

## **Síntesis IX Jornadas Internacionales Ciudades Creativas Kreanta, Irun (2017)**

*Danielle Bishop*

Con la celebración de la novena edición de las Jornadas Internacionales Ciudades Creativas Kreanta en Irun, España del 18 al 20 de octubre de 2017, la Fundación Kreanta y el Ayuntamiento de Irun buscaron crear un espacio único para el encuentro y el contacto entre actores culturales, empresarios creativos y ciudadanos, donde todos podrían compartir sus proyectos innovadores relacionados con el desarrollo económico de las ciudades medianas en el ámbito del turismo cultural. De esta manera, las Jornadas de Irun pretendieron servir como un laboratorio de innovación urbana a los niveles locales, regionales e internacionales.

Las Jornadas Internacionales Ciudades Creativas constituyen un eje central del proyecto Ciudades Creativas de la Fundación Kreanta, quien las ha organizado y celebrado en varias ciudades de España, Europa y América Latina desde el año 2008. Las jornadas de Irun marcan la primera edición que se ha llevado a cabo bajo el marco del proyecto europeo Rutas Singulares ([www.rutas-singulares.eu](http://www.rutas-singulares.eu)). Este proyecto de cooperación tiene el objetivo principal de crear una red de ciudades pequeñas y medianas ubicadas en el área de influencia de grandes ciudades o capitales regionales, con el fin de reforzar su atractivo mediante estrategias conjuntas de cooperación en turismo cultural. A través de las jornadas y otras acciones concretas, el proyecto pretende convertir la actividad turística en un motor de desarrollo económico local y en una herramienta para aumentar el conocimiento mutuo entre sus seis socios: las ciudades de Irun y Barakaldo (Euskadi), Tournefeuille y Foix (Occitania/Región Pirineos-Mediterráneo), Sant Just Desvern (Cataluña) y la Fundación Kreanta. Rutas Singulares cuenta con el apoyo del programa de cooperación territorial INTERREG V-A de la Unión Europea durante un período de tres años (2016-2019). También cuenta con un presupuesto de 2.213.540 €, el 65% del cual está financiado por los fondos europeos FEDER, bajo el marco del Programa Operacional de Cooperación Territorial España-Francia-Andorra.

Además de las Jornadas de Irun, la Fundación Kreanta y los otros socios del proyecto han llevado a cabo dos ediciones más: una en Sant Just Desvern (España, 2018) y otra en Tournefeuille (Francia, 2019). Mientras que el eje del turismo cultural sirve de denominador común temático de las tres ediciones, cada una de las jornadas también ha elegido un enfoque especial según las necesidades y acciones de las ciudades anfitrionas. Así mismo, las Jornadas de Irun se han

dedicado al turismo cultural y las ciudades creativas; las Jornadas de Sant Just Desvern se han centrado en el turismo cultural, las áreas metropolitanas, las redes y la cooperación; y las Jornadas de Tournefeuille han explorado el turismo cultural en los ámbitos de arte contemporáneo y espacio público.

La participación de la Fundación Kreanta en el proyecto de Rutas Singulares surge de sus deseos de reforzar la dimensión europea de su iniciativa existente de Ciudades Creativas y de ampliar su participación en proyectos de cooperación ciudad-ciudad. Dado que la Fundación Kreanta se ha dedicado a proyectos de este tipo desde su inicio (en España y América Latina), Rutas Singulares le ofrece la oportunidad de trabajar este eje de su misión fundacional en el contexto transfronterizo de España-Francia. A la vez, el proyecto también motiva su trabajo de impulsar el protagonismo de las ciudades medianas y pequeñas como referentes de transformación urbana y como espacios idóneos para la innovación y la exploración de nuevas formas de desarrollar las políticas públicas locales en el ámbito de cultura.

Las Jornadas de Irun pusieron en valor el poder del aprendizaje mutuo y continuo que forma parte integral de los proyectos de cooperación transfronterizos. A lo largo de los tres días, ponentes de diferentes procedencias y contextos culturales y laborales compartieron una gran variedad de miradas críticas y buenas prácticas, con lo cual las Jornadas se convirtieron en un espacio marcado por la interdisciplinariedad y el respeto mutuo, así como en una referente para las Jornadas siguientes.

En términos amplios, la gran riqueza de los contenidos que surgieron de las Jornadas se puede agrupar bajo dos bloques temáticos que reflejan las temáticas principales de las Jornadas: *Las Ciudades Creativas: Arte, cultura y transformación urbana*, y *El turismo cultural: Una receta “no-receta” para el desarrollo económico local y regional*. Bajo el primer bloque, encontramos dos marcos conceptuales que nos ayudan a entender el papel de la cultura en las ciudades creativas desde aproximaciones distintas: una aproximación más *top-down*, de la gobernanza, y una más *bottom-up*, de la participación ciudadana. Además de la teoría, se incluye una variedad de buenas prácticas que actualmente se están poniendo en marcha en los países de España, Francia y Canadá. En el segundo bloque, el turismo cultural y su relación con la actividad artística y la identidad propia de las ciudades toman el foco. El marco conceptual de este bloque ofrece una aproximación a la “receta” de un buen plan de turismo cultural, aunque su autor sugiere que la receta debería verse mejor como un conjunto de elementos claves que se ajustan según el contexto territorial y la escala del plan. De nuevo, existe una serie de buenas prácticas actuales

que demuestran cómo el turismo cultural puede convertirse en un motor de desarrollo económico local: sobre todo, si los artistas y los ayuntamientos están dispuestos a crear una identidad única basada en su patrimonio cultural, a conectar sus esfuerzos locales con redes transfronterizas y a promover la movilidad artística al nivel regional e internacional. La mayoría de las aportaciones de las Jornadas de Irun demuestran un alto nivel de interconexión entre los dos bloques temáticos, con unas discusiones fluidas e interrelacionadas que reflejan la misma complejidad y creatividad inherente en las ciudades creativas y en cada una de sus estrategias de turismo cultural.

### **Las Ciudades Creativas: Arte, cultura y transformación urbana**

La aportación teórica de **Jordi Pascual** nos ofrece un marco conceptual desde el punto de vista de la gobernanza, poniendo en valor el papel que juega la cultura en la sostenibilidad urbana y en las agendas políticas internacionales. Pascual también detalla las acciones concretas que lleva a cabo la organización mundial de Ciudades y Gobiernos Locales Unidos (CGLU) para asegurar la presencia continua de la cultura en las políticas públicas. A partir de su documento fundacional la *Agenda 21 de la Cultura* (2004) y su publicación *La cultura es el cuarto pilar del desarrollo sostenible*, la CGLU ofrece una visión mundial (y a largo plazo) del papel central de la cultura a la vez que, mediante una análisis crítica, actualiza el paradigma aceptado de la sostenibilidad, el cual hace tiempo dejó de reflejar la complejidad de la vida moderna, las políticas urbanas y los elementos que caracterizan el desarrollo humano en las ciudades. Como resultado, la cultura ahora interactúa a la par con los otros tres pilares: la economía, la inclusión social y el medio ambiente. A través de su manual *Cultura 21 Acciones* (2015), la CGLU también ha marcado una serie de compromisos y acciones concretos para ayudar a los gobiernos locales en sus procesos de autoevaluación. El turismo cultural y las ciudades creativas aparecen en 8 de los 9 compromisos y figuran en 15 de las 100 acciones concretas del documento, enfocándose en las áreas de los derechos culturales; el patrimonio, diversidad y creatividad; y la gobernanza de la cultura, así reflejando su lugar de importancia en la agenda cultural. Además de su liderazgo en la gobernanza de materia cultural, la CGLU ha tomado un papel activo tanto en la campaña para la realización de los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS, 2015) de las Naciones Unidas como en la protesta contra la ausencia marcada de la cultura en dichos Objetivos. Este documento sirve como gran guía para las políticas que han de marcar los líderes mundiales, tanto en los países desarrollados como en los países en vía de desarrollo; para Pascual, las varias menciones débiles del rol de la cultura en el desarrollo sostenible no compensan la ausencia de un objetivo completo, ya que “no responden bien al papel de la cultura en la

transformación urbana [ni] al papel de la cultura en la ampliación de las libertades de la gente que vive en este mundo hoy en día”. Sin embargo, Pascual considera que estas menciones reflejan ventanas de oportunidad para los actores del sector cultural para introducir temas que justifican las políticas culturales en las ciudades mundiales. Una gran parte del trabajo presente y futuro de la CGLU, entonces, gira alrededor de su vocación de “aportar herramientas e ideas a todos los que trabajan en las políticas culturales locales” a través de sus programas de cooperación y aprendizaje, su base de buenas prácticas y sus acuerdos y cumbres internacionales.

A cambio de la gobernanza, y a través de una serie de ejemplos llamativos, **Anatxu Zabalbeascoa** nos ofrece otra aproximación distinta a la transformación urbana, enfocándose en el papel de la participación ciudadana. Aunque muchas transformaciones pueden llevarse a cabo en los espacios urbanos como consecuencia de políticas públicas promulgadas por los gobiernos locales, Zabalbeascoa también presenta muchos ejemplos de la ingenuidad de los mismos ciudadanos en la transformación de espacios públicos y privados. Por ejemplo, los ciudadanos que adaptan los espacios públicos para sacar mayor provecho en tiempos de escasez, como son los huertos urbanos ubicados en el Ayuntamiento de Berlín durante la Segunda Guerra Mundial o en los barrios urbanos de los Estados Unidos que faltan acceso a los supermercados hoy en día. Estos proyectos contribuyen a la transformación del paisaje urbano y mejoran la calidad de vida del colectivo con la inversión de relativamente pocos recursos. Otras acciones destinadas a la vivienda pueden mejorar la calidad de vida a nivel más individual, como el proyecto francés en el que construyeron invernaderos en las fachadas de cada apartamento mientras realizaron otras obras de mejoras del edificio. Con esta acción sencilla, evitaron el desahucio temporal de los residentes y aportaron unos 25 metros cuadrados adicionales por habitante a las viviendas. Aunque parece que estos proyectos tienen impacto en las vidas de relativamente poca gente, en realidad pueden tener implicaciones colectivas más grandes cuando se considera que las iniciativas innovadoras exitosas se copian entre zonas urbanas. Sin embargo, los procesos participativos no siempre son fáciles y pueden ocasionar dificultades en el momento de convertir la teoría en práctica. Tanto los cambios urbanos ocasionados por el gobierno local como las iniciativas instituidas por los ciudadanos pueden producir resultados mezclados, aunque los últimos nos proporcionan una mirada importante a las necesidades reales de los residentes, un punto de vista que debería estar incorporado en los procesos de gobernanza local. Al fin y al cabo, las intervenciones ciudadanas en espacios urbanos pueden llegar a resultados muy innovadores que tienen el poder de unir aún más la ciudad. Según

Zabalbeascoa, el gobierno local que sabe escuchar a la ciudadanía proporciona un mejor uso de sus recursos e inspira proyectos mucho más innovadores, dando el resultado de mejores ciudades y ciudadanos más contentos.

A partir de estas dos aproximaciones a la transformación urbana, queda claro que la clave del éxito para muchos proyectos culturales reside en su capacidad de activar una relación de equilibrio relativo entre la gobernanza y la participación ciudadana, una mezcla que realmente sirve los intereses de todos los actores de las ciudades creativas. En esta línea, las Jornadas han presentado una serie de proyectos de transformación urbana que han sabido medir el pulso de la ciudad y graduar el nivel de gobernanza según las necesidades de todos los actores involucrados, convirtiéndolos en buenas prácticas para la transformación de barrios creativos y ciudades enteras.

El caso del Barrio de la Innovación de Montreal, explicado por su Director General **Damien Silès**, es un ejemplo de esta mezcla de intereses y técnicas llevado a escala grande e internacional. Inspirado por los ejemplos de Silicon Valley en los Estados Unidos y el distrito de innovación del 22@ de Barcelona, el Barrio de la Innovación de Montreal se ha construido en 2013 con el fin de ser un “laboratorio vivo” de todos los elementos de innovación, incluyendo a la urbanidad, la industria, la educación, la investigación y la vida social y cultural. Como resultado de los esfuerzos de las cuatro universidades que lideran la iniciativa, y con una inversión financiera de más de 6 mil millones de dólares canadienses, el barrio ahora acoge empresas multinacionales y *start-ups* de todo el mundo, así como más de 1.500 estudiantes, profesores e investigadores. Según Silès, los objetivos de base eran crear un territorio que uniría gente de varios sectores, retener el talento joven de la ciudad y “dar terreno de juego” a la creatividad y la innovación de una forma nueva, creando una zona de vida completa y no simplemente un núcleo de actividad industrial y comercial. Para los creadores, ha sido fundamental la necesidad de democratizar y humanizar la innovación; todos los habitantes del barrio contribuyen a su éxito cada día a través de su trabajo, sus conocimientos y sus habilidades, a la vez que disfrutan de los productos ideados y fabricados dentro del barrio. Silès también insiste en que el Barrio de la Innovación de Montreal se construyó para desafiar y redefinir el concepto de la innovación, ya que pone en contacto la creación artística, la investigación académica, las incubadoras de empresas y el desarrollo científico en un espacio físico compartido y un contexto cotidiano, con todos contribuyendo a los nuevos proyectos interdisciplinarios. Quizás el mejor ejemplo de esta nueva concepción es su desarrollo de un laboratorio de vida inteligente: en vez de convertirse en una ciudad inteligente, Montreal

pretende ir más allá en el desarrollo de aplicaciones tecnológicas que están al servicio de sus usuarios, los seres humanos, y que mejoran sus vidas cada día.

El futuro proyecto de transformación y revitalización del espacio ferroviario de Irun, presentado por el alcalde de la ciudad **José Antonio Santano Clavero**, puede tomar referente del Barrio de Innovación de Montreal, ya que comparten ciertas similitudes: los retos inherentes en la revitalización de un espacio plenamente urbano, una apertura a los cambios grandes y la creatividad, y la búsqueda de equilibrio entre la gobernanza y la participación ciudadana en el diseño de un nuevo espacio público. Santano destaca el papel importante que juega la ciudad de Irun en la región transfronteriza, siendo un eje estratégico entre Madrid y París, así como una ciudad que comparte mucha historia y recursos con las ciudades cercanas de Hondarribia y Hendaia. Como consecuencia de esta ubicación y su vocación industrial, Irun siempre ha tenido una preocupación por la urbanización y por la revitalización continua de sus espacios públicos, lo cual es especialmente importante cuando se tiene en cuenta que un 75% de la ciudad se encuentra en territorio no urbanizable por su topografía. Pese a la gran importancia del ferrocarril en la historia del crecimiento económico y urbano de la ciudad, hoy en día las vías y la estación ferroviaria se encuentran en estado de deterioro. Para Santano, las 40 hectáreas de espacio alrededor de la estación y las vías son “un folio en blanco” que presenta una gran oportunidad para la futura re-imaginación del espacio, donde la ciudad de Irun puede combinar elementos de su patrimonio histórico con la creatividad y la innovación. Investigando los casos de La Alhóndiga de Bilbao, el Matadero de Madrid o el parque High Line de Nueva York, y solicitando las opiniones de sus ciudadanos, el proyecto Vialrun pretende construir una zona urbana nueva que está abierta al desarrollo en todos sus posibles sentidos: culturales, artísticos, sociales y económicos.

En un caso más enraizado en la gobernanza, **Emmanuel Cunchinabe** señala los esfuerzos tempranos del Ayuntamiento de Burdeos, Francia de instituir la creatividad como pilar de la economía desde hace diez años, cuando la economía creativa era aún un sector emergente. A través de los años, Burdeos ha podido identificar con más certeza las fortalezas de todos los actores claves de su territorio para construir una agenda de desarrollo económico basada directamente en ellas. En Burdeos, este desarrollo ha enfocado principalmente en términos urbanos y turísticos, con un énfasis añadido en el aumento de habilidades y trabajos digitales en el siglo XXI. Con el caso del Barrio Chartrons, Cunchinabe explica cómo la ciudad de Burdeos se apostó por la creación de un nuevo barrio que puso la innovación, la creatividad y la sostenibilidad ecológica al centro de su diseño. Como el Barrio de Innovación de Montreal, el Barrio Chartrons también incorpora centros de enseñanza superior y empresas profesionales en

su plan urbanístico, aunque estos centros tienen un enfoque en la comunicación visual y los profesionales trabajan en los sectores de la imagen, la moda y el diseño físico y digital. El barrio también incorpora centros de investigación y divulgación científica que contribuyen a una interdisciplinariedad que enriquece aún más la innovación que surge allí. Además de su enfoque en los artes visuales y el diseño, el barrio también capitaliza en la fama de uno de los productos regionales más importantes de la ciudad: el vino. A través de una campaña de marketing coordinada con la ciudad, el barrio participa en la denominación de “Ciudad de Vino”, proporcionando actividades creativas y productos innovadores relacionados con esta designación, así aumentando la potencia del turismo cultural en el barrio y en la ciudad.

**Jesús Alaviano** de Zaragoza Activa presenta otro caso de transformación urbana liderado por el gobierno local, demostrando como la participación ciudadana puede ser una herramienta fuerte y positiva en el desarrollo económico de las ciudades creativas. Como institución, Zaragoza Activa promueve el “fomento de la creatividad como herramienta de transformación social en sus territorios”, específicamente a través de su apoyo a nuevas empresas y proyectos artísticos en la ciudad. En adición al desarrollo económico en términos clásicos, Zaragoza Activa propone mirar de nuevo como se valora la creatividad y el desarrollo económico, y para cuáles fines. Esta mirada innovadora hace que, para ellos, “el objetivo no es sólo fomentar el valor añadido de la creatividad”, sino también intentar reorientar los espacios físicos donde la gente compra, disfruta y vive dentro de su ciudad. A través de la renovación de la Calle Las Armas, un área de 4.200 metros cuadrados en una zona degradada del Casco Antiguo de Zaragoza, algunos actores del gobierno local han logrado una revitalización de los equipamientos públicos en una determinada sección del barrio El Gancho. Esta transformación física sentó las bases de la resultante transformación artística y social del barrio, ya que estos actores gubernamentales encomendaban a Zaragoza Activa y otros actores culturales con la consolidación de la industria creativa del centro histórico y las tareas de atraer a artistas jóvenes, dinamizar la actividad creativa y revitalizar la zona. Desde 2012, Zaragoza Activa trabaja activamente con más de 90 colaboradores para mejorar las condiciones sociales y económicas de la ciudad por medio de una gran gama de actividades, programas e iniciativas, incluyendo la red de economía creativa Made in Zaragoza, la cual apoya tanto a los artistas creadores como los comerciantes locales que venden sus productos.

En otro caso importante proveniente de la ciudad de Toulouse, Francia, **François Lajuzan** ejemplifica no sólo como la cultura y la creatividad pueden influir positivamente en los procesos de transformación urbana, sino también como el desarrollo urbano de las ciudades creativas y

sus territorios puede fomentar su atractivo, tanto para los residentes como para los visitantes. Como representante del Métropole de Toulouse, una ciudad de 500.000 habitantes con un porcentaje creciente del turismo, Lajuzan destaca las necesidades de valorar el patrimonio histórico y artístico de la ciudad y de utilizar este patrimonio para crear intervenciones artísticas que aumentan el desarrollo económico y atraen el turismo cultural. Cuando una ciudad encuentra su “hilo de atracción económica,” este hilo ha de servir primero a los residentes, ayudándoles a transformar sus ideas sobre el territorio, y después debe ofrecer una experiencia interesante para la gente que viene de fuera a visitar. Este doble vértice de transformar el atractivo cultural y turístico de un territorio y de transformar las percepciones locales de la identidad propia es un elemento innovador en el contexto urbano, ya que no es fácil hacer que los espacios públicos sirvan los intereses de todos. A través de una serie de casos, Lajuzan subraya la importancia de intervenciones artísticas como maneras de revitalizar o transformar espacios urbanos para sus audiencias variadas: Al denominarse el Pueblo del Libro y cambiar su aspecto urbano, el pueblo francés de Montolieu ha logrado tanto el desarrollo de su economía creativa como la reivindicación de una identidad propia a base de su historia como fabricante de papel. Al llevar actos artísticos a sus calles, el pueblo de Tournefeuille ha logrado aumentar su atractivo y la participación ciudadana a la vez que ha transformado su paisaje urbano de manera temporal. Al construir un barrio de innovación encima de una antigua pista aérea, Toulouse ha logrado atraer a decenas de miles de habitantes; con la incorporación de elementos de su historia aeronáutica, el barrio sirve como centro cultural de memoria histórica y como un motor de desarrollo económico. Finalmente, al reapropiarse un hospital histórico en desuso para construir un barrio de creación, Toulouse también ha logrado apoyar a los artistas locales en sus procesos de creación y producción, crear un programa de colaboraciones y una red internacional de artistas, e introducir espacios de creación, exposición y convivencia donde artistas y profesionales creativos pueden interactuar, así facilitando un mayor grado de creatividad e innovación interdisciplinaria. Al fin y al cabo, el reto de estos proyectos basados en la economía creativa es poder construir alianzas entre la creación artística y el turismo cultural de una manera que los resultados benefician mutuamente a todos los *stakeholders* de la ciudad. Uniendo las dimensiones artísticas y sociales con las dimensiones urbanas y económicas de la ciudad, se puede devolver el encanto propio de las ciudades y conseguir una relación más estrecha y orgánica entre todos los agentes culturales.

**El turismo cultural: Una receta “no-receta” para el desarrollo económico local y regional**



Como ya hemos visto, las ciudades creativas dependen de las intervenciones y las transformaciones artísticas en sus espacios urbanos para fomentar su economía creativa local, particularmente en términos de sus capacidades de atraer a los visitantes externos que participan en un programa comprensivo de turismo cultural. De esta manera, y de acuerdo con los objetivos de los socios del proyecto Rutas Singulares, las Jornadas de Irun también han explorado algunas grandes preguntas sobre el turismo cultural: ¿Acaso existe una receta para construir un plan de turismo a base de la cultura y la creatividad en las ciudades medianas? ¿Cuáles elementos son imprescindibles, y cuáles se pueden adaptar para cada contexto? A continuación veremos una receta “no-receta” que provee todos los elementos claves para el desarrollo de una buena estrategia de turismo cultural pero que nos anima a adaptarlos como sea necesaria en cada contexto, así como varios casos de buenas prácticas que sirven para ilustrar cómo la adaptación de estos elementos a la situación individual es lo que ocasiona el éxito.

La aportación de **Jordi Tresserras** ha sido fundamental para entender los retos del turismo cultural en las ciudades medianas, así como los elementos más importantes del turismo que seguían irradiando a lo largo de las Jornadas. Primero, Tresserras apoya a las políticas públicas en el ámbito turístico, partiendo de la Carta Mundial del Turismo Sostenible (2015) como su hoja de ruta para generar políticas, estrategias y planes operativos de turismo cultural. Este documento confirma que el turismo puede ser un buen motor de desarrollo sostenible si las ciudades se comprometen con una gestión responsable de su patrimonio cultural y sus industrias creativas “desde una visión transversal y global” de la cultura. De esta manera, cada plan local de turismo debería involucrar no sólo las políticas públicas sobre materia de turismo, sino también los recursos humanos y la buena voluntad de aplicarlas y gestionarlas correctamente, con acciones concretas y un cronograma claro. En adición, cada ciudad ha de determinar cuál es su hilo conductor, o la historia propia que 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 posicionarse en el mercado turístico y diferenciarse de las otras ciudades mundiales o regionales que especializan en productos o experiencias similares. A partir de esta narrativa intrínseca, Tresserras recomienda el trabajo en red con otras ciudades del mismo territorio para poder reforzar tanto la identidad regional como el interés turístico en un territorio, lo cual impacta en cada una de las ciudades miembros. Igualmente importante es el trabajo con la competencia directa, el cual promueve un mayor nivel de innovación en los productos turísticos en oferta. Tresserras presenta un ejemplo personal de la alianza actual entre las entidades de turismo del

País Vasco y Cataluña, en la cual las dos regiones buscan intercambiar experiencias y desarrollar una oferta turística basada en la gastronomía. El País Vasco aporta los recursos y crea los productos y las experiencias reales, mientras que Cataluña se dedica a la promoción y la comercialización de estos productos. Con esta alianza, las dos regiones celebran sus propias fortalezas y demuestran que la colaboración entre iguales proporciona mejores productos y resultados que llegan a audiencias más amplias. Para poder amplificar este alcance, los planificadores y gestores del turismo cultural también deben valorar la accesibilidad en todos sus aspectos. Esta accesibilidad ha de incluir una oferta amplia y accesible de actividades turísticas en términos físicos y temporales, por supuesto, pero ese elemento también incluye una anticipación de los recursos materiales y digitales que los visitantes desean, así como de la forma de ponerlos al alcance del turista en el momento y el lugar adecuado, sea en los alojamientos o en los ámbitos digitales de la página web y las redes sociales. Finalmente, el secreto del éxito en el ámbito del turismo cultural no es seguir a la letra la “receta” propuesta aquí, sino saber improvisar y adaptar los elementos expuestos a sus necesidades y contextos individuales; a través de la experimentación, cada ciudad sabrá cómo utilizar esta “no-receta” para generar su propio desarrollo.

La relación entre el patrimonio cultural y las identidades únicas de las ciudades ha sido un tema constante a lo largo de las Jornadas, ya que ocupaba un espacio prominente en su apertura, presentada por **Montserrat Domínguez**. Según ella, el mayor reto de las ciudades medianas hoy en día es consolidar y mantener su personalidad a pesar de las presiones cada vez más presentes de desarrollar sus economías creativas y aumentar sus ingresos por medio de programas de turismo cultural en un mercado de alta competencia. Domínguez cuenta la historia de los antiguos paradigmas en el sector periodístico que han aportado herramientas para la definición y el refuerzo de la identidad propia antes de explicar cómo estos paradigmas han cambiado recientemente a consecuencia del avance de la digitalización. A pesar de algunas consecuencias negativas, Domínguez señala que estos cambios no han de ser totalmente malos: la tecnología ha permitido que tanto las ciudades como los medios de comunicación pueden abrirse a nuevas formas de hacer llegar sus mensajes a los habitantes y visitantes de sus territorios, y ha fomentado un mayor grado de participación ciudadana. Su periódico, el *Huffington Post*, sirve como buen ejemplo de cómo una entidad puede cambiar el paradigma en momentos de transformación social globales para encontrar su propio hueco en el mercado. Para lograr este cambio, dice Domínguez, una ciudad debería apostar por su identidad única, no temer el trabajo en red o 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 nuevas, Domínguez repite que “se sobrevive tratando de encontrar una voz propia: personalidad, alma y autenticidad”. El trabajo continuo de volver a la propia personalidad de la ciudad, aprender y desaprender los hechos internalizados y mantener la mente abierta últimamente proporciona una nueva energía a la ciudad que hace más apetecibles y duraderos sus programas de turismo cultural, tanto para los residentes de la ciudad como para los visitantes.

El proyecto del Turismo Imaginario de **Mathieu Werchowski y Fanny Baxter** es un ejemplo claro de los efectos sociales y económicos de la apuesta por el patrimonio cultural y la historia propia de una ciudad en servicio al turismo cultural. Desde 2013, Werchowski y Baxter han trabajado para crear un triángulo de colaboración entre los artistas locales, el gobierno local y la ciudadanía, sin dejar al lado los turistas que visitan Toulouse. Con la planificación y selección cuidadosa de varios espacios que forman parte del patrimonio histórico de Toulouse y su colaboración con artistas locales, el proyecto cambia el molde de cómo se usa el espacio público en las ciudades creativas, ya que invita a los asistentes a reflejar sobre el pasado y a participar, junto con los artistas, en la creación in situ de una nueva obra de arte contemporáneo. Esta transformación del espacio público tiene un gran impacto en los artistas creadores, por supuesto, aunque el impacto se nota más aún en la unión continua de los públicos locales y extranjeros, quienes se encuentran juntos en un espacio único donde pueden disfrutar de la creatividad y la riqueza patrimonial en vivo a través de un espectáculo original, en vez de una experiencia masificada. Entre 2013-2017, Turismo Imaginario llevó a cabo 30 obras artísticas en 24 lugares, contando con más de 3.000 visitantes a sus espectáculos a lo largo de los 5 ciclos que han preparado entre los mismos años. Debido al éxito de los anteriores ciclos de este proyecto, Werchowski y Baxter tienen planes de expandir las actuaciones a otros territorios de Francia en los futuros ciclos.

La construcción de una identidad propia también puede ir más allá del municipio para definir un conjunto de ciudades en diferentes regiones, como demuestra **Maitena Muruzabal** con su proyecto de cooperación Creacity. Esta colaboración transregional pretende aumentar la valoración del patrimonio histórico en tres ciudades españolas con tamaños, contextos, objetivos y demandas turísticas muy variados: Pamplona (Navarra), Hondarribia (País Vasco) y Baiona (Galicia). Al analizar los contextos y las necesidades de cada una de las ciudades, Muruzabal defiende los primeros dos elementos claves del turismo cultural: la identidad propia y la

importancia de trabajar en red para promover el desarrollo económico en cada ciudad y en el territorio transregional. El proyecto Creacity se centra en el valor del patrimonio cultural inmaterial de la música y la gastronomía en las tres ciudades, con el objetivo general de fomentar el crecimiento económico de las empresas locales vinculadas con los sectores de la cultura, la hostelería y la gastronomía. Para lograr estos objetivos, las tres ciudades socios del proyecto llevan a cabo una serie de acciones colaborativas según las fortalezas y los recursos naturales de cada una. El proyecto también busca desarrollar nuevas formas de planificación e indicadores innovadores para medir los resultados reales de sus esfuerzos, así como mejorar los productos turísticos ofrecidos conjuntamente por los socios. Con su enfoque en una historia compartida y su compromiso con el desarrollo colaborativo de productos creativos transregionales, este proyecto busca distinguirse por medio del trabajo en red, lo cual proporciona a cada una de las ciudades una posición más destacada en el mercado turístico.

Las Jornadas también han presentado varias buenas prácticas que celebran los efectos positivos del intercambio y la movilidad artística en el turismo cultural. Cómo bien nos ha demostrado **Montserrat Domínguez** a través de su trabajo en el *Huffington Post*, el turismo, como la comunicación, no puede centrarse sólo en lo local, sino que debería posicionarse en un contexto global. La intervención artística urbana explicada por **François Lajuzan**, un minotauro de 13 metros de altura y de creación exclusiva para Toulouse por parte de un artista visitante, también subraya la importancia de la movilidad artística. La grandeza de esta obra hace mucho para reforzar el atractivo turístico de la ciudad y pone foco en la creación artística que resulta de la movilidad. Otros dos casos, The Spur y Autantyk, demuestran cómo la innovación puede surgir de los intercambios o residencias artísticas, y cómo esta innovación tiene un impacto positivo en la economía y el atractivo turístico de cada una de las ciudades participantes en las redes de intercambio.

**Carme Sais**, directora de The Spur, lidera este proyecto europeo en el campo del arte contemporáneo que pretende construir una red de artistas visuales con la vocación de “elaborar proyectos innovadores de desarrollo urbano y profesional a través de las industrias creativas”. Contando con centros participantes en más de 5 países europeos, The Spur trabaja en una red internacional para proponer y llevar a cabo proyectos que desarrollan las capacidades profesionales de artistas/creadores, aumentar las posibilidades de movilidad a través de residencias artísticas internacionales e implementar procesos de gestión compartida entre todas los centros participantes. En adición a las residencias, el proyecto también establece programas de tutelaje artístico, planifica seminarios públicos sobre temas de interés artístico y trabaja en la

construcción de un banco de recursos y buenas prácticas, tanto artísticas como de cogestión, para el futuro. The Spur está comprometido con la innovación, un hecho que se demuestra en su pretensión de desarrollar mecanismos de cogestión no sólo para su presente proyecto, sino también para la concepción y ejecución de futuras iniciativas colaborativas de sus socios. Además, el valor añadido de las residencias artísticas se repercute en términos artísticos y económicos en cada una de las ciudades participantes, dado que las intervenciones realizadas por los artistas residentes contribuyen mucho al atractivo de las ciudades medianas, mientras que las ciudades grandes que participan en la red ya disfrutaban de un gran atractivo turístico que retroalimenta y pone en relieve los esfuerzos artísticos de sus colaboradores.

El proyecto Autantyk, liderado por **Patrick Thauhay**, también utiliza la movilidad y el intercambio de conocimiento artístico a través de residencias artísticas para mejorar el desarrollo social, económico y artístico de la ciudad de Toulouse, así como su atractivo turístico. A diferencia de The Spur, Autantyk se centra en la prestación de sus servicios a empresas públicas y privadas, con el objetivo de “devolver el sentido, las ganas y el placer al trabajo, poniendo lo humano al centro”. En este sentido, Autantyk busca mejorar el sector empresarial desde dentro, demostrando su poder de innovación en llevar la cultura a varios tipos de empresas. Además, según Thauhay, la hibridación de arte y empresa permite que los colaboradores creen estructuras de gestión y financiación que son continuamente innovadoras, así como nuevas formas de llevar la creación artística y la cultura a los públicos locales y turísticos. Este proyecto ofrece una gran variedad de eventos atractivos para el público y actividades de innovación gerencial. El FabLab, una antigua fábrica que acoge actividades relacionadas con la fabricación digital y sirve como una incubadora de empresas sociales, es la primera de su tipo en Francia y ha llegado a una audiencia de más de 5.000 visitantes de públicos variados gracias a su programación regular y su festival anual. El proyecto también monta exposiciones artísticas, interviene en espacios públicos y privados de manera temporal con sus “ArtLabs efímeros” y hospeda a varios artistas en su programa de residencias, Compañía Autantyk. A través de estas prácticas de inserción del arte dentro de espacios corporativos y el fomento del intercambio artístico, Autantyk no sólo cambia el paradigma antiguo de las fronteras invisibles entre los sectores culturales y empresariales, sino también aumenta el atractivo turístico de la ciudad de Toulouse para los artistas y otros visitantes con interés en las actividades creativas.

Las últimas sesiones de las Jornadas de Irun se centraron de nuevo en los temas grandes del papel de la cultura en las ciudades creativas y las recetas para el desarrollo turístico cultural, cambiando su enfoque geográfico a América Latina. Las aportaciones de **Patricio Sanhueza** y

**Francisca Keller** han reforzado la idea que la creatividad es un factor clave para la transformación social e institucional en muchos ámbitos, distinguiéndose particularmente dentro del contexto institucional universitario de Valparaíso, Chile. **Paulo Andrés Sánchez** ha trazado la conexión entre la importancia de desarrollar una identidad local y la sostenibilidad en sus múltiples definiciones dentro del contexto colombiano, reivindicando la importancia de la sostenibilidad en el mundo contemporáneo. Estas aportaciones han demostrado que las ciudades creativas en América Latina comparten los mismos retos y preocupaciones que sus colegas europeos, pero también que las acciones y las innovaciones procedentes de América Latina pueden servir de inspiración a las ciudades creativas europeas si dichas ciudades están abiertas a la colaboración y el trabajo en redes intercontinentales.

### **Reflexiones Finales**

A lo largo de las Jornadas de Irun, cada uno de los ponentes ha aportado su perspectiva singular y unos matices importantes a la larga lista de temas relacionados con las ciudades creativas y el turismo cultural. Además de explorar el papel del arte y la cultura en la transformación urbana; la relevancia de la economía creativa; y la construcción de una identidad propia, el trabajo en red y otros elementos claves para el desarrollo del turismo cultural en las ciudades medianas, cabe destacar la influencia de otro tema que ha surgido de manera transversal en casi todas las ponencias: la participación ciudadana. En la aportación más centrada en este tema, **Anatxu Zabalbeascoa** ha proporcionado un gran número de buenas prácticas participativas que han cambiado el paisaje urbano en ciudades creativas alrededor del mundo. **Damien Silès** también ha subrayado la importancia de la participación ciudadana en la construcción continua del Barrio de la Innovación de Montreal, dado que cada residente de este barrio participa en sus procesos de creación e innovación sólo por vivir allí e interactuar con los otros residentes, empresas y universidades de manera cotidiana.

Este año, las mismas Jornadas han incorporado el proceso participativo de una lluvia de ideas sobre la recuperación y transformación del espacio ferroviario de Irun, realizado conjuntamente entre los ciudadanos, los ponentes y los socios de Rutas Singulares en el último día de las Jornadas. La participación ciudadana también daba forma a varias sesiones formales. Primero, las Jornadas han integrado una sesión en la que los asistentes tomaron un café con los ponentes para seguir la discusión de los temas centrales cara-a-cara. En otra sesión, un debate teórico

sobre la innovación en turismo cultural y espacios creativos se basó enteramente en las preguntas recogidas de los mismos asistentes. Este debate ha tocado directamente el tema de cómo se activa y se fomenta la participación ciudadana, con los ponentes aconsejando una variedad de enfoques y prácticas para lograrla. Estos incluyeron las necesidades de involucrar al ciudadano desde el principio de los procesos de planificación (**Damien Silès**), de integrar al ciudadano en los procesos de creación artística (**François Lajuzan**) y de inscribir al ciudadano “como elemento básico de los planes” y las políticas públicas (**Jordi Pascual**). **Jordi Tresserras** también ha destacado la realidad de que “a veces la gente confunde participación con información”, argumentando que los ciudadanos deben estar realmente integrados en los procesos participativos desde el principio para poder desarrollar mejores productos finales, sean urbanos o turísticos.

Por otro lado, las Jornadas han servido para poner en valor tanto los problemas compartidos en las ciudades creativas como las diferencias regionales o nacionales que afectan a dichas ciudades. Durante el debate, una pregunta sobre la importancia relativa del arte y la cultura en las agendas políticas ha iluminado la existencia de diferencias territoriales en términos de la integración de la cultura en las políticas públicas y el nivel de implicación de los políticos en llevarlas a cabo. Los ponentes procedentes de España han destacado una cierta falta de interés político en la cultura en varios niveles de gobernanza, con **Jordi Tresserras** citando que los políticos no suelen cumplir más que el 10-15% de los programas de cultura que prometen en sus campañas electorales, mientras que **Damien Silès** compartió que el sistema anglosajón de Canadá no cuenta con casi ninguna inversión pública en la cultura, sino que este sector se nutre a través de la filantropía privada. En Francia, a cambio, el arte y la cultura ocupan un espacio mucho mayor en las políticas públicas, con ciudades que destinan incluso un 10-15% de sus presupuestos anuales a la cultura, según **François Lajuzan**. Estas grandes diferencias según el contexto nacional tienen repercusiones en el entendimiento de cada actor sobre las futuras posibilidades de las ciudades creativas. Es precisamente este elemento de contraste que hace que las Jornadas sean tan enriquecedoras e innovadoras. Viendo las similitudes y las diferencias entre las respuestas mundiales sobre temas urbanos, cada una de las ciudades puede valorar su posición o buscar alternativas para mejorar su situación dentro de su propio marco, y con los recursos que posee.

Este reto es aún mayor para las ciudades medianas y pequeñas, quienes a veces tienen los mismos problemas que las ciudades grandes pero disponen de menos recursos para resolverlos. Las Jornadas Internacionales Ciudades Creativas pretenden crear un espacio específico para

realizar este debate y el intercambio de ideas y buenas prácticas que responden a las necesidades de las ciudades medianas y pequeñas, con la esperanza de que esta colaboración estimule un mayor nivel de innovación en la búsqueda de soluciones. Sin embargo, la innovación siempre requiere cierto grado de riesgo y éste puede ser aún más costoso para las ciudades medianas y pequeñas. Dado todo esto, ¿cómo pueden aumentar la experimentación y la innovación en materia de cultura y turismo? Según **François Lajuzan**, las ciudades medianas pueden evitar de cierta forma el riesgo de fracaso en el ámbito turístico si basan sus esfuerzos en una base sólida, como sería una biblioteca, una catedral o un teatro funcional, ya que “a partir de esta base sólida, se puede ir hacia algo insólito, hacia el delirio” de la innovación. **Jordi Pascual** propone que se evita el riesgo cuando se confía plenamente en los actores locales y cuando se rechaza la “dictadura [...] de la inmediatez”, dando el tiempo adecuado a cada proyecto de desarrollo. **Jordi Tresserras** subraya la importancia de diversificar la oferta cultural y turística de la ciudad. Él aconseja la creación de un catálogo de experiencias o una oferta turística basada en los recursos culturales y patrimoniales de cada ciudad para poder atraer a la mayor diversidad de visitantes posible. Finalmente, **Damien Silès** opina que la clave de la innovación en todas sus formas reside en la capacidad de “ser audaz, creativo y capaz de escucharse”. Según él, aunque el riesgo del fracaso siempre existe, lo más importante es que una ciudad mantiene su identidad y busca apoyarse en el poder creativo de las nuevas generaciones, evitando copiar de otros proyectos y dando voz a sus propios ciudadanos. Las conclusiones de estas Jornadas son sólo el comienzo de futuras discusiones sobre los roles del arte, la cultura y el turismo cultural en las ciudades y las políticas públicas; con las próximas dos Jornadas en Sant Just Desvern (2018) y Tournefeuille (2019), la Fundación Kreanta y todos los socios del proyecto Rutas Singulares esperan poder continuar el proceso de escuchar, intercambiar, debatir y aprender de forma mutua entre todos los colegas y ciudadanos que participan en las Jornadas.