



Congreso Nacional del Medio Ambiente
Cumbre del Desarrollo Sostenible

COMUNICACIÓN TÉCNICA

Alianzas ciudadanas 2.0 para una ciudad sostenible socialmente

Autor: Farid Mokhtar Noriega

Institución: Universidad Camilo José Cela

E-mail: fmokhtar@ucjc.edu

Otros autores: Enrique Rayón Álvarez (Universidad Camilo José Cela) y Fco. Menchén Bellón (Universidad Camilo José Cela)



RESUMEN:

La alianza de la ciudadanía, entendida como una unión de unos ciudadanos para alcanzar un fin, en nuestro caso 'la sostenibilidad de la ciudad' y materializada desde el asociacionismo vecinal, es una posibilidad de creación de plataformas virtuales, que tienen como fin estimular la comunicación fluida mediante el uso creativo de las nuevas tecnologías de la información (TICS), las comunidades de aprendizaje y los foros colaborativos de carácter sociocultural. Las actividades generadas por estas asociaciones ciudadanas, constituyen en si mismas el germen de la innovación y la creatividad de los ciudadanos en sus barrios, distritos y ciudades, apoyándose para ello en una base de conocimiento construida con las tecnologías Web 2.0 que permiten generar contenido abierto a la lectura y a la escritura y que denominaremos a partir de ahora 'ciudadano innova'. El contenido inicial se apoyará en las aportaciones de un equipo de ciudadanos asesorados por pedagogos, filólogos y especialistas en numerosos campos de forma altruista y sin ánimo de lucro. Los contenidos genéricos de carácter sociocultural y otros sobre las TICS así incorporados, serán adaptados a grupos clasificados por edades. Todos estos espacios ayudarán a sus usuarios a utilizar creativamente las nuevas TICS, aprender y enseñar, crear contenidos innovadores para enriquecer la vida de otros, entablar relaciones sociales, acoger e integrar a personas de otros países, para ofrecerles la posibilidad de manifestar su creatividad tanto en su lengua como en castellano. En su best seller mundial 'wikinomics' Don Taspcott y Anthony Williams presentan la transformación de Internet de un entorno controlado a un espacio de contenidos abiertos gestionados por usuarios que comparten conocimiento y relaciones socioculturales. El principal motor de la Wikieconomía es las bases de conocimiento colaborativo de contenido abierto a la lectura y la escritura y popularmente llamadas Wiki páginas. Las páginas wiki pueden tener varios usos, diseño de web personales, intranets y bases de conocimiento para proyectos de investigación. Las empresas empiezan a implantar wiki páginas en su estructura organizativa para que el conocimiento adquirido por sus empleados pueda ser compartido y complementado por otros, este conocimiento acumulado sirve de referencia para la creatividad y la innovación.



INTRODUCCIÓN

Todas las acciones que conllevan el desarrollo urbano, requieren la participación de los individuos que habitan en su entorno. La sostenibilidad de un territorio requiere la participación de todos los habitantes que conforman su comunidad y de los miembros de esta que los lideran. Los ciudadanos son la mayor fuente de talento y creatividad de las ciudades y también son los auténticos conocedores de los problemas que padecen día a día dichas comunidades.

Las autoridades municipales asumen las funciones de gestión, decisión y promoción del entorno urbano y del territorio. La administración de los servicios de la ciudad es muchas veces paternalista, la participación ciudadana no existe o es simbólica, los programas políticos en muchas ocasiones no responden a necesidades reales y los planes de desarrollo obedecen a ideas arbitrarias. ¿Responden las intervenciones urbanísticas a las necesidades y aspiraciones reales de los ciudadanos? En la mayoría de los casos no responden a las necesidades reales de los ciudadanos y de las personas a las que supuestamente se dirigen. Existe un grave problema de comunicación entre la sociedad y las autoridades municipales que *“gestionan todo para el ciudadano pero sin el ciudadano”*, esto es: “no escuchan a los ciudadanos que tienen la capacidad de cambiar las cosas”.

¿Cómo podríamos hacer llegar a los políticos una información real y transparente, no contaminada ni manipulada por los asesores electorales, por los técnicos e ideólogos, o por los especialistas de sondeos? ¿Son realistas estos sondeos que suelen acompañar a los informes de los especialistas en la materia? El sentido común y los resultados nos dicen que no siempre.

Los responsables políticos del gobierno de nuestras ciudades necesitan más contacto con la realidad, escuchar las opiniones de los ciudadanos, recoger información de primera mano sobre el terreno y conocer directamente las prioridades reales de los diferentes ecosistemas urbanos.

La potencia de Internet y las NTIC´s esta transformando nuestro ocio, nuestra manera de vivir, de relacionarnos, de colaborar y de trabajar. El uso de “Internet Colaborativa”, mas conocida como WEB 2.0, se está convirtiendo en algo indispensable. Es una herramienta capaz de generar un espacio dinámico que fomente el asociacionismo y promocióne la acción colectiva, posibilitando a todos los ciudadanos la participación desde las asociaciones, plataformas y foros en las acciones de mejora de la sociedad a la que pertenecen y de análisis de su problemática, aportando así liderazgo y soluciones creativas al esfuerzo colectivo.

WEB 2.0 está revolucionando día a día el trabajo colaborativo, al proporcionar medios gratuitos o de bajo coste (blogs, podcasts, páginas wiki, etc...) que agilizan y potencian la comunicación entre los miembros de las diferentes comunidades virtuales y reales. Esta ofrece a cualquier ciudadano un amplio abanico de oportunidades para participar de forma simultánea en decenas de comunidades de su interés y estar informado en cualquier momento sobre las novedades que van surgiendo en ellas mediante un sistema de *“Really Simple Syndication”* (RSS).



La sociedad de la información y del conocimiento ha modificado nuestra percepción del mundo y la manera en que trabajamos, demostrando que los problemas que nos afectan son complejos. La sostenibilidad de nuestros ecosistemas urbanos y naturales se está convirtiendo en un problema por la falta de: compromiso, de información y de recursos financieros. La situación actual no es sencilla, se necesitarán muchos años de esfuerzo conjunto y colaboración político-ciudadana para conseguir los resultados deseados.

Desafortunadamente nos estamos dando cuenta bastante tarde del deterioro de nuestros entornos naturales, que en algunos casos están al borde del colapso. Ya no queda tiempo, ni recursos suficientes para resolverlos a corto plazo. Necesitamos realizar un gran esfuerzo económico y humano para conseguir una sostenibilidad financiera a largo plazo, con el inconveniente de que es una tarea compleja que depende de factores inestables e imprevisibles. Los gobiernos y las autoridades rotan, los partidos políticos interpretan la realidad a su manera, no existen políticas fijas, todo cambia continuamente.

El único elemento estable en toda esta situación, son las personas que ocupan los entornos y los utilizan; ellos son el “actor principal” y a la par representan la única fuerza creativa capaz de rehabilitar, sostener y mantener los ecosistemas mediante la actuación conjunta. La capacidad de organización de los grupos humanos, es uno de los mejores recursos existentes, su habilidad de auto organización, de diálogo y de ejecución son excepcionales.

El anhelo del ser humano es ser feliz y disfrutar de su existencia. La impaciencia y la no consecución de este anhelo genera frustración. Según la teoría del “Flow” o Fluir, de Mihaly (1997), “un individuo se frustra porque sus aspiraciones son superiores a sus capacidades y habilidades o destrezas”. Según esta teoría la frustración existente se debe a que nuestras aspiraciones económicas, sociales y ecológicas están muy por encima de nuestras capacidades.

La urgencia de alcanzar resultados de recuperación ecológica, con el mínimo esfuerzo, no es ni seria, ni posible, ni realista. Desde los griegos sabemos que la naturaleza o “físis”, como todo organismo vivo, requiere tiempo para poder recuperarse. La naturaleza puede curar sus heridas y adaptarse, si las circunstancias y el ser humano se lo permiten. La mejora y posterior sostenibilidad de nuestros entornos requiere tiempo y organización social a todos los niveles, el compromiso firme de todos los participantes: autoridades municipales, gobiernos, empresas y ciudadanos de a pie, es necesario para que todo comience a fluir.

La educación en la sostenibilidad de los ciudadanos, mediante la participación mostrará las necesidades, las prioridades y nos enseñará a apreciar y administrar mejor los recursos naturales.



HIPÓTESIS

Una ciudad sostenible, es una ciudad que asume el espíritu creativo, que disfruta con las realizaciones creativas y las celebra en los espacios públicos y de reunión. Es una ciudad que suma los éxitos conseguidos a través del compromiso y la colaboración de todos los actores sociales.

Para luchar contra la frustración y el desánimo, los ciudadanos que viven y gestionan la ciudad, deben elegir retos acordes con sus habilidades y destrezas. Lo inteligente cuando los recursos no están disponibles es, unir esfuerzos y colaborar con otros para conseguir el objetivo deseado.

Las tecnologías colaborativas que proporciona WEB 2.0, son el mejor apoyo a la sostenibilidad de los ecosistemas naturales y urbanos.

El tiempo, el compromiso, la buena voluntad y el apoyo a la iniciativa innovadora y creativa, pueden contribuir a la creación de infraestructuras de colaboración ciudadana muy efectivas para el desarrollo sostenible de las ciudades.

1- ACCIÓN CIUDADANA

La ciudad como ecosistema social, alberga una población heterogénea constituida por diferentes grupos sociales, con aspiraciones e intereses socioeconómicos dispares. Cada individuo sigue unas pautas independientes durante su actividad cotidiana, esta puede estar condicionada por reglas generales de su grupo.

En momentos de crisis, el grupo se reorganiza si está habituado a ello, de forma similar a las células cerebrales altamente especializadas, que adaptan sus funciones y se reorganizan en grupos según las necesidades puntuales del organismo (Minsky, 1986). En el mundo real, no es posible esta situación, al no ser fácil convocar a voluntarios para cualquier acción de forma inmediata, ni encontrar personas que compartan nuestros propios intereses, convocarlos, reunirlos y llevar a cabo acciones conjuntas. Se trata de una labor compleja, agotadora, sacrificada y poco gratificante en la mayoría de los casos.

Las acciones colaborativas tienen numerosos inhibidores, entre los cuales destacaremos:

- La frustración: Afecta a los grupos que plantean aspiraciones que superan sus habilidades o capacidades operativas. El factor económico es uno de los principales responsables de esta situación.
- La desorganización: La cultura tradicional en España se ha basado en individualismo y el éxito personal. Desde antaño el sistema educativo refuerza esta actitud, implantando un sistema competitivo de evaluación e ignorando el trabajo colaborativo.
- El liderazgo: Es la fuerza moral y psicológica que motiva a las asociaciones vecinales y los organismos de participación ciudadana, sin él no existe suficiente motivación para los miembros del grupo para interactuar.
- La impaciencia: La sociedad actual vive con un nivel de cambio creciente y con un ritmo trepidante, lo cuál exige resultados inmediatos para cualquier acción prevista.
- La competitividad: En si misma, no es un concepto negativo, de hecho la competitividad usada moderadamente como elemento motivador del individuo, es beneficiosa para el



colectivo, pues ayuda a la sociedad en su avance. Al igual que en los equipos deportivos o directivos, el éxito se logra cuando sus líderes “coach” consiguen neutralizar el individualismo y enfocar al grupo en el objetivo y su consecución.

Los centros escolares deberían enfocar sus actividades en el aula. El aula es la comunidad de aprendizaje mínima, donde la colaboración efectiva se hace realidad logrando jóvenes ciudadanos responsables de su aprendizaje. El sistema educativo no cultiva la inteligencia social y comunicativa.

Los ecosistemas de escasos recursos generan una competencia feroz entre sus ocupantes, algunos de nuestros ecosistemas sociales y urbanos están inmersos en esta situación, al contar con recursos mínimos que apenas permiten a sus miembros más desfavorecidos sobrevivir. Nuestra sociedad lleva tiempo entrando en crisis debido a múltiples factores, entre los que destacarían la incapacidad de adaptación a las nuevas exigencias de los mercados y a la ineficacia en la creación de organizaciones útiles, flexibles y ágiles.

2- CIUDADES CREATIVAS

La creación de una ciudad creativa es una acción integral que incluye: una formación en la creatividad, generar un clima para que fluya la creatividad y apoyarse en un liderazgo creativo, en todas las áreas del conocimiento con capacidad de transmitir ideas estimulantes a todos los estratos sociales. El reto consiste en crear una nueva sociedad creativa, con capacidad para transformar la ciudad y generar nuevas oportunidades. Una sociedad sólo progresa si es capaz de sacar el máximo de creatividad de todos sus habitantes.

Una ciudad creativa es aquella que proporciona a sus ciudadanos las condiciones y el clima propicio para que fluya la creatividad, con el objeto de generar proyectos innovadores que beneficien a toda la comunidad. No basta con incidir en construir parques tecnológicos o científicos, ni en levantar grandes museos y palacios de congresos, sino es necesario generar entre los ciudadanos nuevas actitudes y afán de participación en la mejora del tejido sociocultural. Se debe determinar cómo entender el trabajo y el tiempo libre y como proyectar el progreso de la ciudad de tal forma, que mejore la calidad de vida del último de sus ciudadanos.

En la actualidad se están conformando dos modelos de ciudades creativas, que corresponden a dos formas de entender la cultura, la economía y la sociedad.

El primero se asocia a las grandes infraestructuras y a los iconos arquitectónicos (museos, palacios de congresos, centros comerciales, organización de ferias y festivales, centros turísticos, etc...). Estas ciudades, se convierten en ciudades genéricas desprovistas de identidad.

El segundo modelo son las ciudades creativas e innovadoras, basadas en diseñar redes sociales y en crear condiciones que canalicen las capacidades existentes en proyectos sociales, culturales, educativos y empresariales, siendo fundamental el papel de los ciudadanos, las asociaciones de vecinos, asociaciones culturales y los pequeños grupos.



Para crear esta imagen, es imprescindible escuchar a los ciudadanos. Las autoridades municipales deberían consensuar entre todos el modelo de ciudad que estos quieran para el futuro. La imagen de la ciudad, pone de manifiesto su estilo, su personalidad, sus peculiaridades, su historia, sus costumbres y su entorno. Una ciudad que no es capaz de definir y concretar su imagen, estará perdida y no sabrá hacia donde se dirige. Para alcanzar este objetivo, hay que contar con la totalidad de los ciudadanos, pues ellos son capaces de introducir cambios en pro de la innovación y la creatividad en sus respectivos ámbitos. Todos los ciudadanos somos creativos por naturaleza, todas las personas son creativas pero no han tenido ocasión de activar esta capacidad porque la educación, el ambiente y la sociedad en general se lo ha impedido o bloqueado. En la nueva clase creativa, debería incluir: Científicos, arquitectos, músicos, escritores, artistas, ... y también empresarios, educadores, cocineros, carpinteros, profesionales y contar con la población. La creatividad no entiende de género, ni de razas.

3- REGENERACIÓN DE LAS CIUDADES

Cada vez que se inicia el debate, surgen varios interrogantes: ¿Cómo podemos regenerar la ciudad actual? ¿Cómo podemos convertir esta ciudad en sostenible?

Autores como Taspocott y Williams (2007), sugieren que las redes sociales son una solución a la sostenibilidad de nuestras ciudades. Las tecnologías basadas en WEB 2.0 permiten crear redes asociativas y colaborativas de orden social (amistad y obras sociales...) y profesional (educativo, científico y productivo...) con suma facilidad y en muy poco tiempo, su capacidad de autoorganización y su poder de difusión son enormes.

Es posible que esta propuesta de regeneración urbana resulte utópica ¿Se pueden potenciar las redes asociativas de ciudadanos comprometidos? Lo cierto, es que las redes asociativas como Myspace (amistad), Innocentive (investigación) o Xing (servicios profesionales) etc..., están al orden del día. El problema radica, en que nuestra cultura basada en valores como el exceso, el despilfarro de recursos, la sobrevaloración de los bienes materiales e inmuebles, la especulación, el culto a la imagen y el beneficio inmediato, duda de la capacidad de la suma de pequeñas acciones colaborativas, que avanzan a un ritmo relativamente lento.

La sociedad movilizar recursos y actividades, consume ingentes cantidades de esfuerzo, de recursos materiales y económicos... Los eventos culturales o deportivos son prueba de ello. Afortunadamente estos generan enormes beneficios y por ello se invierten enormes sumas de dinero en su promoción y puesta en marcha. Los eventos públicos, se apoyan a menudo en la promoción comercial de marcas y productos.

La falta de recompensas materiales, suele desmotivar a las personas, reduciendo la probabilidad de colaboración al mínimo y desvirtuado el concepto de disfrute mediante la utilización de los premios para incentivar la participación. Esta es una de las razones, por la cuál las acciones sin ánimo de lucro no suelen gozar del apoyo ciudadano.

Afortunadamente, esta situación no siempre afecta a las personas comprometidas con el movimiento asociativo y a las acciones voluntarias en tiempos de crisis. La acción de David Geilhufe que reclutó un equipo de programadores voluntarios, para organizar un listado unificado de las víctimas del huracán Katrina, que bautizaron con el nombre



“PeopleFinder”. Este listado superó en capacidad organizativa a las improvisadas listas creadas por el gobierno de los Estados Unidos (Taspcott y William, 2007). Este equipo de personas, empleó su capacidad creativa e innovadora para ofrecer un servicio a la comunidad de forma totalmente altruista.

Las acciones descritas y otras análogas, son el fruto de una cultura asociativa de las comunidades de software libre. Algunas culturas desarrollan con mayor eficacia acciones sociales colaborativas, porque forma parte de su tradición cultural. Para otras, no es ni sencillo, ni posible, con la facilidad que se requiere. Afortunadamente WEB 2.0 está potenciando la cultura de la asociación y la colaboración entre iguales. En algunas sociedades los resultados son más visibles que en otras, como es el caso por ejemplo de las comunidades de redes personales que cuentan con millones de usuarios en todo el mundo.

4- EL CAMBIO NECESARIO

¿Es posible realizar una labor educativa y colaborativa gratuita o de bajo coste? Si y la responsable de esto, es la segunda generación de Internet o WEB 2.0, según Timothy O’Reilly (2003). La “wiki web” o web colaborativa, está revolucionando el mundo de la formación y el conocimiento, como en el caso de Wikipedia.

Todas estas denominaciones, empiezan a formar parte de nuestra jerga cotidiana, ya sea creando opiniones a favor o en contra. Cada día su organización es más sólida, adquiere mayor fuerza y su impacto es más evidente en la educación, investigación, fabricación y el ocio.

El cambio paradigmático que augura, no tiene precedentes en nuestra sociedad, pues sus efectos transformadores son sutiles y silenciosos. Los indicios del nivel de cambio que han sido detectados son irrefutables, sus valores adquirirán mayor fuerza en estos momentos debido a la profunda crisis financiera y energética en la que estamos inmersos.

Los valores de las comunidades colaborativas y las actitudes que defienden como: la capacidad de adaptación, la versatilidad, la flexibilidad y el apoyo a la creatividad y a la innovación, son los que necesitamos en estos tiempos.

La primera generación de Internet se construyó en torno a una tecnología basada en páginas web, que requerían especialistas para su diseño y mantenimiento. El coste de almacenamiento y gestión de los contenidos era elevado, requería personal dedicado para ocuparse de su actualización periódica. Las Webs de esta generación no podían actualizarse de forma rápida, aquellas más ágiles y versátiles se modificaban diariamente. Diseñar una página web requería programas especializados y una gran formación técnica. Su diseño no permitía la interacción de los usuarios con el contenido. El usuario era un lector pasivo y el correo electrónico constituía la vía mediante la cuál este se comunicaba con los responsables o editores de la Web.

¿Cuál es el secreto del éxito de Web 2.0? Sin duda la capacidad de ser eficaz, rápida, flexible y solidaria, estos son algunos de sus múltiples atributos. Según Taspcott y



Williams (2007), sus principales principios son: Apertura, interacción entre iguales, compartir y actuación global. Su gran ventaja frente a la primera generación, es: Su relativa sencillez, el cambio del rol del usuario (de ser pasivo y aislado a ser activo y participativo) y su apoyo a las comunidades colaborativas basadas en aplicaciones de software libre. Esta nueva generación permite generar productos de valor en torno a tecnologías gratuitas (Google, Linux, Wikipedia, blogs, podcasts, etc...) que pueden proporcionar ingresos elevados a sus autores.

Sus principales herramientas son: Los blogs, cuyo número actualmente supera el número de páginas web; las páginas Wiki, almacenes de conocimiento abiertos a la aportación de los lectores; los almacenes de contenidos gráficos (youtube o flickr); las redes sociales personales o laborales (Myspace o Xing); los podcasts o almacenes de archivos sonoros; los sistemas de comunicación vía IP (skype); los sistemas de comercio electrónico (ebay, amazon); las comunidades virtuales (Second Life); los chats y los foros de discusión públicos y privados. Algunos de sus ejemplos representativos son: el proyecto del "genoma humano" o el proyecto "un computador por cada niño" (OLPC).

Los principales usuarios de WEB 2.0 son la Generación Net, nacida y criada en un entorno equipado con dispositivos electrónicos de comunicación como los teléfonos móviles, trabajo con ordenadores portátiles de sobremesa y ocio con videoconsolas portátiles o de salón.

Esta generación posee unos valores distintos a las anteriores, por ello reacciona de forma diferente, convirtiendo Internet y los lugares de encuentro virtuales, en sus espacios privados. Esta nueva generación denominada "Nativos Digitales" posee una estructura neuronal diferente a la de sus progenitores, debido al cambio producido por nuevos medios de estimulación del cerebro (al estar rodeados de tecnologías digitales y utilizarlas en todas sus actividades cotidianas, como los teléfonos móviles, videoconsolas, etc...), lo que posibilita la capacidad de interactuar, colaborar y trabajar de forma diferente a la de sus padres (Marc Prensky, 2001-2006).

Dentro de pocos años, las empresas deberán adaptar sus estrategias de mercado y los modelos de la organización del trabajo, a las necesidades de estas generaciones según Taspcott y Williams (2007). La ventaja de este grupo, es que manejan con facilidad los recursos de WEB 2.0 y desarrollan con ellos soluciones innovadoras de todo tipo. Cada colectivo o asociación dispone de todos los recursos de la red, con la única limitación de su destreza. Las redes asociativas no requieren estrategias de difusión, los miembros de la Generación Net difunden su localización en sus foros y los encuentran sin ningún problema en Internet.

En los últimos años se habló y se escribió sobre la brecha digital y la división de la sociedad en Nativos y Emigrantes digitales (Prensky, 2001). Nuevas generaciones de futuros ciudadanos con nuevas capacidades mentales, habilidades e innovadoras formas de trabajar diferentes a las que estamos habituados. Estas nuevas generaciones se incorporan a los procesos de toma de decisiones.

El verdadero valor de las tecnologías colaborativas es que se pueden amoldar a las necesidades de los "Emigrantes Digitales", de esta manera las nuevas generaciones de nativos digitales, serían los formadores de las antiguas. Esto se llevaría a cabo en nuevas comunidades colaborativas virtuales o "universos de aprendizaje" donde se



intercambiarán pericia, bagaje y experiencia por agilidad, flexibilidad y trabajo colaborativo en red.

La filosofía básica de WEB 2.0 es unir a la gente, facilitar su integración, compartir conocimientos y experiencias, comunicarse abiertamente, informar y estar informados en todo momento. Cada individuo puede crear su propio entorno personalizado de aprendizaje permanente, pues todo individuo es libre de aprender y de cosechar los saberes que le interesen para enriquecer su vida social y laboral y la de otros.

5- FORMAR CIUDADANOS CREATIVOS

En la sociedad actual se están produciendo cambios de gran importancia. El conocimiento adquiere un papel relevante, es el activo de mayor importancia a todos los efectos.

Numerosos alcaldes de ciudades importantes están preocupados por transformar su ciudad en una "ciudad creativa" y para ello tratan de atraer a las personas que cuentan con una gran capacidad de innovar y desarrollar una nueva forma de entenderla, pero la estrategia basada en importar la creatividad no hace creativa a la ciudad. Cuanto antes se empiece a desarrollar la creatividad latente que hay en los ciudadanos, más pronto surgirán en el municipio proyectos innovadores que producirán riqueza y beneficios importantes.

Una ciudad o un territorio se catalogarán de creativos cuando sus habitantes sean creativos. Hay ciudades creativas porque hay ciudadanos creativos en la base del tejido social, que libremente plasman sus ideas en proyectos emprendedores en beneficio de la cultura local. No sólo hay que teorizar sobre creatividad, es preferible practicarla, vivirla y concretarla. La estrategia basada en importar creatividad no hará creativa a la ciudad. La creatividad sigue siendo un recurso sin explorar, sin creatividad no hay progreso y para que germine es necesario crear un clima adecuado.

Una ciudad creativa no surge de la mera inspiración de sus gobernantes, sino que es el fruto de la formación, de la innovación y del trabajo de miles de ciudadanos que se esfuerzan día a día en aportar mejoras a la sociedad a la que pertenecen. JYRI ENGSTRÖM, asesor finlandés, sostiene que la creatividad surge de las manos y cerebros de los propios ciudadanos, y sólo se necesita proporcionar las condiciones precisas para que florezca y se plasme en proyectos concretos.

Hay que llegar a impactar, provocar y movilizar a los activos humanos de los barrios, escuelas y pueblos, de tal manera que sus beneficios reviertan al conjunto de la comunidad local. Los mayores logros de la humanidad son logros de la creatividad. Construir una ciudad creativa es saber combinar la creatividad con la apertura, la libertad y la tolerancia. Cuanto más libres seamos, más creativos nos volveremos. Según RICHARD FLORIDA, para atraer la creatividad a las ciudades hace falta *Tecnología*, para cerrar la brecha digital, *Talento*, mejorando la calidad de la educación y *Tolerancia*, profundizando en la cultura cívica, es decir, la mezcla de "las 3 T"



Crear una ciudad creativa es un arte que va más allá de la arquitectura, la gestión de los servicios o la definición de los usos del suelo; requiere abrir espacios de participación, establecer redes, fomentar el asociacionismo, y en definitiva, saber escuchar a los ciudadanos de toda edad y condición.

El arquitecto OSCAR NIEMEYER aseguraba que lo que importa no es la arquitectura, sino la gente: *“todo lo que hacemos es por y para la gente”*, también SAINZ DE OIZA solía decir *“para captar las necesidades escucha, para resolverlas proyecta”* y también definía como arquitecto. *“alguien que sabe diferenciar la buena de la mala arquitectura”* y esa visión es extensible al urbanismo y a la ciudad.

Si formamos a los niños, adolescentes y jóvenes en un modelo educativo basado en la creatividad, estamos en condiciones de crear ciudadanos creativos, y por consiguiente ciudades creativas.

6- SISTEMA EDUCATIVO 1.0

Padres y educadores están preocupados por el rápido deterioro del sistema educativo en todos sus niveles, la incorporación de las nuevas tecnologías no ha contribuido a la innovación pedagógica en el aula, al contrario hay más conflictos que antes y el bajo rendimiento escolar es preocupante. La falta de concentración e interés de los alumnos es alarmante, las escuelas de medio mundo desarrollado registran altas tasas de fracaso escolar, frustración, depresión, violencia, acoso escolar, vandalismo y abandono de la escuela. Para muchos la escuela dejó de ser un lugar de aprendizaje y se convirtió en un espacio de hostilidad entre profesores y alumnos.

Se buscan culpables, se atribuyen la mayoría de los males al uso sin límites de todo tipo de videojuegos e Internet. Se introduce el ordenador en la escuela, pero las clases de informática aburren a los alumnos. Se realizan estudios psicológicos, se diagnostican trastornos de todo tipo, se diseñan planes de intervención, se ensayan mejoras sin resultados aparentes.

El sistema educativo actual distorsionó el sentido de las NTIC's en el aula y la función del ordenador como una herramienta auxiliar para el aprendizaje permanente y la ampliación de conocimientos a través de la investigación. Las aulas informáticas se convirtieron en nuevos lugares de instrucción y formación de alumnos en habilidades tecnológicas “específicas” adaptadas a los conocimientos y las interpretaciones subjetivas de algunos de sus profesores con una cultura informática anticuada (Puente1999), y un miedo patológico a las nuevas tecnologías.

Antes de “luchar” contra los niños, convendría enseñar a los profesores usar las nuevas tecnologías de forma creativa, deberían comenzar a “aprender a aprender” el uso de las herramientas de ocio y trabajo del siglo XXI.

Se formulan teorías, se realizan estudios e investigaciones, se organizan debates, no se plantean soluciones efectivas, aparecen más brechas y se intensifica el enfrentamiento entre los pedagogos instrucionistas defensores de la escuela tradicional y los pedagogos constructivistas (Ernest Piaget) o los construccionistas (Seymour Papert) ¿A



quién tenemos que formar? ¿Un estudiante pasivo o un estudiante activo responsable de su propio aprendizaje?

¿Entonces qué ocurre con los niños que aprueban y tienen excelentes resultados en las evaluaciones? Son niños que acataron las reglas del sistema, supieron adaptarse y superar las pruebas, debemos felicitarles por ello, porque a pesar de ser nativos digitales consiguieron engañar al sistema y ocultar su identidad.

Los profesores y los padres, luchan ferozmente contra esta situación, se frustran en su intento por recuperar el control y la autoridad en casa y en el aula. De poco servirá a ambos consultar a psicólogos o leer libros de pedagogía, no existen soluciones efectivas frente a este cambio radical.

7- SISTEMA EDUCATIVO 2.0

Marc Prensky (2001), relaciona el conflicto actual a la brecha digital producida por el fenómeno de la “Neuroplasticidad”, de reciente descubrimiento. Los estudios neurobiológicos, realizados sobre animales e individuos, demostraron que la estructura del cerebro puede sufrir cambios durante toda la vida del sujeto, con la ayuda de estímulos externos como los ordenadores y las videoconsolas.

Los “Nativos Digitales” o “Generación Net” poseen un cerebro diferente, gracias a él, han desarrollado una capacidad mental más compleja que la de sus padres y abuelos e incluso distinta a la de sus hermanos mayores. Las NTICS’s les ayudaron a desarrollar nuevas habilidades como: competencias representativas, competencias visuales y multiespaciales, razonamiento inductivo y capacidad de centrar simultáneamente la atención sobre varias acciones. Los nativos digitales poseen la capacidad de pensar en paralelo, usar un razonamiento estratégico, resolver problemas complejos y formar redes colaborativas.

Los ordenadores son una magnífica herramienta de ocio y aprendizaje. Prueba de ello, es el proyecto de *One Laptop per Child* (OLPC). Basado sobre la máquina de los niños y los micro mundos propuestos por Seymour Papert (1995), es un ejemplo de los dispositivos de aprendizaje del futuro. Es un ordenador portátil de tamaño reducido, que está equipado con una pantalla de alta calidad que permite leer documentos en cualquier condición de iluminación, incorpora tecnologías de redes inalámbricas para navegar por la Web 2.0. Opera con un sistema operativo de software libre (adaptación especial de Linux) y programas educativos gratuitos. Sirve como sustituto del cuaderno tradicional, se puede utilizar como dispositivo de comunicaciones, interfaz para construir redes colaborativas, consola de videojuegos y sistema de comunicación audiovisual.

Los videojuegos son otro medio para el desarrollo de habilidades y adquisición de conocimientos. Sólo se precisan juegos adecuados a las materias del currículo escolar y el ocio constructivo.

Como solución temporal, Will Richardson (2006), propone integrar las tecnologías de WEB 2.0 en el currículo formativo de los institutos de secundaria. Sugiere que los profesores participen con sus alumnos en actividades colaborativas, como construir blogs



o paginas Wiki, analiza su enorme potencial y su capacidad de motivar las habilidades comunicativas y sociolingüísticas de los jóvenes. La evaluación de los trabajos correrá a cargo de los usuarios de Web 2.0.

Usar los medios como: blogs, páginas Wiki, podcasts, marcadores de popularidad y localizadores de recursos (RSS), en proyectos escolares, motivan los alumnos y enriquecen sus propuestas, con información singular. Las tecnologías de WEB 2.0, convierten el estudiante en un sujeto activo que puede asumir tareas complejas adaptadas a sus necesidades. La libertad de acción, les ayuda a desarrollar una actitud tolerante, flexible y resistente a la frustración.

El modelo educativo 2.0, ayuda a mejorar las competencias comunicativas de los jóvenes, incrementar su capital social y su capacidad de tener amigos en todos los lugares del mundo. Las habilidades sociolingüísticas son de suma importancia para las empresas del futuro, estas les permitirán actuar globalmente para formar alianzas estratégicas en los proyectos colaborativos de la economía del futuro.

8- REDES SOCIALES CREATIVAS

El concepto de red hace referencia a un espacio social constituido por relaciones entre personas, con una corriente permanente de intercambio recíproco, donde voluntariamente intercambian información, bienes o servicios. De esta forma, entre los ciudadanos se establecen lazos de cooperación para obtener resultados que no pueden lograr ellos solos.

Las redes sociales son el capital intangible de un municipio y es el verdadero motor de la vitalidad de la población. La globalización amenaza la supervivencia de muchos pueblos y ciudades que siguen enganchados en los viejos modelos industriales pero, al mismo tiempo esta tendencia globalizadora genera nuevas oportunidades que hay que saber aprovechar. Una ciudad bien estructurada y desarrollada crea los cauces de comunicación y discusión entre los ciudadanos y los poderes públicos, permitiendo una mayor proximidad entre ambos. Una ciudad que tenga un sistema de relaciones pobres se encuentra en una situación de aislamiento que en nada propicia el desarrollo. El gran reto es construir la complicidad con el ciudadano para alcanzar una auténtica cultura participativa.

Es necesario favorecer el flujo de personas, información y conocimiento, favoreciendo los procesos de participación ciudadana a cualquier nivel y para cualquier tipo de decisión. Hay que tener especial atención a las nuevas generaciones, como sujetos activos de esta sociedad creativa, pues ellos marcarán el futuro de nuestra ciudad. La calidad de la convivencia determina la calidad de vida de los habitantes y se hace habitable la ciudad. En una democracia moderna, la intervención de los ciudadanos no puede quedar reducida a pagar impuestos y a votar en las elecciones; ellos representan el capital social de la ciudad y deben ser capaces de generar propuestas válidas para el crecimiento cultural, social y económico.



9- REDES SOCIALES CREATIVAS 2.0

Las redes sociales basadas en la segunda generación de Internet, son un fenómeno en crecimiento que congrega en la actualidad a millones de personas de distintas partes del planeta. El concepto de sostenibilidad de una red social ciudadana, requiere acciones conjuntas en dos áreas básicas: Territorio (ecosistema urbano) o usuarios (ecosistema humano). La ciudad es el contexto donde sobreviven los dos ecosistemas el urbano y el humano, es la suma de numerosos ecosistemas urbanos y sociales. Las ciudades son pues organismos vivos gracias a las acciones y reacciones dentro de sus microentornos; cada uno de sus ecosistemas posee unas características singulares que lo hacen único. La sostenibilidad del ecosistema urbano depende de la colaboración y las aportaciones de todos los actores sociales: municipalidades, empresas, ciudadanos. La sostenibilidad del ecosistema humano depende del compromiso y la confianza entre sus miembros.

La sostenibilidad social y urbana exige un intenso esfuerzo colectivo, basado en la acción conjunta de la inmensa mayoría de sus miembros. La cohesión y la confianza entre las personas es la base para cualquier acción asociativa, ambas actitudes son necesarias para consolidar el grupo. La cultura de la asociación y la acción colectiva sin ánimo de lucro, es de escasa difusión en la sociedad española si la comparamos con otros países europeos. El origen de este problema está en el sistema educativo y los valores sociales en general, que no se les destina el tiempo y los recursos educativos necesarios, a pesar de que es posiblemente el mejor camino para difundir los valores ecológicos y solidarios.

La cultura de la colaboración cultiva un valor en alza en la sociedad del conocimiento, el Capital Social. Según Coleman (1988), se refiere a la acción de apoyo entre niños y adultos que sirven para realzar las normas y los valores. El capital social es así mismo definido como la eficacia de la cooperación y las relaciones en el seno de una organización. El capital social es de carácter horizontal, en las firmas de iguales características, vertical, en las cadenas de suministro y multidimensional cuando se enlazan fuentes de conocimiento técnico, recursos humanos y agencias públicas.

Según Putman (2000), el capital social es la conexión entre individuos, a sus redes sociales, a sus normas de reciprocidad y a la confianza que surge entre ellos.

Las tecnologías de WEB 2.0 introducen un nuevo concepto, el capital socio-innovador, entendido como un capital innovador de carácter social, es decir, el potencial ciudadano como un valor. Se refiere a la forma de organización del sistema social y sus estrategias de producción y asimilación del conocimiento. La gestión adecuada del capital socio-innovador permite a una comunidad o un grupo mejorar su capacidad innovadora y su competitividad, Heikki (2008). Por ello la educación en la cultura y la tecnología WEB 2.0 es un valor fundamental, ya que esta incrementa el valor de las iniciativas comunitarias y grupales, fomenta la cohesión y la solidaridad social. Su ventaja estratégica, es que alivia la carga económica de la difusión de los grupos, si los comparamos con el coste de la difusión realizado con las tecnologías de Internet de primera generación.

Las redes sociales españolas se enfrentan a numerosos retos que amenazan su supervivencia y su capacidad operativa. La primera, es su capacidad de generar recursos económicos para difundir sus actividades y sostener su infraestructura, la segunda, es el escaso uso de las nuevas tecnologías de la información en su gestión y en el desarrollo de sus actividades y servicios.



Las tecnologías de WEB 2.0 podrían asistir a la solución de ambas: la recaudación con la ayuda de un sistema de pago en línea podrían sustituir el sistema tradicional de recogida de suscripciones y aportaciones de los socios. Las nuevas tecnologías podrían ayudar a disminuir la brecha digital creando comunidades de aprendizaje en línea abiertas a las aportaciones de todos los voluntarios dispuestos a enseñar a los socios con escasos conocimientos tecnológicos.

La sostenibilidad de una organización o asociación, depende de la gestión inteligente de la información, es decir, de la difusión de los servicios. Ambas están garantizadas a través de Internet y su coste es relativamente bajo, tan sólo es necesario conocer las estrategias de posicionamiento de las redes sociales en los buscadores como Google, para sembrar de invitaciones y mecanismos para hacer visibles las actividades de los entornos colaborativos virtuales.

Una de las ventajas de la WEB 2.0, es que motiva a las nuevas generaciones que la dominan y usan de forma continua y son capaces de materializarlas en forma de actividades participativas de todo tipo, las personas de edad madura o de la tercera edad, tienen mayores dificultades para colaborar, tanto en el mundo real como en el virtual. Las comunidades colaborativas tienen la ventaja de que no suponen un riesgo financiero. Los jóvenes, podrían usarlas como campo de pruebas para proyectos de mayor envergadura en el futuro, con el escaso riesgo financiero que suponen, lo cual podría ayudar a las nuevas generaciones a convertirse en empresarios, teniendo en cuenta que según el euro barómetro, los estudiantes españoles son un 13% menos emprendedores que sus homólogos europeos, según el euro barómetro.

Creemos que el miedo a arriesgar o a desarrollar actividades innovadoras, puede desaparecer si se usan estas tecnologías. No debemos olvidar, que el uso innovador de estas tecnologías de WEB 2.0, permite a todo el mundo crecer según sus propias necesidades sin condiciones previas, se adaptan progresivamente según la demanda, admiten componentes innovadores, se puede solicitar ayuda a las comunidades de desarrolladores y la capacidad no es un inconveniente.

Las estrategias tradicionales de sondeo de opinión y difusión de las actividades, realizadas a los miembros de una comunidad, son lentas, poco efectivas en la mayoría de los casos y muy costosas para las arcas municipales. Las tecnologías de WEB 2.0 ofrecen la posibilidad de sondear las opiniones de miles de personas con gran rapidez, los resultados obtenidos son de mayor fiabilidad que los realizados por empresas especializadas y/o profesionales de sondeos de opinión.

Las redes sociales padecen de numerosos problemas que afectan a su capacidad operativa y la motivación de sus miembros, entre ellas destacaremos:

- Problemas económicos: financiación de actividades y sede,
- Problemas de difusión: darse a conocer e informar a los socios,
- Problemas de logística: organizar actividades y reuniones de socios,
- Problemas morales: cumplir los objetivos y responder a las expectativas,
- Problemas de eficacia operativa,
- Problemas de formación para prestar servicios,
- Problemas de conocimiento: estrategias, habilidades administrativas, sostenibilidad.



Las redes colaborativas podrían ayudar a las asociaciones a mejorar el proceso de socialización del grupo, este proceso permite consolidar el compromiso y aumentar la confianza de los miembros compartiendo afinidades, objetivos, metas y aspiraciones. Las ocupaciones cotidianas y el ritmo de vida actual, impiden en la mayoría de las ocasiones a los asociados, participar en las reuniones periódicas que celebran. Las nuevas tecnologías, sin embargo, les permitirían: celebrar reuniones virtuales en los foros, en los chats y difundir sus servicios e ideas, atendiendo al mayor número de visitas a sus entornos colaborativos.

10- ENTORNOS COLABORATIVOS VIRTUALES

La creatividad y la innovación no se generan de forma espontánea, la inspiración no se produce sobre un vacío, se requiere un conocimiento profundo de la realidad que permite generar respuestas distintas a las demandas sociales.

El conocimiento de la realidad, la lectura clara de las necesidades, no es ni fácil ni sencilla. Se requiere un pensamiento analítico complejo, capaz de coordinar y compensar numerosas variables, haciendo que todas ellas actúen en equilibrio.

En muchas ocasiones, las soluciones radicales y útiles provienen de personas totalmente ajenas a un determinado campo, pero con una gran capacidad de observación transversal y dotadas de pensamiento flexible.

En numerosas ocasiones, la creatividad no genera respuestas contundentes a situaciones de crisis, sólo se ocupa de hacer las preguntas oportunas y ayuda a definir de forma clara los problemas. Sin buenas preguntas y problemas correctamente identificados, los especialistas no dispondrían de los retos adecuados para intentar dividir el problema en diferentes subproblemas, e iniciar el proceso de solución.

La solución de un problema científico básico, suele requerir muchos años de investigación, porque la combinación de las soluciones parciales, generalmente no produce una solución eficiente. Se inician pues intensos esfuerzos para encontrar aproximaciones de solución al problema, hasta llegar a la más aceptable o mejor compensada en todas sus dimensiones.

¿Podemos iniciar una transformación social, junto con la pedagógica? ¿Podemos analizar los cambios sociales, junto con los educativos? La respuesta es afirmativa, sí podemos hacerlo, usando de forma creativa las tecnologías de WEB 2.0.

Históricamente las herramientas de nueva generación se crearon para finalidades heterogéneas, en la mayoría de los casos, empezaron resolviendo un problema personal sencillo, posteriormente su resolución inspiró a otros a crear variaciones sobre él.

La rápida difusión de los contenidos innovadores y las actividades, se debe a su apertura y la constante labor de usuarios activos que buscan continuamente espacios donde manifestar su capacidad creadora y su innovación. Las aportaciones que realizan son modificaciones en la mayoría de los casos sencillas, unas aplicaciones (API) escritas con lenguajes de programación comunes.



Las redes sociales que se apoyan en las tecnologías de WEB 2.0 proporcionan a sus miembros los mayores niveles de difusión y socialización celebrando eventos y reuniones virtuales, una nueva manera de entablar contactos y socialización a través de las tecnologías. Cada miembro de la red, busca investiga y aporta, soluciones innovadoras para potenciar la cohesión del grupo. Se trata de idear eventos singulares y actividades alternativas que atraen a otras personas. Utilizamos soluciones alternativas para llamar la atención, o elaborar propuestas que reporten beneficios al grupo.

Las redes sociales necesitan el apoyo de los organismos públicos, autoridades municipales, grandes empresas, fundaciones y pymes, todos pueden contribuir a la sostenibilidad de los recursos logísticos, técnicos y económicos. La creación de plataformas públicas basadas en las tecnologías de WEB 2.0, para albergar redes asociativas sin ánimo de lucro, financiados por todos los actores sociales, podría ser una opción. Los ciudadanos necesitan dialogar con todos los agentes que precisan colaborar, escuchar y oír al ciudadano, para conocer sus necesidades. Estos espacios de libre configuración, servirían como ágoras de creatividad e innovación, abiertos a las innovaciones de los miembros dichas redes.

La ventaja de Internet colaborativa, es que los recursos necesarios no son tan costosos como los de Internet de primera generación. No se requieren plataformas, ni infraestructuras pesadas y caras. La adopción de las tecnologías wiki, garantiza el mantenimiento rápido y sencillo. La gestión de dicho espacio estaría a cargo de una fundación sin ánimo de lucro, que se ocuparía de la gestión de los recursos económicos necesarios para su sostenibilidad y se encomendaría observar las buenas prácticas en todos los entornos.

Los entornos colaborativos tendrían un diseño cómodo y abierto a todas las edades, sexos o afinidades, en las plataformas no hay lugar a la discriminación de ningún tipo, cada espacio se convertiría en un universo de aprendizaje para sus miembros, porque todas las aportaciones al espacio en forma de debates o noticias de actualidad servirán para enriquecer el resto de los miembros de la red. Estos entornos eliminarán las distancias físicas con las comunidades y podrán tener miembros ubicados en cualquier lugar del planeta, además servirán para llevar a cabo acciones solidarias a distancia y apoyarán iniciativas solidarias en cualquier lugar del mundo.

En los espacios virtuales comunitarios, un control mínimo de los derechos de autoría, con el fin de evitar que se alteren o modifiquen los contenidos. Se trata evitar se desvirtúen. La creatividad, seguirá siendo la fuerza transformadora, de las ideas y las formas de hacer las cosas, de interactuar, de dialogar y defender los valores que les unen.

11- SOBRE LAS ALIANZAS CIUDADANAS 2.0

Las tecnologías de WEB 2.0 pueden proporcionar un amplio abanico de medios de apoyo a las redes sociales y los entornos colaborativos y facilitan la comunicación entre sus miembros, apoyan las iniciativas ciudadanas, ayudan a difundir la cultura y las ideas del grupo, propagan la empatía con otros, proporcionan soluciones para generar beneficios y sostener a las iniciativas, estimulan el auto aprendizaje e incentivan la creatividad individual y colectiva.



“Aprender a aprender” es una actividad que debemos fomentar y estimular en las nuevas generaciones de ciudadanos. La comunicación es su base, la tecnología es su mejor aliado y su principal herramienta de desarrollo.

Los profesores deberían convertirse en aprendices eternos, y transmitir esta pasión a sus alumnos. Tienen que cambiar su forma de impartir su actividad docente, convertirse y entrenadores creativos motivadores y transformadores.

La sostenibilidad no debe ser un reclamo propagandístico, nuestros ecosistemas están en serio peligro.

Los principales perjudicados de las situaciones de crisis son nuestros ecosistemas naturales, urbanos y sociales, que se abandonan a su suerte mientras se mantienen intacta la burocracia.

El respeto a nuestros entornos y el compromiso de su mantenimiento, es la actitud que deberíamos potenciar.

La educación en la sostenibilidad no debería convertirse en otro programa de adoctrinamiento de ciudadanos.

La cultura colaborativa, en España, uno de los pilares de la sostenibilidad de nuestros ecosistemas, sufre un importante retraso respecto al resto de los países europeos, es posible que esta situación sea uno de los motivos por los cuáles, los jóvenes españoles o sus padres, son menos emprendedores que el resto de la media europea (según el eurobarómetro).

Una ciudad sostenible social y físicamente, es una ciudad cuyos gestores escuchan a sus gentes, los ciudadanos sensibles, responsables, que participan y se sienten identificadas con ella. Estas personas quieren vivir la ciudad, disfrutarla al máximo, todos los días, toda la vida y para siempre.

Una ciudad sostenible es aquella que apuesta por las personas, es la que ayuda a crear redes sociales de personas comprometidas y que confían entre sí, capaces de interactuar de unirse en los momentos de dificultad, de organizarse en momentos de crisis, solidarios con jóvenes y mayores, capaces de transmitir conocimiento y sabiduría, de compartir información.

Necesitamos la creatividad y la innovación, tanto como herramientas para sostener nuestro crecimiento económico, como para crear ciudades atractivas y dinámicas. Para construir ciudades creativas que no sean "simples escenografías", es necesario desarrollar las iniciativas creativas de sus propios ciudadanos. Es la propia gestión municipal la que debe velar para que sus ciudadanos tengan acceso a la creatividad, un bien universal, muy rentable.

Las autoridades de la comunidad, los alcaldes y los concejales municipales, que se queden rezagados, perderán la carrera por el progreso económico de su pueblo o región. El papel que juega la creatividad en el desarrollo económico de una ciudad, cada día es



mayor. Para evitar el declive de las ciudades, hay que empezar a revitalizarlas, empezando por generar en las generaciones jóvenes una nueva cultura basada en el desarrollo de la creatividad.

La formación en creatividad y las actividades de participación, estarán creando los pilares de una ciudad creativa y dinámica, que sabrá adaptarse a cualquier tipo de cambios. No se trata de planificar la creatividad, sino más bien es necesario crear las condiciones, para que las potencialidades de los ciudadanos y especialmente los niños puedan expresarse. Será una ciudad con ideas, imaginación y recursos para mejorar y crecer, pero también sabrá afrontar las posibles crisis futuras.

Si formamos a niños, adolescentes y jóvenes en un modelo educativo basado en la creatividad, estamos en condiciones de crear ciudadanos creativos y por consiguiente, ciudades creativas.

Hay que crear un nuevo modelo de ciudad, concebido como un espacio para la creación, en el que los niños, jóvenes y adultos, jueguen un papel determinantes en su desarrollo. Se trata de incentivar la creatividad, a todos los niveles y aplicar la innovación, en todas las actividades productivas, culturales, educativas y artísticas. Cuanto antes empiece a desarrollar la creatividad latente en los alumnos, más pronto surgirán en el municipio proyectos innovadores, que producirán riqueza y beneficios importantes.

Ojala que en estos momentos de dificultad las personas encuentren la fuerza moral y el estímulo para seguir por el camino de la creatividad y la solidaridad.

- Por los ciudadanos que innovan,
- Por los entornos colaborativos que les estimulan,
- Por las redes que les apoyan,
- Por las ciudades y sus ecosistema sostenibles,
- Por una educación que mantenga nuestros ecosistemas el mayor tiempo posible.



12- CONCLUSIONES

1. WEB 2.0 es mucho más que un conjunto de tecnologías de software libre, es una colección de entornos y herramientas versátiles, que permiten socializar y crear “redes colaborativas” altamente creativas, innovadoras y de participación vecinal y ciudadana.
2. Las redes sociales que usan tecnologías de Web 2.0, pueden proporcionar un amplio abanico de posibilidades, generar medios innovadores de apoyo y de motivación a las alianzas ciudadanas de diversa índole.
3. La cultura colaborativa en España no tiene tradición, está poco arraigada en el tejido social. Es evidente que por muchos factores, no posee el mismo significado, ni el mismo sentido que posee en otros países europeos.
4. El compromiso personal, social y medioambiental, combinado con la participación ciudadana son la clave para la construcción de una sociedad solidaria, responsable, respetuosa con los demás y capaz de gestionar un entorno sostenible para todos.
5. La colaboración activa y el trabajo colectivo es el mejor garante de la sostenibilidad. Los jóvenes de hoy perciben que su mundo esta cambiando. Saben que lo que hoy es valido, pasará en poco tiempo a ser secundario o tal vez no sirva de nada.
6. La sostenibilidad, no debería convertirse en un reclamo propagandístico de eventos y actividades. Lo sostenible es una actitud y compromiso global.
7. La educación en los nuevos valores de sostenibilidad y cohesión social requieren una reconsideración sobre cuales son los valores que se fomentan en el sistema educativo actual y en la sociedad que lo sostiene.
8. La sociedad actual produce cambios cada vez más importantes. El conocimiento adquiere un papel relevante, estrechamente vinculado a la creatividad y a la innovación, en donde predomina el desarrollo de las ideas, redes y procesos creativos.
9. La educación en la creatividad no debe ser algo testimonial, debe ser una actitud sólida que se practica diariamente.
10. La estrategia basada en importar ideas creativas de otros lugares, no hace creativa a la ciudad.
11. Hay que crear un nuevo modelo de ciudad, concebido como un espacio para la creación, en el que los niños, jóvenes y adultos jueguen un papel determinantes de la configuración de su desarrollo.
12. Una ciudad creativa es aquella que proporciona a sus ciudadanos las condiciones y el clima propicio para que fluya la creatividad, con el objeto de generar proyectos innovadores que beneficien a toda la comunidad.



BIBLIOGRAFÍA

- AYAN, Jordan; Aha, 10 ways to free your creative spirit and find your great ideas; Three river press; 1997.
- BOSCHMA, Jeroen; **La Generación Einstein**; Deusto; Bilbao; (2008).
- Coleman, J. S.; **Social Capital in the creation of human capital**; American Journal of Sociology, 94, 95-120. 1988.
- CSIKSZENTMIHALYI, Mihaly; **Aprender a Fluir**; Kairós; 1998
- CSIKSZENTMIHALYI, Mihaly; **Creatividad: El fluir y la psicología del descubrimiento y la invención**; Paidós; 1998.
- CSIKSZENTMIHALYI, Mihaly; **El yo Evolutivo**; Kairós; 2008
- CSIKSZENTMIHALYI, Mihaly; **Fluir en los negocios**; Kairós; 2003
- CSIKSZENTMIHALYI, Mihaly; **Fluir una psicología de la felicidad**; Kairós; 1997
- De la TORRE, Saturnino; **Comprender y evaluar la Creatividad VOL. 1**; Aljibe; 2006
- De la TORRE, Saturnino; **Comprender y evaluar la creatividad VOL. 2**; Aljibe; 2006
- De la TORRE, Saturnino; **Sentir pensar**; Aljibe; 2005.
- Gardner, Howard; Csikszentmihalyi, Mihaly; y Damon, William; **Buen trabajo**; Paidós; 2002.
- FLORIDA, Richard; **The rise of the creative class**; Basic Books; 2004.
- GUILFORD, J.P.; **Creatividad y educación**; Paidós; 1983.
- HEIKKI, Turunen; **Living Labs and Web 2.0; en European Living Labs**; Wissenschaftlicher Verlag; Berlin; 2008.
- LANGE, Ellen J. r; **La creatividad consciente**; Paidós; 2006.
- LANDRY, Charles; **The Creative City**; Earthscan Publications; London; 2000.
- MENCHÉN, Francisco ; **Descubrir la creatividad**; Pirámide; 2005
- MENCHÉN, Francisco; **La creatividad en el aula**; Conocimiento; 2008
- MENCHÉN, Francisco; **La Creatividad y las Nuevas Tecnologías en las Organizaciones modernas**; Díaz de Santos; 2008
- MINSKY, Marvin; **La sociedad de la mente. La inteligencia humana a la luz de la inteligencia artificial**; Ediciones Galápago, Buenos Aires (Argentina), 1986.
- MONREAL, Carlos; **¿Qué es la creatividad?**; Biblioteca Nueva; 2000
- NEGROPONTE, Nicolas; **El mundo Digital**; Ediciones B ; 1995
- NUMELLA CAINE, Renate; Caine, Geoffrey; **Making Connections: Teaching and the Human Brain**; Addison-Wesley; p.31; 1991.
- OSHO; **Creatividad**; Mondadori; 2007
- PAPERT, Seymour; **La máquina de los niños**; Paidós; 1995
- PEREIRO, Gerardo; **La evolución es creatividad**; Kier; 2007
- PERRY, Paul; **In American Way**; 15 de Mayo; 2000.
- PRENSKY, Marc; **Digital Natives, Digital Immigrants**; 2ª parte: **Do They Really Think Differently?**; de On the Horizon; NCB University Press; Vol. 6; Diciembre; 2001.
- PRENSKY, Marc; **Digital Natives, Digital Immigrants**; de On the Horizon; NCB University Press; Vol. 6; Diciembre; 2001.
- PRENSKY, Mark; **Don't bother me Mom- I'm learning**; Paragon House; 2006
- PUENTE Ferreras, Aníbal; **El cerebro creador**; Alianza; 1999
- PUNSET, Eduardo; **El alma está en el cerebro**; Aguilar; 2007
- PUTMAN, R.; **Bowling Alone: the collapse and revival of american community**; Simon and Shuster Publishing Co.; New york; 2000.
- ROMO, Manuela; **Psicología de la creatividad**; Paidós; 1997.
- TASCOTT, Don; Williams, Anthony D.; **Wikinomics. La nueva economía de las multitudes inteligentes**; Paidós Empresa; Barcelona; 2007.