



Creatividad y jóvenes en la candidatura de Belgrado 2021 para el título de CEC¹

Creativity and young people in the Belgrade 2021 candidacy for the ECoC title

Milica Matovic²

Resumen

La Capitalidad Europea de Cultura (CEC), desde hace 30 años, representa el evento cultural más popular de Europa. El título de la CEC representa hoy en día tanto una distinción como una oportunidad para la transformación, el desarrollo y la regeneración cultural, económica, social. En diferentes oportunidades, a través de actividades creativas, se intentó ir más allá del simple cambio económico o urbano e impulsar un cambio social intangible, pero con impactos duraderos. Según diversos autores, analizados en la presente comunicación, la Capitalidad Cultural es un catalizador de cambio social. Este trabajo está centrado en la juventud, interesada siempre en lo nuevo, creativo e innovador, porque ella es parte de la sociedad que más sufre la realidad serbia, caracterizada por “la fuga de cerebros”, la transición y una crisis que dura más de veinte años. Belgrado, capital candidata para el año 2021, también está buscando oportunidades en estos campos. El presente trabajo investiga qué papel han tenido y pueden tener los jóvenes en una candidatura y qué impacto puede tener en ellos su participación en un evento de esta magnitud. Al analizar, por un lado, tres candidaturas diferentes, en tres momentos de realización (una candidatura actual, una del pasado y una del futuro) y, por otro, los planes que Belgrado 2021 posee, será posible proponer una serie de ejes estratégicos que no sólo pretenden posicionar a Belgrado como CEC, sino que pondrán el acento en la sinergia entre la creatividad y juventud dentro de la candidatura.

Palabras clave: Jóvenes; CEC; Creatividad; Catalizador de cambio.

Abstract

The European Capital of Culture (ECoC), for 30 years, has represented the most popular cultural event in Europe. The ECoC title today represents both an honor and an opportunity for cultural, economic, social transformation, development and regeneration. On different occasions, through creative activities, many attempts were made to go beyond simple economic or urban change in order to promote intangible social change with long lasting impacts. According to various authors

¹ Fecha de recepción: 27/06/2015. Fecha de aceptación: 18/08/2015.

² Licenciada como profesora de español y literaturas hispánicas por la Facultad de Filología de la Universidad de Belgrado. Máster oficial Universitario en Proyectos de Ocio: Cultura, Turismo, Deporte y Recreación. Actualmente, disfruta de una beca predoctoral concedida por la Comisión Europea, cursando el doctorado en Ocio, Cultura y Comunicación para el Desarrollo Humano en la Universidad de Deusto.



analyzed in this paper, the ECoC is a catalyst for social change. This work is focused on youth, always interested in the new, creative and innovative, because they are part of the society that suffers the most from the Serbian reality, characterized by “the brain drain”, the transition and a crisis that lasts more than twenty years. Belgrade, the candidate capital for the year 2021, is also looking for opportunities in these fields. This paper investigates what roles young people have had and can have in a candidacy and what impact their participation in an event of this magnitude can have on them. By analyzing, on the one hand, three different applications, at three times of realization (a current application, one from the past and one from the future) and, on the other hand, the plans that Belgrade 2021 has, it will be possible to propose a series of strategic axes that. They not only intend to position Belgrade as CEC, but they will emphasize the synergy between creativity and youth within the candidacy.

Key words: Youth; CEC; Creativity; Change catalyst.

Introducción³

Este trabajo es el fruto de la investigación realizada durante el año escolar 2013/14 para el proyecto final del Máster Universitario en Dirección de Proyectos de Ocio: Turismo, Cultura, Deportes y Recreación de la Universidad de Deusto.

Inicialmente, consideramos importante explicar el interés personal y profesional que nos lleva a investigar el objetivo de esta comunicación. “La fuga de cerebros” es un fenómeno muy presente en la sociedad serbia, así como en otros países en desarrollo, desde los años noventa. Serbia ha vivido y todavía vive una realidad donde los planes de futuro casi siempre suponen la salida del país. Como coautores nacidos en países con largos períodos de crisis (Serbia y Venezuela), nos sentimos representados en muchos de esos jóvenes que han tenido que abandonar su país para obtener la oportunidad de avanzar profesionalmente, así como la responsabilidad de buscar respuestas y soluciones. Creemos que un evento de la magnitud de la Capitalidad Europea de la Cultura (CEC) posee el potencial de producir cambios en la sociedad que se pueden reflejar positivamente en la gente joven.

Durante casi treinta años, la CEC ha sido el evento cultural más prestigioso de Europa. En este período, las ciudades han aprovechado el título para la promoción turístico-cultural, el desarrollo económico, la transformación urbana, entre otras áreas. Belgrado, como candidata para el año 2021, también está buscando sus oportunidades en estos campos, aunque con la difícil herencia de los años noventa: emigración de jóvenes, embargo económico y pobreza.

Belgrado es una ciudad multicultural, una ciudad de dialogo cultural consigo misma y con el resto del mundo, razón por la cual el título de CEC sólo confirmaría tal realidad. Este trabajo explora las oportunidades que conlleva una candidatura para la Capital Europea de la Cultura. Creemos que el título de CEC puede servir como un “catalizador”, un elemento de dinamización tanto económico como social, y que si se enfoca en la población juvenil puede tener impactos de largo plazo mucho más evidentes.

Metodología

³ Una versión preliminar de este artículo fue presentada en el Foro Internacional Ocio Gune 2015.



La metodología empleada en la presente investigación es, principalmente, de carácter cualitativo. Por un lado, se basa en la revisión de la literatura relativa a nuestro tema de investigación. Es decir, es un análisis de los artículos, libros, informes, legislación de la Unión Europea, propuestas oficiales de las tres candidaturas elegidas: Turku 2011, una ciudad con su capitalidad terminada; Riga 2014, la capital cultural actual en el marco de nuestra investigación; y Donostia/San Sebastián 2016, una capital que está preparando sus planes de futuro.

Como material principal, hemos optado por la propuesta oficial. Un documento que ofrece toda la información necesaria y que es común para las tres ciudades. Debido a diferentes momentos del desarrollo del proyecto, durante nuestro análisis, los materiales complementarios varían de una capital a otra. Por ejemplo, en el caso de Turku 2011, hemos usado como apoyo ex-post evaluaciones, tanto de propia organización como de ECORYS, pero en otro caso eso no ha sido posible. Somos conscientes de que la cantidad de la información obtenida no va a ser equilibrada, pero como nuestro objetivo no es comparar las tres capitalidades entre ellas, sino obtener una visión general sobre el papel de jóvenes en una candidatura, no lo consideramos un inconveniente

Por otro lado, en la parte empírica, hemos utilizado también la metodología cualitativa, pero como herramienta hemos aplicado la entrevista en profundidad. La razón principal para elegir la entrevista en profundidad, sólo en la parte de investigación sobre la candidatura de Belgrado, es la fase temprana del proyecto. Es decir, el documento Beograd 2020⁴ es muy general, no representa una propuesta oficial todavía y no ofrece suficiente información para nuestro análisis. La entrevista se realizó en abril de 2014 con Aleksandar Peković, Presidente del Comité Organizativo.

Toda la información analizada está enfocada hacia los jóvenes, como creadores y consumidores de la cultura. Nos interesa, principalmente, cómo Belgrado puede usar la creatividad en un evento tan grande para educar, motivar y mejorar la vida de los jóvenes, cuyo futuro está siendo marcado por la precariedad laboral y la falta de oportunidades.

Ocio, creatividad y jóvenes

El ocio se relaciona con la juventud casi siempre en los términos de riesgos o hablando del valor e importancia que tiene en la vida de una persona joven. Muchos son autores que tratan este tema, especialmente durante últimos años debido al interés y la importancia que tiene ocio en la vida de jóvenes. La amplitud del tema ofrece una multitud de aproximaciones y maneras de estudiar este fenómeno.

Por un lado, diversos autores nos ofrecen al menos tres aproximaciones, diferentes pero complementarias. Los jóvenes y el ocio se pueden mirar desde muchas perspectivas, entre ellas la psicológica, la sociológica y la perspectiva más actual, la tecnológica, que por su parte ha revolucionado cada uno de los aspectos de la vida. El acercamiento desde la psicología trata temas tales como el papel del ocio y el desarrollo, autorrealización, experiencia del ocio o itinerarios del ocio (Monteagudo, 2008; Stebbins, 2001). La sociología se refiere más a tipos de actividades que se consumen, estilos de vida, valores, costumbres o tiempo dedicado al ocio (Elzo Imaz, 2006; Pejić, 2003; Roberts, 2012). La aproximación tecnológica proviene del mundo en que vivimos. La

⁴ Siempre y cuando usemos la expresión Beograd 2020, nos estaremos refiriendo al documento escrito que representa el diseño del proyecto de la capitalidad presentado a la Comisión Europea. Por la tardanza en la ratificación de algunas leyes, la capitalidad de Belgrado pudiera ser concretada en el año 2021, y no en 2020 como se planteó inicialmente.



característica más importante de jóvenes hoy en día es su relación con internet, las redes sociales y tecnología, definiendo a esta generación como “@ generación” (Portillo, Urteaga, González, Aguilera, & Feixa, 2012). Aquí nos gustaría desarrollar el tema de ocio como una oportunidad de desarrollo personal y comunitario de la población joven, sin olvidar que la clave para entenderlo es la experiencia debido a que el ocio es lo que “me gusta” hacer, y no lo que “debería” hacer.

“El ocio favorece la creatividad siempre que lo entendamos en el sentido experiencial, no como espacio vital ocupado por el entretenimiento, la pasividad y la estimulación de un mundo emocional básico, tan frecuentemente utilizado por la sociedad de consumo. Por eso, frente a una realidad en la que domina el ocio consumista la propuesta es un ocio creativo y cultural. Un ocio creativo es un ocio automotivado, consciente, activo, complejo y lúdico. El ocio creativo es la puerta del ocio cultural” (Cuenca Cabeza, 2002, p. 22).

Csikszentmihalyi considera que la creatividad es la habilidad para cambiar espontáneamente la forma en la que contemplamos, pensamos o actuamos en el mundo (Csikszentmihalyi, 1998) y por lo tanto, ofrecer a los jóvenes una oportunidad de involucrarse en grandes eventos (Capitalidad Europea de la Cultura, Juegos Olímpicos, etc.), puede cambiar la vida de estos, ofreciéndoles las iniciativas, recursos y preparación para que puedan vivir un ocio más creativo, capaz de enriquecerles como personas.

Nos parece importante subrayar que el ocio puede servir como una plataforma que impulsa la creatividad, la innovación y el emprendimiento juvenil, promoviendo así un nivel de vida más alto. Manuel Cuenca, hablando del ocio e innovación (Cuenca Cabeza, Aguilar Gutiérrez, & Ortega Nuere, 2010), señala la importancia de la función formativa de ocio para el trabajo, desarrollo de competencias e introducción al mundo laboral. Algo muy demandado por los jóvenes actuales.

Cabe destacar que, hoy en día, muchos jóvenes no suelen creer en las organizaciones. Por lo tanto:

“Algunos jóvenes se refugian en la indiferencia o en el individualismo, mientras que otros prefieren las formas de expresión que pueden haber resultado excesivas o incluso en los límites de los instrumentos democráticos. Frente a un tiempo de ocio básicamente consumista, existen grupos de jóvenes que hacen de su ocio un tiempo de cambio. Las organizaciones juveniles encuentran aquí un importante campo de actuación en la medida en que trabajan de manera sistemática y coordinada para estimular entre los jóvenes vías de disfrute relacionadas con el desarrollo personal y grupal, haciendo del tiempo de ocio un espacio creativo, colectivo, de aprendizaje, de comunicación, de solidaridad, de diversión y de estimulación del compromiso social.” (Caremier, 2002, pp. 48-49).

En este sentido, necesitamos buscar maneras para motivar a los jóvenes, enseñarles y formarles, pero sin amenazar su independencia porque el ocio para ellos es pura manifestación de la libertad. Distintas asociaciones, clubs de actividades, etc., facilitan la aproximación a los jóvenes y de acuerdo con la teoría sobre la creatividad de M.Csikszentmihalyi parece importante dar un paso desde el consumo hacia la producción creativa.

De acuerdo con teorías actuales, es muy importante balancear entre la vida real y la virtual en la generación de Internet, ofreciendo a los jóvenes contenidos de acuerdo con sus intereses. Las redes sociales, las plataformas de intercambio, chats, entre otras herramientas, fomentan un dialogo entre juventud, borrando las fronteras espaciales y temporales y, de esta manera, facilitando la experiencia de ocio y aumentando su interés en ello.



La Capitalidad Europea de la Cultura- escenario creativo para todos

La idea sobre Capitales Europeas de la Cultura, según reza la leyenda, nació en el aeropuerto de Atenas en enero de 1985, en una conversación entre Melina Mercouri, entonces ministra de cultura de Grecia, y su colega francés, Jack Lang. Reflexionando sobre la situación de la cultura en Europa, Mercouri tuvo la idea de poner en marcha una serie de eventos anuales y así centrar la atención en las ciudades de toda Europa y de su papel en el desarrollo de las culturas europeas. Lang estuvo interesado y al año siguiente, en Atenas, empezó esta manifestación. Como decía M. Mercouri, el objetivo era mostrar que la cultura, el arte y la creatividad no son menos importantes que la tecnología, el comercio y la economía.

Treinta años más tarde este es el proyecto europeo más ambicioso de colaboración cultural con presupuestos muy superiores a los de cualquier otro evento cultural. Entre otras cosas, su objetivo es hacer que los europeos sean conscientes de lo que tienen en común. Hasta hoy, 52 ciudades han ostentado el título y el evento ha adquirido un gran prestigio entre los ciudadanos de Europa.

Un estudio realizado por expertos independientes (Palmer/Rae Associates, 2004) sobre las Capitales Europeas de la Cultura, entre el año 1995 y 2004, señala que la gran mayoría de los organizadores sintió que el evento había sido beneficioso para las ciudades, tanto desde el punto de vista cultural como por el desarrollo de la ciudad a largo plazo. Desde sus comienzos hasta el año 2000 cada año sólo una ciudad tenía el honor de llamarse la Capital Europea de la Cultura. Sin embargo, algunas eran las capitales nacionales, como París o Madrid, pero las ciudades pequeñas como Weimar y Maribor aportaron también. En 2000, como una manera de celebrar la entrada en el nuevo milenio, 9 ciudades ostentaron la manifestación. Desde el año 2007, dos ciudades comparten los honores cada año, con una excepción de 2010, cuando tres ciudades participaron: Essen, Pécs y la primera ciudad fuera de la EU: Estambul.

Debido a los beneficios que lleva la marca CEC para el posicionamiento de las ciudades, en los últimos años se nota un incremento considerable de las ciudades interesadas para organizar este gran evento:

“Las posibilidades de rentabilizar la marca CEC son muchas: lobbying internacional, con el fin de conseguir que tanto instituciones como personas de prestigio se adhieran a la candidatura de una ciudad en cuestión; acuerdos de colaboración con diferentes entidades culturales para promover el mayor conocimiento de la cultura local, fuerza empresarial para la gestión de proyectos y mayor notoriedad tanto en prensa local de sus fronteras (nacionales e internacionales), hermanamientos con ciudades, patrocinio del sector como nacional” (Prado, 2007, p.4).

El interés se nota aún más por el deseo de países que no pertenecen a la EU como Serbia o Bosnia y Herzegovina en participar por la CEC. Para facilitar la oportunidad a las ciudades interesadas, el Consejo de Europa, en su página web, ofrece un listado de consejos para que una capitalidad sea exitosa. En el fundamento jurídico de la CEC (el artículo 4, la Decisión 1622/2006/EC) exige de los programas para la capitalidad la satisfacción de dos grandes categorías de criterios: "La dimensión europea" (cooperación, diversidad cultural en Europa, aspectos comunes de las culturas europeas) y "La ciudad y los ciudadanos" (participación de los ciudadanos y la sostenibilidad). De hecho, un reto clave para las Capitales Europeas de la Cultura es asegurarse que el proyecto esté encajado en un compromiso a largo plazo y crear una estrategia sobre cómo desarrollar y mantener una creativa ciudad creativa, una ciudad del arte. Los criterios son más rigurosos cada año, pero sólo el hecho de obtener el título no significa el éxito. Aunque la buena



preparación es importante, lo más difícil es cumplir con lo ofrecido. El éxito depende de muchos factores, pero lo más importante es: la calidad del programa cultural, la participación, la cooperación y el apoyo de los sectores público y privado, así como el respaldo del liderazgo político.

Como tales, los jóvenes no forman parte de los consejos de la Comisión Europea ni son responsables de las candidaturas para la CEC. Generalmente, los jóvenes se mencionan como un grupo de destinatarios. No obstante, según Beatriz García, los enfoques utilizados para apoyar el compromiso social, que forman la clave para una candidatura exitosa, son los programas centrados en grupos específicos (ej. jóvenes), centrados en áreas específicas de impacto (ej. salud) y aquellos que colaboran con sectores específicos (ej. educación). Opinamos que, combinando la educación y el grupo específico de jóvenes, la candidatura de Belgrado no sólo puede ser exitosa y lograr el título de la Capital Europea de la Cultura, sino que puede dar un paso más hacia un ocio valioso para sus ciudadanos.

Camino y oportunidad de Belgrado

En el año 2008, cuando nació la idea de Belgrado como CEC, la ciudad oficialmente no podía participar en este proyecto porque estaba reservado sólo para los países pertenecientes a la UE. Durante nuestra entrevista, Aleksandar Pekovic intentó explicarnos como ha sido este proceso y porque el equipo de Belgrado cree firmemente que, para el proyecto de CEC, es importante que participen otros países europeos.

En primer lugar, si el proyecto trata el tema de la capitalidad europea, no puede estar limitado sólo a los países de la UE. Serbia pertenece a la cultura europea y sin la inclusión de todos los países europeos en el proyecto prevalecerían más los rasgos políticos que los culturales. En segundo lugar, los países que realmente necesitan este tipo de proyectos, sobre todo en la cultura, la educación y el deporte, son países que quieren entrar en UE, porque cultura tiene este tipo de poder de motivar a la sociedad en este tipo de proceso.

Como hemos dicho, el proyecto Beograd 2020 comenzó en el año 2008 y, dos años más tarde, la Dirección General de Cultura de la Comisión Europea comenzó a preparar una nueva decisión sobre la candidatura de 2020 que dejase de participar a los países fuera de la UE. A través de consultas directas en el año 2010, los miembros del Comité de Belgrado evaluaron la potencialidad de Belgrado, defendiendo la idea de que los países que no son miembros de la UE contribuyen a la cultura europea y por eso deben participar en el proyecto. Según palabras de A. Pekovic, el diseño del proyecto presentado dejó muy buena impresión en los miembros de la Comisión por su nivel de detalle, aun cuando la candidatura de Belgrado fuera sólo una posibilidad. De igual forma, Belgrado ha recibido una gran atención por parte de instituciones y líderes europeos como es el caso de la Comisaria de Educación, Cultura, Multilingüismo y Juventud, Sra. Androulla Vassiliou; Doris Pack, Presidente del Comité de la Unión Europea de Cultura y Jelko Kacin, Vice-Presidente de la Delegación para las Relaciones con Albania, Bosnia y Herzegovina, Serbia, Montenegro y Kosovo.

La Comisión Europea propuso el 20 de julio de 2012 una nueva decisión ante el Consejo de la UE y el Parlamento Europeo. Desde el otoño de 2012 hasta abril de 2014 se llevó a cabo el proceso de mediación y, finalmente, la nueva decisión fue aprobada el 16 de abril de 2014. Por lo tanto, la oportunidad de ser la Capital Europea de la cultura se atrasó un año. Es decir, del 2020 al 2021. De acuerdo con los autores, este proyecto debería proporcionar un importante cambio en muchos planes. Inicialmente, en los planes de infraestructura y economía, luego en el plan de la estrategia



cultural y, por último, en el plan social: la CEC permitiría la formación de una nueva generación de jóvenes cercanos a la cultura interesados en desarrollar ideas innovadoras para Belgrado y Serbia.

Sin embargo, ¿Qué sistemas o planes para la implicación de los jóvenes se plantean? Según, A. Pekovic, Presidente del Comité de organización Belgrado Capital Europea de la Cultura, hay que plantear una estrategia cultural basada en un programa temático de diez años, donde cada año haga énfasis en temas variados: ciudad, disciplinas artísticas, cooperación local e internacional, entre otros. Por ejemplo, el año 2019 estará dedicado a las redes sociales, a la cultura alternativa y a los jóvenes.

En segundo lugar, Pekovic menciona un modelo de colaboración diseñado para este proyecto. Este modelo, denominado triangular, implica la colaboración en tres niveles: local, regional y europeo. Cada año Belgrado colaborará con una ciudad serbia, una de la región de los Balcanes y una ciudad europea, estableciendo redes en el ámbito cultural, deportivo, turístico, etc. Esta plataforma sirve de base para proyectos formativos y proporciona prácticas para la gente joven. El gran objetivo pasa por involucrarlos masivamente en el proyecto y motivarlos para que continúen desarrollándose en sus áreas de interés. Según Pekovic, como modelos de buenas prácticas pueden considerarse Lille, Essen o Liverpool, que emplearon 20.000 jóvenes durante 2008.

Adicionalmente, Beograd 2020 tiene como reto estimular la participación con un sistema “de abajo hacia arriba”. Es decir, a la hora de formular el programa oficial los responsables desean usar ideas de la ciudadanía. Resulta importante destacar que entre los años 2011 y 2012 se realizaron dos encuestas entre los ciudadanos de Belgrado (un ejemplo de la investigación realizada en etapas muy tempranas del proyecto). La primera de ellas mostró un apoyo de la ciudadanía de 74% mientras que la segunda alcanzó un 80%. La ciudadanía está demostrando interés en la CEC de Belgrado y se ha de encontrar un modelo para involucrar a la ciudadanía en el proyecto.

Por último, como prueba de que Belgrado está tomando en cuenta seriamente la participación de los jóvenes, podemos mencionar el proyecto “Belgrado fuera de Belgrado”. Aunque no es típico desarrollar un proyecto concreto en una fase tan temprana, como es el caso de Belgrado, consideramos que este proyecto puede servir de base para el futuro. El objetivo de este proyecto es promover la cultura serbia y jóvenes artistas que viven y crean fuera del país. Al ser Serbia un país conocido por su “fuga de cerebros”, con la candidatura de CEC se pretende dar a conocer a estos genios serbios que son conocidos y respetados en el mundo, pero que en su propio país no se sabe mucho de ellos. Por ejemplo, el trío de jazz SVETI (Marko Đorđević, Vasil Hadžimanov & Branko Trijić), formado por ex estudiantes de escuelas prestigiosas como el Conservatorium van Amsterdam o el Berkeley College of Music.

En resumen, podemos decir que Belgrado ha seguido un camino muy largo tan sólo para llegar al punto de poder presentar su candidatura para la Capital Europea de Cultura. Contando con la tradición y la historia, pero apoyándose en su potencial y futuro, la ciudad de Belgrado quiere unir todas sus identidades (cosmopolita, balcánico y local), y hacerse reconocible en proceso de selección. El principal reto de Belgrado es la movilización de la población para adoptar la perspectiva europea y, en particular, el desarrollo de una nueva generación: niños y jóvenes preparados para mantener este proyecto vivo y funcional después del año de la capitalidad.

A través de este proceso, Belgrado puede generar un nuevo modelo de política cultural que contribuya con la tradición y la vanguardia, así como con un cambio estratégico en el sistema



cultural de la ciudad de Belgrado, el cual, al mismo tiempo, puede impulsar un cambio en todo el país.

Diagnóstico

La idea es analizar y contrastar las experiencias de tres ciudades: Turku 2011, Riga 2014 y Donostia/San Sebastián 2016, con la propuesta de Belgrado utilizando como referente el informe del año 2013 de Beatriz García.

En nuestro análisis hemos identificado tres partes de una candidatura: la preparación, la ejecución y post-análisis de impactos. Cabe destacar que nuestra propuesta está dirigida hacia la preparación del proyecto y no a la mejora del mismo. En otras palabras, nuestra propuesta pretende dar unas líneas estratégicas que los autores de la propuesta oficial de Belgrado deberían tener en cuenta a la hora de definir y presentar el proyecto a la Comisión Europea.

A continuación, presentamos la Tabla 1 que, por un lado, ofrece puntos fuertes, identificados tras el análisis de las tres candidaturas, y por otro lado, indica la presencia de estos elementos en los planes para el proyecto de Belgrado. Cabe destacar que ninguna de las tres capitales incluye todos los elementos en su propuesta. De igual forma, tras una lectura atenta, hemos notado que no se cumplieron todos los planes presentados en las propuestas oficiales (por ejemplo, plan dedicado a los jóvenes y niños de Riga, no se puso en marcha durante el año de la capitalidad).

Elementos analizados:	Marco de referencia extraído de la tres candidaturas:	Presencia en el plan de la propuesta de Belgrado 2020:
- Plan estratégico:	Proporciona la realización del proyecto de una manera más eficaz, especialmente si vincula el objetivo cultural con las políticas locales.	Belgrado, por su parte, reconoce el gran potencial que lleva la candidatura en el plano de las políticas culturales, y como objetivo explícito tiene la idea de vincular su plan con las políticas generales.
- Programación:	Uno de los elementos básicos de la capitalidad que pasa por conversar con los jóvenes de una manera directa (fomentando iniciativas, inclusión y participación).	En el plan de la programación Belgrado 2020, aunque en una fase muy temprana, cuenta con algunos elementos dedicados a los jóvenes (El proyecto “Belgrade beyond Belgrade”).
- Voluntariado:	Al ser uno de los elementos clave de las candidaturas, ofrece a los jóvenes una multitud de oportunidades tanto laborales como creativas.	A lo largo de nuestra investigación no hemos podido encontrar indicaciones sobre cómo los organizadores plantean involucrar voluntarios en el proyecto.
	La mayoría de las investigaciones que se llevan a cabo tienen sus razones	Beograd 2020 ha realizado dos encuestas sobre el conocimiento y la popularidad de



- Investigación:	prácticas: miden los impactos económicos y así proporcionan la justificación de los gastos previos a la capitalidad.	la CEC, lo cual representa un elemento diferenciador con respecto a otras capitales.
- Infraestructura:	Es el legado tangible de cada capitalidad. Necesario durante el año como espacio para las actividades, pero posteriormente muy útil en cada capital, sea una biblioteca o un centro cultural.	Todavía no existe información oficial sobre un "proyecto estrella" (la prensa serbia mencionan a S. Calatrava o Z. Hadid como potenciales creadores de un espacio cultural).

Tabla 1- diagnóstico (elaboración propia)

De la teoría a la realización: propuesta de líneas estratégicas

Las visiones sobre el propósito de la CEC han cambiado con el tiempo; la capitalidad ha pasado de ser una celebración de una ciudad a constituirse en una oportunidad para transformarla. Autores como Cox y O'Brien (2012) o Anderson y Holden (2008) emplean el concepto de la CEC como un "catalizador". En la mayoría de los casos, se asume como idea de una regeneración urbana, casos Lille o Glasgow, impactos en el desarrollo de turismo o a la mejora de la imagen de la ciudad, caso Róterdam (García & Cox, 2013).

Consideramos que la organización de una candidatura para la CEC puede servir como "catalizador" de un cambio para los jóvenes. De cada ciudad elegida en nuestro análisis, hemos seleccionado algunos elementos claves. Tras la investigación y diagnóstico realizados, consideramos que Beograd 2020 debe incluir en su propuesta oficial, con el fin de tener influencia en el desarrollo de los jóvenes, las siguientes líneas estratégicas:

Plan estratégico

Tal y como lo plantea B. García (2013), una de las recomendaciones claves para las futuras CEC es vincular el principal objetivo cultural con los planes estratégicos locales existentes. Según nuestra investigación, el estado de la cultura y de las políticas culturales en Belgrado va mejorando y, por lo tanto, nos parece muy importante hacer hincapié en la oportunidad de usar la candidatura de la CEC como una plataforma para la elaboración de políticas culturales y el desarrollo de estrategias para los jóvenes. Hasta este momento, el único documento que menciona el tema es "La estrategia nacional para los jóvenes del año 2008", que debería ser reconsiderada y ajustada a un periodo a largo plazo, hasta el año 2020. La respuesta radica en la sinergia entre el gobierno (gabinete ejecutivo), expertos (instituciones culturales públicas y privadas) y sector cívico. Además, una definición de las políticas culturales a nivel nacional, vinculadas con el proyecto, mostraría el compromiso del gobierno con el proyecto.

Evidentemente, estas ideas han sido fundamentales en el proyecto Beograd 2020, pero lo que nos parece más importante es integrar las políticas y estrategias nacionales con las europeas. Por ejemplo, la promoción de la iniciativa de la Comisión Europea, CREATIVE EUROPE, podría ofrecer un apoyo extraordinario a Beograd 2020. Este marco de la Comisión Europea tiene como objetivo fomentar iniciativas del sector de la cultura, como las iniciativas que promueven en el nivel internacional la cooperación, las plataformas, las redes, y la traducción literaria. También ofrece apoyo al sector audiovisual, promoviendo el desarrollo, la distribución y el acceso a las



obras audiovisuales. Y, por último, promete un mecanismo de garantía y cooperación política transnacional.

Programación

El reto principal para la organización de una CEC es ofrecer un programa atractivo al público, tanto local como internacional, manteniendo el diálogo entre la dimensión europea y la participación local. A nuestro juicio, dos criterios claves. Como destaca B. García (2013), los enfoques utilizados para apoyar el compromiso social son los programas centrados en grupos específicos. Uno de estos grupos debe de ser los jóvenes. Tras el análisis de la programación de las CECs elegidas, nos parece muy importante no sólo hacer y planear contenidos para jóvenes, sino marcar estos contenidos con un símbolo. La visualización de los programas, dirigidos a cierto grupo de destinatarios, no sólo ayuda en la orientación sino muestra la preocupación de los organizadores por este grupo. Mantenemos la opinión de que hacer hincapié en los jóvenes, o en otros grupos específicos, permite una comunicación con el público de manera más directa, fomentando la participación.

Para hacer el programa atractivo a los jóvenes, se deberían formar mesas abiertas, donde se abriría un debate entre jóvenes y los grupos de expertos porque la mayoría de los jóvenes serbios no está contenta con la oferta cultural existente (Pejić, 2003). Es imprescindible organizar convocatorias abiertas, favoreciendo de esta manera el enfoque de abajo hacia arriba.

Conforme con las características de la “generación @”, como hemos definido a los jóvenes de hoy en día, el programa también debería tener como objetivo la popularización de NTIC’s (Nuevas Tecnologías de la Información y la Comunicación), relacionándolas con el perfil de público joven, emprendedor, social e innovador. Todas las acciones propuestas en el fondo tienen la misma idea: animar a los jóvenes, cambiar su perspectiva de consumidores a creadores de la cultura, y, a través de la implicación de los jóvenes en estas acciones, facilitar una experiencia de ocio satisfactoria con efectos duraderos.

Voluntariado

Respecto a las diversas declaraciones analizadas, es llamativo observar que en el proyecto Beograd 2020 los autores no mencionan voluntarios y que, en otras candidaturas, como Turku 2011, ellos representan uno de los elementos claves. De igual forma, los programas de voluntariado son un elemento sustancial en la participación de varios CEC y son cada vez más importantes y sofisticados.

A lo largo de las CEC se han presentado muchas maneras de animar a voluntarios. Desde un “Public Network” en Brujas donde se demostró un alto nivel de satisfacción con la organización de la propia red y con la actividad cultural con la que habían participado hasta Estambul con un curso de formación y un amplio programa con más de 6000 voluntarios⁵.

Lo que marca la diferencia es la posibilidad de usar el voluntariado en las CEC como un modelo de educación de los jóvenes. “El voluntariado encuentra en el ocio una posibilidad ética y solidaria de transformar el tiempo libre en ocupaciones y tareas centradas en la entrega desinteresada a los demás” (Cuenca Cabeza, 2005, p.184). El voluntariado en las CEC parece como un ámbito lleno de posibilidades, especialmente para los jóvenes que están buscando su lugar en el mundo. Y si nos preguntamos qué les aporta a los jóvenes la experiencia del voluntariado, las respuestas son

⁵ Ernst & Young (2011) “Istanbul 2010 European Capital of Culture: Impact Assessment Report” en ECORYS, p.81.



numerosas: crecimiento personal y autorrealización, satisfacción y diversión, raíces del interés por la cultura. En una palabra, la experiencia del voluntariado puede dar otro significado a sus vidas.

Investigación

Los grandes eventos, entre ellos ser la Capital Europea de la Cultura, son cada vez más importantes como herramientas para la regeneración económica, social y cultural. Por lo tanto, también se vuelve más importante supervisar y evaluar sus efectos.

De los primeros años y de unos estudios ad-hoc de las CECs, hemos encontrado evaluaciones que abordan diferentes tipos de impactos. Resultará evidente que lo más fácil para medir era y sigue siendo el impacto económico y que los estudios son generalmente más pragmáticos que teóricos (Myerscough, 1991; Palmer, 2004). El gran cambio se identifica en 2007, año en el que Luxemburgo implementó el proceso de investigación dentro de la organización. Siguiendo esta línea actuó Liverpool (2008) y creó el grupo de investigación “Ipactso8” que llevó al desarrollo de un Marco Europeo de Investigación por el ECOC Policy Group (2010) y hoy en día sirve como un modelo para otras capitales.

Sin embargo, Evans and van Heur (2013) y G. Richards (2014) indican que todos los estudios evitan todavía lo más importante. Se centran en los impactos específicos (ej. económicos) y no prestan suficiente atención a los impactos de largo plazo. Consideramos que para aprovechar la oportunidad que tiene Belgrado ha de realizar una investigación basada en los principios de dos autores, Sacco y Greg Richards.

Por un lado, para una investigación holística, hay que aplicar un nuevo modelo de medición incluyendo los diferentes tipos de capital: Capital Física; Capital Natural; Capital Humana; Capital Social y Capital Simbólica/Cultural (Sacco, Ferilli, & Pedrini, 2008). Al tener en cuenta todos estos aspectos, podemos ver el efecto de un evento no sólo en términos de aumento de capital económico, sino también en términos de mejora de la calidad de vida, del desarrollo, de la atracción del destino, de los avances sociales y del desarrollo de las redes. Por otro lado, Richards (2014) considera que la investigación de nuevas CECs debe basarse en tres elementos: 1) una base teórica muy sólida, bien planteada; 2) un inicio en la fase anticipada de la candidatura; 3) una participación de diferentes agentes (Centros de investigación, Universidades, ONGs, etc.).

Debido que el enfoque de nuestra investigación son los jóvenes, es muy interesante investigar qué puede aportar una candidatura de la CEC en la vida de ellos, especialmente en plan de desarrollo personal e implementación de un ocio serio, llevando así a un futuro de mejor calidad de vida. Como hemos visto anteriormente, en Belgrado se han iniciado algunas investigaciones. Ahora, cuando se está preparando la propuesta oficial, se debe desarrollar la idea e involucrar a varios agentes. La importancia de este tipo de investigaciones no es sólo el mero hecho de medir impactos, sino también poder crear una posible oferta de prácticas y trabajo para los jóvenes.

Promoción de barrios creativos

Desde principios de las CECs, se ha notado que el evento brinda una oportunidad para el desarrollo y la transformación urbana. Normalmente se mencionan como ejemplos Glasgow, Lille o Essen (Garcia & Cox, 2013). Queda claro que hacer o rehacer totalmente una infraestructura para la candidatura es imposible y por eso las ciudades normalmente plantean un “proyecto estrella” que tiene el objetivo de acoger las actividades culturales durante el año de la capitalidad. Es por ello que las tres candidaturas analizadas en nuestra investigación optan por reconstrucción



de edificios existentes (Logomo⁶, Gaismas Pils⁷ o Tabakalera⁸) donde centran la mayoría de sus actividades. Al tener continuidad después de haber sido CEC, los tres centros figuran como el legado más importante de la capitalidad.

Sin embargo, lo que nos parece más interesante es la iniciativa de Riga para promover barrios creativos como su infraestructura oficial. Debido a la crisis económica y el estado de transición en la cual se encuentra Serbia, esperar de un proyecto, aunque sea tan grande como es la Capitalidad Cultural, unas grandezas o rarezas arquitectónicas resultarían erróneas. La cantidad de dinero que se gastaría en un proyecto presuntuoso puede servir más si se invierte en jóvenes artistas, fomentando su creatividad y emprendimiento al mismo tiempo. Además, como ya hemos discutido, los jóvenes perciben su ocio como libertad, negando las instituciones y formalidades, y por eso mismo, las iniciativas deben venir de ellos, pero al mismo tiempo iniciando un diálogo institucional honesto. Los barrios creativos, como por ejemplo Savamala, en el centro de Belgrado, representan sus ideas, sus iniciativas y por eso la propuesta oficial debe basarse en ellos. El énfasis se debe poner en aspectos intangibles de la cultura, en el mantenimiento y la mejora de la identidad de un lugar y la conservación de la autenticidad local.

Conclusión y reflexiones finales

Aunque a primera vista nuestra propuesta no parece innovadora, porque proponemos unos elementos ya usados en varias candidaturas, lo realmente nuevo es el enfoque claro y directo hacia la juventud. Hasta ahora no hemos podido ubicar una propuesta que pueda ofrecer un cambio tangible, desde la perspectiva del ocio, entre la población joven. Como hemos visto a lo largo de nuestro análisis, los jóvenes de Serbia no están satisfechos con la oferta cultural y en el voluntariado se identifican elementos de desarrollo social y personal. Muchos de ellos viven con la idea de, literalmente, huir de su país (Pejić, 2003). Creemos que un evento tan significativo como la Capitalidad Europea de la Cultura puede producir un cambio en la sociedad, aunque el mismo sea modesto. Nuestra propuesta es de carácter teórico y proviene de la situación actual del proyecto Beograd 2020. Hemos identificado la importancia de establecer un marco (framework) alrededor de la necesidad de desarrollar unas acciones concretas, con sus objetivos, destinatarios y proyectos. Aunque es cierto que en cada de las líneas estratégicas ofrecemos algunas ideas que luego se pueden desarrollar.

Adicionalmente, para complementar la propuesta final de Belgrado como futura CEC, se deben plantear investigaciones y propuestas similares sólo que con otros destinatarios (niños, adultos, tercera edad). Nuestras sugerencias representan tan sólo un pequeño paso hacia la Capitalidad Cultural de Belgrado y un desafío hacia nuevas investigaciones.

Bibliografía

Anderson, B., & Holden, A. (2008). Affective urbanism and the event of hope. *Space and Culture*, 11(2), pp.142-159.

⁶ Recuperado de: <http://www.logomo.fi/>

⁷ Recuperado de: <http://www.lnb.lv/>

⁸ Recuperado de: <http://www.tabakalera.eu/es/>



- Campbell, P. (2011). Creative industries in a european capital of culture. *International Journal of Cultural Policy*, 17(5), pp.510-522. doi:10.1080/10286632.2010.543461
- Caremier, B. (2002). Las políticas de juventud en la unión europea. *Adoz: Revista De Estudios De Ocio*, (22), pp.48-56.
- Csikszentmihalyi, M. (1998). *Creatividad: El flujo y la psicología del descubrimiento y la invención*
- Cuenca Cabeza, M. (2002). El ocio de los jóvenes, un enigma formativo sin resolver. *Adoz: Revista De Estudios De Ocio*, (22), pp.20-23.
- Cuenca Cabeza, M. (2005). In Universidad de Deusto. *Estudios de Ocio (Ed.)*, Ocio solidario: La experiencia en grupos de jóvenes y jubilados. Bilbao: Bilbao: Universidad de Deusto.
- Cuenca Cabeza, M., Aguilar Gutiérrez, E., & Ortega Nuere, C. (2010). In Aguilar Gutiérrez E., Ortega Nuere C. and Universidad de Deusto. *Estudios de Ocio (Eds.)*, Ocio para innovar. Bilbao: Bilbao: Universidad de Deusto.
- Elzo Imaz, F. J. (2006). *Los jóvenes y la felicidad: ¿dónde la buscan? ¿dónde la encuentran?* Boadilla del Monte: Boadilla del Monte: PPC.
- Evans, G., & van Hear, B. (2013). *Euregional strategies. Exploring the Social Impacts of Events*, 73.
- Feixa, C. (2006). Generación XX. teorías sobre la juventud en la era contemporánea. *Revista Latinoamericana De Ciencias Sociales, Niñez y Juventud*, 4(2), pp.21-45.
- Garcia, B., & Cox, T. (2013). *European capitals of culture: Success strategies and long-term effects* Publications Office.
- Monteagudo, M. J. (2008). *Reconstruyendo la experiencia de ocio: Características, condiciones de posibilidad y amenazas en la sociedad de consumo. La Experiencia De Ocio: Una Mirada Científica Desde Los Estudios De Ocio*, pp.81-110.
- Myerscough, J. (1991) *Monitoring Glasgow 1990* (Glasgow: Glasgow City Council/Strathclyde Regional Council and Scottish Enterprise).
- Palmer, R. (2004). *European cities and capitals of culture: Study prepared for the european commission* Palmer/Rae Associates.
- Palmer, R., Richards, G., & Dodd, D. (2012). In Richards G., Dodd D., Palmer-Rae Associates and ATLAS (Eds.), *European cultural capital: Report 4*. Arnhem. ATLAS.
- Pejić, V. (2003). Young people in Serbia—attitudes, moral values and perspectives. *SEER-South-East Europe Review for Labour and Social Affairs*, (04), pp.65-78.
- Portillo, M., Urteaga, M., González, Y., Aguilera, Ó., & Feixa, C. (2012). De la generación x a la generación @: Trazos transicionales e identidades juveniles en américa latina. *Última Década*, 20(37), pp.137-174.
- Prado, E. (2007). *La candidatura a la capitalidad europea de la cultura: Una herramienta para la proyección exterior. Análisis Del Real Instituto Elcano (ARI)*, (113), 1.
- Richards, G. (2000). The european cultural capital event: Strategic weapon in the cultural arms race? *International Journal of Cultural Policy*, 6(2), pp.159-181.



Richards, G. (2014). Evaluating the european capital of culture that never was: The case of BrabantStad 2018. *Journal of Policy Research in Tourism, Leisure and Events*, (ahead-of-print), pp.1-16.

Richards, G., de Brito, M., & Wilks, L. (2013). *Exploring the social impacts of events* Routledge.

Roberts, K. (2012). El ocio de los jóvenes en la sociedad contemporánea. *Arbor*, 188(754), pp.327-337. doi:10.3989/arbor.2012.754n2006

Roberts, K. (1985). *Youth and leisure*. London etc. George Allen & Unwin.

Ruiz Olabuénaga, J. I. (1998). *La juventud liberta: Género y estilos de vida de la juventud urbana española*. Bilbao. Fundación BBV.

Sacco, P. L., Ferilli, G., & Pedrini, S. (2008). System wide cultural districts: An introduction from the italian viewpoint. *Sustainability: A New Frontier for the Arts and Cultures*, pp.400-460.

Stebbins, R. (2001). Serious leisure. *Society*, 38(4), pp.53-57. doi:10.1007/s12115-001-1023-8

Van Heur, B., & Peters, P. (2010). VIA2018: University, emancipatory practices, regional strategies, and a research program.