

## Ciudades con alma Montserrat Domínguez



Intervención de Montserrat Domínguez en el acto inaugural de las Jornadas Ciudades Creativas en Irun (octubre 2017).

El texto que reproducimos a continuación es la intervención de Montserrat Domínguez en el acto inaugural de las Jornadas Ciudades Creativas Kreanta del 2017 que se desarrollaron en Irun en el marco del proyecto europeo transfronterizo Rutas Singulares.

Los seis socios del proyecto son las ciudades de Irun y Barakaldo (Euskadi), las ciudades de Tournefeuille y Foix (Occitania / Región Pirineos-Mediterráneo), la ciudad de Sant Just Desvern (Cataluña) y la Fundación Kreanta. El proyecto Rutas singulares cuenta con el apoyo del programa de cooperación territorial INTERREG V-A de la Unión Europea.

Arratsalde On / Buenas Tardes

Gracias por invitarme... y por permitir a esta periodista salir de la cámara de presión en la que se ha convertido la actualidad en las últimas semanas.

Cuando Félix Manito me llamó le contesté con toda sinceridad: y qué pinto yo aquí.

Me dijo que quería una mirada externa. Vosotros sois los especialistas... Y yo, una simple periodista generalista... Me presento.

Llevo 30 años trabajando como periodista, 15 de ellos en televisión; pero también en radio, y en prensa escrita. He trabajado como redactora, como directora de informativos, y directora



Actividad del proyecto Rutas Singulares en Tournefeuille.

de programas de actualidad. He hecho miles de entrevistas, miles de horas de información y de debate en directo.

Lo que supone que mis conocimientos son variados y extensos.

Incluyen tanto política nacional como internacional; Economía, macro y micro; Alta cultura y cultura pop, lo que engloba música, arte, arquitectura, diseño, ideas, literatura...

También tengo conocimientos sobre ciencia, física, astronomía, sanidad, nutrición, transporte, turismo, fiestas regionales, y como no, gastronomía.

Como periodista generalista soy una gran conocedora de crisis, conflictos armados, étnicos y religiosos; sobre migraciones y globalización, sobre cambio climático y sostenibilidad. Pobreza y hambre y exclusión. También sobre los grandes desafíos de nuestro tiempo: desigualdad social, robotización, empleo, desempleo, autónomos y jubilación.

Sé sobre feminismo y micromachismos; sobre violencia de género, acoso sexual y acoso escolar.

Desde hace cinco años y medio, dirijo un medio digital, *El HuffPost*. Así que en este tiempo he añadido a mis conocimientos Internet, Facebook, Twitter, Instagram,

Snapchat y otras redes sociales; algoritmos, memes, *hackers*, virales, *clickbaits* y *fake news*, aplicaciones, TICS, Internet de las Cosas... y *Smart Cities*, por supuesto.

Últimamente, sin embargo, me dedico a profundizar en conceptos como nación, derechos históricos, estado de derecho, democracia, legalidad, legitimidad, derecho a votar, derecho a la autodeterminación, constitucionalismo, unionismo, independentismo, soberanismo, secesionismo, sedición, traición, rebelión.

Supongo que habéis entendido el mensaje. Sé tanto de tantas cosas que mis conocimientos, en realidad, son nano moléculas de conocimiento, pura superficie. No sirven para mucho, salvo para tener una visión global, y entender cómo todo está interconectado. No sé si es mucho o es poco.

Yo no puedo aportaros hoy más que una visión externa de lo que os reúne aquí: los retos que afrontan ciudades pequeñas y medianas, con todo lo bueno y lo malo que tiene la cercanía a grandes capitales.

A través de la cooperación, buscáis los caminos para reforzar vuestra identidad. Queréis ser atractivas para los visitantes, pero sabéis que el reto es más ambicioso aún: ser lugares que la gente quiera habitar,



Actividad del proyecto Rutas Singulares en Barakaldo.

no ciudades satélites o dormitorio. Tenéis el reto de atraer talento y creatividad, de mantener vivo el tejido humano... para no perder personalidad propia. Para no perder alma.

La personalidad y el alma son conceptos tan intangibles como valiosos.

Y lo sé bien porque el medio que yo dirijo también es un periódico digital pequeño –ahora ya mediano–, que compete en el mundo salvaje de los medios de comunicación, con rivales mucho más grandes y potentes, pero también con muchos otros colegas que han surgido en los últimos años al calor de las nuevas tecnologías. Tecnologías que han abaratado las carísimas estructuras que antes eran necesarias para publicar un periódico en papel –y distribuirlo–, obtener una licencia de radio o televisión –y los medios de producción para emitir.

Así que sí: somos pequeños, aunque ya no tanto, porque en cinco años hemos conseguido una legión de lectores fieles

que no deja de crecer. Y creo que la clave es encontrar una voz propia. De nuevo: la personalidad. La autenticidad.

El pasado fin de semana leía esto en *El País*:

*“El ayuntamiento de Ámsterdam prohíbe la apertura de más puntos de venta de dulces, helados y recuerdos en la zona de los canales y sus alrededores. Los comercios tradicionales han quedado desplazados por cientos de comercios dedicados a vender souvenirs, entradas para paseos en barcos por canales, helados y dulces. Muchos dulces: hace cinco años había 30 heladerías, ahora hay más de un centenar. Tienen miedo a que el barrio pierda totalmente su carácter. Si ahora hay 18 millones de pernoctaciones anuales, las previsiones hablan de 25 millones en los próximos siete años.”*

Este verano, en Palma o en Barcelona, hemos visto las primeras tensiones desa-



Actividad del proyecto Rutas Singulares en Sant Just Desvern.

tadas por la turismofobia. Los visitantes, los apartamentos turísticos, cambian el panorama económico y humano. Desaparecen los alquileres asequibles para los ciudadanos porque son más rentables los turísticos. El centro se despuebla, y su lugar lo ocupan comercios dedicados única y exclusivamente a deleitar a los visitantes. Bares y restaurantes bien con menús baratos y malos –como el *fast food* ‘paellador’– o bien restaurantes con estrellas Michelin para los más pudientes.

Todos hemos podido comprobar cómo a veces, al pasear por una gran calle comercial de una gran ciudad en Europa, es imposible saber dónde estás. Las mismas franquicias, las mismas marcas: de comida o de ropa o de complementos. Los mismos estudios de arquitectos haciendo edificios insignia que carecen del más mínimo sabor local. Todas parecen idénticas, el mismo *mall* norteamericano.

Y, efectivamente, las ciudades pierden así su sabor.

Pierden autenticidad. Pierden el alma.

Se puede establecer un paralelismo con lo que ha ocurrido con los grandes medios de comunicación de masas.

Obligados a crecer cada día más, se han convertido en organizaciones muy jerarquizadas, sometidas a demasiados peajes ideológicos y económicos, y se han ido alejando de la gente. Cuando se produjo la gran confluencia entre la reciente crisis económica y la transformación digital, la tormenta digital pilló a estos grandes dinosaurios ensimismados, y tardaron en darse cuenta que sus lectores, su audiencia, había perdido la confianza en ellos. ¿Por qué? Porque habían perdido su alma. Su autenticidad.

Ha sido una oportunidad para nosotros, medios más pequeños, más cercanos a la calle: hemos venido a revolucionar el gallinero. Competimos con rivales mucho más grandes y potentes, con muchos más medios, pero también menos ágiles a la hora de dar respuesta a una realidad que cambia a velocidad de vértigo. Utilizamos otro lenguaje. No nos importa equivocarnos...

Cuando arrancamos en *El HuffPost*, nadie utilizaba *Facebook* para informarse: ahora es la principal fuente. Apenas había vídeo: hoy es la estrella. Los grandes medios recelaban de la interactividad



Actividad del proyecto Rutas Singulares en Irún.

con los lectores. No querían saber nada de cifras, de audiencias, ni de periodismo ciudadano: les parecía una violación de los principios sagrados del periodismo. Nosotros hemos fomentado la colaboración con los lectores: les escuchamos, les respondemos, sabemos lo que leen, nos preocupamos por ofrecerles más y mejores contenidos de aquellos que nos reclaman. Y les pedimos que sean nuestros ojos, allí donde no llegamos.

Por ejemplo: turismo y viajes, y gastronomía. Es un auténtico *boom*. Gracias a los vuelos *low cost*, la gente viaja más que nunca. Pero los periodistas ya no somos los prescriptores, como ya no lo son los críticos gastronómicos o cinematográficos. Ahora la gente quiere escuchar recomendaciones no de los expertos, sino de otros como ellos.

Un ejemplo: ayer, León fue nombrada capital española gastronomía 2018. En *El Huffpost* hemos pedido por redes sociales ayuda para que los leoneses nos cuenten sus recomendaciones. Nos envíen fotos.

También colaboramos con otros medios: Tripadvisor, Minube, CasasRurales, con Rumbo, Skyscanner. A los medios tradicionales les cuesta mucho, a nosotros, nos encanta. Ellos también producen mucho y buen contenido, ¿por qué no compartirlo?

Nos encantan las encuestas que invitan a la participación, y creamos rivalidad... en el mejor sentido posible. Hacemos muchas preguntas a nuestros lectores. ¿Cuál es la mejor catedral? ¿La mejor plaza de pueblo? ¿El mejor pintxo?

Escuchando a nuestros lectores, entendemos que ahora el concepto de 'escapada' es importantísimo. Nuestra audiencia quiere recomendaciones sobre viajes cortos, rutas senderismo... Quieren, sobre todo, descubrir lugares donde no se sienten turistas, sino un ciudadano más.

Todo esto se resume en algo importante: escuchar, y dar voz, y tener audacia para probar fórmulas nuevas que rompan los esquemas establecidos. Nosotros lo hemos hecho también con los blogs, en los que artistas, estudiantes, escritores, científi-



Actividad del proyecto Rutas Singulares en Foix.

cos, activistas, aficionados al cine, o a la historia, o al teatro escriben, en primera persona.

Esto también fue una ruptura, y nos cayeron muchos palos por ello. ¿Cómo va a escribir alguien que no es un periodista profesional, o un experto, un académico? La opinión en los medios tradicionales estaba reservada –y lo sigue estando– a ellos... Al romper ese esquema, el resultado es un medio más plural y mucho más rico.

En el fondo, no es muy diferente a la forma en la que muchas ciudades, Irun entre otras, han puesto en marcha presupuestos participativos, y fomentando

que la gestión de la ciudad no sea algo exclusivamente de los equipos municipales. Porque no se puede prescindir de las ideas, el talento, el conocimiento de los vecinos. Porque es una manera de reforzar los vínculos de los vecinos con su ciudad, y no relegar su participación a que voten una vez cada cuatro años.

Éste es el enorme potencial que yo veo en ciudades como las que representáis aquí. Ser más pequeño te permite una capacidad de maniobra, de reacción, de audacia, que las ciudades grandes no tienen.

Para no perder la personalidad. Para no perder el alma. Para ser auténticas.

Gracias a todas. A todos.

Ponencia del acto inaugural de las IX Jornadas Internacionales Ciudades Creativas Kreanta-Rutas Singulares coorganizadas por Fundación Kreanta y el Ayuntamiento de Irun del 18 al 20 de octubre de 2017.