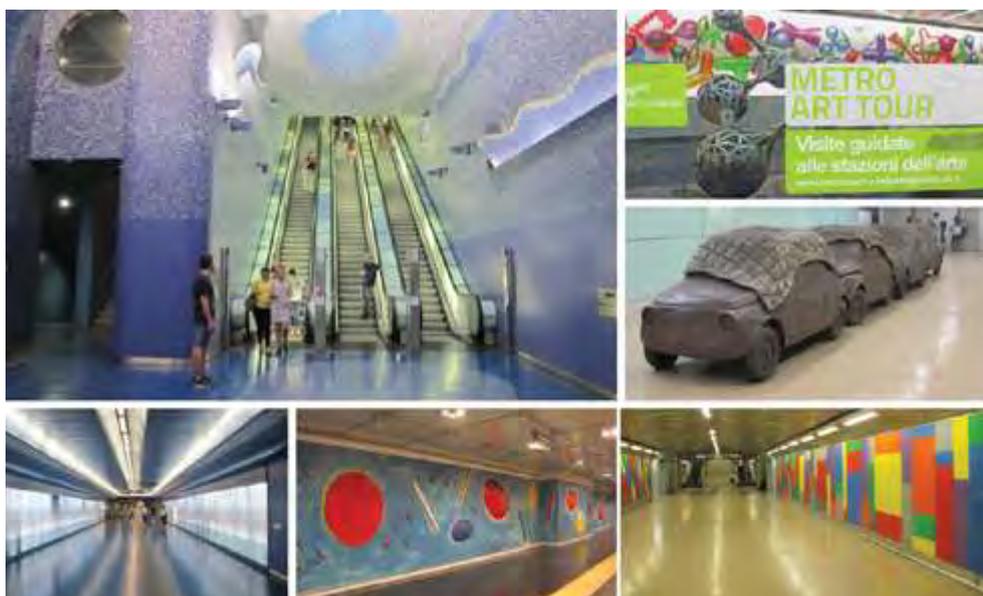


## Cultura, creatividad y ciudad

Xavier Greffe



*Stazioni dell'arte* es un proyecto artístico iniciado en el 2001 y ubicado en quince estaciones del metro de Nápoles (2018).

Cuando enfatizamos el vínculo entre cultura y ciudad creativa, hasta el punto de considerar la cultura como uno de los principales motores de las ciudades creativas, hay que tener en cuenta que lo es de forma imprecisa o, por el contrario, sistemática. El análisis de este vínculo se refiere a conclusiones empíricas no siempre verificadas.<sup>1</sup>

Desde principios de los años 2000 y del llamado enfoque de la clase creativa, se entiende que la cultura hace de la ciudad una ciudad creativa al atraer a un tipo concreto de consumidores culturales, supuestamente más creativos que cualquier otro grupo, la clase creativa o también personas con elevados niveles educativos, con un elevado poder adquisitivo y que desea establecerse

donde la oferta de bienes culturales es alta.<sup>2</sup>

Esta tesis tuvo un gran éxito sin que ninguna prueba estadística demostrara que la correlación entre la “ciudad creativa” y los equipamientos culturales resultara en una relación de causalidad. En el caso de las ciudades que tienen equipamientos y actividades culturales importantes, la secuencia explicativa: “*las ciudades creativas conllevan equipamientos culturales*” se verifica mejor que la secuencia “*los equipamientos culturales conllevan ciudades creativas*”.

Frente a este debate, se utilizan ejemplos que se presentan como comprobados, el

<sup>1</sup> Kakiuchi, E. & X. Greffe, eds. 2015. *Culture, creativity and Cities*. Tokio: Suiyo-Sha.

<sup>2</sup> Florida, R.; Mellander, Ch. & K. Stolarick. 2008. “Inside the black box of regional development—human capital, the creative class and tolerance.” *The Journal of Economic Geography*, Volume 8, Issue 5, 1 September 2008, Pages 615-649.

más famoso es quizás el del Guggenheim de Bilbao. Nadie niega el impacto de la creación de un museo de este tipo en el renacimiento de esta ciudad. Pero el Guggenheim fue para el gobierno vasco y la ciudad de Bilbao el elemento icónico de una estrategia mucho más amplia y, en términos financieros, apenas representó el 10% del monto de las inversiones dedicadas, en el mismo período, a la limpieza del río, la construcción del nuevo aeropuerto, la apertura de un metro, una serie de importantes inversiones inmobiliarias o en conservación, la rehabilitación de los barrios antiguos y la restauración del Museo de Bellas Artes. También se pueden evocar otros ejemplos menos afortunados, comenzando, en el mismo país, por el proyecto faraónico de la ciudad de la cultura de Santiago de Compostela.

El desafío no es resolver este debate sobre el atractivo cultural como motor de la ciudad creativa. Se trata de saber si no hay otros engranajes posibles entre las actividades culturales y las ciudades creativas. A pesar de ello, existe un vínculo sólido desde el momento que establecemos una relación entre la creatividad artística y la ciudad, lo que señala que los creativos se pueden encontrar entre los propios habitantes y no solo entre los que son atraídos. Las prácticas artísticas pueden ser por su esencia creativas y, por lo tanto, acostumbrar a quienes participan en ellas a una cultura de la creatividad. Al hacerlo, serán más permeables a los nuevos proyectos, a cooperar con otros y estarán más dispuestos a participar en sus expresiones y logros. Por otro lado, la creatividad no será exclusivamente económica, sino también social y ambiental, de mercado o fuera de mercado. Para demostrarlo, desarrollaremos tres puntos:

- la creatividad artística “cuenta” incluso si funciona de una manera diferente a la creatividad científica, siempre que respete un principio de transversalidad;
- esta creatividad artística debe situarse en una lógica de transformación del lugar;
- implica que la gestión política de las ciudades se inspira en los principios de corresponsabilidad y el hecho de compartir.

### 1. La creatividad artística cuenta

La modernidad ha asociado dos convicciones: la ciencia impulsa el progreso de la sociedad; y el individuo tiene un valor en sí mismo. Esto nos remite a un humanismo madurado por el racionalismo y la Ilustración, donde todo empieza por el individuo consciente de sí mismo y del mundo que lo rodea, así como de las transformaciones que puede infundirle. Este mundo no ignora a los artistas, y la Enciclopedia de Diderot anticipó el término arte al mismo tiempo como mejora técnica, y como invitación a una imaginación sin restricciones. Pero donde la creatividad científica procedería mediante la generalización de demostraciones y pruebas, la creatividad artística, por el contrario, buscaría lo sensible o un “algo especial”. Donde la verdad científica parte de lo que se puede demostrar que está mal en algo, incluso si se puede demostrar que es verdad, la creatividad artística no parte de tales límites y “*todo está permitido*”. Por ello el camino de la creatividad artística no será el mismo que el de la creatividad científica.<sup>3</sup> Si bien ésta encuentra en las posibilidades de desarrollo de las fuerzas productivas una forma de avanzar por

<sup>3</sup> Kandel, Eric R. 2016. *Reductionism in Art and Brain Science: Bridging the Two Cultures*, Nueva York: Columbia University Press.



La basílica del Sagrado Corazón de Montmartre es el segundo monumento religioso más visitado de Francia y uno de los principales destinos turísticos de París.

“acumulación” al final de las verificaciones, la creatividad artística procede de forma subjetiva y horizontal, por desfases y divergencias, lo que le permite enviar mensajes (a menudo oscuros) sobre el lugar de los hombres y sus esperanzas.

Con la postmodernidad, asistimos al establecimiento de un nuevo régimen de creatividad. Se enfoca menos en un sector dado que desarrollando prácticas dispersas.<sup>4</sup> La postmodernidad le añade otro “toque”. El artista interviene menos creando objetos o símbolos que disponiéndolos. Deja tanto espacio a la explosión de su intuición como al encuentro con otras formas de creatividad, mientras produce efectos estéticos. E incluso cuando el arte se vuelve conceptual, el artista tiene que mantener un diálogo entre el creador y

el receptor, o incluso pensar en la creatividad artística a partir del receptor o al menos tanto como se enfoca en el creador: *“El creador propiamente dicho es el artista-intérprete, y la tarea del artista-sujeto consiste en concebir un dispositivo experimental lo más hábil posible para desencadenar un proceso de reflexión en el receptor... El productivismo del sujeto creativo se reduce al mínimo. Es sustituido por el establecimiento de una relación de comunicación entre la idea y el receptor.”*<sup>5</sup>

Por lo tanto, existe una creatividad artística legítima junto a la creatividad científica, y una de sus características contemporáneas es precisamente la movilización de la atención y la imaginación de los receptores al lado de quien se encuentra en el origen de esta creación. Si esto se aplica a “las “creaciones”, ¿es también cierto para la multitud de colecciones y

<sup>4</sup> Reckwitz, A. 2008. *Die Erfindung der Kreativsubjekts, Zur kulturellen Konstruktion von Kreativität*. Bielefeld: Unscharfe Grenzen. 235-257.

<sup>5</sup> Lewitt, Sol. 1967. *Paragraphs on Conceptual Art*.

museos que también constituyen el núcleo de las prácticas artísticas? Todo dependerá, en este aspecto, de la manera cómo se realicen. Si se presentan estos objetos solo como signos de la grandeza de un artista pasado o la memoria de un evento, no irán muy lejos. Pero si se presentan estos objetos de arte como las respuestas de los seres humanos, en un momento dado, a los problemas que encontraron o a su deseo de ilustrar un valor importante, entonces el objeto puede explicar cómo ha surgido una creatividad para materializarse en unas formas adecuadas. Visitar el museo o reconsiderar una colección son entonces sinónimos de escuela de creatividad, y se puede esperar que quien lo traspasa se vuelva sensible a las necesidades y a los enfoques de la creatividad.

De esta manera, las prácticas artísticas pueden sensibilizar a las personas y a las comunidades respecto a una creatividad artística que aumenta las capacidades cognitivas y emocionales. Pero ¿bajo qué condiciones? este debate se solapa al de la efectividad de los dispositivos del estado de bienestar para transformar de manera positiva la imagen que las personas tienen de sí mismas y de su papel en la sociedad donde viven.

La oposición entre democratización cultural y democracia cultural circunscribe las respuestas a la pregunta y permite deducir qué hace que las prácticas artísticas sean fuente o no de creatividad.<sup>6</sup> Por democratización entendemos el acceso a bienes o servicios culturales, la posibilidad en la filosofía del estado de bienestar de tener acceso a algo desconocido o que no se podía alcanzar por razones que van

desde la falta de información a la falta de formación o recursos. Por democracia cultural entendemos la oportunidad de participar activa y reflexivamente en esta actividad, de convertirla en experiencia y de salir con una visión enriquecida del mundo que nos rodea, el lugar que ocupamos y de las iniciativas que emprendemos.

El ejemplo de los museos, ya mencionado anteriormente, puede permitir entenderlo. Hay poca conexión entre organizar una visita de niños a un museo interrumpiendo su recorrido para señalar lo que vale la pena ver (aunque puede tener un efecto positivo) o propiciar experimentos y conversaciones en el museo a partir de un objeto o una imagen, llevando a los niños a cuestionarse sobre su significado para aquellos que los produjeron en un momento dado. Los criterios de evaluación del museo también serán diferentes. En el primer caso, el número de estudiantes que visitaron dará una medida de la eficiencia del museo. En el segundo caso, el recuerdo y la memoria que los estudiantes tendrán “después”, su estímulo para dialogar, etc., se convertirán en los criterios básicos, y entonces se discutirá sobre la eficacia del museo. En el primer caso, la presencia física del alumno es la unidad de cuenta. En el segundo caso, es el enriquecimiento de su personalidad.

El enfoque de la democracia cultural es más proclive, por lo tanto, a acoger la creatividad artística que el de la democratización cultural. Además, el vínculo social se vuelve importante, como resultado de la exposición compartida de los visitantes a los mismos procedimientos. Hay transversalidad. Pero a diferencia de la transversalidad “tecnológica” que realmente borra los tiempos y los lugares y cataliza la accesibilidad, esta transversalidad es una transversalidad social que

<sup>6</sup> Greffe, X. & S. Pflieger. 2015. *La politique culturelle en France*. Paris: la documentation française. 2<sup>e</sup> édition.



Exposición de Takashi Murakami en la Fundación Louis Vuitton en París (2018).

hace evolucionar las personalidades y las relaciones. No se trata solo de hacer lo mismo, sino de comprender y debatir sobre lo mismo, comprender las posibles reacciones de quienes nos rodean y que serán socios (o no) en futuros proyectos colectivos.

## 2. Cómo expandir experiencias culturalmente creativas por la ciudad

Para comprender las posibles dinámicas de las actividades artísticas, nos beneficiamos de la expresión de *Creative Place Making* popularizada por Markusen & Gadwa en su Informe para el *National Endowment for the Arts* de 2011. El objetivo era enfatizar en qué medida las comunidades locales o regionales podrían mejorar la calidad del territorio donde vivían a través de iniciativas artísticas y culturales.<sup>7</sup> No

<sup>7</sup> Schupbach, J. 2013. *Defining Creative Placemaking: A Talk with Ann Markusen and Anne Gadwa Nicodemus*. NEA. 2013, N°3.

era realmente nuevo, ya que durante más de medio siglo la expresión *Placemaking* ya era utilizada por pensadores, como Jane Jacobs.<sup>8</sup> En ese momento, era una reacción contra una política urbana que, ante las necesidades de urbanización, había hecho de la extensión del entorno construido el principio mismo de toda inversión en la ciudad.

Se trata entonces de utilizar estas acciones para transformar el territorio a los ojos de sus habitantes al menos tanto como para atraer a otras personas. Nos estamos alejando de un simple *Marketing Place*. Sin duda, el elemento más original “aquí” es el *making*, en la medida en que el proceso supera el resultado.<sup>9</sup> Cuatro principios sostienen este enfoque:

<sup>8</sup> Jacobs, J. 2011. *Muerte y vida de las grandes ciudades americanas*. Madrid: Capitan Swing.

<sup>9</sup> Markusen, A. & al., 2011. *California's Arts and Cultural Ecology*. San Francisco: James Irvine Foundation, p. 10.

- *El producto nunca se completa.* Si bien la planificación territorial tradicional se basaba en opciones a menudo radicales, se están considerando proyectos más cortos y flexibles, como la creación de un jardín o la animación de una calle, lo que también reduce los problemas de mantenimiento.
- *El urbanismo puede ser táctico.* Por lo tanto, la apropiación de las calles por los caminantes y los residentes un día a la semana no solo tiene la consecuencia de permitir su encuentro y la mejora del capital social, sino también de llamar la atención sobre lo que podrían ser futuras intervenciones en el espacio público.
- *Las alianzas público-privadas merecen ser desplegadas nuevamente.* Las alianzas público-privadas a menudo se organizaban alrededor de actores institucionalizados, basándose en consideraciones específicamente financieras. Hoy en día, las comunidades étnicas así como las asociaciones para la defensa del patrimonio inmaterial o la cultura material se están convirtiendo en socios habituales.
- *Los conceptos de arte y cultura necesitan ser expandidos.* Deben trascender las visiones sectorializadas del mundo del arte. Deben crear sinergias entre las dimensiones materiales e inmateriales, reales y virtuales. Deben considerar constantemente a las comunidades involucradas, tanto de dentro como de fuera.

En este contexto de *Creative Place Making* ¿Cuál podría ser la agenda de actividades artísticas para el conjunto de actores y socios?

- *Del monumento al paisaje.* Los primeros aspectos destacados del papel del patri-

monio en la ciudad creativa a menudo se centraban en monumentos o museos, probablemente porque aparecían como los signos más tangibles de una memoria a resaltar. Como resultado, el término monumento se convirtió en sinónimo de patrimonio. Pero el reconocimiento del patrimonio intangible, el saber hacer, la cultura material, las prácticas de las personas y el folclore es esencial<sup>10</sup>. Englobamos más utilizando los términos de paisaje cultural o paisaje histórico urbano. Si bien el concepto de paisaje está claramente vinculado al descubrimiento de la perspectiva y la panorámica, también abarca la experiencia de caminar en una ciudad o en el campo, incluso si, a priori, no tienen un carácter excepcional. Por lo tanto, vemos en los paisajes culturales cotidianos algo que no necesariamente tenemos que buscar en referencias anteriores.<sup>11</sup> Con tal ampliación surge inevitablemente el problema de lo que debe preservarse. La expresión de paisaje histórico urbano se usa, desde esta perspectiva, para hacer sentir la necesidad de este arbitraje, ya que al mismo tiempo debe ser urbano, aceptando pues la asunción de funciones de la ciudad, e histórico, puesto que plantea un sistema de puntos de referencia. Los visitantes ya no están simplemente invitados a pasear, sino

<sup>10</sup> *Recommendation on the Safeguarding of Traditional Culture and Folklore, UNESCO*, adopted by the General Conference. Paris, 1989. [http://portal.unesco.org/en/ev.php-URL\\_ID=13141&URL\\_DO=DO\\_TOPIC&URL\\_SECTION=201.html](http://portal.unesco.org/en/ev.php-URL_ID=13141&URL_DO=DO_TOPIC&URL_SECTION=201.html)

<sup>11</sup> Oakley, K. 2015. *Creating Space: A re-evaluation of the role of culture in regeneration*. Research Report. White Rose Research Online <http://eprints.whiterose.ac.uk/88559/>



Visitantes del Rijksmuseum de Ámsterdam observando *La ronda de noche* de Rembrandt.

que se convierten en actores del paisaje donde se encuentran, de lo que puede dar testimonio el turismo creativo con la movilización de los habitantes para hacerse cargo de su ciudad y de quienes vienen a descubrirlo.<sup>12,13</sup> En estas condiciones, la dilución de los límites entre lo material y lo inmaterial lleva a entender el patrimonio como algo más amplio que el receptáculo de elementos pasados, a saber: un sistema de conocimientos, que combina referencias pasadas, creaciones presentes y valores de futuro.

- *La diversidad cultural como patrimonio de la ciudad.* A menudo, el concepto de patrimonio se ha usado en nombre de la identidad, lo que puede conducir de entrada a la relativización, o incluso a

la tensión entre un patrimonio y otros patrimonios que pertenecen a otras comunidades u otras áreas geográficas. Esto es evidente cuando se considera la relación entre los flujos culturales locales y globales: donde los primeros parten de una realidad local, estos últimos transmiten otras referencias. En la perspectiva de la ciudad creativa, la ignorancia o la confrontación con otros patrimonios puede ser fuente de pérdida mientras que el reconocimiento mutuo podría ser fuente de creatividad. En un mismo territorio, este reconocimiento mutuo del patrimonio de las diferentes comunidades es la condición para la convivencia de estas comunidades, al mismo tiempo que un motor de innovación económica, en la medida en que se ofrece aquí una mayor variedad de recursos y referencias, y por ende la posibilidad de alquimia y de una mayor originalidad. La expresión de identidad cultural debe evocar los derechos que deben tomarse en consi-

<sup>12</sup> Harvey, D. (1989). *The Urban Experience*, Oxford: Blackwell, p. 381.

<sup>13</sup> Zukin, Sh. (1991). *Landscapes of Power: From Detroit to Disney World*, Berkeley: University of California Press, pp. 16-9.

deración en lugar de entenderse como una propiedad reclamada contra otros, debe conducir al “conjunto de referencias culturales por el cual una persona, individual o colectivamente, se define, se constituye, comunica y entiende ser reconocida en su dignidad.”<sup>14</sup>

- *Promocionar a los artistas en la ciudad.* Además de las llamadas artes de calle, los artistas actúan, a menudo, en espacios privilegiados: teatros, salas de música, museos, etc. cuyo acceso, incluso si se toman medidas para favorecerlo, no siempre es fácil como lo muestra la mayoría de los análisis de públicos. En un intento de solución, se recurre, a menudo, al *outreaching*, es decir hacer salir fuera del espacio habitual a artistas y objetos de arte. Pero si este proceso de salir fuera tiene interés al difundir información relevante, su principio básico es, con demasiada frecuencia, traer los públicos escogidos a estos mismos espacios en lugar de ir al encuentro de las personas en su vida cotidiana, tomando así en cuenta sus espacios. Por lo tanto, el reto consiste en trasladar a los artistas y sus actividades a comunidades que no los conocen de nada e incluso piensan que no son de su mundo, cosa que muchas residencias intentan hacer, con más o menos éxito. Además, hay que vincular a estos artistas con proyectos de desarrollo, sean como sean, incluso si, a priori, tienen poco que ver con las artes. El artista puede generar así debates que excederán las visiones sectorializadas de muchos de los otros

actores no artísticos de tales proyectos. Los artistas pueden romper códigos estereotipados y presentar problemas desde un ángulo no tradicional, abriendo así nuevos espacios para la reflexión. Esta contribución se explica a veces por el hecho de que, al no estar directamente relacionados con los intereses privados, los artistas expresan valores o símbolos que alientan a las personas a tomar perspectiva respecto a su vida cotidiana y a entablar diálogos reflexivos y creativos.

- *De lo temporal a lo permanente.* Uno de los principales desafíos respecto a la posibilidad de transformar un distrito o ciudad en un lugar de creatividad a través del arte reside en el hecho de que muchas de las acciones que se organizan son puntuales y vinculadas a eventos discontinuos. Que el evento tenga lugar en un espacio cerrado o en el espacio público no modifica significativamente las cosas. Por lo tanto, es necesario organizar estas actividades para que tengan continuidad, sabiendo que, obviamente, los recursos necesarios no pueden reunirse en cualquier momento, aunque solo sea por el tiempo necesario de preparación y evolución de éstas. En otras palabras, no solo se trata de repetir, incluso lo más pronto posible, sino de enmarcar los eventos en una trayectoria que asegure la presencia de prácticas artísticas de manera continua. En el caso de los festivales de música, la creación de talleres de práctica musical permanentes, o incluso la producción de instrumentos musicales, apuntala este objetivo.<sup>15</sup>

<sup>14</sup> Declaración de Friburgo sobre los derechos culturales, artículo 2b. [https://culturalrights.net/descargas/drets\\_culturals239.pdf](https://culturalrights.net/descargas/drets_culturals239.pdf)

<sup>15</sup> Moran, J. 2016. *The Role of Performing Arts in Place*. NEA: pp. 28-31.

- *El turismo creativo.* Los flujos turísticos siempre se destacan para demostrar la relevancia del patrimonio en el desarrollo local, ya sean monumentos, festivales, museos, ciudades así como municipios y/o comarcas etiquetados como “pays d’art” (países de arte). Pero allí donde el turismo crea empleos, también puede, si no es controlado, conducir a la inflación, a la contaminación, a la gentrificación o la exclusión, e incluso a la destrucción de la artesanía tradicional en beneficio exclusivo de los productos de pacotilla importados a bajos precios. Estos diagnósticos, que a menudo se derivan de un enfoque de marketing puramente de la curiosidad, sin embargo, pueden corregirse desde la actitud de los turistas, destacando aquí el interés del turismo creativo.

### **3. Sensibilizar la gestión pública respecto a esta problemática**

¿Cómo pueden los gobiernos locales y los municipios tomar en consideración estos elementos? El reto no solo se sitúa a nivel del reconocimiento de la importancia de la cultura, sino a nivel de los métodos de trabajo y de gobernanza de los actores locales.

Se debe hacer todo lo posible para garantizar que las actividades y prácticas artísticas sean fuente de experiencia y aprendizaje de comportamientos creativos. Pero la gestión pública, a menudo, está dominada por controles y procedimientos cuya legitimidad no se puede cuestionar cuando resulta del necesario control de los fondos públicos. Sin eliminar estos controles, hay que otorgar mayor autonomía a las instituciones y a los actores locales para que, dadas las necesidades experimentadas y las limitaciones de este

ámbito, puedan organizar las respuestas deseables. Lo que implica un buen reconocimiento del papel de la creatividad artística es la capacidad de organizar las prácticas artísticas de una manera adecuada, lo que requiere sin duda que los indicadores de gestión se construyan caso por caso mientras siguen siendo operativos.

En este aspecto, el reto se sitúa aquí a nivel de la arquitectura de las responsabilidades de los actores involucrados en las prácticas culturales –incluso en el seno de los mismos agentes públicos– y aquí se abren tres campos.

El de las alianzas. Enseguida pensamos en este punto en alianzas público-privadas, pero también existen otras formas, como asociaciones entre gobiernos locales y ONG para implementar prácticas que estén lo más cerca posible de las necesidades de las personas en cuestión. La autonomía de gestión se puede confiar por un período de tiempo determinado y por medio de un mecanismo de evaluación que permita hacer el seguimiento de estas prácticas a lo largo del tiempo para que, si fuera necesario, se puedan hacer correcciones a tiempo. ¿Pueden las alianzas con empresas desempeñar este papel? Esto no es fácil cuando se basan en acuerdos financieros más o menos explícitos. Muy a menudo, estas alianzas se basan en un retraso en el tiempo entre un compromiso financiero inmediato del socio privado, lo que permite al socio público limitar sus gastos y luego permitir que el socio privado administre la institución (por ejemplo, un teatro o un museo) entendiéndose que el reembolso del compromiso se realiza a partir de los ingresos que se reciben. En este contexto, será difícil realizar experimentos de democracia cultural que siempre requerirán

más tiempo y recursos que la producción banal –incluso si es selectiva– de servicios culturales.

Una segunda dirección es la de la contratación de gerentes públicos por medio de concursos públicos según un programa propuesto por el candidato y acordado conjuntamente en el contrato de nombramiento. Este método ha tendido a desarrollarse en los campos de la gestión de museos, teatros, espacios de reunión, etc.

Desde el principio, tiene la ventaja de definir objetivos prioritarios de entrada y, por lo tanto, de definir un sistema de control más pertinente. La dificultad es que no permite escapar de las incertidumbres presupuestarias en tiempos difíciles. Su trayectoria está lejos de ser negativa e incluso podemos pensar que tales sistemas hacen que las instituciones culturales respiren más que con la apli-

cación de objetivos lejanos de manera descendente.

Una tercera dirección son los procedimientos de evaluación. La implementación de una democracia cultural implica la cooperación de muchas instituciones culturales y no culturales. A menudo será difícil aplicar sistemas de evaluación neutros ya que sus fuentes pueden ser variadas, teniendo en cuenta las diferentes lógicas y profesiones implicadas. Pero hay al menos un camino que se puede recorrer conjuntamente, el de la autoevaluación, donde lo que se puede controlar es el hecho de que cada una de las partes interesadas toma las decisiones que facilitan la cooperación esperada, de manera oportuna. Si bien estos métodos de autoevaluación pueden parecer más modestos que los análisis de impacto o los análisis coste-beneficio, al menos tienen la ventaja de mover las cosas en la dirección correcta.

Este artículo desarrolla la ponencia realizada por Xavier Greffe en la décima edición de las Jornadas Ciudades Creativas Kreanta que tuvieron lugar en Sant Just Desvern del 17 al 19 de octubre de 2018. Las Jornadas, organizadas conjuntamente con el Ayuntamiento de Sant Just Desvern, se llevaron a cabo en el marco del proyecto europeo “Rutas Singulares” ([www.rutas-singulares.eu](http://www.rutas-singulares.eu)),