. Muchas ciudades empiezan a apostar por la cultura como un hilo conductor de sus estrategias de gestión, planificación y regeneración urbana. La atracción y retención del talento, el acceso al conocimiento, el estímulo de la creatividad y la innovación de los ciudadanos se convierten en apuestas prioritarias para gestores urbanos en todo el mundo. Experiencias de las ciudades como Bilbao, Curitiba o Glasgow que han conseguido vertebrar el desarrollo urbano sostenible alrededor de una apuesta firme por la cultura en sus más variadas manifestaciones, ha tenido un impacto muy positivo en los diferentes ámbitos urbanos.

El Título de la Capitalidad Europea de la Cultura es una herramienta excepcional creada por la Unión Europea en 1985 que reafirma el protagonismo de la cultura urbana como catalizador de la identidad europea, la cooperación internacional y el desarrollo sostenible en Europa.

El objetivo de la investigación se ha centrado en la identificación del impacto de las diferentes iniciativas culturales puestas en marcha por seis ciudades españolas, finalistas al título de la Capitalidad Europea de la Cultura 2016, en sus principales dinámicas urbanas.



III congreso internacional de ciudades creativas

III congreso internacional de ciudades creativas

Palabras clave

Cultura, industrias creativas, urbanismo, competitividad, regeneración urbana, Capitalidad Europea de la Cultura.

Abstract

The culture, in its broadest sense such as the arts, education, human creativity and cultural industries, is one of the key tools and resources in addressing the challenges of a sustainable urban development and assuring the competitiveness, prestige and a prosperous future of our cities. Many cities start to invest in culture as a driving force of its urban management, planning and regeneration strategies. Among the priority areas of urban managers around the world are the talent attraction and retention, the access to knowledge as well as the creativity and innovation incentives for citizens.

The best practices in this area of the cities of Bilbao, Curitiba and Glasgow which succeeded in articulating their sustainable urban development around a strong commitment to culture in all its manifestations, have had a very favourable impact on different urban areas.

The European Capital of Culture programme is an exceptional tool created by the European Union in 1985 that reaffirms the leading role of urban culture as a catalyst of the European identity, the international cooperation and sustainable development of Europe.

The purpose of the research has been focused on the assesment of the impact of different cultural initiatives developed by six Spanish cities, finalists for the European Capital of Culture programme 2016, on their main urban dynamics.

Key words

Culture, creative industries, urbanism, urban competitiveness, urban regeneration, European Capital of Culture.

Introducción

Desde el año 1985 más de cuarenta y cinco ciudades europeas han ostentado el prestigioso título de la Capital Europea de Cultura, creado por iniciativa de la ex-ministra de Cultura de Grecia Melina Mercouri y su homólogo francés Jack Lang. Su propósito consistía en la organización de una serie de eventos culturales para situar en el mapa europeo a las ciudades europeas, destacando su contribución a la cultura del continente desde la perspectiva de su riqueza histórica y su evolución contemporánea. Actualmente el título de la Capitalidad Europea de la Cultura es un galardón de gran prestigio y relevancia, por el que compiten cada año un gran número de ciudades aspirantes. Landry (2011), Palmer (2004), Olins (2003), García, Melville y Cox (2010), Prado et al (2010) destacan el significativo impacto que produce en la imagen urbana y sus diferentes ámbitos funcionales el título de la Capitalidad Europea de la Cultura. Refiriéndose a las ciudades finalistas como



III congreso internacional de ciudades creativas

III congreso internacional de ciudades creativas

Liverpool 2008, Lille 2004 o Glasgow 1990, los autores destacan el valor del evento como un impulso a la proyección internacional urbana, el catalizador de la confianza interna, la influencia positiva en la percepción interna y externa de la ciudad por sus principales públicos de interés, así como el estímulo para la regeneración urbana.

Para la edición del título de la Capitalidad Cultural Europea 2016, que por orden cronológico corresponde a una ciudad española y a una polaca, se presentaron al concurso en España quince ciudades. Después de la primera ronda de selección, quedaron seis finalistas – Burgos, Córdoba, Donostia-San Sebastián, Las Palmas de Gran Canaria, Segovia y Zaragoza. Las seis finalistas presentaron sus respectivos proyectos culturales a la selección final cuya ganadora resultó ser Donostia-San Sebastián.

El proyecto de una Capital Cultural Europea empieza a gestarse entre diez y siete años antes del año de la celebración del título. Aunque sólo una ciudad resulta ser la ganadora, el trabajo desarrollado por el resto de las aspirantes en el período de diseño del proyecto es muy significativo y afecta las principales dinámicas urbanas.

En este contexto, el propósito de la investigación ha consistido en la identificación del impacto en los diferentes ámbitos urbanos del proyecto cultural desarrollado por seis ciudades españolas para conseguir el título de la Capitalidad Europea de la Cultura 2016. El contenido de la investigación es el análisis de las dinámicas culturales experimentadas por seis ciudades españolas en el contexto de su competición por el título de la Capital Europea de la Cultura 2016.

Objetivos

El objetivo general de la investigación consiste en la identificación del impacto en los diferentes ámbitos urbanos de los proyectos culturales desarrollados por seis ciudades españolas finalistas al título de la Capital Europea de la Cultura 2016.

Metodología

Las protagonistas de esta investigación son seis ciudades finalistas al título de la Capitalidad Europea de la Cultura 2016, así como las personas clave de los equipos de trabajo de cada una de estas ciudades. La investigación ha consistido en la observación y análisis de los hechos, de la experiencia y del impacto en la ciudad del proceso de su participación en el concurso nacional por el título. En este contexto, las técnicas de investigación cualitativa como la entrevista en profundidad y el análisis de los contenidos se consideraron los más idóneos para cumplir el objetivo de la investigación. Para asegurar la recogida completa de la información, se plantearon, por un lado, las entrevistas en profundidad con los máximos responsables de cada uno de los proyectos urbanos, y por el otro, se llevó a cabo el análisis de contenidos de las principales fuentes de información sobre los proyectos presentados.



III congreso internacional de ciudades creativas

III congreso internacional de ciudades creativas

La muestra de la investigación está formada por seis ciudades finalistas: Burgos, Córdoba, Donostia-San Sebastián, Las Palmas de Gran Canaria, Segovia y Zaragoza, seleccionadas para la fase final de la competición el 30 de septiembre del 2010 por el Comité de Selección Internacional, formado por trece expertos en gestión cultural, comunicación y arte designados por las instituciones de la Unión Europea y el Ministerio de Cultura de España. Para recabar la información relevante sobre los proyectos de cada una de las ciudades, se contactó con los máximos responsables de los proyectos finalistas: director/a del proyecto y su equipo más cercano. A excepción del equipo gestor de la candidatura de Las Palmas de Gran Canaria, que no pudo confirmar la disponibilidad de agenda de ninguno de sus expertos debido a los cambios producidos en el Gobierno local después de las elecciones municipales de mayo del 2011, todos los demás equipos sí confirmaron su disponibilidad e interés en la investigación. Antes de cada entrevista se remitió por correo electrónico al entrevistado la presentación del proyecto de investigación junto con el cuestionario de preguntas abiertas. Las preguntas formuladas en el cuestionario reflejaban los objetivos de la investigación y abarcaban los siguientes ámbitos:

1. Los retos de la estrategia de gestión y desarrollo de cada ciudad candidata. La función de la cultura en la estrategia urbana.
2. El papel de la candidatura de la Capitalidad Europea de la Cultura 2016 en el contexto de esta estrategia de gestión y desarrollo urbano.
3. El proceso de elaboración del proyecto de la candidatura. La idea central, los valores, los contenidos y el target de las diferentes iniciativas de la ciudad candidata.
4. El proceso de implementación del proyecto de la candidatura, su repercusión e impacto en los diferentes ámbitos urbanos.
5. La estimación de la repercusión del proyecto de la candidatura a corto, medio y largo plazo para la ciudad. La continuidad o no del programa presentado en el caso de no ser designada ganadora del título.

Las entrevistas individuales a los interlocutores relevantes de los equipos de Córdoba, Donostia-San Sebastián, Segovia y Zaragoza se realizaron de forma presencial.

Por otro lado, se llevó a cabo el análisis de contenido de los dossieres finales de las ciudades con el objetivo de enriquecer la recogida de la información identificando nuevos datos sobre la visión, objetivos y contenidos de cada uno de los proyectos.

1. Cultura: factor clave de la competitividad y la regeneración urbana.

La cultura, en su perspectiva más abstracta, puede interpretarse como la forma en la que una sociedad o un lugar expresa sus significados y valores a través de códigos, rituales, actitudes, tradiciones y comportamientos. Su manifestación se produce a través de las artes, el conocimiento acumulado, la creatividad humana y las industrias culturales (Landry,



III congreso internacional de ciudades creativas

III congreso internacional de ciudades creativas

2011). Las ciudades son escenarios únicos para la generación y acumulación del legado cultural de la humanidad, crean arte y son arte, afirma Mumford (1937). En las primeras ciudades egipcias y sumerias se inventó el calendario, la escritura y la división del tiempo vigentes en la actualidad. A través de la escritura y la religión la ciudad expresa la “*calidad humana*”, es el lugar de origen de las libertades civiles, ciencias y las normas del derecho (Novak, 2007). Al mismo tiempo, el futuro de las ciudades depende de la utilización del rico conocimiento de sus ciudadanos, de la educación, la innovación y de la gestión del talento. (Girardet, 1999; Rogers y Gumuchdjian, 1997; Vergara y De las Rivas, 2004; Le Gates y Stout, 2011).

Para el visionario arquitecto Richard Rogers, la ciudad ideal es una ciudad donde la riqueza se genera gracias a la creatividad de los ciudadanos y la innovación es impredecible y espontánea. Los problemas a los que se enfrentan las ciudades contemporáneas como contaminación, criminalidad y segregación social sólo pueden solucionarse a través de una participación activa de los ciudadanos junto con su gobierno en la creación de un nuevo entorno urbano sostenible en todas sus vertientes. Una ciudad bella, justa, creativa, ecológica, compacta, comunicativa y diversa es el paradigma de la gestión y planificación urbana (Rogers y Gumuchdjian, 1997).

La organización internacional Ciudades y Gobiernos Locales Unidos (CGLU) que representa a más de 1000 ciudades, coordina desde el 2005 la difusión e implementación a nivel mundial de la *Agenda 21 de la cultura* para la integración de las políticas culturales en la gestión urbana. Una de las propuestas más relevantes de CGLU consiste en considerar la cultura como el cuarto pilar del desarrollo sostenible urbano, además de los tradicionales pilares de crecimiento económico, la inclusión social y el equilibrio medioambiental (www.agenda21culture.net).

En el contexto de la economía globalizada se acentúa la competencia entre las ciudades para consolidar su prestigio y relevancia para atraer el mejor talento, inversores y grandes corporaciones. Frente al núcleo reducido de las capitales mundiales como Londres, Nueva York, Tokio, París o Shanghai que definen la agenda económica, política y cultural mundial, el resto de las ciudades luchan por consolidar sus ventajas y valor estratégico en el mapa mundial. Muchas ciudades se encuentran en el proceso de la transición de su economía dejando atrás el pasado industrial y definiendo nuevos valores que posibiliten su engranaje en la economía globalizada de las tecnologías de la información y aseguren un futuro próspero a sus ciudadanos. La cultura, en su sentido amplio, como las artes, la creatividad humana y las industrias culturales se perciben como un recurso y activo clave en este proceso. Su protagonismo asegura una transformación profunda y una evolución en la economía y la sociedad urbana (Landry, 2011).

García (2008, citando a Bianchini, 1993, 1999) afirma que en los años ochenta del siglo XX comienza la etapa que marca el comienzo del uso de la cultura como elemento principal de



III congreso internacional de ciudades creativas

III congreso internacional de ciudades creativas

las políticas urbanas, dotando al centro de las ciudades del protagonismo en la formación de la identidad cívica y haciendo hincapié sobre el potencial de la política cultural como activo clave para el desarrollo urbano y su regeneración. Anteriormente, la actitud predominante de los gestores urbanos fue considerar a la cultura como algo separado y opuesto a la producción material y actividad económica. Los años ochenta y noventa del siglo XX se caracterizan por el incremento de la inversión en las infraestructuras de la producción cultural; la organización de eventos a gran escala en el centro de las ciudades; el resurgimiento de espacios públicos en la ciudad y el aumento de la participación pública y privada en la gestión de los proyectos culturales urbanos (García, 2008, citando a Kong, 2000). El espacio urbano es redescubierto y empieza a ejercer su magnetismo gracias a sus instituciones culturales, su vibrante vida artística, sus infraestructuras y sus activos. La ciudad emerge como un acelerador de nuevas oportunidades. En este contexto comienza la regeneración a través de la implantación de políticas culturales en las antiguas ciudades industriales como Bilbao, Essen, Ruhr, Liverpool, Lille, Londres, Helsinki, Bruselas y Birmingham, entre otras (Landry, 2011).

Entre las posibles razones que pueden explicar la proliferación de acciones culturales en diferentes territorios, Anholt (2010) destaca el fondo de una transacción placentera entre el público y el territorio. A cambio de una atención y un reconocimiento hacia el lugar por parte del público, éste recibe un estímulo artístico o intelectual relevante. El autor afirma que los gobiernos de todo el mundo empiezan a reconocer el increíble y eficaz alcance de la cultura como el *soft power* de la diplomacia contemporánea.

Desde finales del siglo XX, se refuerza la convergencia entre la cultura y la economía de las ciudades. García (2008) afirma que, aunque las ciudades siempre han desempeñado funciones culturales, la evolución de la economía global orientada hacia los servicios ha posicionado a la cultura como el eje central de la agenda urbana, considerándola como un activo económico y un productor de espacios urbanos de carácter comercial. La renovación de una ciudad es, en gran medida, un proyecto cultural dado que no sólo implica la transformación física del aspecto exterior y las infraestructuras urbanas, sino, principalmente, requiere un cambio de creencias y percepciones de sus ciudadanos. La participación ciudadana es clave en cualquier proyecto de regeneración urbana. La cultura cuenta con recursos narrativos y visuales poderosos para explicar la visión del cambio, crear motivación e involucrar activamente a los ciudadanos en el proceso. (Landry, 2011).

Para Sudjic (2007), la regeneración urbana a través de la cultura es una estrategia clave de planificación de las ciudades contemporáneas. Las ciudades adoptan diferentes enfoques estratégicos en su apuesta por la cultura como motor de desarrollo urbano.

Barcelona, es un ejemplo de referencia de la regeneración urbana a través de la cultura. La celebración de grandes eventos culturales como los Juegos Olímpicos del 1992 o el Foro de las Culturas del 2004 son hitos claves de este modelo que ha combinado la reestructuración



física de la ciudad con la reafirmación de su identidad catalana y mediterránea a través de múltiples acciones de carácter cultural y empresarial (García, 2008).

Los casos de Curitiba y Bilbao ofrecen dos perspectivas diferentes a la estrategia de regeneración urbana a través de la cultura. El enfoque holístico de las políticas de gestión y planificación urbana centradas en la sostenibilidad económica, medioambiental, social y cultural de Curitiba frente a una estrategia de planificación urbana con participación de grandes estrellas mundiales de arquitectura y urbanismo de Bilbao.

Sudjic (2007) destaca como otro caso paradigmático la transformación de la ribera sur del Támesis, de un espacio post-industrial abandonado en un próspero barrio residencial gracias al desarrollo del museo Tate Modern y el Millenium Bridge.

2. La Capitalidad Europea de la Cultura, una herramienta excepcional para la consolidación del prestigio y la ventaja competitiva de una ciudad a través de la cultura.

El origen de la Capitalidad Europea de la Cultura surge en 1985 como una iniciativa cultural promovida por la ex-ministra de cultura griega Melina Mercouri y su homólogo francés Jack Lang. Los ex-ministros de cultura de Grecia y Francia idearon una serie de eventos anuales para situar en el mapa europeo a las ciudades europeas, destacando su contribución a la cultura del continente y al acercamiento de los pueblos.

Los objetivos iniciales del programa consistían en dotar de una dimensión cultural los proyectos de la Comunidad Europea que no tenía definido un programa de acción cultural. Por otro lado, se pretendía celebrar la cultura europea como el medio para acercar diferentes comunidades (García, 2008). Destacar la riqueza y la diversidad de las culturas europeas, celebrar los vínculos culturales europeos, unir a los ciudadanos europeos a través de la cultura y fomentar su mutuo entendimiento figuran entre los principales retos de la iniciativa (<http://ec.europa.eu/culture>).

La presentación de las ciudades candidatas al título se realiza en función del orden cronológico establecido por la Unión Europea para sus estados miembros. Los dos principales criterios que rigen la selección de las candidaturas son la *Dimensión Europea* y la *Ciudad y sus Ciudadanos*. El criterio de la *Dimensión Europea* implica la necesidad de enfocar el programa de la ciudad candidata hacia la cooperación cultural y el diálogo entre los países europeos, destacando los aspectos comunes y la diversidad de las culturas. En cuanto al segundo criterio, la *Ciudad y sus Ciudadanos*, el proyecto de la ciudad candidata tiene que estimular una participación activa de los habitantes de la ciudad y sus alrededores. Otro aspecto de este criterio tiene que ver con la sostenibilidad del proyecto y su repercusión en el ámbito cultural y social de la ciudad a largo plazo (Official Journal of the European Union 03.11.2006, L 304/3). La designación final se realiza por el Consejo de



III congreso internacional de ciudades creativas

III congreso internacional de ciudades creativas

Ministros de la Unión Europea a propuesta de la Comisión Europea y su comité de expertos aproximadamente cuatro años antes del evento.

Desde 1985 más de 45 ciudades europeas fueron designadas Capitales Europeas de la Cultura, convirtiéndose durante un año en un escenario y contenedor único de arte, cultura, creatividad y talento urbano. La competencia por ostentar el título se hace cada vez más fuerte. Doce ciudades británicas lucharon por el título en el 2008, ocho ciudades francesas y nueve eslovacas presentaron sus candidaturas para el título del 2013, mientras que la convocatoria del 2016 contó con dieciséis candidaturas en España (<http://ec.europa.eu/culture>).

Los proyectos estratégicos y culturales de las Capitales Europeas de la Cultura elegidos desde 1985 han tenido enfoques diferentes. Desde programas puramente divulgativos en el caso de Atenas, la primera ciudad ganadora del título, hasta proyectos centrados en la integración de minorías étnicas de Weimar, la colaboración intercultural de Luxemburgo, o la regeneración urbana de Glasgow.

El proyecto de Glasgow en 1990 se convirtió en un caso de referencia por la envergadura de las iniciativas emprendidas y la repercusión del título de la Capitalidad Cultural en la identidad y percepción de la ciudad en Europa. García (2008) destaca que Glasgow fue la primera ciudad en aprovechar el título como catalizador de la regeneración urbana. El énfasis de su programa se centró en el uso amplio de la cultura, más allá de las expresiones artísticas. El diseño, la arquitectura, religión, deportes y el resto de elementos que configuran la identidad cultural de la ciudad fueron protagonistas en los diferentes eventos. El programa se desarrolló tanto en el centro de la ciudad como en sus zonas periféricas, involucrando a amplios segmentos de la población. Glasgow movilizó todas sus fuerzas para crear una conexión con el resto de Europa en el contexto de un mayor entendimiento de la historia y cultura europeas. Los eventos culturales programados tuvieron una temática europea y contaron con una participación activa de los ciudadanos. Como resultado del año, Glasgow dejó atrás su imagen violenta post-industrial y reafirmó significativamente su posición en Europa, convirtiéndose en un nuevo destino ideal para grandes eventos, congresos y convenciones, así como en un lugar de grandes iniciativas culturales y artísticas. Aprovechando el legado del 1990 y continuando con el ambicioso plan de reconversión de la ciudad, Glasgow fue nominada Ciudad de Arquitectura y Diseño del Reino Unido en 1999 y será sede de los Juegos del Commonwealth en el 2016 (<http://ec.europa.eu/culture>).

La ciudad de Weimar aprovechó la capitalidad europea en 1999 para dejar atrás su oscuro pasado relacionado con los crímenes de la Alemania Nazi y posicionarse como un nuevo modelo de la convivencia europea. La programación cultural tuvo como un hito destacado el concierto conjunto de Daniel Barenboim, Yo-Yo Ma y Edward Said que dio origen a la Orquesta internacional Diván de Oriente y Occidente que reúne a músicos israelíes, palestinos y árabes.



III congreso internacional de ciudades creativas

III congreso internacional de ciudades creativas

La capitalidad europea de Brujas en 2002 puso a la ciudad en contacto con las vanguardias artísticas de todo el mundo, dejando un importante legado arquitectónico como el nuevo auditorio de la ciudad o el pabellón de agua de Toyo Ito.

Antes de la celebración de la Capital Europea de la Cultura en Lille en el 2004, los habitantes de la ciudad solían destacar como los lugares más interesantes para visitar a las ciudades cercanas belgas Brujas y Gante. Después del 2004 la percepción del atractivo de la ciudad y el orgullo de sus habitantes ha cambiado significativamente (<http://ec.europa.eu/culture>). El evento actuó como un catalizador para unir las fuerzas y cambiar las percepciones internas y externas sobre la ciudad y su potencial como un atractivo destino turístico, que ha dejado atrás su pasado industrial (Landry, 2011). El esfuerzo realizado por los organizadores para motivar e involucrar a la población en la celebración de fiestas populares y grandes conciertos tuvo un efecto muy potente. A la fiesta de apertura del Año Cultural tenían previsto asistir, según las previsiones más optimistas de los organizadores, 10.000 personas. El recuento final contó con 700.000. El año se caracterizó por integrar en todos los eventos la cultura de los inmigrantes polacos, una de las diásporas más relevantes de la zona. Otro legado destacado del año fue la reconversión de los espacios industriales antiguos y abandonados en *Maisons Folies*, nuevas sedes de encuentro artístico y popular y escenarios para la expresión creativa de los jóvenes.

Luxemburgo fue la primera ciudad europea en repetir el protagonismo de la Capital Cultural en el 2007. La edición anterior del 1995 había sentado las bases del éxito del segundo proyecto centrado en destacar la riqueza e importancia del intercambio cultural, el papel de las migraciones en el desarrollo y difusión de la cultura. Artistas de Alemania, Francia y Polonia participaron en la mayoría de eventos y exposiciones, aportando un enfoque multi-cultural. Otro hito destacado fue la reconversión de antiguos espacios industriales como cocheras de locomotoras y fábricas de acero y fundición en escenarios artísticos.

Los estudios de evaluación realizados por la Unión Europea sobre el impacto de la Capitalidad Europea de la Cultura reconocen el poder de la cultura como una herramienta potente para la regeneración urbana, incremento del prestigio de la ciudad tanto a nivel interno como a nivel internacional, impulso a la vitalidad del espíritu cultural y estímulo al turismo (<http://ec.europa.eu/culture>). El título de la Capital Europea de la Cultura se ha convertido en uno de los recursos culturales de mayor prestigio que incorporan las ciudades en sus estrategias de gestión y planificación urbana, catalizador de la confianza interna y la proyección internacional (Landry, 2011). Robert Palmer, autor del informe sobre las Ciudades y Capitales Culturales Europeas 1985-2004, afirma que se trata de *“una herramienta poderosa que opera en una escala sin precedentes ofreciendo oportunidades de acción y convirtiéndose en el catalizador de cambio de la ciudad”* (Palmer, 2004, p.188).



La celebración de la Capitalidad Europea de la Cultura supone un importante legado artístico, económico, cultural y social para la ciudad. Los principales efectos del programa suelen manifestarse en mejoras en infraestructuras culturales, una mayor consistencia en el desarrollo de las iniciativas culturales y las industrias creativas, la creación de nuevas redes artísticas a nivel local e internacional, así como la mejora del perfil cultural y la imagen de la ciudad (Palmer, 2004).

Una conclusión similar encontramos en el estudio sobre el Impacto de la Capitalidad Europea de la Cultura llevado a cabo por la Asociación de las Ciudades Candidatas que destaca que sólo el hecho de ser candidata, aunque no finalista, ya deja una huella importante en la ciudad debido a que se trata de *“una marca de prestigio, por lo que cualquier ciudad que una su nombre a dicho acontecimiento aumenta automáticamente su “estatus cultural” tanto a nivel local como nacional, y su potencial turístico”* (Prado Alegre, Rodríguez Merinero, Álvarez Barrientos, Marco y Otero, 2010, p.6). El estudio afirma que el trabajo en la candidatura produce un impacto real y tangible tanto en las ciudades candidatas como en sus ciudadanos. Entre los beneficios más importantes de la candidatura, independiente del resultado del concurso, el estudio destaca la inversión en las infraestructuras y la renovación urbana. Por otro lado, el trabajo en el marco de la candidatura afecta positivamente la imagen de la ciudad y el desarrollo del turismo cultural.

Las ciudades candidatas suelen realizar acciones de cooperación internacional como hermanamientos, intercambios culturales, visitas institucionales y acciones culturales conjuntas. Según Parado et al (2010), un 21% de las ciudades españolas y polacas candidatas se han hermanado con otras ciudades europeas y el 62% de las ciudades candidatas han realizado acciones de cooperación cultural internacional. Lo significativo de estos datos es que ambas acciones no están ligadas directamente a la adjudicación del título, sino tienen un carácter permanente e influyen en la imagen y proyección cultural de la ciudad a largo plazo.

3. El impacto del proyecto de la Capitalidad Europea de la Cultura 2016 en seis ciudades españolas finalistas al título.

Burgos

El proyecto de Burgos 2016 surgió como parte central del Plan Estratégico de la Ciudad 2001-2015 que había sentado las bases para convertir a Burgos en *“una ciudad vital y revitalizada, inspiradora de la nueva Europa de las ciudades, de la creatividad y de los valores humanos”* (Burgos 2016, 2010, p.22). La candidatura se planteó como una



III congreso internacional de ciudades creativas

III congreso internacional de ciudades creativas

oportunidad de regenerar la ciudad e impulsarla hacia un nuevo status en el mapa europeo, apostando por la cultura como el principal motor de cambio urbano.

La idea central del proyecto Burgos 2016 fue *R-evolución*. Esta idea global reflejaba la necesidad de reposicionamiento de la ciudad para afrontar los nuevos retos en el contexto de la economía global para “gestionar una transición desde una economía manufacturera, a una economía de conocimiento y las industrias creativas” y “para pasar de atraer empresas a atraer y retener el talento de las personas” (Burgos 2016, 2010, p.24).

El programa cultural de la candidatura se estructuró en cuatro temas centrales: *La Ciudad Auténtica, compartir el espacio público y los valores humanos; La Ciudad Elocuente, El Problema de la Belleza y Viajes en Busca de la Verdad*. El desarrollo de cada uno de los temas estaba previsto a través de tres fases temporales: Re-descubrir (2011-2015), Re-inventar (2016) y Re-editar (2017-en adelante).

Uno de los aspectos más destacados del proyecto de Burgos 2016 fue la amplia participación ciudadana tanto en la fase de diagnóstico inicial y elaboración de la propuesta a la puesta en marcha de diferentes iniciativas culturales. Más de 2.500 personas participaron en debates sobre el estado actual de cultura en la ciudad.

El programa *R-evolucionarios* se convirtió en una plataforma de acceso e involucración ciudadana en los eventos y actividades culturales. Más de 15.000 personas participaron en acciones de voluntariado de la candidatura para la puesta en marcha de diferentes proyectos de la fase de pre-selección. Por otro lado, es significativo el apoyo incondicional al proyecto de las principales instituciones políticas, financieras y culturales, así como del tejido empresarial de la ciudad. La Fundación Burgos 2016, gestora de la candidatura, ha contado desde su fundación con el apoyo de las principales instituciones políticas, financieras y culturales de la ciudad: Ayuntamiento de Burgos, Caja de Burgos, Patronato de Turismo de Burgos, Caja Círculo, Universidad de Burgos, Diputación de Burgos, Asociación Plan Estratégico, Grupo Mahou San Miguel, Promecal y Fundación Atapuerca. A través del plan de patrocinio empresarial se obtuvieron más de 300.000 euros para la presentación y promoción de la candidatura, lo que suponía una aportación mayor que la del Ayuntamiento de la ciudad. Según el experto en gestión pública, Ignacio Niño, los altos índices de participación empresarial en Burgos 2016 es uno de los rasgos más diferenciadores del proyecto (Niño, entrevista personal, 2.12.2011).

El impacto de la elaboración y presentación de la candidatura se ha manifestado, por otro lado, en la intensificación de la relación entre la ciudad y su tejido empresarial, estímulo al orgullo de pertenencia y autoestima de los burgaleses, una mejora de la imagen de la ciudad y su proyección internacional. Otro legado del proceso de la candidatura se manifiesta en el creciente número de centros artísticos de formación y creación en la ciudad (Deloitte, 2011). Para Niño, la participación de Burgos en la competición por el título ha sido una experiencia muy positiva: “la ciudad mostró que bien organizada y movilizada



III congreso internacional de ciudades creativas

III congreso internacional de ciudades creativas

puede jugar un papel mucho más importante que el que juega hoy en el mapa de las ciudades españolas y que además tiene recursos para hacerlo” (Niño, entrevista personal, 2.12.2011).

La estrategia de Burgos después del proceso de participación en la selección de la Capitalidad Cultural Europea está orientada a la atracción de la innovación y talento a la ciudad, así como a la consolidación de su perfil como sede de congresos y convenciones relacionados con las ciencias de la evolución humana (Seisdedos, entrevista personal, 1.12.2011).

Córdoba

El proyecto nació a raíz del *Segundo Plan Estratégico de Córdoba* y siguiendo los principios de la *Agenda 21 de la cultura. Un compromiso de las ciudades y los gobiernos locales para el desarrollo cultural*. El objetivo principal del proyecto consistió en asegurar que *“Córdoba centrarse en la cultura el eje fundamental de su desarrollo urbano y socio-económico de futuro”* (Lucena, entrevista personal, 15.06.2011). La apuesta por la cultura como el vector principal del desarrollo de la ciudad es contundente en la presentación de la candidatura:

“La industria cultural será el motor económico sostenible, necesario e imprescindible para Córdoba como ciudad del siglo XXI. Creará empleo, generará agentes y tejido cultural, acogerá creativos externos y promoverá un turismo cultural activo. Surgirán nuevas profesiones vinculadas al sector terciario o de servicios, como la gestión cultural, que anidarán en la ciudad fortaleciendo, a su vez, a otros sectores profesionales” (Córdoba 2016, 2011, p.48).

El título del proyecto final *El futuro tiene raíces. Celebrando la diversidad* reflejaba la aspiración de Córdoba de aportar su visión de futuro de la cultura europea partiendo de la riqueza muticultural de la ciudad y su evolución histórica como una ciudad de diálogo y tolerancia (Alvarez Basso, entrevista personal 25.05.2011). El *Paradigma de Córdoba*, de tolerancia y entendimiento entre los pueblos ha sido la definición de este papel simbólico de la ciudad. El papel de la cultura, en este contexto, cobra un especial protagonismo en la propuesta al plantearse como *“un vehículo de diálogo y entendimiento”* y *“el eje de una profunda transformación socioeconómica sostenible de la ciudad”* (Córdoba 2016, 2011, pp.12-13).

El proyecto cultural de la candidatura ha sido desarrollado bajo el concepto de *Constelación Sur* que se presenta en tres ejes *Paradigma de Córdoba; Euroconectores: Celebrando la diversidad; La ciudad y los días* cuyos principales objetivos son *“la construcción del legado de Córdoba como una narración actualizada, la construcción de la cultura desde la diversidad en y desde Europa, y la construcción de la ciudad y de la condición urbana”* (Córdoba 2016, 2011, p.55).



III congreso internacional de ciudades creativas

III congreso internacional de ciudades creativas

Los eventos más destacados a escala nacional e internacional de la programación cultural de Córdoba 2016 y que siguen en la cartelera anual de la ciudad son el certamen internacional de poesía *Cosmopoética*; el Festival Internacional de Animación de Córdoba *Animacor*; el festival internacional *La Noche Blanca del Flamenco*; el Festival Internacional de la Creación Joven *Eutopía*, así como el *Festival de Guitarra* de Córdoba.

Uno de los rasgos más destacados de Córdoba 2016 fue el apoyo popular a la candidatura y la participación activa de los ciudadanos, empresas e instituciones en sus diferentes proyectos: *“En los últimos nueve años, la candidatura se ha convertido en el principal catalizador de las iniciativas ciudadanas, elemento de consenso social indiscutible y activador de las ilusiones de la ciudadanía cordobesa”* (Propuesta de candidatura Córdoba 2016, 2011, p.11). Desde la primera convocatoria pública en el 2009 para la presentación de proyectos e iniciativas ciudadanas, los gestores de la candidatura recibieron 494 propuestas, 157 de las cuales fueron seleccionadas para el dossier final (Córdoba 2016, 2011, p.5).

En la recta final de la selección en el 2011, toda la ciudad lució banderolas azules de la candidatura en sus balcones. Como comentan los responsables del proyecto, las banderas colgadas por los ciudadanos para manifestar su apoyo a la candidatura fueron una muestra de orgullo de pertenencia y compromiso con la ciudad con un impacto visual y simbólico sin igual (Alvarez Basso, entrevista personal 25.05.2011). Además del apoyo masivo popular, el proyecto contó con 2.230 voluntarios activos Otro ejemplo de la participación popular ha sido la convocatoria de una foto popular en el Puente Romano de Córdoba a la que acudieron más de 10.000 personas, con las camisetas azules en apoyo de la candidatura urbana. El evento se convirtió en una marea azul que colapsó el puente y sus accesos, demostrando el poder de la energía ciudadana y su compromiso incondicional con la ciudad.

A pesar de no seguir adelante para el 2016, el proyecto Córdoba ha dejado una importante huella en la vida de la ciudad y sus habitantes: *“el legado ya está muy consolidado con nuevas infraestructuras, nuevos programas y nuevos hábitos culturales”* (Pérez, entrevista personal, 15.06.2011).

Además del legado material y una mayor presencia en medios a nivel nacional, el proyecto desempeñó un importante papel unificador entre las principales fuerzas políticas y las diferentes administraciones de la ciudad. *“Esta unión en torno a un proyecto colectivo no se había producido nunca. Esta capacidad de unir a toda la ciudad en torno a un proyecto y ponerlo en marcha, generando ilusión e implicación, ha sido inédita”* (Lucena, entrevista personal, 15.06.2011). Para Manuel Pérez, el Director de la Oficina Municipal de la Capitalidad se trató de un hecho sin precedentes en la vida política de la ciudad porque *“se han creado nuevas formas de trabajo conjunto entre Ayuntamiento, Diputación,*



III congreso internacional de ciudades creativas

III congreso internacional de ciudades creativas

Universidad, empresarios, asociaciones, entidades, es en realidad un nuevo modelo de trabajo colectivo y común” (Pérez, entrevista personal, 15.06.2011).

Otro logro destacado del proyecto es una mejora significativa de la oferta cultural de la ciudad. *“Los hábitos de consumo cultural de los cordobeses también han mejorado sensiblemente y el consumo cultural es irreversible, una vez empiezas ya no puedes parar” (Alvarez Basso, entrevista personal 25.05.2011).*

Donostia – San Sebastián

La propuesta de Donostia-San Sebastián se elaboró partiendo del *Plan Estratégico 2020*. El plan define la visión de Donostia-San Sebastián como *“una ciudad cohesionada, sin exclusiones sociales, sin violencia, que cuenta con una ciudadanía activa, participativa en lo público y preparada para intervenir en un mundo global y cambiante” (Donostia-San Sebastián 2016, 2011, p.16)*. Los cuatro ejes principales del *Plan Estratégico 2020, Diseñado en Donostia-San Sebastián, Personas y Valores, Ciudad Conectada, Vivir y Disfrutar*, se habían definido respetando la filosofía del plan territorial *Gipuzkoa +20* y el plan autonómico *EcoEuskadi* que apuestan por consolidar la economía cultural-creativa de la ciudad.

La elaboración del proyecto para la presentación final se realizó bajo el mandato del último alcalde socialista de la ciudad, Odón Elorza. La situación particular de la ciudad como escenario del conflicto permanente desencadenado por ETA, así como la división de la sociedad como consecuencia de este conflicto tuvo un especial protagonismo en la propuesta de la candidatura. El gran reto que definió el proyecto para la ciudad y el País Vasco para los próximos años era *“alcanzar la paz y crear un modelo de convivencia que compartir con las demás ciudades europeas, basado en el respeto a los Derechos Humanos, la cultura de paz, la educación en valores y la diversidad lingüística y cultural, todo lo cual enriquece e identifica la construcción ciudadana de Europa” (Donostia-San Sebastián 2016, 2011, p.3)*. En este contexto, la ciudad se ofreció como laboratorio de convivencia y de cohesión social a través de la cultura. Apostando por la creatividad como una herramienta de innovación, el proyecto se propuso ofrecer soluciones y nuevos puntos de vista a los problemas y fisuras sociales.

Olas de energía ciudadana. Cultura para la Convivencia es la idea central de la candidatura que apostó por la energía, la creatividad y la capacidad de los ciudadanos para generar innovación, progreso y bienestar social a través de su implicación en proyectos artísticos y culturales. Los tres valores clave del proyecto se sintetizaron en tres palabras: *transformador, transversal y transfronterizo* que reflejaban la apuesta por la cultura como un impulso multidisciplinar revulsivo para las experiencias, actitudes y percepciones de los



III congreso internacional de ciudades creativas

III congreso internacional de ciudades creativas

ciudadanos y que actúa tanto en la ciudad como en todo el litoral, los pueblos del interior y los territorios cercanos a Gipuzkoa.

El enfoque innovador para la elaboración de los contenidos, metodologías de trabajo y escenarios es una característica muy destacada de la candidatura de Donostia-San Sebastián frente al resto de las finalistas. El propósito de los gestores fue crear un proyecto que pueda servir como paradigma cultural sin dejarse influenciar por las dinámicas de la sociedad del espectáculo y de consumo masivo de la cultura. La cultura en este contexto se considera una fuente de conocimiento e intercambio que asegura diferentes visiones, poniendo en escena contradicciones y antagonismos (Donostia-San Sebastián 2016, 2011, p.22).

Los contenidos del programa cultural se estructuran en torno a cuatro faros temáticos: *Faro de la Paz*, *Faro de la Vida*, *Faro de las Voces* y *Faro del Mar y de la Tierra* que recogen los 62 proyectos. Todos los proyectos surgen de cinco metodologías transversales de trabajo que pretenden transformar la realidad socio-cultural y estimular la creatividad: los laboratorios de energía ciudadana, *Auzolab*; los laboratorios transmedia, *Hirikia*; los laboratorios de arte y creatividad, *Pagadi*; los laboratorios de lenguas, *h(e)izkuntza*; y los laboratorios de Parques Culturales.

La participación ciudadana ha sido la base y la forma de desarrollo de todo el proyecto de la candidatura que pretendía iniciar una transformación social a partir de la cultura. A través de las consultas populares y la puesta en marcha de los innovadores laboratorios sociales se ha asegurado una amplia participación de los ciudadanos, agentes culturales, empresas e instituciones en todas las iniciativas de la candidatura.

El proyecto contó desde el principio con el respaldo por el Ayuntamiento, el Gobierno Vasco, la Diputación de Gipuzkoa, a nivel institucional y contó con el apoyo de las empresas vascas locales.

Las Palmas de Gran Canaria

La candidatura de Las Palmas de Gran Canaria surgió a raíz del Plan Estratégico de la Ciudad *Proa 2020*, que articuló cuatro ejes de desarrollo urbano: *Una Ciudad de Mar*, *Un Enclave estratégico en el Atlántico*, *Una Ciudad líder en Canarias* y *Una Ciudad que respira Cultura*. El dossier final de la candidatura destaca el papel clave de la cultura para el desarrollo económico, social y la estrategia de reinención de la ciudad. *“Con este proyecto pretendemos transformar los tejidos que componen nuestra esfera social, cultural y económica; esto es redireccionarlos hacia un nuevo paradigma de Ciudad Innovadora y Sostenible”* (Las Palmas de Gran Canaria 2016, 2011, p.282). El proyecto de la Capitalidad contó desde su puesta en marcha con el apoyo incondicional del Ayuntamiento, el Círculo de Empresarios de Gran Canaria, el Gobierno autonómico, así como con una amplia representación del tejido empresarial de la ciudad.



III congreso internacional de ciudades creativas

III congreso internacional de ciudades creativas

La idea central de la candidatura se articuló como *Ciudad-Isla del color, una luz en el océano* reflejando el propósito de la ciudad de convertirse en un faro cultural en la zona ultraperiférica de Europa. Desde su posición geográfica como nexo Atlántico entre Europa, África y América, *la Ciudad-Isla* se ha propuesto aportar una nueva visión a la Capitalidad Cultural a través de la convivencia de múltiples culturas en el territorio, así como su estrecha relación histórica relacionada con la evolución económica y socio-cultural de Europa. Entre los grandes objetivos del proyecto de la capitalidad, el dossier final refleja la apuesta por el rediseño del modelo de la industria cultural; la diversificación y recuperación de espacios como núcleos de acción cultural; la integración de la ciudadanía en los procesos de creación cultural y el refuerzo de carácter europeo con vocación tricontinental de la ciudad. Por otro lado, los cinco fundamentos de la candidatura son creatividad, innovación, desarrollo (del sector cultural, del turismo, social, urbano y sostenible), educación y cooperación. El programa cultural de la candidatura se desarrolló a través de siete líneas temáticas: *Puerto de la luz y las ideas; Arrecife de Huellas; Paralelo 28: Jardín Volcánico; Engánchate al Risco; El Río del Azúcar; Cultura a 22° y + 6 Ciudades-Isla*. Los ejes del programa pretendían reflejar el carácter multicultural de la ciudad, la convivencia de historias y tradiciones con las últimas tendencias, así como su rico patrimonio natural y artístico.

La participación ciudadana fue muy significativa en la elaboración del proyecto de la candidatura. La ciudad tiene arraigada la cultura de participación a través del Consejo Social de la Ciudad, que cuenta con la representación de todas las organizaciones sociales, vecinales, empresariales y culturales. Por otro lado, cada distrito urbano cuenta con su Consejo de Participación Ciudadana. Esta tradición participativa garantizó el apoyo de todos los grupos demográficos y sociales en el proyecto. Por otro lado, la elaboración de la candidatura contó con la participación de agentes culturales locales y extranjeros, centros de formación y difusión artística, colectivos culturales, la Universidad, así como creadores individuales de diferentes sectores. En el marco de la candidatura se creó la Asociación de Voluntarios *Somos Las Palmas GC-2016*. Como destaca el dossier final, el voluntariado ha sido el germen de unión e ilusión para un conjunto de ciudadanos comprometidos con el futuro de la ciudad.

Aunque finalmente, la candidatura de Las Palmas de Gran Canaria no fue elegida finalista, el proyecto contribuyó significativamente a la activación de la conciencia ciudadana y dio un impulso importante al desarrollo de la ciudad: *“habernos iniciado en el proceso de selección Capital Europea de la Cultura 2016 ha contribuido a que Las Palmas de Gran Canaria se haya vuelto a sentir viva y a reubicarnos ante el resto de Europa como una ciudad que posee una estrategia de futuro”* (Las Palmas de Gran Canaria 2016, 2011, p.285). Según las declaraciones del alcalde de la ciudad, Juan Cardona, recogidas por el diario www.laprovincia.es *“Las propuestas de Las Palmas de Gran Canaria 2016 seguirán vivas*



III congreso internacional de ciudades creativas

III congreso internacional de ciudades creativas

en Proyecto ON, que canalizará todas las ideas y colectivos que surgieron a raíz de la candidatura de la ciudad a Capital Europea de la Cultura” (www.laprovincia.es, 14.07.2011).

Segovia

El proyecto de Segovia 2016 surgió a raíz del *Plan Estratégico de Segovia y su Área de Influencia* del 2005 que había apostado por la cultura como el motor de su desarrollo. Desde el 2005 Segovia contaba con un nuevo enfoque para su futuro, con la aprobación en el 2006 del *Plan Estratégico de Cultura*, la revisión en el 2008 del *Plan General de Ordenación Urbana* y en el 2010 del *Plan Especial de Áreas Históricas*. La revisión del *Plan General de Ordenación Urbana* del 2008 hizo un especial hincapié en sus objetivos en el desarrollo del ámbito cultural y turístico para insertar Segovia en las grandes redes de comunicación que eviten su aislamiento; favorecer la difusión de la centralidad cultural; asegurar un entorno favorable a la creación y revitalizar el casco histórico (Segovia 2016, 2011).

Siendo una ciudad relativamente pequeña y sin grandes infraestructuras culturales, Segovia 2016 presentó una propuesta que destacaba el valor de sus aparentes debilidades. La idea central del proyecto pretendió convertir la ciudad en el laboratorio de cultura para la innovación social en Europa (Segovia 2016, 2011, p.12). Este concepto nació a raíz de una reflexión sobre el papel que desempeñan las pequeñas y medianas ciudades europeas en el fomento de la cultura, la innovación, el desarrollo integral y sostenible de la sociedad, el bienestar de sus ciudadanos, así como su conexión con Europa. El dossier final de la candidatura destaca que la mitad de la población europea habita este tipo de poblaciones y por lo tanto se puede hablar de una red de pequeñas ciudades europeas que comparten unas características similares, como modelo a analizar y tener en cuenta. Amiens y Avignon (Francia), Brujas (Bélgica), Canterbury (Inglaterra), Covilhã (Portugal), Eger (Hungría), Ferrara (Italia), Görlitz (Alemania), Kardzhali (Bulgaria), Limerick (Irlanda), Linköping (Suecia), Matera (Italia), Mechelen y Mons (Bélgica), Nitra (Eslovaquia), Siena (Italia), Tours (Francia) y Treni (Eslovaquia) son ejemplos de este tipo de ciudades, según los responsables de la candidatura.

El programa cultural desarrollado para implementar la idea central del proyecto contó entre sus principales objetivos con la generación del territorio creativo en la ciudad y el trabajo en red con Europa. El programa se estructuró en tres ejes: *Una nueva centralidad*, *Ciudad Laboratorio de Patrimonio e Innovación social*. Los tres ejes sustentaron los cuatro programas del proyecto: *Konexionex*, *Paisajes*, *Bravo!* y *Convergentes*. La implementación de cada uno de los programas se asoció a una estación del año.

Los gestores del proyecto involucraron de forma activa a los segovianos en todas las actividades de la candidatura. Desde el 2007 se creó la *Plataforma de Voluntariado Cultural*



III congreso internacional de ciudades creativas

III congreso internacional de ciudades creativas

que en la fecha de la presentación final del proyecto contaba con 300 miembros activos. Otro proyecto relevante en el marco de la colaboración ciudadana fue el *Programa de Bienvenida* que centró su actividad en tres acciones: la creación de bolsa de alojamientos en hogares segovianos; el programa *Greeters* (coordinación de guías voluntarios de la ciudad) y el programa de perfeccionamiento de idiomas para la gente involucrada en los proyectos de la candidatura. El tejido empresarial de Segovia y su provincia constituyeron el *Club 16* formado por sesenta empresas que colaboraron económicamente en el desarrollo del proyecto e iban a ser participantes activos del programa marco *Convergentes*.

Segovia no pasó la selección final, pero el impacto del trabajo de la candidatura resultó ser muy significativo. Las diferentes acciones de los cuatro programas marco del proyecto cultural iban a formar parte con una revisión puntual del *Plan Estratégico de Cultura de la Ciudad 2011-2017* para garantizar su puesta en marcha, declara el dossier final. Los dos criterios definidos para seleccionar las acciones tenían como objetivo la regeneración del territorio, la innovación social y el diálogo con otras ciudades europeas.

Además de las importantes infraestructuras como *La Cárcel Segovia, Centro de Creación; el Palacio de Quintanar Centro de Diseño de Castilla y León; el Teatro Cervantes, El Centro de Innovación y Desarrollo Empresarial; la Biblioteca Pública y la ampliación de Museo de Arte Contemporáneo Vicente Esteban*, entre otras, un efecto significativo del proyecto fue el cambio de la percepción externa e interna de la ciudad. La marca de Segovia 2016 ocupó, según Nuria Preciado (entrevista personal, 04.05.2011), el espacio de marca de Segovia y unió a toda la población en torno a ella. Según los responsables de la candidatura, la ciudad se posicionó con fuerza en los medios artísticos y culturales en los que no había estado presente anteriormente. A nivel internacional, se consolidó la percepción de Segovia como ciudad destino. A nivel interno, la ciudad recibió el impulso de ilusión y confianza:

“Antes de la pre-selección la ciudad ya estaba crecida y capaz de todo y después de pasar, ya la autoestima fue total, yes we can! Y es algo que se mantiene y ha marcado un antes y un después y se va a mantener pase lo que pase ahora. Toda la ciudad ya sabe que hemos podido llegar y estar junto a las grandes ciudades culturales independientemente de nuestro tamaño” (Preciado, entrevista personal, 04.05.2011).

La colaboración entre las diferentes administraciones y organismos para la creación del proyecto creó nuevos modelos de trabajo: *“Se han cambiado las formas de pensar, las estructuras. Antes la gente trabajaba de forma más independiente. Ahora hay una marca común Segovia 2016 bajo la cual trabajan todas las organizaciones culturales”* (Deva, entrevista personal, 04.05.2011).

El éxito de los eventos culturales internacionales celebrados en los años previos a la presentación final de la candidatura como *La Muestra de Cine Europeo o la Noche de Luna Llena* crearon nuevos hábitos culturales entre la población y marcaron, según los responsables del proyecto, un hito en la vida cultural de la ciudad.



III congreso internacional de ciudades creativas

III congreso internacional de ciudades creativas

El informe final de la selección realizado por el Jurado valoró la estructura del programa cultural, la sostenibilidad de los proyectos presentados, así como el apoyo unánime de los diferentes organismos y administraciones públicas.

Zaragoza

Zaragoza 2016 se enmarcó dentro de la estrategia ZaragozaCultura 2010-2020, que define la política cultural de la ciudad como su eje vertebrador y transformador esencial (Zaragoza 2016 Utopía Europa, 2011, p.31). El plan estratégico de ZaragozaCultura 2010-2020 se definió como resultado de un proceso consultivo con 350 profesionales de todos los ámbitos de la cultura y 172 entidades ciudadanas y sociales. Las consultas se realizaron en torno a las siguientes temáticas: Identidades Locales y Europeas e Interculturalidad; Creatividad, Movilidad y Cooperación Cultural; Accesibilidad; Nuevos Públicos y Nuevos Polos de Atracción; Innovación y Tecnologías; Sostenibilidad de programas y proyectos; Educación para la cultura; Industrias Culturales y Ocio, Cultura y Territorio.

El proyecto de Zaragoza 2016 se presentó con el propósito de hacer una reivindicación del papel de las ciudades en la creación de una identidad europea común. La candidatura planteó la necesidad de revisar los fundamentos del proyecto de la Capitalidad Cultural Europea para que tuviera un mayor alcance, visibilidad y continuidad entre sus diferentes ediciones anuales.

Partiendo de la premisa de que la capitalidad europea se había convertido en una cadena de celebraciones autónomas, sin un hilo conductor común ni legado compartido para las siguientes nominadas, Zaragoza optó por el proyecto inspirado en la importancia del legado cultural de las ciudades europeas. Apostando por el desarrollo participativo y creación de experiencias culturales a compartir con otras ciudades, el proyecto propuso la construcción de la nueva Europa de la Cultura: *“Queremos convertir a Zaragoza en fuente dinamizadora de procesos, en un nexo donde todas las ciudades europeas puedan verse acogidas y animadas a mostrar, a compartir y a construir. Queremos generar circulación de ideas y de proyectos reales”* (Fundación Zaragoza 2016, 2011, p.13).

La Utopía fue el eje central de la candidatura de Zaragoza. Utopía entendida como un sueño lejano pero posible, que inspira y da sentido al trabajo de la creación de la identidad común europea. El concepto se manifestó en el programa cultural a través de cinco temas: *Memoria y Celebración, La Europa Diversa, Ciudad y Cultura urbana, La Ruta de la Utopía y el Vínculo con Latinoamérica*. Como destaca el dossier final, Europa con toda su complejidad multicultural no puede ser resumida en un año. Todas las ciudades que han sido Capitales Culturales, están nominadas para serlo o luchan por la nominación, aportan ideas y proyectos de mucho valor para la construcción de la identidad cultural europea.



III congreso internacional de ciudades creativas

III congreso internacional de ciudades creativas

Zaragoza 2016 quiso poner en valor el legado común europeo, convirtiéndose en el contenedor, escenario y laboratorio de sus manifestaciones más significativas. En este sentido, se propuso la creación de un proyecto piloto de *la Oficina para la Capital Europea de la Cultura (European Capital of Culture Office, ECCO)*, como herramienta de mejora del impacto del proyecto de la Capitalidad (Fundación Zaragoza 2016, 2011).

Los tres valores clave de la candidatura, según su director artístico César Faló, fueron la participación, el europeísmo y la sostenibilidad (Faló, entrevista personal, 30.05.2011).

La participación ciudadana fue la base para la creación de los programas y proyectos de la candidatura. En la primera fase de la elaboración de la propuesta más de 500 personas participaron en los grupos de trabajo que sentaron las bases del proyecto. 3.400 personas formaron parte del programa de voluntariado de la candidatura, apoyando al equipo gestor del proyecto. La gestión participativa del proyecto estaba consolidando, según la presentación final, los nuevos modos de gestión de la cultura de la ciudad.

Los contenidos del programa cultural de Zaragoza 2016 se articularon en torno a cinco temas: *Memoria y Celebración; Ciudad y Cultura Urbana; La Europa Diversa; La ruta de la Utopía y El Vínculo con Latinoamérica*. Partiendo de la cultura como el eje central y transversal de las políticas de desarrollo integral urbano, el proyecto Zaragoza 2016 nació con el propósito de desencadenar profundos cambios en el ámbito cultural, social, político y urbano. Entre otros, el dossier final destacaba la consolidación de un modelo transparente en la gestión de la cultura; el incremento de la autoestima e integración ciudadana en la definición de las políticas culturales, el impulso a proyectos educativos, el fomento de la cooperación cultural, el aumento del consumo y de la producción cultural local, un mayor reconocimiento interior y exterior de Zaragoza, la creación de nuevos modos de relación con el espacio urbano y la consolidación de la calle como espacio de producción y consumo cultural (Fundación Zaragoza 2016, 2011).

Conclusiones

En el contexto de la globalización económica mundial, basada en las tecnologías de la información y el acceso al conocimiento, la cultura, en su sentido más amplio como el conjunto de las artes, la educación, la creatividad humana y las industrias culturales, se configura como un eje prioritario para gestores de muchas ciudades alrededor del mundo. Los gestores urbanos apuestan por la cultura como un hilo conductor de sus estrategias de gestión, planificación y regeneración del territorio. Estas estrategias se manifiestan en implementación de políticas activas para la atracción y retención del talento; en el fomento de las iniciativas empresariales ligadas a la cultura, a la educación y el acceso al conocimiento; en el estímulo de la creatividad y la innovación social, así como en la cooperación cultural internacional.



III congreso internacional de ciudades creativas

III congreso internacional de ciudades creativas

El título de la Capitalidad Europea de la Cultura es una herramienta excepcional para las ciudades europeas que apuestan por la cultura como el eje central de su desarrollo urbano. La visibilidad, notoriedad y protagonismo tanto a nivel nacional, como internacional que proporciona el año de celebración del título de la Capital Europea de la Cultura a una ciudad tiene una intensidad que sería muy difícil y costoso de conseguir en otras circunstancias. A medio y largo plazo, la adjudicación del título contribuye a la actualización de la identidad cultural de la ciudad en el contexto interterritorial, provoca la regeneración de las infraestructuras culturales y de las prácticas culturales urbanas, así como consolida la involucración activa de los ciudadanos en proyectos culturales y artísticos. En definitiva, es una oportunidad de oro, que no pueden desaprovechar las ciudades cuya estrategia de desarrollo urbano está ligada a la cultura. El título de la Capitalidad Europea de la Cultura define claramente el papel de una ciudad en el mapa y se convierte en un trampolín extraordinario para su inclusión en redes de conexiones internacionales.

La ciudad española de Donostia-San Sebastián que ostentará el título de la Capital Europea de la Cultura en el 2016, seguramente, será la que más beneficio sacará de su apuesta por la cultura. Sin embargo, el impacto del proyecto cultural en el resto de las candidaturas ha sido valorado muy positivamente por los gestores urbanos. Cada uno de los proyectos supuso un antes y un después en la forma de ver y vivir la ciudad. Los gestores de todas las candidaturas destacaron el carácter revulsivo de los proyectos para fomentar la participación, el compromiso y el orgullo ciudadano. Por otro lado, la implicación de amplios segmentos de la población en el proceso de consultas y creación de proyectos comunes, supuso la instauración de nuevos modelos de trabajo y actitudes positivas hacia de colaboración público-privada. Las ciudades candidatas han experimentado importantes cambios en todos los ámbitos relevantes: nuevas infraestructuras e instalaciones artísticas; la expansión de iniciativas culturales y proyectos artísticos de los ciudadanos; la consolidación de la agenda cultural anual permanente de la ciudad; el incremento de intercambios culturales con otras ciudades en España y el extranjero; el incremento de la notoriedad de la ciudad tanto en España como en el extranjero; la implementación de nuevos métodos y modelos de colaboración público-privada e involucración activa de los ciudadanos en los debates y foros sobre el futuro urbano. Otra característica relevante del legado cultural adquirido por las ciudades se refleja en la activación de la participación ciudadana, así como en el impulso al sentimiento de orgullo de pertenencia y el compromiso de los residentes con la ciudad.



III congreso internacional de ciudades creativas

III congreso internacional de ciudades creativas

Referencias

- Anholt, S. (2010). *Places: Identity, Image and Reputation*. Londres: Palgrave Macmillan.
- Burgos 2016. (2010). *Burgos 2016, Ciudad Candidata Capital Europea de la Cultura, R-evolución. Dossier de candidatura, junio 2010.*
http://issuu.com/b2016/docs/proyecto_burgos_20106_es, consulta el 30.09.2011.
- Comisión Europea (2009). *Guía dirigida a las ciudades candidatas al título de Capital Europea de la Cultura*, Dirección General de la Cultura, Comisión Europea.
http://ec.europa.eu/culture/pdf/doc633_es.pdf, consulta el 30.10.2009.
- Córdoba 2016. (2011). *Dossier Selección Córdoba 2016.*
http://issuu.com/fundacionccc/docs/dossier_seleccion_cordoba2016, consulta el 15.07.2011.
- Deloitte (2011). *Impacto económico y social de la candidatura de la ciudad de Burgos Capital Europea de la Cultura 2016. Impacto de la candidatura y aproximación a su designación como sede.* Deloitte, Madrid.
- Donostia-San Sebastián 2016. (2010). *Donostia-San Sebastián, ciudad candidata a la Capital Europea de la Cultura. Olas de Energía ciudadana – cultura para la convivencia*
http://www.concursos.sansebastian2016.eu/proyecto/dss2016_es.pdf, consulta el 03.04.2011.
- Donostia-San Sebastián 2016. (2011). *Donostia-San Sebastián 2016 propuesta de candidatura al título de capital europea de la cultura*
<http://issuu.com/dss2016/docs/propuesta>, consulta el 15.07.2011.
- Fundación Zaragoza 2016. (2011). *Elogio de la Utopía. El legado de once ciudades europeas.* Zaragoza.
- García, B. (2008). Política cultural y regeneración urbana en las ciudades de Europa occidental: lecciones aprendidas de la experiencia y perspectivas para el futuro. *Revista de Investigaciones Políticas y Sociológicas* (2008) / vol.7 núm. 001, Universidad de Santiago de Compostela. Santiago de Compostela, España. pp.111-125.
<http://redalyc.uaemex.mx/pdf/380/38070108.pdf>, consulta el 22.11.2011.
- García, B., Melville, R., Cox, T. (2010). *Creating an impact: Liverpool's experience as European Capital of Culture.* IMPACTS 08, European Capital of Culture Research Programme. Liverpool: University of Liverpool, Liverpool John Moores University
<http://www.liv.ac.uk/impacts08/>, consulta el 02.04.2011.
- Girardet, H. (1999). *Creating Sustainable Cities*, Schumacher Briefings nº 2 (6ª edición). Foxhole, Dartington, Totnes, Devon TQ9 6 EB: Green Books Ltd.



III congreso internacional de ciudades creativas

III congreso internacional de ciudades creativas

Landry, Ch.(2011). *Creativity, Culture & the City: A question of interconnection*. (Informe) Forum D'Avignon Ruhr, ECCE.

http://www.forum-avignon.org/sites/default/files/editeur/ECCE_report.pdf, consulta el 12.10.2012.

Las Palmas de Gran Canaria 2016. (2011) *Las Palmas de Gran Canaria 2016. + 6 ciudades islas (Las afueras de Europa).Una luz en el océano*. <http://www.laspalmasgc2016.eu/>, consulta el 10.10.2011.

Le Gates, R.T., Stout, F. (2011). *The City reader*, quinta edición. Londres y Nueva York: Routledge Urban Reader Series.

Ministerio de Cultura de España (2010). *Nombramiento de la Capital Europea de la Cultura para 2016 en España. Informe de preselección*. http://www.mcu.es/principal/docs/novedades/2010/Pre_selection_panel_SpainES.pdf, consulta el 23.10.2010.

Ministerio de Cultura de España (2011). *Selección de la Capital Europea de la Cultura 2016 en España. Informe de Selección Final*. http://www.mcu.es/principal/docs/novedades/2011/informe_CapitalEuropea_2016_esp.pdf, consulta el 15.07.2011.

Mumford, L. (1937). What is a City? Architectural record. En Le Gates, R.T. y Stout, F.(Eds.) *The City Reader*, quinta edición, 2011, pags. 91-95. Londres y Nueva York: Routledge Urban Reader Series.

Novak W. (2007). Foreword. En Burdett, R., Sudjic, D. (2007). *The Endless City, The Urban Age Project by the London School of Economics and Deutsche Bank's Alfred Herrhausen Society*, pags. 6-7. Londres: Phaidon Press Ltd.

Official Journal of the European Union (3.11.2006, L304/1) *Decision 1622/2006/EC of the European Parliament and of the Council of 24 October 2006 establishing a Community action for the European Capital of Culture event for the years 2007 to 2019*. http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/site/en/oj/2006/l_304/l_30420061103en00010006.pdf, consulta el 2.04.2011.

Olins, W. (2003). *On Brand*. Londres: Thames&Hudson.

Palmer, R. (2004). *European Cities and Capitals of Culture, study prepared for the European Commission*. Part I and II. Bruselas: Palmer/Rae Associates. International Cultural Advisors. http://ec.europa.eu/culture/key-documents/doc926_en.htm, consulta el 10.07.2011.



III congreso internacional de ciudades creativas

III congreso internacional de ciudades creativas

Prado Alegre, E. (2007). La candidatura a la Capitalidad Europea de la Cultura: una herramienta para la proyección exterior. Publicaciones *Real Instituto El Cano, Área: Lengua y Cultura - ARI Nº 113/2007, 25/10/2007*.

Prado Alegre, E., Rodríguez Merinero, M., Álvarez Barrientos, J., Marco, E., Otero, J. (2010). *Estudio sobre el Impacto de la Capitalidad Europea de la Cultura en las ciudades candidatas y en los ciudadanos. España y Polonia 2016. 25 aniversario de la CEC*. Madrid: © Asociación de Ciudades Candidatas a la Capitalidad Europea de la Cultura.

Rogers, R., Gumuchdjan, P. (1997). *Cities for a small planet*. Londres: Faber and Faber.

Segovia 2016 (2011). *Capital Europea de la Cultura. Dossier de Candidatura. Fase de selección* final
<http://www.segovia2016.es/Portals/0/dossier2016/Dossier%20SEGOVIA%202016.pdf>,
consulta el 15.07.2011.

Sudjic, D. (2007). Theory, policy and practice. En Burdett, R., Sudjic, D. (2007). *The Endless City, The Urban Age Project by the London School of Economics and Deutsche Bank's Alfred Herrhausen Society*, pags. 32-50. Londres: Phaidon Press Ltd.

Vergara, A., De las Rivas, J.L. (2004). *Territorios Inteligentes*. Madrid: Fundación Metròpoli.

Webgrafía

<http://www.burgosciudad21.org/adftp/BurgosBook.pdf>, consulta el 13.09.2011.

<http://www.burgosciudad21.org/adftp/planculturaburgos.pdf>, consulta el 13.09.2011.

<http://ec.europa.eu/culture>, consulta el 23.07.2011.

<http://www.ayuncordoba.es/ii-plan-estrategico-2002-2010.html>, consulta el 20.07.2011.

<http://www.eldiadecordoba.es/article/ocio/623731/objetivo/candidatecities/es/despertar/interes/los/ciudadanos.html>, consulta el 12.11.2012

www.candidatecities.com, consulta el 10.08.2010

<http://www.laprovincia.es/las-palmas/2011/07/14/2016-apaga-nace-on/386986.html>,
consulta el 9.10.2011.

<http://www.agenda21culture.net/>, consulta el 6.06.2011

<http://sustainablecities.dk/en/city-projects/cases/curitiba-the-green-capital>, consulta el 22.11.2011.

<http://www.bilbaointernational.com/bilbao-candidata-capital>, consulta el 23.11.2011.

Entrevistas realizadas a los responsables de proyectos de la Capitalidad Cultural Europea 2016:



III congreso internacional de ciudades creativas

III congreso internacional de ciudades creativas

Burgos 2016

Ignacio Niño, *Responsable Marketing de la Fundación Burgos 2016,*

Director Consultoría Sector Público Deloitte.

Gildo Seisedos, *Director Foro de Gestión Urbana, Profesor Doctor IE Business School.*

Córdoba 2016

Carlota Alvarez Basso, *Directora candidatura.*

Manuel Pérez, *Director de la Oficina Municipal para la Capitalidad Cultural. Córdoba 2016,*

Presidente de la Comisión Asesora de la Fundación Córdoba Ciudad Cultural.

Javier Lucena, *Director Proyectos Estratégicos Oficina Municipal de la Capitalidad Córdoba 2016.*

María José Martín Gordillo, *Directora de comunicación Fundación Córdoba Ciudad Cultural.*

Donostia-San Sebastián 2016

Ainara Martín, *Directora candidatura.*

Segovia 2016

Nuria Preciado, *Directora candidatura.*

Elvira Deva, *Directora de comunicación.*

Sara Martín, *Diseñadora aplicación de la imagen de la candidatura.*

Zaragoza 2016

César Faló, *Director candidatura.*