



## LÍNEA 2: PARTICIPACIÓN, CREATIVIDAD E INNOVACIÓN

En esta línea quedan recogidos dos grandes ámbitos, que se corresponden con los dos **retos** priorizados en la misma:

- **“Una ciudad receptiva y dispuesta a la participación de las personas jóvenes”** Desde la perspectiva de la ciudad, intenta responder al reto de impulsar los grandes ejes de la línea: participación, creatividad e innovación.
- **“Jóvenes, agentes activos y creativos de la ciudad”** Desde las propias personas jóvenes, trata de que ellas mismas sean sujetos activos de dichos ejes.

En el análisis de la realidad realizado se constata, por una lado la baja participación en los cauces tradicionales, y por otro, la aparición de nuevas formas de participación ligadas a la necesidad de compartir tiempo y espacio con los pares/iguales (lonjas, locales autogestionados) o a proyectos, reivindicaciones o encuentros puntuales que no enraízan en estructuras permanentes, y por último el auge de las redes sociales en Internet.

Para impulsar la participación en cualquier sector es preciso trabajar desde la motivación, la formación y la creación de cauces reales para la misma (QUERER, SABER, PODER) y todo ello desde las edades más jóvenes. Desde ahí que uno de los aspectos prioritarios en los que intervenir es la Educación para la Participación. El objetivo de ésta debe ser dotar a la juventud de los conocimientos, competencias, valores y motivaciones que les lleven a implicarse activamente en la sociedad. Educar en la participación supone trabajar en competencias como la comunicación, la capacidad crítica, la capacidad de organización y en valores como la solidaridad, el bien común y el compromiso.

Por otro lado es muy importante visibilizar la participación real y concreta de las personas jóvenes, visibilizando lo positivo, en definitiva de hacer presentes y protagonistas a las personas jóvenes en nuestra ciudad.

Para que las personas jóvenes puedan participar es fundamental que tengan acceso a la información significativa, es decir la información adecuada a sus necesidades y expectativas concretas. Tanto los cauces que utilizan como los mecanismos para informar e informarse están cambiando continuamente y es preciso que conozcamos y utilicemos las tecnologías de la información adaptando nuestros mensajes a los códigos y lenguajes de las propias personas jóvenes.

Otro aspecto de esta línea es la creatividad y la innovación. Partimos de la idea que:

- *El producto interior “no-bruto” (PIInB) de un país es el talento de la ciudadanía. Los verdaderos yacimientos, la riqueza emergente...la materia prima son nuestros talentos, nuestro principal capital personal. Que nuestra imaginación, saberes y acciones contribuya a esta complejísima Sociedad en construcción y reconstrucción, para que el valor de la vida sea prioritario al de la bolsa, y la “bolsa” esté al servicio de la vida y no al revés... Para que la creatividad sea un derecho de todos y no solo de unos cuantos elegidos. (“ Ser creativos” Marga Iñiguez ,Jornadas Juventud y Ciudad. Zaragoza 2008)*

Precisamente el colectivo joven es por naturaleza el más dispuesto, el más receptivo y abierto al riesgo y la experimentación y trabajar en competencias como la innovación, la creatividad y el emprendizaje es invertir para la ciudad del futuro. Especialmente en el ámbito cultural, hemos visto en todo el proceso de elaboración del IIPJM la necesidad de trabajar apoyando proyectos de creación con el colectivo joven y una ciudad que visibilice y valore sus jóvenes como motor de futuro en todos los ámbitos de la vida.

Plantear que las personas jóvenes deben ser protagonistas y agentes de su ocio, supone asumir que además de trabajar “para” los y las jóvenes en algunos aspectos, se deben desarrollar dinámicas de trabajar “con”, desde todos los departamentos y servicios. Las personas jóvenes en este momento disponen de más tiempo que en otras épocas y sobre todo de mayor diversidad de oportunidades para “llenarlo”, “ocuparlo”, “activarlo”. Los cambios que las nuevas tecnologías están introduciendo en el ocio, entretenimiento, hábitos culturales, requieren repensar y trabajar conjuntamente tiempos (durante la



semana, los fines de semana, durante el día y durante la noche) y espacios (integración de actividades y prácticas –individuales y colectivas-), y en muchos casos tecnológicamente mediadas.

Para responder a estos retos, se han planteado frente al primer reto diferentes acciones enmarcadas en las posibilidades de participación, en mejorar la información y comunicación, detectar centros de interés creativos, espacios y posibilidades de creación y superar estereotipos sobre las personas jóvenes.

Respecto al segundo reto, las acciones van dirigidas al conocimiento de las decisiones, planes y proyectos de ciudad, al incremento de la participación directa de las personas jóvenes (que se conviertan en agentes sociales), a la educación en la participación y, al incremento del protagonismo en todas las fases de los programas municipales.

Los indicadores que se plantean para conocer el avance en estos objetivos, intentan medir que se incremente el esfuerzo desde el Ayuntamiento para abrir las políticas a la participación de las personas jóvenes, y para facilitar su creatividad y la realización de creaciones concretas por parte de este colectivo en el caso del primer reto, y en el segundo van a medir en qué medida las personas jóvenes responden y se visibilizan como ciudadanía activa.