

Turismo cultural en ciudades metropolitanas medianas y pequeñas

Emilio Palacios



Diálogo entre los ponentes de las Jornadas CCK de Irun (noviembre 2017). De derecha a izquierda: Jordi Tresserras, Jordi Pascual, François Lajuzan, Damien Siles y Félix Manito (moderador).

Los sectores culturales y la industria turística han resultado ser perjudicados principales en un contexto castigado por el distanciamiento físico y social, por la limitación de los desplazamientos y por el cierre de gran parte de la actividad económica, medidas sanitarias preventivas contra la COVID-19. A su vez, la trabazón de estos fenómenos socioeconómicos ha puesto sobre el tapete la tremenda fragilidad de un modelo de oferta cultural basada en gran medida en la dependencia de la demanda turística. Modelo que

ha generado dinámicas alarmantes: pérdida de autenticidad de espacios y lugares masivamente invadidos; centros históricos colapsados; manifestaciones culturales comercializadas; *dumping* cultural territorial...

La crisis provocada por la COVID-19 ha puesto de manifiesto, entre otras cosas, la urgencia de articular un sistema turístico, caracterizado por desarrollar y fomentar las potencialidades de “lo cercano”, basándose en el principio valor vs. volumen. En este sentido, se hace pre-

ciso hablar “de turismos de proximidad, en plural, porque las formas que puede tomar un turismo articulado sobre los mercados locales y nacionales pueden ser múltiples, y hay diversos intereses en juego que pugnan por consolidarse en este escenario, hasta ahora insuficientemente tomado en cuenta (Alba Sud, 2021)¹.

Entre estos “turismos de proximidad”, el turismo cultural en ciudades medianas y pequeñas, ubicadas en áreas metropolitanas, tiene un rol y un espacio de actividad primordial en la contribución al desarrollo económico y al fomento de la creatividad.

Según la Organización Mundial de Turismo (OMT)², “el **turismo cultural** es un tipo de actividad turística en el que la motivación esencial del visitante es aprender, descubrir, experimentar y consumir los atractivos/productos culturales, materiales e inmateriales de un destino turístico. Estos atractivos/productos se refieren a un conjunto de elementos materiales, intelectuales, espirituales y emocionales distintivos de una sociedad que engloba las artes y la arquitectura, el patrimonio histórico y cultural, el patrimonio gastronómico, la literatura, la música, las industrias creativas y las culturas vivas con sus formas de vida, sistemas de valores, creencias y tradiciones”.

¿Es posible dar respuesta a esta definición pensando en nuevos modelos de turismo cultural diferentes a los utilizados hasta

ahora? ¿Podemos imaginar una desconcentración de los flujos turísticos hacia las ciudades de los entornos metropolitanos con la finalidad de practicar turismo de proximidad por parte de los visitantes externos y de los que habitan esas mismas áreas? ¿Hasta qué punto la promoción del turismo de calidad puede favorecer el crecimiento económico y social de las ciudades medianas y pequeñas, ubicadas en áreas metropolitanas?

Aunque celebradas con anterioridad a la aparición de la pandemia, las **Jornadas Internacionales Ciudades Creativas Kreanta**, en sus ediciones IX (2017), X (2018) y XI (2019), desarrolladas en las ciudades españolas de Irún (área de influencia de San Sebastián) y Sant Just Desvern (área metropolitana de Barcelona) y en la francesa de Tournefeuille (área urbana de Toulouse), nos ofrecen algunas reflexiones sobre estas cuestiones. Dichas Jornadas se realizaron en el marco del programa **Rutas Singulares**³.

Mientras que el eje del turismo cultural sirve de denominador común temático de las tres ediciones, cada una de las Jornadas eligió un enfoque especial según las prioridades marcadas por las mismas ciudades. Así, las Jornadas de Irún se dedicaron al tema turismo cultural y ciudades creativas; las de Sant Just Desvern se centraron en reflexionar sobre turismo cultural, áreas metropolitanas,

1 ALBA SUD, Curso “Turismos de proximidad: un plural en disputa”. Fuente: Alba Sud. Investigación y comunicación para el desarrollo, <http://www.albasud.org/noticia/1339/curso-turismos-de-proximidad-un-plural-en-disputa> Mayo 28, 2021

2 OMT, Turismo. Definiciones <https://www.e-unwto.org/doi/book/10.18111/9789284420858>, Martes, Junio 29, 2021

3 El proyecto “Rutas singulares” <https://www.rutas-singulares.eu/> tiene como objetivo crear una red transfronteriza de ciudades pequeñas y medianas ubicadas en el área de influencia de grandes capitales regionales, con el fin de reforzar su atractivo mediante estrategias conjuntas de cooperación en materia de turismo cultural. En sus inicios, contó con el apoyo del programa de cooperación territorial INTERREG-POCTEFA de la Unión Europea.

redes y cooperación; y las Jornadas de Tournefeuille exploraron el turismo cultural en el ámbito de las relaciones entre arte contemporáneo y espacio público⁴.

Como primera conclusión, en general y basándonos en estas experiencias concretas, podemos afirmar que las ciudades comparten estrategias comunes que son principalmente introvertidas, orientadas a la comunidad, y solo ligeramente relacionadas con resultados económicos; sin embargo, estas estrategias ofrecen algunas oportunidades para promover una imagen positiva de las ciudades, fomentar la creatividad y aportar valor e impacto en su economía.

Turismo cultural y ciudades creativas

Siguiendo los principios establecidos por el denominado *Informe Brundtland* (1987)⁵, la Comisión de Cultura de la organización mundial de Ciudades y Gobiernos Locales Unidos (CGLU) viene estableciendo tres pilares, que operan en interacción, para la estrategia de desarrollo de las políticas públicas locales, nacionales y globales: la economía, la inclusión social

y el medio ambiente (Pascual, 2017)⁶. Más modernamente, se considera que estas tres dimensiones necesitan el complemento de la cultura, ya que “al fin y al cabo moldea lo que entendemos por desarrollo y determina la forma de actuar de las personas en el mundo”⁷. “Esta nueva perspectiva apunta a la relación entre cultura y desarrollo sostenible a través de un enfoque doble: desarrollando los sectores culturales propios (a saber: patrimonio, creatividad, industrias culturales, arte, turismo cultural); y abogando para que la cultura sea debidamente reconocida en todas las políticas públicas (...)”⁸.

En este sentido, la definición de turismo cultural ya no es suficiente para designar un fenómeno que hoy aparece más complejo y rico en aquellos aspectos y características que afectan a su producción y consumo y definen su transición de formas tradicionales de turismo a otras caracterizadas por la potenciación de aspectos específicos de la cultura que van desde el patrimonio hasta lo que actualmente identificamos como «turismo creativo». En palabras de François Lajuzan, el reto de la economía creativa “es poder construir alianzas entre la creación artística y el turismo cultural (...), uniendo las dimensiones artísticas y sociales con las dimensiones urbanas

4 Danielle Bishop, colaboradora de CCK Revista y Fundación Kreanta, ha elaborado unas excelentes síntesis de cada una de las Jornadas celebradas en el marco del Proyecto Rutas Singulares. Estas síntesis son accesibles en los siguientes enlaces: Jornadas Irún (<https://www.ciudadescreativas.org/irun-2017/#sintesis-irun>), Jornadas Sant Just Desvern (<https://www.ciudadescreativas.org/sant-just-desvern-2018/#sintesis-just>) y Jornadas Tournefeuille (<https://www.ciudadescreativas.org/tournefeuille-2019/#sintesis-tournefeuille>). Estas síntesis han sido una fuente básica para la elaboración de este artículo.

5 ONU (1987), *Our Common Future: Brundtland Report*, Consultado: junio 2021.

6 PASCUAL, Jordi (2017), “La cultura en las ciudades sostenibles”. Fuente: Fundación Kreanta, IX Jornadas Ciudades Creativas Kreanta - Rutas Singulares - Irún 2017. <https://www.youtube.com/watch?v=Q9HLhefwnLE>

7 CGLU (2010), La cultura es el cuarto pilar del desarrollo sostenible, 3r Congreso Mundial CGLU, México. Fuente: https://www.uclg.org/sites/default/files/9890675313_%28ES%29_cultura_cuarto_pilar_desarrollo_sostenible_spa.pdf

8 Íbidem.



Acto inaugural de las Jornadas CCK de Sant Just Desvern (noviembre 2018) en RBTA (Ricardo Bofill Taller de Arquitectura).

y económicas de la ciudad”⁹.

Ahora bien, de nuevo, podemos plantearnos una doble pregunta: ¿Acaso existe una receta para construir un plan de turismo a base de la cultura y la creatividad en las ciudades medianas y pequeñas? ¿Qué elementos son imprescindibles y cuáles se pueden adaptar para cada contexto?

Para dar respuesta a estas preguntas, podemos tomar como base la Carta Mundial del Turismo Sostenible (2015)¹⁰,

9 LAJUZAN, François (2017), “Cultura y creación para transformar la ciudad”. Fuente: Fundación Kreanta. Jornadas Ciudades Creativas Kreanta - Rutas Singulares - Irún 2017. <https://www.youtube.com/watch?v=FDPXhbpYzpl>

10 <https://www.biospheretourism.com/assets/arxius/cc909a3b8279ee1838274c43114f54a2.pdf> Consultado: junio 2021.

y responder con la propuesta de una “receta no-receta”, como hoja de ruta para generar políticas, estrategias y planes operativos de turismo cultural. ¿En qué consiste esta “no-receta”? (Tresserras, 2017)¹¹ Cada plan local de turismo debería involucrar no sólo las políticas públicas sobre materia de turismo, sino también los recursos humanos y la determinación de aplicarlas y gestionarlas correctamente, con acciones concretas, acompañadas de un cronograma claro. En adición, cada ciudad ha de determinar cuál es su hilo conductor o la historia propia que

11 TRESSERRAS, Jordi (2017), “Innovación en turismo cultural: estrategias y experiencias en destinos urbanos”. Fuente: Fundación Kreanta, IX Jornadas Ciudades Creativas Kreanta - Rutas Singulares - Irún 2017. <https://www.youtube.com/watch?v=BgM4DLrIF1w>

quiere contar al mundo. Este elemento es clave, dado que la identidad propia es necesaria para desarrollar una oferta de experiencias únicas en el territorio. Combinada con un buen análisis *benchmarking*, la historia propia también ayuda a las ciudades a posicionarse en el mercado turístico y diferenciarse de las otras ciudades de sus mismas dimensiones. A partir de esta narrativa intrínseca, es imprescindible llevar a cabo un trabajo en red con otras ciudades. Para poder amplificar este alcance, los planificadores y gestores del turismo cultural también deben valorar la accesibilidad en todos sus aspectos: oferta amplia y viable de actividades turísticas en términos físicos y temporales, por supuesto, pero ese elemento también incluye una fácil disposición de los recursos materiales y digitales para los posibles visitantes. Finalmente, el secreto del éxito en el ámbito del turismo cultural no es seguir al pie de la letra esta “no-receta”, sino saber improvisar y adaptar los recursos e instrumentos a disposición a las necesidades y contextos individuales. A través de la experimentación, cada ciudad puede saber cómo utilizar esta “no-receta” para generar su propio desarrollo en turismo cultural.

Por otro lado, debemos considerar que el mayor reto de las ciudades medianas y pequeñas es consolidar y mantener su personalidad en el amplio espectro del turismo cultural y la creatividad, en un mercado de alta competencia. Para lograrlo cada ciudad debería apostar por su identidad única, no temer el trabajo en red y la incorporación de nuevas tecnologías, pensar a escala grande mientras que sigue en contacto con el pulso local y aprovechar el ecosistema de recursos globales para efectuar

cambios realmente innovadores en su territorio y sus sectores más importantes. A pesar del riesgo inherente en adoptar estas y otras prácticas “se sobrevive tratando de encontrar una voz propia: personalidad, alma y autenticidad” (Domínguez, 2017)¹².

Turismo cultural, áreas metropolitanas, redes y cooperación

A lo largo de las últimas décadas y como consecuencia también de la crisis causada por la COVID-19, está cambiando la motivación turística. El turismo cultural y ambiental, así como el turismo de proximidad, devienen su principal objetivo. El arte, los museos, los eventos, los productos locales, la gastronomía, los usos y costumbres locales... El turismo viaja a la búsqueda de lugares fuera de las tradicionales metas turísticas. Las ciudades medianas y pequeñas se convierten así en uno de sus principales destinos.

Por otro lado, estas ciudades, situadas en entornos metropolitanos pueden aprovechar su ubicación para re-enfocar las políticas públicas hacia los sectores culturales y creativos, dado que la economía creativa genera mucho más valor añadido (Rausell-Köster, 2018)¹³. Y, hablando sobre la relación entre mundo cultural y turismo en las ciudades pequeñas y medianas, el mismo Rausell-Köster considera que hay que cambiar la correlación entre ambos factores, de

12 DOMÍNGUEZ, Montserrat, “Ciudades con alma”. Fuente: Fundación Kreanta, IX Jornadas Ciudades Creativas Kreanta - Rutas Singulares - Irún 2017. <https://www.youtube.com/watch?v=cJX9-GI4cYg>

13 RAUSELL-KÖSTER, Pau, “Las ciudades creativas: hurgando en el slogan”. Fuente: Fundación Kreanta, X Jornadas Ciudades Creativas Kreanta – Rutas Singulares – Sant Just Desvern 2018. <https://www.youtube.com/watch?v=pFVTV-SKrDQ>



Intervención de Xavier Greffe en las Jornadas CCK de Sant Just Desvern (noviembre 2018).

manera que la meta esté situada más en velar para que el turismo otorgue “mayor sostenibilidad y fortaleza a los sectores culturales y creativos” que en “desarrollar los sectores culturales y creativos para que vengan turistas” (2021)¹⁴. Este hecho, sin embargo, provoca que algunas ciudades metropolitanas medianas y pequeñas sobrelleven grandes riesgos de quedar absorbidas por la metrópolis y de perder su identidad individual. Para poder evitar este destino, las ciudades medianas y pequeñas deberían coordinar redes territoriales y otros mecanismos de interacción con el resto del espacio metropolitano e incluso más allá de este espacio, a escala nacional e internacional.

En este sistema de red, la cooperación expresa el nivel de compartir objetivos, metodologías, procedimientos y proyectos.

Una cooperación eficaz se expresa también en la periodicidad de los encuentros y relaciones que se establecen entre sus socios. Cuanto más frecuentes sean los contactos, mayor será la posibilidad de cooperar en proyectos comunes, intercambiar ideas y promover el desarrollo de nuevos e innovadores productos con intercambios favorables para la misma red y sus miembros.

Redes y cooperación afectan al sistema de gobernanza tanto por lo que se refiere al turismo cultural como a su papel en la cohesión territorial y social. En este sentido, hemos de situar el marco teórico sobre el rol de la cultura y de la creatividad y la gobernanza del turismo cultural sostenible en dos pilares básicos: la democracia social y la transversalidad (GREFFE, 2018)¹⁵. Por ello, se hace

14 RAUSELL-KÖSTER, Pau (2021), Economía creativa en ciudades metropolitanas medianas, Fundación Kreanta, revista CCK nº 13, julio-septiembre. [V. este número, pág. 10].

15 GREFFE, Xavier (2018), “La gobernanza de las ciudades frente a la cultura: ¿hacia nuevas gestiones públicas?” Fuente: Fundación Kreanta, X Jornadas Ciudades Creativas Kreanta – Rutas Singu-

preciso ampliar el discurso tradicional sobre las ciudades creativas, optando por utilizar la expresión “paisajes culturales” para dar mayor inclusión a las ciudades metropolitanas y para subrayar la centralidad del ser humano en el desarrollo de estos territorios.

Hoy en día hemos de considerar la creatividad en varios ámbitos (incluyendo la ciencia, la tecnología y el arte) para poder alcanzar un mayor grado de integración en las ciudades. Sin embargo, esta integración no siempre es 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 diversos contenidos, actores y valores. Para compaginar los diferentes tipos de creatividad y entender sus papeles en el desarrollo económico, hemos de 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 promueven 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 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 ofrece como resultado una mayor eficiencia en la gestión cultural, las administraciones deberían trabajar desde la democracia cultural y la transversalidad, mediante prácticas culturales que traten de desarrollar experiencias, estimular la creatividad en todas sus formas y fortalecer la extensión de esta creatividad a servicios y organizaciones que pueden crear nuevas vinculaciones sociales. Este trabajo mejora cuando se produce en espacios nuevos e híbridos de gobernanza que ponen énfasis en un modelo de participación en el que los ciudadanos toman un papel activo en la definición de las prioridades de su propio desarrollo.

Un importante componente a considerar en la relación turismo cultural -gobernanza del modelo es la sostenibilidad. En este sentido, cabe reflexionar sobre la relación entre la sostenibilidad en el desarrollo económico y el turismo cultural de las ciudades metropolitanas medianas y pequeñas valorando hasta qué punto es posible conjugar ciudades sostenibles y efectos del turismo en los contextos metropolitanos.

Aunque la Organización Mundial de Turismo proclama que el rápido crecimiento y la diversificación del sector han convertido “al turismo en un motor clave para el progreso socioeconómico”¹⁶, es preciso advertir que “ser motor de progreso no es sinónimo de ser sostenible,

lares – Sant Just Desvern 2018. <https://youtu.be/FQ4gINHbKTQ>

16 Organización Mundial del turismo (2016), El turismo y los Objetivos de Desarrollo Sostenible, UNWTO, Madrid, DOI: <https://www.e-unwto.org/doi/book/10.18111/9789284417766>



Acto inaugural de las Jornadas CCK de Tournefeuille (octubre 2019) en el cine Utopía con la Orquesta de Cámara de Toulouse.

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” (PAREJA-EASTAWAY, 2018)¹⁷. 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. 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, volviendo a la idea de la gobernanza del turismo cultural, 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.

Ahondando más en los valores que el turismo cultural puede aportar a las ciudades metropolitanas medianas y pequeñas, hemos de ponderar hasta qué punto el turismo cultural sostenible, hoy en día, necesita lograr “el mínimo

¹⁷ PAREJA-EASTAWAY, Montserrat, “Barrios sostenibles y turismo: ¿un binomio imposible? Fuente: Fundación Kreanta, X Jornadas Ciudades Creativas Kreanta – Rutas Singulares – Sant Just Desvern 2018 <https://youtu.be/Z2hL20AlbGE>

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. En este sentido y desde la óptica de la responsabilidad social, la educación puede ayudar a fomentar un turismo más sostenible si logramos educar a la ciudadanía sobre el respeto y los comportamientos a manifestar en la práctica del turismo (COMA, 2018)¹⁸.

Aunque el turismo sostenible involucra tres grandes dimensiones (sociales, medioambientales y económicas), hasta el momento ha pesado más la dimensión económica. Igual que Pareja-Eastaway, 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 cultural.

Turismo cultural, arte contemporáneo y espacio público

Para interrelacionar los componentes de este trinomio, hemos de comenzar explorando la capacidad del arte para efectuar transformaciones en el espacio público, así como los papeles que juegan la ciudadanía y la colaboración territorial en el desarrollo artístico de los espacios públicos urbanos. Por otro lado, se hace preciso examinar la importancia de desarrollar políticas públicas en los ámbitos de la cultura, la creación artística en el espacio público y el turismo cultural, así como su gestión, defendiendo la centralidad del diálogo, la reflexión y

la interacción entre varios actores culturales como elementos que hacen posible que estas políticas se construyen y que contribuyan al desarrollo económico y cultural de los territorios.

Una primera consideración a tener en cuenta es la relación entre turismo cultural, arte, espacio público urbano y ciudadanía. Como primera observación, es primordial hacer referencia al papel de la ciudadanía, con participación intergeneracional, en la transformación del espacio urbano que, por sí mismo, acaba convirtiéndose en atractivo de esta tipología de turismo: intervenciones en el espacio público, cultivo de jardines colectivos, uso de *grafittis* como herramienta colectiva de visibilización social, transformación arquitectónica colectiva de barrios... (BESTRATEN, 2019)¹⁹. Es de resaltar que el desarrollo cultural de los espacios urbanos, con la intervención de la ciudadanía y de los artistas locales, beneficia no sólo a los turistas, sino también a los residentes, al ofrecer un equilibrio entre los intereses políticos y ciudadanos en los espacios públicos. Por otro lado, gracias a la combinación de esfuerzos ciudadanos y de artistas autóctonos, el espacio público logra disminuir la frontera entre la identidad del equipamiento y su posicionamiento doble como lugar cultural y de bien público.

Una segunda consideración nos habla de la relación entre el arte y la transformación del espacio urbano, como tractor del turismo cultural. Existe una abundancia de maneras de definir el espacio

¹⁸ COMA, Laia, “Innovación en turismo cultural responsable”. Fuente: *ibidem* <https://youtu.be/kq2oXCO2ALY>

¹⁹ BESTRATEN, Sandra, “Arte, ciudadanía y espacio público urbano”. Fuente: Fundación Kreanta, XI Jornadas Ciudades Creativas Kreanta – Rutas Singulares – Tournefeuille 2019 <https://youtu.be/buH93WKAp-Y>



Dialogo entre los ponentes de las Jornadas CCK de Tournefeuille (octubre 2019). De izquierda a derecha: Emmanuel Négrier, Lluís Bonet y Francis Duranthon (moderador).

público y de entender su importancia en el contexto urbano. Muchas definiciones académicas vienen desde las ciencias sociales y reflejan un uso bastante plural, ya que, en su definición, entra el espacio tanto material como inmaterial. Así, una definición del espacio público se centra en la construcción de elementos materiales que corresponden a funciones concretas de la ciudad, lo cual incluye los nodos y espacios de construcción. Se propone dos modelos para entender estos espacios a la vez materiales y simbólicos en las ciudades occidentales: el primero, un modelo más europeo en el que los espacios públicos son lugares de intercambio, confrontación y vida compartida en toda su complejidad; y, el segundo, un modelo más norteamericano en el que la relación entre las ciudades y sus zonas periféricas se caracteriza por sus fronteras y por “ser más bien espacios de tránsito y fragmentación” entre barrios. Es quizás por estas dicotomías, y por el énfasis actual en el turismo cultural, que las ciudades están

experimentando una estandarización de las intervenciones hechas en su espacio público. La tendencia actual de dirigir muchos espacios públicos a este tipo de turismo en lugar de pensar en las necesidades de los habitantes es un problema importante (SIBERTIN-BLANC 2019)²⁰.

La inmaterialidad de esos espacios públicos, contemplando la historia, la memoria y las relaciones sociales, deviene en preocupación central del artista. En este sentido, el espacio público, tanto físico como inmaterial, aporta un “campo rico para el arte, que no sólo quiere construir objetos sino también intervenciones que apelan a las emociones y las cuestiones más críticas” de la vida, y a su vez permite al artista “atravesar muchas disciplinas y encontrar sus sitios buscando espacios de posibilidad para la creación”. Por otro lado, la transversalidad y la acción colec-

20 SIBERTIN-BLANC, Mariette, “Arte y transformación del espacio público urbano”. Fuente: ibidem <https://youtu.be/bpittxePezA>

tiva han sido herramientas importantes, permitiendo a los artistas abrir un campo de exploración y colaboración más amplio e intervenir en el espacio público urbano de una forma más compleja y enriquecedora, de manera colaborativa, junto a la ciudadanía (PERRAMON 2019)²¹.

En la línea de la relación entre turismo cultural, arte, espacio público y políticas públicas, se considera capital avanzar propuestas de políticas contra “el imperio de las funciones”, “el imperio de la oferta” y “el imperio de la cultura”, así como tres principios claves para efectuar mejoras en la gobernanza y desarrollar estas políticas públicas: la delegación, la participación y la mediación (NÉGRIER 2019)²². ¿Qué exige el buen desarrollo de estas políticas públicas?: mirar el arte y la cultura como necesidades en vez de objetos meramente ornamentales, dejar al artista la libertad de creación y pensar en el ciudadano. Dado que una sola política pública no puede pretender afectar a toda la vida cultural de una ciudad, y mucho menos en los espacios que albergan un gran nivel de multiculturalidad, las políticas públicas han de dar espacio de elección a los ciudadanos. De esta forma, se hace necesario actuar desde tres visiones diferentes: la del ciudadano, la de la oferta cultural en presencia y la de la cultura en sí. Así consideradas, las políticas públicas deberían aumentar no sólo el número de intervenciones artísticas en el espacio público, sino también la capacidad del arte para hablar más allá

de las fronteras culturales, artísticas y económicas.

Una política pública, así definida, sobre el espacio público y su relación con el turismo cultural, demanda situar el arte en su contexto social, urbano y político, ya que dicha política no es un monopolio, sino un espacio de encrucijada donde interactúan un conjunto de actores para producir beneficios sociales, económicos y políticos. Volvemos aquí a la imperiosa necesidad de la transversalidad en las actuaciones. Las políticas públicas deberían servir los objetivos del interés general y pensar bien las motivaciones detrás del uso del arte en el espacio público debido a la tendencia hacia la instrumentalización de la cultura que se está produciendo mundialmente, particularmente por parte de gobiernos populistas. Para ello, hay dos tipos de procesos participativos que se pueden utilizar en la construcción de políticas públicas: primero, un enfoque *top-down*, donde quién decide la política también decide la necesidad de llevar a cabo un proceso participativo y lo organiza según sus necesidades; y segundo, un enfoque *bottom-up*, donde la participación viene desde abajo y los movimientos sociales definen tanto las personas que participan como los medios de trabajar de una forma mucha más colectiva. (BONET 2019)²³.

A modo de conclusión

Las aportaciones realizadas en las tres Jornadas Ciudades Creativas Kreanta, en el marco del programa “Rutas Singulares”, han presentado una mezcla de visiones de ámbitos muy distintos, como

21 PERRAMON, Ramón, “Arte y transformación del espacio público urbano”. Fuente: íbidem <https://youtu.be/ANzLcgnOWig>

22 NÉGRIER, Emmanuel, “¿Qué políticas culturales para el arte en el espacio público urbano?”. Fuente: íbidem <https://youtu.be/h0CakfpYisg>

23 BONET, Lluís, “¿Qué políticas culturales para el arte en el espacio público urbano?”. Fuente: íbidem <https://youtu.be/GdkBrLjWDYM>

la arquitectura, la academia, el arte, la política, para ilustrar la relación entre turismo cultural y ciudades metropolitanas medianas y pequeñas. Las reflexiones han hablado sobre la importancia del diálogo entre diversos sectores y la mediación entre intereses y objetivos diferentes para poner en combinación y acoplamiento ambos elementos.

Para concluir, consideramos de interés aportar tres ideas de importancia. En primer lugar, la cohesión entre turismo cultural y ciudad es exitosa cuando hay una circulación de concepciones y herramientas entre las diferentes responsabilidades políticas e intereses de las instituciones y sectores que las rigen, así como una cierta independencia para que todos puedan crear libremente. Además, la confrontación entre líneas de acción política, estéticas y concepciones artísticas, gobernanza en la configuración de los espacios públicos y la capacidad de trabajar colectivamente señalan la salud de las políticas públicas para definir los componentes cultural y creativo de un turismo de proximidad propio de las ciudades metropolitanas medianas y pequeñas (BUYS 2019)²⁴. En segundo

lugar, es de resaltar la importancia de la cultura como elemento tractor de turismo. Aunque, se corre el riesgo de un “acercamiento liberal” a una perspectiva meramente económica “considerando la cultura y las actividades culturales como productos” (DURANTHON, 2019)²⁵. Como antídoto, podemos señalar la conveniencia de re-introducir la cultura en la esfera pública. Esta mezcla de enfoques tiene la capacidad de enriquecer nuestro entendimiento colectivo de la cultura y también puede contribuir a una visión de la cultura como proceso en vez de producto. Finalmente, cabe resaltar la importancia del papel que, al parecer, tendrá la cultura como tractor turístico en el futuro. Ante esta posibilidad, será preciso asegurar la implicación de la ciudadanía en los procesos, políticas y proyectos realizados. Si los diversos actores implicados son capaces de dialogar y cooperar, dejando al lado sus egos, tanto los proyectos como las políticas podrán construirse de una forma gratificante y duradera. Es a partir de esta comprensión y colaboración que se asegurará que la cultural, en sus diversos componentes, siga siendo relevante y meta para el turismo.

24 BUYS, Danielle – DURANTHON, Francis, “El futuro de la cultura en el espacio público urbano”. Fuente: íbidem <https://youtu.be/qC7jKoDUzV8>

25 Íbidem.