

Síntesis X Jornadas Internacionales Ciudades Creativas Kreanta, Sant Just Desvern (2018) Danielle Bishop

En la décima edición de las Jornadas Internacionales Ciudades Creativas Kreanta, celebrada en Sant Just Desvern, España del 17 al 19 de octubre de 2018, la Fundación Kreanta y el Ayuntamiento de Sant Just Desvern ofrecieron a todos los ponentes y participantes un espacio singular de encuentro y reflexión sobre los grandes temas de la economía creativa, el turismo cultural y la sostenibilidad de las ciudades metropolitanas pequeñas y medianas. Abordando estos temas desde múltiples ámbitos y perspectivas, las Jornadas de Sant Just Desvern lograron generar un debate animado a la vez que destacaron la importancia de la cooperación cultural y la interdisciplinariedad en la búsqueda de soluciones innovadoras a los problemas que enfrentan las ciudades metropolitanas hoy en día.

Llevadas a cabo bajo el marco del proyecto europeo Rutas Singulares, el cual pretende convertir la actividad turística en uno de los motores del desarrollo económico local y en una herramienta para el conocimiento mutuo, las Jornadas de Sant Just Desvern integraron los varios puntos de vista teóricos de la academia con las experiencias de profesionales en el ámbito del turismo cultural y con proyectos que se consideran buenas prácticas vinculadas con las ciudades metropolitanas. Al celebrarse en Sant Just Desvern, las Jornadas reivindicaron el hecho de que los proyectos de cooperación de este calibre pueden estar albergados no sólo en las grandes metrópolis, sino también en las ciudades metropolitanas de tamaño mediano o pequeño. En total, las Jornadas de Sant Just Desvern contaron con la participación de 158 asistentes (134 presenciales y 24 vía streaming) procedentes de las administraciones públicas, el sector empresarial, los ámbitos educativos y políticos y la ciudadanía, con el fin de participar en una experiencia única de intercambio y aprendizaje mutuo.

Las Jornadas de Sant Just Desvern generaron una gran diversidad de contenidos relevantes a las preocupaciones actuales de las ciudades metropolitanas. Estos contenidos se pueden agrupar bajo tres bloques grandes que reflejan las tres dimensiones que tienen mayor incidencia en el proyecto de Rutas Singulares: *Participación, gobernanza y cultura: la dimensión social; La economía creativa en las ciudades metropolitanas: la dimensión territorial; y Sostenibilidad y turismo cultural: la dimensión turística metropolitana y territorial*. El primer bloque introduce un marco conceptual para situar los papeles de la cultura, la creatividad y la transversalidad en la economía creativa, destacando la importancia de introducir una dimensión social en el desarrollo económico local. De esto surgen dos casos de buenas prácticas en la ciudad metropolitana de Toulouse que ilustran cómo la participación ciudadana en los museos municipales logró un mayor desarrollo de la economía creativa y el turismo cultural de la ciudad, y cómo la participación y la organización colectiva de los músicos de la Orquesta de Cámara de Toulouse han ocasionado un mayor rendimiento económico, un aumento de responsabilidad social y una nueva línea de innovación empresarial. El segundo bloque explora la relación entre la economía creativa y las ciudades metropolitanas, subrayando la doble necesidad de desarrollar políticas públicas metropolitanas y territoriales en los sectores culturales y creativos, y de redefinir la relación entre cultura y turismo que impulsa muchas de las políticas públicas actuales en favor al turismo. Las buenas prácticas del desarrollo de las industrias creativas en L'Hospitalet de Llobregat (Cataluña, España) y el acompañamiento de empresas culturales en el centro Rive d'Arts (Angers, Francia) demuestran cómo las ciudades metropolitanas medianas pueden lograr sus metas de desarrollo económico local a través de la colaboración territorial y el fomento de sus sectores culturales y creativos. Finalmente, el tercer bloque sugiere la indispensabilidad de fomentar prácticas sostenibles en el ámbito del turismo cultural, particularmente en el turismo metropolitano, para

asegurar el desarrollo justo de todo el territorio. También se propone el uso de la educación para innovar en el turismo cultural, ya que todos podemos aprender mejores maneras de hacer turismo y de dar la bienvenida a los turistas en nuestros territorios. Las buenas prácticas de la ciudad y la Diputación de Barcelona, el Plan Estratégico Metropolitano de Barcelona y el Consorcio de Turismo del Baix Llobregat, así como la visita a la Colonia Güell y la Cripta Gaudí de las mismas Jornadas, sirven como ejemplos de la importancia de privilegiar la sostenibilidad en actividades turísticas territoriales. Estos proyectos promueven la sostenibilidad a base de la descentralización del turismo de las grandes metrópolis, la responsabilidad territorial, el uso innovador de recursos existentes para destacar los atractivos del territorio y la puesta en marcha de la innovación educadora en visitas culturales. Igual a las Jornadas de Irun, las Jornadas de Sant Just Desvern presentan temas complejos que muchas veces coinciden o se solapan, particularmente en los casos prácticos donde se adaptan el marco teórico al contexto individual, así subrayando la riqueza de enfoques y resultados que surgen de dichos temas en el mundo real.

Participación, gobernanza y cultura: la dimensión social

La aportación de **Xavier Greffe** ofrece un marco teórico importante sobre los papeles de la cultura y la gobernanza en el desarrollo sostenible, destacando la importancia tanto de la democracia social como de la transversalidad en dicho desarrollo. Greffe comienza su ponencia ampliando el discurso tradicional sobre las ciudades creativas, optando por utilizar la frase de “paisajes culturales” para dar mayor inclusión a las ciudades metropolitanas y para subrayar la centralidad del ser humano en el desarrollo de estos territorios. Tras una explicación breve de cómo hemos definido y medido la creatividad en las décadas pasadas, Greffe argumenta que hoy en día hemos de considerarla en varios ámbitos (incluyendo la ciencia, la tecnología y el arte) para poder alcanzar un mayor grado de creatividad íntegra en las ciudades. Sin embargo, esta integración no siempre es tan fácil: mientras que la creatividad científica se desarrolla de manera vertical, o por acumulación de demostraciones empíricas, la creatividad artística se desarrolla de manera horizontal, demostrando su complejidad y su interrelación con varios asuntos, actores y valores. Para compaginar los diferentes tipos de creatividad y entender sus papeles en el desarrollo económico, Greffe sugiere verlos a través de los lentes de la democracia social y la transversalidad, las cuales ofrecen un enfoque único en la participación ciudadana y su relación con la gobernanza. Los dos conceptos se basan en el empoderamiento de la comunidad y promuevan acciones locales que trabajan a largo plazo para transformar las ciudades y su desarrollo económico y turístico a través de las necesidades de los mismos residentes. Además, el concepto de la transversalidad destaca la importancia de llevar a cabo actos de colaboración entre todos los *stakeholders* de las ciudades (incluyendo las administraciones, el sector privado y la ciudadanía) de una forma que promueve tanto la cooperación entre varias entidades de la administración pública como la cooperación público-privado. Aunque la democratización social puede mejorar rápidamente el acceso a los espacios culturales y resulta en una mayor eficiencia en la gestión cultural, Greffe argumenta que las administraciones deberían trabajar desde la democracia cultural y la transversalidad, entrando en prácticas culturales más profundas que tratan de desarrollar experiencias, estimar a la creatividad en todas sus formas y fortalecer la extensión de esta creatividad a servicios y organizaciones que pueden crear nuevos enlaces sociales. Este trabajo mejora no sólo la experiencia de las personas a nivel individual y colectivo, sino también la eficacia de la gestión, especialmente cuando se efectúa a través de gerentes responsables y en espacios nuevos e híbridos de gobernanza que ponen énfasis en la participación.

En la misma línea, **Emmanuel Négrier** también argumenta por la necesidad de incluir una dimensión social participativa en el desarrollo de la economía creativa de las ciudades porque,

según él, es la mejor manera de asegurar la innovación continua. Négrier ofrece una breve introducción sobre las visiones históricas de gestionar las ciudades antes de afirmar que la ciudad no se puede administrar como si fuera un solo mercado, ya que el mercado no funciona a la escala de las políticas urbanas. Después de varios altibajos en la gestión, las ciudades actuales se encuentran en un momento de cambio, en el que hace falta inventar un nuevo modelo. A pesar del enfoque actual en la tecnología como motor de innovación, queda claro que la tecnología tampoco puede pretender aterrizar todos los problemas que existen en las ciudades contemporáneas; entonces, el nuevo modelo falta una dimensión social en la que los ciudadanos toman un papel activo en la definición de las prioridades de su propio desarrollo. Mientras que algunos elementos de la tecnología pueden servir conjuntamente con la dimensión social para sembrar conexiones, incluyendo las redes sociales, también cabe destacar que no todo el mundo tiene el mismo acceso a estas herramientas, ni las utiliza de la misma manera. Como resultado, la dimensión social y la tecnología deben combinarse con la política para promover un mayor grado de cooperación territorial y políticas culturales que benefician a todos. A través del proyecto europeo BeSpectACTive! y otro cuestionario realizado en varias regiones de España, Négrier demuestra cómo la participación en espacios culturales puede generar resultados variados según el espacio y el nivel de participación involucrado. Según los participantes del cuestionario, la obtención de habilidades y la transferencia de poder son elementos claves para explicar y medir los *outcomes* de su participación. Estos *outcomes* existen en un continuo, aunque Négrier destaca cuatro combinaciones: los programas que involucran poco desarrollo de habilidades y poca transferencia de poder; muchas habilidades y poco poder; mucho poder y ninguna habilidad; y muchas habilidades y mucho poder. Los proyectos de la última categoría contribuyen a una gobernanza más plena, ya que producen un gran efecto de empoderamiento comunitario y aumentan la transversalidad entre la ciudadanía y las entidades de la administración pública. Estas buenas prácticas confirman la importancia que la participación puede tener en las políticas culturales territoriales, especialmente cuando dichas políticas trabajan en servicio de la ciudadanía e inspiran el desarrollo de proyectos híbridos y redes de cooperación entre actores de varios sectores.

Proporcionando una buena práctica de la participación ciudadana al nivel municipal, **Francis Duranthon** comparte su experiencia como director de los museos municipales de Toulouse, Francia y cómo la participación ha hecho posible que los museos dan resultados positivos tanto en la economía creativa como en el sector turístico de la ciudad. Encargado de desarrollar y juntar un grupo de museos municipales muy variados, Duranthon se inspiró en la política cultural de Toulouse, la cual estipula que la cultura ha de ser no sólo para los turistas que vienen de visita, sino también para los mismos residentes, quienes acciones cotidianas construyen la propia ciudad. Como resultado, la participación ciudadana se convirtió en un eje de trabajo central, junto con el desarrollo de una gestión única para cada comunidad en los museos. Al enfocarse en el patrimonio histórico y cultural de Toulouse y en una estrategia de gestión que pone énfasis en los equipamientos y sus espacios públicos, Duranthon descubrió que esta estructura permitía atraer no sólo a los residentes, sino también a todos los actores del desarrollo y del turismo, ocasionando que todos trabajaran juntos para definir y valorar la cultura de la ciudad a través de sus museos. En este sentido, Duranthon insiste que las necesidades de los residentes y los actores locales siempre han tomado el foco, mientras que el desarrollo turístico vino más tarde, como consecuencia de estas acciones locales. Quizás el ejemplo más ilustrativo de este fenómeno es la elección de exposiciones según los intereses de la ciudadanía. En vez de presentar colecciones de arte híper-especializadas, elegidas por curadores que comunican en un lenguaje muy académico, Duranthon apostó por llevar exposiciones que ponen el público en el centro de la curaduría, eligiendo sus temáticas según los intereses tanto locales como mundiales de los residentes. El aumento de las conexiones territoriales también representa otro pilar estratégico de los museos, a través del cual Duranthon pretende mejorar su posición dentro

del sector museístico, la ciudad de Toulouse y el territorio más amplio de Occitania-Pirineos. Sin embargo, este trabajo no deja de realizarse en servicio a la ciudadanía, quien beneficia del aumento de visibilidad e intercambio cultural. Según Duranthon, los museos deben ser lugares patrimoniales con una vocación de exponer y educar, y también deben ser lugares amables donde la ciudadanía realmente puede vivir el arte y la cultura. Como resultado de esta actitud singular e innovadora, Duranthon ha logrado no sólo un mayor impacto en el desarrollo de la economía creativa de Toulouse, sino también un aumento del número de visitantes anuales de 50.000 a 300.000 personas, ya que los mismos residentes se han convertido en prescriptores que recomiendan los museos municipales tanto a sus amigos como a los turistas visitantes.

Por otro lado, **Renaud Gruss** presenta otra buena práctica proveniente de la ciudad de Toulouse, detallando cómo la participación activa de los músicos de la Orquesta de Cámara de Toulouse ha hecho posible su reorganización como cooperativa, ha ocasionado mejoras en la gestión y los productos de la orquesta y ha generado nuevas líneas de innovación empresarial, como el desarrollo de la fibra sintética "Coruss". Aunque la innovación suele presentarse en otros ámbitos, Gruss explica cómo los miembros de la orquesta han logrado innovar en el sector de la música clásica a través de su reorganización jurídica en 2004. Con este cambio de una gestión piramidal a una gestión horizontal en la que todos los músicos son socios de la empresa y participan en la elaboración de sus productos, los músicos buscaron recuperar tanto su historia como su arte bajo un nuevo sistema de actuación colectiva. Gracias a las mejoras efectuadas en su gestión, la orquesta ha aumentado su número de conciertos de 70 a 172 anuales y ha logrado un mayor nivel de eficiencia en la gestión de sus recursos económicos. Aunque no le agrada el uso de los términos de la productividad ni la eficiencia en este contexto, Gruss admite que su innovación también radica en el ámbito económico porque la orquesta ha podido re-definir estos términos, permitiendo que la eficiencia ya no se refiere al beneficio que gana una persona del grupo, sino al beneficio que todos construyen y disfrutan juntos. Según Gruss, "si la eficiencia se gana gracias a la mayor organización y producción de conciertos o gracias a las mejoras de la administración, la música y la calidad de vida personal de los mismos músicos, en estos términos la eficiencia y la productividad pueden convertirse en términos bastante deseables y que todo el grupo quiere lograr". La orquesta también ha aumentado su actuación en términos de la responsabilidad social corporativa, realizando conciertos gratuitos en hospitales, escuelas y zonas rurales para demostrar su compromiso con la economía social y solidaria. En adición, al buscar un nivel más alto de auto-sostenibilidad, la orquesta también se ha lanzado al sector empresarial con el desarrollo de una nueva fibra sintética que sustituye la crin natural de los arcos, la cual se llama "Coruss". Tras una explicación de la falta de sostenibilidad inherente en las fibras naturales, Gruss explica cómo el desarrollo de esta nueva fibra proporciona mayor sostenibilidad al sector de la música clásica a la vez que conserva el sonido de la fibra natural, un hecho que compruebe demostrando extractos musicales al violonchelo con varios arcos y el "Coruss".

La economía creativa en las ciudades metropolitanas: la dimensión territorial

La aportación teórica de **Pau Rausell Köster** nos ayuda a entender el papel complejo que juega la economía creativa en las ciudades metropolitanas, destacando la necesidad de re-enfocar las políticas públicas de las ciudades medianas y pequeñas en los sectores culturales y creativos en vez del sector turístico, dado que la economía creativa genera mucho más valor añadido. Rausell advierte que el tamaño de la ciudad importa en el desarrollo de su economía creativa y que no es especialmente fácil para las ciudades de tamaño mediano o pequeño desarrollar estas industrias. Aunque las ciudades metropolitanas a menudo cuentan con una serie de factores blandos que contribuyen a la calidad de vida, estos factores no suelen ser suficientes para lograr un nivel de especialización en las industrias culturales igual a la de las ciudades grandes; también

necesitan contar con una actividad económica previa que tiene cierto dinamismo. Sin embargo, se puede lograr un nivel de desarrollo en las ciudades que parten de 150.000 habitantes, siempre que hay una concentración de actividad creativa y talento. La capacidad de atraer y retener a las personas creativas, particularmente las que combinan capital cognitivo con capital cultural y forman conexiones con el territorio, es altamente importante porque es la mejor manera de avanzar su nivel de especialización en las industrias creativas. En adición, algunas ciudades metropolitanas pueden desarrollar estrategias para aprovechar su proximidad a las grandes urbes, aunque siempre existen los grandes riesgos de quedar absorbidas por éstos y de perder su identidad individual. Para poder evitar este destino, Rausell aconseja que las ciudades medianas deberían coordinar redes territoriales y otros mecanismos de interacción con el resto del espacio metropolitano. Estas redes no sólo ayudan a evitar el “abrazo del oso” de las grandes urbes, sino también pueden convertirse en un gran activo para las ciudades metropolitanas medianas: aunque los factores blandos no siempre son suficientes en sí, cuando se combinan con las ventajas de trabajar en red, pueden dar un grado de singularidad y atractivo a las ciudades medianas. Sobre todo, Rausell cree que este atractivo debería ser utilizado para fortalecer los sectores culturales en vez de atraer el turismo cultural, lo cual es un sector muy poco productivo. Esto significa una necesidad de re-orientar nuestra mirada actual sobre el turismo y la cultura, haciendo que el turismo sirva para fortalecer a las industrias creativas en vez de la práctica actual de utilizar la cultura como motor de atractivo turístico. Al fin y al cabo, el desarrollo de la economía creativa en ciudades medianas no ocurre de manera natural, sino que requiere conexiones territoriales, inversión en políticas públicas dirigidas a las industrias culturales y creativas, y una redefinición de su relación con el sector turístico.

La presentación de **Nuria Marín i Martínez** nos demuestra una buena práctica del desarrollo de la economía creativa local a base de la conexión territorial en la ciudad metropolitana de l’Hospitalet de Llobregat. A través de la construcción de un distrito cultural, l’Hospitalet pretende posicionarse como una ciudad referente para artistas y otros profesionales del sector creativo, así como un ejemplo de los efectos positivos de centrar la política pública en el desarrollo del sector cultural. Hace cinco años, en un momento de crisis económica en el que la cultura no formaba parte de las prioridades políticas de España y Cataluña, la ciudad de l’Hospitalet vi una oportunidad de aprovechar de sus recursos (incluyendo un clúster biomédico de primer nivel, una universidad y otros centros de investigación) y de efectuar un mayor grado de desarrollo de su economía creativa, un sector que tiene mucho margen de crecimiento. Esta ciudad de 260.000 habitantes, la segunda ciudad de Cataluña en tamaño, forma parte del área metropolitana de Barcelona y cuenta con un excelente sistema de comunicación con la capital, lo cual permite una mayor permeabilidad de visitantes y participantes en sus actividades culturales. A lo largo de un proceso participativo que duró un año, l’Hospitalet logró transformar unos 25 hectáreas de la ciudad en un distrito económico y cultural que cuenta con el apoyo del Ayuntamiento de l’Hospitalet y otros actores de la administración pública en Barcelona, así como actores de otras ciudades medianas y pequeñas cercanas. Este distrito sigue creando oportunidades para el aterrizaje de empresas culturales y artísticas, así como fortificando los equipamientos culturales y creadores que ya existían y trabajan en la ciudad. Según Marín, la clara voluntad de las administraciones en “acompañar cualquier persona o empresa que quiere instalarse en la ciudad” a través de sus esfuerzos en el distrito cultural hace posible que hayan multiplicado los agentes culturales de la ciudad de 200 a más de 500 en poco tiempo. El desarrollo de su economía creativa también ha tenido la consecuencia secundaria de generar un impacto positivo en el sector turístico, inspirando la construcción de hoteles nuevos y el desarrollo de los sectores de gastronomía, servicios y actividades comerciales y culturales. Aunque las administraciones públicas no suelen involucrarse muy a menudo en proyectos de cultura a medio o largo plazo, el caso de l’Hospitalet demuestra que apostar por la economía creativa y la conexión territorial puede generar beneficios en varios ámbitos. L’Hospitalet ha experimentado retornos tanto

económicos como culturales en la adición de puestos de trabajo y en la atracción y retención de talento, haciendo “que la ciudad sea más culta, que el talento se instale, y que genere más oportunidades”.

La segunda buena práctica de economía creativa, presentada por **Katell Martin y Claire M’Pondo Sadey**, detalla cómo el metrópoli de Angers, Francia pretende desarrollar su economía y su oferta turística a través de una política de acompañamiento a las empresas culturales y creativas, y a través de sus vínculos de cooperación con otras localidades de su área metropolitana, incluyendo Les Ponts de Cé, que acoge el proyecto de Rive d’Arts. La ciudad de Angers, hogar de unos 290.000 habitantes, disfruta de una posición geográfica privilegiada gracias a su proximidad a la ciudad de Nantes y su buena comunicación con la capital, París. Además de estar inscrita en la lista de Patrimonio Mundial de la UNESCO, Angers se enorgullece por la calidad de vida que ofrece no sólo a los residentes de la metrópoli, sino también a las ciudades metropolitanas cercanas. Gracias a su apuesta por una fuerte política de apoyo a los sectores creativos y culturales, Angers ha logrado trabajar con otras ciudades en el área metropolitana, incluyendo a Ponts de Cé, para efectuar mejoras en la economía creativa de la región. Esta política se centra en el acompañamiento y apoyo activo a los artistas y empresas creativas en la zona metropolitana por parte de Martin, a la vez que ofrece una oportunidad de desarrollo tanto del sector cultural como del sector turístico por parte de M’Pondo Sadey, quien dirige la estrategia de turismo patrimonial del municipio de Ponts de Cé y el centro de Rive d’Arts. A través de un largo proceso participativo en el que consultaron y forjaron puentes con actores de varios ámbitos en Ponts de Cé, el municipio logró llevar a cabo la reconversión de un antiguo espacio industrial del siglo XX entre 2008-2016, con las intenciones de reclamar el patrimonio histórico de la fábrica y de instituir un espacio de creación que sirva como motor de desarrollo económico de la ciudad. En 2016 el centro Rive d’Arts abrió sus puertas para acoger a varios artistas y empresas culturales, ofreciendo un espacio híbrido que hospeda tanto talleres de trabajo como eventos públicos para atraer a residentes locales y turistas. Las instalaciones actualmente cuentan con una ágora central, diez talleres de creación y salas de reunión y convivencia. Desde 2018, Rive d’Arts ha comenzado una nueva etapa de desarrollo, buscado la mejor manera de visibilizar el centro, estructurar un colectivo creativo, apoyar a las empresas residentes y crear más espacios de convivencia, así como la mejor manera de crear puentes con las entidades propietarias de los otros dos edificios que conforman el complejo industrial. M’Pondo Sadey también busca compaginar los deseos turísticos con las necesidades profesionales de los residentes de Rive d’Arts, un equilibrio importante en un lugar que pretende promover la convivencia y el desarrollo económico de los dos colectivos. A pesar de estos desafíos, Rive d’Arts ya está comprobando su aptitud de ser un espacio de mediación cultural y sigue comprometiéndose con la búsqueda continua de la transversalidad en el turismo, la cultura y la economía creativa del territorio.

Además de las buenas prácticas metropolitanas, las miradas creativas de los artistas **Joan Albert Amargós, Ricardo Bofill, Joan Margarit, Jaume Plensa, Soledat Sans i Serafini y Susana Solano** en la sesión de apertura de las Jornadas también resaltaron la gran importancia de esta dimensión territorial en la economía creativa, dado que cada uno de estos artistas ha encontrado su hogar y su espacio de trabajo en la ciudad metropolitana de Sant Just Desvern. El emblemático edificio del arquitecto Ricardo Bofill, el Walden 7, es un buen ejemplo de cómo la creatividad artística y la preocupación por las dimensiones sociales y territoriales pueden combinarse para ofrecer no sólo una solución creativa a las necesidades humanas de un territorio, sino también un proyecto que llega a definir el territorio, a su vez inspirando un mayor grado de desarrollo económico. Para Susana Solano y Jaume Plensa, la ciudad de Sant Just Desvern representa el espacio ideal para vivir y trabajar debido a su proximidad al metrópoli de Barcelona y los otros factores blandos que proporcionan mayor calidad de vida: el amplio

espacio, la naturaleza y el sentido de generosidad y conexión comunitaria por parte de los vecinos. Para Joan Albert Amargós, la confluencia de artistas en Sant Just era un factor importante en su decisión de mudarse a la ciudad hace 26 años. Amargós reitera la idea de Plensa y varios otros ponentes que la ciudad se construye por personas, y la presencia y acciones de estas personas son lo que hace posible el desarrollo social, creativo y económico. Por otro lado, Soledat Sans i Serafini destaca su llegada a Sant Just Desvern como una época de “preparación para florecer” porque la ciudad ya disfrutaba de las condiciones políticas democráticas necesarias a una escala más asequible que el metrópoli de Barcelona, proporcionando una oportunidad única para realizar su pintura y sus proyectos pedagógicos. Aún en aquella época, la economía creativa del municipio daba todos los elementos necesarios para crear un sistema de retroalimentación entre los artistas y la ciudad. En términos del desarrollo económico y su relación con el turismo, Plensa refleja el mismo punto de vista que Pau Rausell: el desarrollo cultural de una ciudad se ha de generar por y para los residentes; después, “si lo haces bien, el turismo viene a ti”. De esta manera, todos los artistas comunican su creencia que el foco de la economía creativa, la creatividad, se basa primariamente en la relación con el territorio y en las conexiones humanas; sólo partiendo de estos factores humanos y territoriales podemos lograr un mayor nivel de creatividad y desarrollo económico en las ciudades metropolitanas medianas.

Sostenibilidad y turismo cultural: la dimensión turística metropolitana y territorial

El marco conceptual ofrecido por **Montserrat Pareja-Eastaway** explora la relación entre la sostenibilidad en el desarrollo económico y el turismo cultural de las ciudades, discutiendo la posibilidad de conjugar los barrios sostenibles con los efectos del turismo en el contexto metropolitano. Tras explicar los elementos que definen la ciudad y los procesos *bottom-up* y *top-down* que impulsan la construcción de los barrios, Pareja reafirma que estos lugares urbanos son espacios que son a la vez públicos y privados, lo cual genera varias tensiones y conflictos en los usos y apropiaciones del espacio. Como respuesta a estos peligros, Pareja remarca la importancia de la sostenibilidad, citando a la Comisión al Consejo y al Parlamento Europeo: “El crecimiento económico es sostenible cuando va acompañado de medidas destinadas a reducir la pobreza, la exclusión social y los problemas medioambientales”. La sostenibilidad también se puede entender como la capacidad de satisfacer las necesidades de la presente generación sin comprometer la capacidad de futuras generaciones de satisfacer sus propias necesidades, basándose en cuatro pilares: sociales, medioambientales, económicas y culturales. En otras palabras, las dimensiones sociales y territoriales son componentes integrales del desarrollo sostenible, ya que cada caso de desarrollo se basa en un territorio concreto y la preocupación social puede ayudar a prevenir ciertas tensiones. Esta sostenibilidad es aún más importante en el sector turístico, lo cual está en una fase de rápido crecimiento. Pareja destaca que las acciones efectuadas en el ámbito del turismo cultural metropolitano siempre deben considerar los contextos sociales, económicos, políticos, institucionales y culturales de la ciudad para evitar sus consecuencias negativas. Aunque la Organización Mundial de Turismo anuncia que el rápido crecimiento y la diversificación del sector han convertido “al turismo en un motor clave para el progreso socioeconómico”, Pareja advierte que ser motor de progreso no es sinónimo de ser sostenible, sino que el turismo debería trabajar conjuntamente con las industrias culturales para buscar un equilibrio entre los dos enfoques y poner énfasis en el desarrollo urbano sostenible. A pesar de las consecuencias positivas generadas por el desarrollo tanto cultural como turístico, también se ha de preguntar si este desarrollo beneficia a todas las personas del territorio, incluyendo los colectivos más vulnerables. Para Pareja, la futura sostenibilidad del turismo depende de su agilidad en buscar conexiones con diferentes actores de la ciudad, en respetar el contexto particular y la diversidad inherente del territorio y en limitar las acciones turísticas que

pueden interferir con la sostenibilidad social del lugar. Además, las intervenciones locales que buscan aumentar o mejorar la oferta turística también han de pensar en los posibles efectos que generan sobre el tejido social a largo plazo, como pueden ser la gentrificación o el desplazamiento de residentes. Al fin y al cabo, para garantizar la sostenibilidad, cualquier intervención en cultura o turismo debería surgir de la democracia social, empoderando a los residentes a participar en las intervenciones realizadas en sus comunidades en vez de privilegiar las necesidades del turismo o el desarrollo puramente económico a un coste social.

Siguiendo esta línea, **Laia Coma Quintana** propone introducir la educación como motor de la innovación en turismo cultural, partiendo de la visión del turista como viajante que quiere aprender sobre la cultura. De esta manera, la educación puede ser una herramienta social que ayuda a todos aprender ser buenos turistas y buenos receptores de turismo en nuestros territorios. Según Coma, el turismo cultural sostenible hoy en día necesita buscar tener “el mínimo impacto negativo sobre la población y la sociedad que habita en el destino”, lo cual es especialmente importante en ciudades pequeñas en áreas metropolitanas porque éstas muchas veces sirven al turismo *low-cost* de los grandes metrópolis. Adoptando la óptica de la responsabilidad social, Coma subraya que la educación puede ayudar a fomentar un turismo más sostenible si logramos re-educar a la ciudadanía para respetar y comportarse bien cada vez que vayan de viaje. Aunque el turismo sostenible involucra tres grandes dimensiones (sociales, medioambientales y económicas), hasta el momento ha pesado más la dimensión económica. Igual a Pareja, Coma propone recuperar la dimensión sociocultural y sumar la influencia que puede aportar la educación para poder rectificar algunos de los efectos negativos del turismo. Como ejemplo, Coma propone mirar los orígenes del turismo con el “Gran Tour” del siglo XVIII-XIX, lo cual consistía de un viaje formativo y educativo para los hijos de la nobleza para que pudieran experimentar de una forma respetuosa el patrimonio cultural de Europa. Examinando esta acción histórica, podemos recuperar la práctica de viajar con valores y respeto mutuo. Igualmente, debemos aprender ser buenos anfitriones de turismo en nuestros territorios, compartiendo y transmitiendo con orgullo aquello que nos identifica y nos da valor como colectivo. En este sentido, las ciudades pueden convertirse en escenarios de aprendizaje de los dos lados, ofreciendo experiencias gratificantes tanto para los turistas como para la población residente. Para poder llevar a cabo este gran cambio, hace falta fijar objetivos en común y repartir responsabilidades entre el sector turístico, las administraciones públicas, el sector privado y las entidades de educación formales y no-formales, incluyendo la posibilidad de introducir el tema en las aulas. Compartiendo esta responsabilidad entre todos los *stakeholders* del territorio, podemos llegar a cambiar las dinámicas existentes del sector de turismo cultural y hacerlo más sostenible.

Desde el punto de vista profesional, **Albert de Gregorio, Oriol Estela Barnet y Francesc Vila i Albet** ofrecen tres visiones entrelazadas del turismo sostenible en Barcelona y su área metropolitana, proporcionando buenas prácticas en el turismo y subrayando la importancia del trabajo en red territorial. El Consorcio de Turismo, representado por Albert de Gregorio, trabaja conjuntamente con la Diputación de Barcelona para promover el destino turístico de la ciudad y la provincia de Barcelona, enfocando doblemente en la promoción y la sostenibilidad. Para efectuar esta sostenibilidad, estas dos entidades apuestan por integrar la promoción turística con la gestión municipal, considerando el equilibrio entre la atracción cultural del destino y su capacidad de trabajo, así como colaborando con entidades turísticas para compensar los efectos negativos del turismo en el entorno urbano. Uno de los grandes objetivos del Consorcio de Turismo es conseguir un diálogo y una convivencia respetuosa entre los turistas y los residentes de la ciudad, mejorando tanto la experiencia turística como la calidad de vida. El Plan Estratégico Metropolitano de Barcelona, representado por Oriol Estela, se compromete con las mismas líneas de trabajo a largo plazo, con la pretensión adicional de integrar las perspectivas del turismo

cultural y el desarrollo económico con la actividad social de la metrópoli en un nuevo modelo de gestión y turismo más sostenible, uno que puede ser transferible a cualquier territorio. El Plan Metropolitano también pretende desconcentrar la afluencia turística en actividades de turismo masificado a través de la gestión del flujo de visitantes, vincular el turismo con el desarrollo de redes culturales metropolitanas y reforzar la identidad y la cohesión social en cada parte del área metropolitana. En la misma línea territorial, la Diputación de Barcelona, representada por Francesc Vila, centra sus esfuerzos en una estrategia de promoción y gestión de todas las comarcas de Barcelona, con los objetivos de estimular los activos culturales y naturales del territorio, darlos visibilidad y aumentar su valor de forma sostenible, y desarrollar nuevas estrategias de marketing junto con el Consorcio de Turismo. El trabajo en red con varios actores del territorio, incluyendo la Cámara de Comercio, la Agencia Catalana de Turismo y otros actores públicos y privados, hace posible que la Diputación pueda llevar a cabo proyectos más innovadores y sostenibles. Según Vila, el turismo es un mercado creciente y un hecho del mundo actual; aceptando este hecho, el desafío que les enfrenta a las tres entidades es encontrar la manera de gestionarlo responsablemente, buscando soluciones innovadoras a sus efectos negativos y un mayor grado de sostenibilidad para todos los actores, residentes y visitantes del territorio.

Juan Pedro Pérez Castro también presenta una buena práctica del turismo cultural, explicando la estrategia creativa ideada por el Consorcio de Turismo del Baix Llobregat para buscar mayor sostenibilidad turística por medio de sus recursos naturales y patrimoniales. La comarca del Baix Llobregat, situado al lado de Barcelona, hospeda a 800.000 habitantes en 30 municipios y es la segunda comarca con más turistas de la provincia de Barcelona, con una ocupación media hotelera de 70% en todo el año. Gracias a su trabajo en red con los municipios, la ciudad de Barcelona, el sector público y varios agentes turísticos del sector privado, el Consorcio ha logrado un crecimiento económico encima de la media catalana, con 15% de las empresas y 13% de la población de la comarca ocupadas en el sector turístico. El Baix Llobregat también presenta una oferta turística muy variada porque cuenta con una variedad de recursos tanto naturales como patrimoniales, así como su gran proximidad a la metrópoli de Barcelona. De hecho, su lema “A un salto de Barcelona” apuesta por esta proximidad como elemento de atractivo territorial e internacional a la vez que satisface los objetivos del Consorcio de Turismo y la Diputación de Barcelona de descentralizar el turismo del gran metrópoli. El Consorcio de Turismo del Baix Llobregat se ha comprometido con el desarrollo económico de la región a base de un turismo territorial sostenible, un hecho que es especialmente aparente en su proyecto “De ruta con el Tram”. Esta buena práctica utiliza la trayectoria ya existente del tranvía pública para señalar una ruta de atracciones culturales en varias ciudades de la comarca, dando visibilidad a las joyas modernistas de su patrimonio cultural y logrando aumentar el uso del transporte público en horarios menos transitados, como los fines de semana. En total, el proyecto suma unos 44 atractivos turísticos entre actividades, visitas, restaurantes, parques y productos locales que forman parte de la ruta. El Consorcio también ofrece varios itinerarios dentro de la ruta para que los visitantes puedan personalizar su experiencia. Además de sus esfuerzos de cooperación en la organización y gestión de la ruta y cada una de sus experiencias complementarias, el Consorcio del Turismo del Baix Llobregat también colabora con otras entidades participantes para llevar a cabo un plan de comunicación avanzada que incorpora las últimas tecnologías de información y comunicación, incluyendo campañas en las redes sociales, la presencia de los *influencers* en el plataforma de Blogtrips y videos que proyectan en los vagones del tranvía, inspirando un mayor interés en las atracciones de la ruta. Este proyecto innovador logra satisfacer los principales ejes de articulación del Consorcio de Turismo del Baix Llobregat, incluyendo la promoción de la comarca como destino atractivo y la creación y comercialización de productos turísticos locales, a la vez que le permite desarrollar una oferta turística más

sostenible y responsable que mejora la calidad de vida de los residentes y las empresas locales del Baix Llobregat.

Finalmente, las mismas Jornadas de Sant Just Desvern también participaron en el proceso de generar un turismo cultural territorial más sostenible a través de la **Visita a la Cripta Gaudí y la Colonia Güell** que organizaron para el viernes 19 de octubre. Cerrando las Jornadas con esta visita educadora a algunos de los referentes turísticos más conocidos del Baix Llobregat, los organizadores lograron poner en práctica la innovación introducida por Laia Coma y ejemplificado por Juan Pedro Pérez Castro en las previas ponencias. Gracias a la Fundación Kreanta y el Consorcio de Turismo del Baix Llobregat, y con el apoyo del Plan Estratégico Metropolitano de Barcelona, un grupo diverso de asistentes a las Jornadas tenía la oportunidad de conocer estos lugares emblemáticos de patrimonio cultural e histórico de la comarca a primera mano, y de profundizar en su historia con los mismos gestores de los espacios culturales. Además de la visita turística, los gestores han explicado algunos de los impactos que generan estos espacios en el desarrollo económico y turístico del Baix Llobregat, así como los desafíos que plantean a los niveles locales, comarcales y metropolitanos. De esta manera las Jornadas del Sant Just Desvern cerraron con mucho éxito, poniendo en marcha una buena práctica que ejemplificaba algunas de las ideas claves de los previos días y demostrando su compromiso con la innovación y la acción educadora.

Reflexiones finales

Gracias a la gran diversidad de perspectivas compartidas en las sesiones, mesas redondas y actividades de las Jornadas de Sant Just Desvern, queda claro que los grandes temas de la economía creativa, el turismo cultural y el desarrollo sostenible de las ciudades metropolitanas medianas están muy entrelazados y que estos temas reflejan una complejidad tanto en el ámbito teórico como en el ámbito práctico de la gestión. Cada ciudad mundial tiene su conjunto de recursos y elementos a mejorar, y cada una también tiene una visión distinta de cómo efectuar un mayor nivel de desarrollo sostenible en su contexto concreto, ya sea a base de sus industrias culturales y creativas o a base del turismo cultural. Como hemos visto a lo largo de estas Jornadas, también existen muchos otros factores que contribuyen al éxito del desarrollo económico en las ciudades medianas, incluyendo el papel de la gobernanza, el nivel de la participación ciudadana, la fuerza de las conexiones territoriales y el grado de innovación que impulsa cada ciudad. Por lo tanto, no podemos negar que las tres dimensiones sociales, territoriales y turísticas juegan un papel imprescindible en la definición, organización y gestión del desarrollo sostenible en las ciudades metropolitanas medianas. En este sentido, aunque no hay una hoja de ruta única para el éxito de dichas ciudades, los seis socios del proyecto Rutas Singulares han encontrado una manera de generar mayores niveles de desarrollo económico local y turístico a través de su trabajo en esta red transfronteriza y la costumbre de compartir sus buenas prácticas, apostando por las tres dimensiones mencionadas para poder desarrollar sus activos y compartir su éxito con el resto del territorio.

La **mesa redonda de “Rutas Singulares. Una red de ciudades creativas”** ha proporcionado una gran oportunidad de conocer las visiones de cada ciudad y la Fundación Kreanta sobre los puntos fuertes del proyecto y de discutir los futuros desafíos juntos. Cómo comunica **Nerea Cantero**, Concejala de Cultura del Ayuntamiento de Barakaldo, el trabajo en red es fundamental para los socios porque las buenas prácticas y políticas culturales compartidas de un municipio pueden influenciar en el desarrollo de prácticas y políticas similares en otros municipios, últimamente construyendo “una visión más amplia de lo que puede ser la política cultural”. **Eva Fernández**, Directora-Gerente de Bidasoa Activa en Irun, hace eco de esta mirada, reflexionando que muchas veces los proyectos de cooperación internacional y desarrollo económico creativo

ni siquiera están contemplados por las entidades de gestión territorial y, por lo tanto, tener buenos ejemplos demostradores hace que finalmente esta tipología de proyecto gana más terreno en el territorio. Tanto **Félix Manito**, Presidente de la Fundación Kreanta, como **Carrasumada Serrano**, Concejala de Ocupación y Empresa del Ayuntamiento de Sant Just Desvern, subrayan cómo el trabajo en red puede generar un gran nivel de innovación, dado que el intercambio de ideas y la oportunidad de colaborar y aprender conjuntamente retroalimenta e inspira a todos los miembros del proyecto. Además, como destaca **Danielle Buys**, Concejala de Asuntos Exteriores del Ayuntamiento de Tournefeuille, aunque algunos municipios del proyecto apuestan más por la economía cultural y otros más por el turismo, cada municipio intenta fomentar un desarrollo sostenible a través de procesos participativos que involucran los actores principales del municipio, proporcionando mejores resultados a sus municipios y a todo el territorio transfronterizo. Las experiencias de **Pascale Canal**, Concejala de Cultura del Ayuntamiento de Foix, ejemplifican este enfoque en el proceso participativo, ya que Foix pretende involucrar a los artistas y la ciudadanía en el desarrollo de su espacio público, convirtiendo a la misma ciudad en un objeto de reflexión, creación e identidad propia.

A pesar de que las Jornadas de Sant Just Desvern y el proyecto de Rutas Singulares han identificado muchas potencialidades y competencias compartidas entre las ciudades metropolitanas medianas, todavía queda una serie de retos que estas ciudades tendrán que afrontar en el futuro. Primero, cómo nos ha explicado **Pau Rausell**, la relación entre el desarrollo económico basado en la economía creativa y el sector turístico se ha de replantear, dando mejor protagonismo a las industrias creativas y culturales y haciendo que el turismo trabaja en servicio a éstas, en vez de la dinámica opuesta que presenciamos hoy en día. Según **Montserrat Pareja**, si una ciudad quiere desarrollar su sector turístico, esta aspiración ha de replantearse también de una forma que toma en cuenta la sostenibilidad social de los espacios urbanos y que no perjudique sus tejidos sociales a corto o largo plazo. Tanto **Francis Duranthon** como **Katell Martin y Claire M'Pondo Sadey** demuestran que las estrategias turísticas desarrolladas de manera participativa y con la intención de abrir nuevas puertas culturales a la población del territorio ofrecen mejores resultados a largo plazo porque aseguran el interés territorial y dan paso a la posibilidad de incrementar el interés turístico después. **Pascale Canal** y **Nerea Cantero** también expresan su voluntad de desarrollar las ciudades de Foix y Barakaldo conjuntamente con sus residentes, dando mayor calidad a sus equipamientos, proyectos y políticas culturales para satisfacer las necesidades de la población antes de apostar por grandes proyectos enfocados en los visitantes, dado que estas últimas acciones no suelen lograr el grado de participación necesaria para asegurar su continuidad en las ciudades medianas.

Además del binomio de turismo-sostenibilidad, **Carrasumada Serrano** destaca que queda mucho trabajo por hacer para mejorar la relación entre la ciudadanía y el sector privado. Aún existen bastantes prejuicios dentro del campo cultural en cuanto a la economía creativa y hay cierto miedo de la mercantilización de la cultura. Por un lado, el escultor **Jaume Plensa** defensa la noción artística de crear por el arte y no para el cliente, e insiste que “pensar en el rendimiento económico en el momento de crear es un error”. Por el otro lado, para Serrano el reto no es condicionar la creación con una mirada económica, sino trabajar conjuntamente con los artistas y los actores del sector privado para ver el valor intrínseco y económico que hay en una obra, para después poder fijar un precio que refleja el valor real del producto, tomando en cuenta todo el proceso de su creación. Según ella, si queremos romper con la precariedad laboral y avanzar la profesionalidad del arte y los sectores culturales, hemos de ser capaces de buscar cierto equilibrio entre los artistas (o la ciudadanía) y el sector privado. Similarmente, **Xavier Greffe** y **Nerea Cantero** buscan aumentar la colaboración entre el sector público y el sector privado, conectando los recursos económicos del sector privado con los mecanismos públicos de gestión

y política cultural que puedan efectuar mayores cambios en las ciudades, últimamente beneficiando a todos los actores y los ciudadanos.

Finalmente, como hemos visto en las Jornadas de Irún (2017), la necesidad de desarrollar una presencia o identidad propia sigue siendo uno de los retos más grandes que afrontan a las ciudades metropolitanas medianas hoy en día. **Eva Fernández** hace hincapié en la importancia de definir la identidad propia no sólo en el momento de iniciar un plan de desarrollo cultural o turístico metropolitano, sino también a lo largo de este proceso de desarrollo. Según ella, las ciudades creativas de tamaño mediano han de ser capaces de reinventarse continuamente, buscar nuevas vías de diferenciación y seguir trabajando en nuevas metas después de haber alcanzado sus objetivos iniciales. Aunque esta labor no es fácil, es fundamental para asegurar el compromiso continuo de las ciudades con un desarrollo sostenible y justa para todos los actores y ciudadanos de sus territorios.