



## RESUMEN AMPLIADO

**Título:** Las propuestas culturales socio-participativas en la ciudad de Valencia. Innovación social y cultura en los barrios: la emergencia necesaria.

**Autores y e-mails:**

Ester Alba Pagán\* .... esther.alba@uv.es

María Dolores Pitarch Garrido\*\*..... maria.pitarch@uv.es

**Departamento:**

\*Historia del Arte

\*\*Geografía

**Universidad:** Universitat de València

**Área Temática:** *(indicar el área temática en la que se inscribe el contenido de la comunicación)*

SESIÓN ESPECIAL: Cultura, creatividad e innovación en las regiones Med

**Resumen:** *(mínimo 1500 palabras)*

### 1. Introducción

El objeto de estudio que se presenta en esta comunicación es la oferta cultural surgida desde la ciudadanía, organizada o no, a nivel local (asociaciones de vecinos, asociaciones culturales, etc.), generalmente, con bajo presupuesto y al margen de la oferta cultural oficial propuesta o promovida por los poderes públicos. Este tipo de manifestaciones culturales, casi siempre vinculadas a actividades de ocio y con un elevado nivel de creatividad, generan un fuerte capital social relacional en microespacios (barrios, calles) capaz de cambiar la estructura de funcionamiento y las dinámicas socioeconómicas del mismo creando un desarrollo más inclusivo y sostenible. El objetivo de esta comunicación es analizar estos procesos en el caso de la ciudad de Valencia, en particular lo ocurrido durante las últimas dos décadas en las que el gobierno del Ayuntamiento ha sido liderado por un partido conservador hasta las últimas elecciones en las que ha sido sustituido por un tripartito de tipo progresista. El malestar social creado a raíz de la crisis económica y materializado en los movimientos



15M o de los “indignados” que se desarrollaron en la mayoría de las ciudades españolas durante la primavera de 2011, ha dado lugar en Valencia a un nuevo gobierno local que en las últimas elecciones (2015) de talante progresista, como también ha ocurrido en las ciudades de Madrid y Barcelona, entre otras. Algunos analistas hablan de los “gobiernos del cambio”, que, como señalan Martí-Costa y Subirats (2016), surgieron de “movimientos sociales tanto en defensa de los servicios públicos (vivienda, sanidad, educación) amenazados por las políticas de austeridad, como activistas provenientes de nuevos movimientos sociales como el feminismo o de la dinámica alterglobalizadora.” (p. 181-182).

Así, en la ciudad de Valencia se evidencia un tránsito político desde un claro apoyo a la organización de grandes eventos y construcción de mega-arquitectura a una política de apoyo a –y también apropiación de- las iniciativas culturales de origen local o de barrio. Es decir, se ha pasado del desarrollo de una política urbana neoliberal cuyo fin explícito era que la ciudad pudiera competir en la atracción de inversiones y mejorar su posicionamiento internacional, a una situación en la que, por encontrarse con la rémora de la recesión y la consecuente austeridad presupuestaria, se ha abandonado el interés por el marketing urbano para revalorizar las iniciativas culturales de barrio.

## 2. Marco Teórico

Existen tres términos que juegan un papel importante en nuestra investigación, por cuanto, trataremos de vincularlos epistemológicamente a partir del estudio de caso que presentamos. Son: cultura, patrimonio e innovación social.

El primer obstáculo metodológico con el que nos encontramos es la dificultad para definir y acotar estas actividades que hemos venido en llamar culturales. La definición de cultura ya es controvertida por sí misma. La UNESCO define cultura como “el conjunto de los rasgos distintivos, espirituales y materiales, intelectuales y afectivos que caracterizan a una sociedad o un grupo social. Ella engloba, además de las artes y las letras, los modos de vida, los derechos fundamentales al ser humano, los sistemas de valores, las tradiciones y las creencias y que la cultura da al hombre la capacidad de reflexionar sobre sí mismo. Es ella la que hace de nosotros seres específicamente humanos, racionales, críticos y éticamente comprometidos. A través de



ella discernimos los valores y efectuamos opciones. A través de ella, el hombre se expresa, toma conciencia de sí mismo, se reconoce como un proyecto inacabado, pone en cuestión sus propias realizaciones, busca incansablemente nuevas significaciones, y crea obras que lo trascienden.” (Conferencia Mundial sobre las Políticas Culturales; México, 1982). La cultura, entendida como civilización, término también ambiguo, es excesivamente amplia y no se ajusta a la concepción utilizada en la gestión. Cabría hablar de actividades culturales, lo que también ha despertado no sólo diversidad de definiciones, sino también la aparición de otros términos similares que tratan de poner nombre a fenómenos culturales ligeramente diferentes.

La OCDE (2005)<sup>1</sup> analiza la noción de cultura aplicada al desarrollo regional y local, considerando que la cultura es una fuente de actividad económica, por lo que su impacto en el desarrollo local es evidente y su contribución a la generación de capital social en el territorio facilita la proyección y atraktividad del lugar. Diferencia entre barrios y distritos culturales, pero no clarifica a qué tipo de actividades o iniciativas culturales se refiere, considerando acciones tan diferentes como la rehabilitación de edificios históricos y la creación musical o digital. El informe señala que no hay una definición clara sobre las actividades y bienes culturales, además, “aparecen nuevos términos todos los días para ampliar estos conceptos; ahora se los conoce como "industrias creativas", "nueva economía", o incluso la "economía cultural".” (p. 20). En definitiva, resultados culturales materiales que puedan incorporarse al mercado. La cultura que no llega a ese punto y que permanece en el ámbito inmaterial, no es considerada. De nuevo, los límites son difusos, lo que explica no sólo el debate científico sino también el distinto peso de la cultura en la contabilidad nacional y, la escasa información estadística fiable sobre el tema a nivel local.

Más recientemente, el Plan de Trabajo de la UE en materia de cultura (2015-2018) desarrollado por el Consejo de Ministros en 2014, establece cuatro prioridades: cultura accesible e integradora, patrimonio cultural, sectores cultural y creativo (economía creativa e innovación), promoción de la diversidad cultural, cultura en las relaciones internacionales de la Unión Europea y movilidad. Existe ya una nueva

---

<sup>1</sup> <http://www.oecd.org/leed-forum/publications/Culture%20and%20Local%20Development.pdf>



Agenda Europea para la Cultura (2018) (aún un documento de trabajo)<sup>2</sup>, en la que la visión de la cultura es, no sólo más amplia que en etapas anteriores (se incluyen todo tipo de iniciativas, empresas entidades y propuestas en las que exista un elemento de creatividad y/o historia), sino que se entiende como el motor para el desarrollo a través, fundamentalmente de la creación de empleo. La apuesta por el apoyo a todo tipo de iniciativa cultural es clave para la competitividad de Europa a nivel internacional. En este contexto, la nueva Agenda pone uno de sus focos de mayor interés en la participación ciudadana en la cultura y la creatividad, para lo cual propone el proyecto *Cultural and creative spaces and cities* con una financiación de 1,5 millones de euros en 2018.

A su vez, autores de reconocido prestigio científico en el campo de la Economía de la Cultura como Galloway y Dunlop (2007), Rausell et al. (2007, 2009), Sacco y Alegre (2009), Potts y Cunningham (2010), de Miguel-Molina et al. (2011), Garnham (2011), Tremblay (2011), Pitts (2015), y Ozimek (2017), entre otros, hablan, sobre todo, de actividades –industrias- culturales y creativas, refiriéndose a aquellos sectores de actividad con impacto económico y a partir, principalmente de la generación de empleo y la venta en el mercado de los productos creados. Cultura, arte, creatividad son términos que se utilizan indistintamente con similar significado, en el que se incorpora un elemento de intangibilidad, simbólico y de difícil aprehensión que no puede ser cuantificado y que es, en definitiva, lo que diferencia las actividades culturales y creativas de las que no lo son.

Según lo señalado hasta ahora, en la definición de *cultura* aparece, casi siempre, un concepto asociado, el término *patrimonio*. El patrimonio cultural como fenómeno reciente se asocia a la reflexión crítica del pasado cultural que reconoce los valores históricos, artísticos o culturales de una obra de arte o de un bien cultural; es decir cuando se le otorga un significado particular que lo diferencia de otro tipo de objetos y bienes (Arpin, 2000). No obstante, en la actualidad la noción de patrimonio cultural remite al conjunto de todos los bienes ya sean creados por el hombre o naturales, materiales o inmateriales, sin límite de tiempo o lugar, reunidos o heredados por las generaciones anteriores y conservados para ser transmitidos a las generaciones futuras.

---

<sup>2</sup> [https://ec.europa.eu/culture/sites/culture/files/staff\\_working\\_document\\_-\\_a\\_new\\_european\\_agenda\\_for\\_culture\\_2018.pdf](https://ec.europa.eu/culture/sites/culture/files/staff_working_document_-_a_new_european_agenda_for_culture_2018.pdf)



Pero, lo más importante es que pone el acento en el valor otorgado por el sujeto en el seno de una colectividad, como parte integrante de un conjunto social que se apropia de los elementos que forman parte de su cultura y su historia, pero desde el presente. Se trata de una nueva categorización del patrimonio como memoria y de la importancia de la diversidad cultural como noción inequívoca a él asociada (Colmeiro, 2005).

Divulgar, comunicar, promocionar y transmitir son acciones y retos hoy básicos e ineludibles en la génesis buscada y anhelada de una deseable identificación entre la sociedad y el patrimonio que forma parte de su legado cultural, y del que, además, es responsable al competérle las acciones de tutela, conservación y difusión. Esta transferencia del conocimiento debe conseguir distintos niveles de comunicación en la utilización de los registros lingüísticos más adecuados para obtener tal fin, múltiples y paralelos, con el objetivo de abarcar el registro social más amplio posible desde una mirada inclusiva, social y no elitista: “no en vano parece inviable conseguir la deseada protección del patrimonio sin contar con las personas, con la gente que ha de ser un agente clave en la preservación y transmisión de dicho legado pero que, previamente, ha de ser sensibilizada —e incluso emocionada y motivada— con el valor real del mismo, sensibilización que, tal y como se ha dicho más arriba, debe descansar sobre un adecuado proceso de comunicación...” (Andreu, 2014:18).

El tercer concepto en relación con los dos anteriores, cultura y patrimonio, es el de *innovación*. Estos nuevos planteamientos, en definitiva, responden a la necesidad de adaptarse a los actuales cambios conceptuales, incluso en la manera de ver y entender el mundo. Por ello, estos procesos se enmarcan de pleno en las cuestiones relacionadas con la *innovación social*, entendida como un proceso de creación, implementación y difusión de nuevas prácticas sociales y culturales en áreas muy diferentes de la sociedad. Se trata pues de encontrar nuevas formas de satisfacer las nuevas necesidades sociales, en las que la importancia de lo público ha crecido exponencialmente, o bien de producir los cambios de comportamiento necesarios para resolver los grandes retos de la sociedad, capacitando a la ciudadanía y generando nuevas relaciones sociales y nuevos modelos de colaboración. Se trata en definitiva de encontrar las vías de respuesta a los grandes retos sociales actuales: lucha contra la discriminación, educación en la tolerancia, en la cultura de la paz, fomentar el respeto a la diversidad cultural, etc. (Ariño, 2001). En ello, el desarrollo de la cultura de la innovación encuentra su razón de



ser en valores como la creatividad, la asunción de riesgos y la capacitación de las personas en nuevos conocimientos y habilidades, como medio de resolución de los actuales problemas sociales y culturales (Augé, 2003), que implican, necesariamente, un cambio en las relaciones sociales y un fortalecimiento del empoderamiento ciudadano.

El concepto de innovación social fue generalizado por la *Stanford Social Innovation Review*, cuyos editores en 2003 la definen como el proceso de inventar, asegurar apoyo e implementar soluciones novedosas a necesidades y problemas sociales, y con tal definición es esgrimido con profusión por la administración norteamericana. En la última década se ha convertido en uno de los más utilizados, en particular a partir del estallido de la actual crisis económica, pues iniciativas privadas y públicas clasificadas como de innovación social han contribuido a aumentar la resiliencia y a empoderar a los grupos sociales más débiles.

La Unión Europea aprobó en 2013 el *Reglamento para el Programa de la UE para el Empleo y la Innovación Social (EaSI)*<sup>3</sup>, en el que se señala que la innovación social es una herramienta para “abordar los desafíos sociales que plantea el envejecimiento de la población, la pobreza, el desempleo, los cambios en las costumbres laborales y personales, y las expectativas de los ciudadanos con respecto a la justicia social, la educación y la atención sanitaria.”. En el artículo 2, ap. 5 se definen las innovaciones sociales como aquéllas “que sean sociales tanto por sus fines como por sus medios, y en particular las que se refieran al desarrollo y la puesta en práctica de nuevas ideas (relacionadas con productos, servicios y modelos) que, simultáneamente, satisfagan necesidades sociales, beneficiando de esta forma a la sociedad y reforzando su capacidad de actuación”. Además, en el apartado 6 de este mismo artículo se define experimentación en política social como aquellas “intervenciones de política que aportan respuestas innovadoras a las necesidades sociales, aplicadas a pequeña escala y en condiciones que permiten medir su impacto, antes de su repetición a mayor escala si los resultados se demuestran convincentes.”<sup>4</sup> La UE financia acciones para fomentar la innovación social, en especial la creación de asociaciones transnacionales y de redes público-privadas y del tercer sector.

<sup>3</sup> <https://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=OJ:L:2013:347:0238:0252:ES:PDF>

<sup>4</sup> <http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=OJ:L:2013:347:0238:0252:Es:PDF>



Entidades como la Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL), la *Young Foundation* en Reino Unido y la OECD (a partir del conocido como Manual de Oslo)<sup>5</sup>, entre otras, ofrecen definiciones propias a partir de distintos enfoques. Cabe destacar que una de las diferencias más importantes entre ellas es en qué aspecto ponen el acento. Mientras que la Unión Europea se preocupa de que este tipo de iniciativas aborde y resuelva los grandes problemas-retos de la sociedad, la OCDE (2010) destaca la participación de la comunidad y de los beneficiarios. Académicos expertos en el tema, como Moulaert et al. (2005, 2007) hacen hincapié en el proceso (que incluye cambios en las dinámicas y relaciones sociales) y, sobre todo, en el contexto, el desarrollo local y regional.

Concretamente, el modelo de innovación social que defiende la CEPAL se centra en el ámbito ciudadano, y la define como un conjunto de procesos, prácticas, métodos o sistemas desarrollados por movimientos ciudadanos, mediante la participación ciudadana y que se basa en el establecimiento de co-beneficiarios, algo que en el ámbito del patrimonio se encuentra mucho más desarrollado en América Latina que en el ámbito europeo. La base de esta metodología tiene que ver con la gestión y la participación de la inteligencia colectiva, es decir, con la promoción del talento, saberes y capacidades humanas.

En el ámbito patrimonial, las cuestiones participativas se han consolidado en el proceso comunicativo asociado a la difusión de los valores patrimoniales, conducente a generar conocimiento y por tanto aprecio y conciencia preservadora. En pocas ocasiones se ha ido más allá de charlas, jornadas de difusión, conferencias o asambleas participativas. A pesar de ello, poco a poco comienzan a proliferar nuevas metodologías de participación en las que se ofrece al ciudadano la posibilidad de aportar su conocimiento, sus saberes en los procesos de identificación y estudio. Y es en esa fase de análisis en las que los resultados obtenidos son espectaculares, al entrelazar la memoria colectiva, los saberes tradicionales y el patrimonio cultural de proximidad.

La sociedad, los ciudadanos, son, sin duda, los garantes de su propia cultura y las iniciativas para su promoción, gestión y creación son –o deberían ser– tenidas en

---

<sup>5</sup> La OCDE en el llamado Manual de Oslo, habla fundamentalmente de innovación en servicios. Primera edición en 1996. Última edición (remodelada) en 2006 (3ª ed.). Ver OECD/European Communities (2005) y Manual de Oslo: [http://www.oecd-ilibrary.org/science-and-technology/manual-de-oslo\\_9789264065659-es;jsessionid=e2tcaq6h78qqq.x-oecd-live-02](http://www.oecd-ilibrary.org/science-and-technology/manual-de-oslo_9789264065659-es;jsessionid=e2tcaq6h78qqq.x-oecd-live-02)



cuenta por la administración. Así pues, las propuestas ciudadanas vinculadas a la cultura y el patrimonio, resultan de gran interés, no sólo por su valor cultural indiscutible, sino también porque se encuentran en la frontera entre la oferta cultural más consolidada (museos, festivales, etc.) y la espontaneidad, la creatividad y la novedad cultural alternativa, pudiendo ser calificadas como iniciativas de innovación social por cuanto generan bienestar, promueven la participación y se basan en la equidad en el acceso a la cultura. Por tanto, empoderan a los grupos sociales más desfavorecidos, dando voz a muchos ciudadanos que hasta ahora no habían participado en la política local, y, con ello, contribuyen a generar una gobernanza de mayor calidad en la ciudad, así como nuevas relaciones sociales y nuevos modelos de colaboración público-privada o entre iniciativas diversas.

### **3. Objetivos y metodología**

Las ciudades son los entornos en los que se concentra la mayor parte de la población europea y, por esta razón, los más dinámicos e innovadores. La crisis económica que estalló en septiembre de 2008, ha tenido un impacto enorme sobre las ciudades, con consecuencias tan importante como la pérdida de empleo y el aumento de la precariedad de muchas familias de diferentes estratos sociales. Además de políticas de diverso tipo para paliar los distintos tipos de nueva pobreza, la ciudadanía, de manera individual o colectiva, también ha reaccionado ante los problemas de precariedad y pérdida de poder adquisitivo, incapacidad de ciertos colectivos de conseguir ser escuchados, pérdida de servicios públicos, falta de inversiones, etc., generando sus propias respuestas o soluciones. A la crisis económica se une la orientación y las prioridades políticas de los gobiernos locales, tanto en la etapa previa a la crisis como en la posterior reacción a la misma.

En el caso de la ciudad de Valencia, como se ha señalado en la introducción, el gobierno conservador que gobernó la ciudad durante más de dos décadas presentaba en el momento del estallido de la crisis, una deuda de más de 880 millones de euros, siendo uno de los más hipotecados de España. Valencia ha llevado a cabo desde mediados del siglo XX un crecimiento urbano basado en el negocio inmobiliario y en la organización de grandes eventos (citas deportivas internacionales, sobre todo) que han funcionado





como motor de la actividad económica, favorecidos por los cambios en la legislación urbanística a nivel estatal y regional. La enorme inversión pública en megaeventos ha llevado al conocido como “*entrepreneurial urbanism*”, basado en sólidas alianzas entre los promotores de suelo, las sociedades financieras y las autoridades locales y regionales. Las elecciones de 2015 suponen un cambio de gobierno, con unas nuevas prioridades, pero igualmente determinado por la deuda económica, lo que se ha utilizado para justificar su limitado poder de actuación en algunos campos. Valencia es, así, por su reciente historia y su tradición artística y cultural, un ejemplo adecuado para analizar el objetivo de esta investigación: la acción cultural por parte de la sociedad civil como forma de expresión creativa e innovación social.

Para analizar el caso, se ha utilizado la información recopilada por la Cátedra Ciudad sobre las iniciativas de innovación social en la ciudad de Valencia (Salom et al. 2017). Se ha utilizado únicamente el grupo clasificado como “Urbanismo y patrimonio”, por ser el más cercano a las actividades innovadoras de tipo cultural. A pesar de que el mapa de la innovación social está en constante proceso de actualización, un primer análisis de este tipo de iniciativas nos ayuda a entender el interés de la sociedad por estas actividades.

Además, se ha analizado la documentación relativa a la oferta y la política cultural a nivel regional y en la ciudad más reciente, en particular el *Plan estratégico cultural valenciano (2016-2020)* y el informe titulado “*Las prácticas culturales en la Comunidad Valenciana*” (2017). El objetivo es conocer hasta qué punto el nuevo gobierno incorpora los temas relativos a patrimonio y oferta cultural contando con la sociedad local, una parte de la cual ya tiene experiencia previa, y cuáles son los espacios o barrios más dinámicos e innovadores en este tema.

Para completar este análisis, se ha utilizado una metodología cualitativa basada en entrevistas en profundidad a informadores cualificados tanto del mundo de la cultura reglada, como de la política y del activismo social. Las entrevistas, con un cuestionario abierto de temas comunes a todos los entrevistados y específicos para las áreas en las que son expertos, se han realizado a lo largo de los meses de mayo, junio y julio de 2018. En total se han realizado diez entrevistas. Los diálogos entablados con los especialistas se han grabado, con su permiso, y se han trabajado de manera individualizada.



Los temas sobre los que se ha trabajado son:

- Descripción de la entidad o iniciativa que representa. Relación con la cultura en la ciudad de Valencia.
- Relación entre cultura e innovación social
- Colaboración/cooperación entre los distintos promotores culturales de la ciudad
- Impacto de la crisis económica sobre las iniciativas culturales en Valencia
- Impacto en el territorio: ¿Se puede hablar de “cultura de barrio” en Valencia? Historia y tipo de iniciativas
- Política cultural local/regional. Tipo de apoyo institucional actual y pasado
- Relación de la cultura con la participación ciudadana
- Situación actual de la oferta cultural en la ciudad
- Casos de éxito en cuanto a la relación cultura e innovación en la ciudad de Valencia

#### **4. Resultados: El caso de la ciudad de Valencia**

La ciudad de Valencia ha crecido extraordinariamente no tanto en población, que permanece estancada, sino principalmente en urbanización especulativa. Entre 1996 y 2016, la ciudad pasa de 746.683 a 790.201 habitantes (Padrón de habitantes), mientras que la superficie construida pasa de 4.447, según el PGOU de 1988, a 23.998 hectáreas según el Catastro en 2016. Según datos de URBAN Audit (UE), el área urbana funcional de Valencia que abarca una población de 1.723.352 habitantes, presenta una renta neta media anual de los hogares de 29.335 euros en 2011 y de 26.829 euros en 2014, lo que unido a una media del 20% de desempleo, evidencia un gran impacto de la reciente crisis económica.

La ciudad de Valencia se caracteriza por un enorme dinamismo cultural, incluso en tiempos convulsos. Existe una trayectoria histórica que avala la idea de una ciudad dinámica desde el punto de vista de la organización de fiestas y eventos vinculados a la tradición, pero también a la innovación. Sin embargo, el éxito de estas iniciativas depende de la forma en que se mide. Durante la última década del siglo pasado y la primera del actual, el éxito se ha medido por la capacidad de estos eventos para



visualizar la ciudad a nivel internacional, es decir, por su capacidad para atraer inversiones y visitantes. Sin embargo, el bienestar y disfrute de la población local, en particular del entorno más cercano y vinculado a las iniciativas culturales, no fue tenido en cuenta o no fue considerado como uno de los resultados positivos que evidencian el éxito de la iniciativa. La falta de información sobre las iniciativas culturales populares o vecinales en los años 90 y primera década de los 2000 dificulta el conocimiento de las mismas y nos lleva a realizar una aproximación a través de la investigación cualitativa.

Las entrevistas realizadas nos indican que las iniciativas culturales vecinales son muy variadas, como también lo son sus promotores, desde asociaciones de vecinos, agrupaciones culturales, ONGs, e incluso algunas instituciones como museos, fundaciones (Las Naves) y universidades. Así pues, los resultados de las entrevistas nos muestran que existen unos nuevos planteamientos incluso en la manera de ver y entender el mundo que los ciudadanos están desarrollando a través de propuestas culturales variadas y originales. Por ello, estos procesos se enmarcan de pleno en las cuestiones relacionadas con la innovación social. Son nuevas formas de satisfacer las necesidades sociales en el ámbito de la cultura y/o bien de producir los cambios de comportamiento necesarios para resolver los grandes retos de la sociedad: lucha contra la discriminación, educación en la tolerancia, en la cultura de la paz, fomentar el respeto a la diversidad cultural, etc. Elementos que la sociedad civil nunca ha olvidado.

Las iniciativas culturales vinculadas a la innovación social, en especial en su definición más vinculada al interés por los cambios institucionales para aumentar la democratización y el empoderamiento social en la elaboración y aplicación de las políticas públicas, pueden clasificarse, en la ciudad de Valencia en:

- *Salvem*: protección del patrimonio
- Asociaciones de vecinos: organización de eventos puntuales de barrio
- Asociaciones culturales locales: organización de festivales
- Asociaciones culturales generales (plataformas): coordinan eventos de sus asociados y apoyan en la promoción
- Instituciones que desarrollan prácticas innovadoras: universidad, museos y ayuntamiento

En conjunto, ofrecen una oferta cultural que se orienta hacia un doble objetivo: proteger (patrimonio, festivales, como el de la Mostra del Mediterrani) y crear



(generación de oferta novedosa, original, creativa, generalmente utilizando el formato de festivales). Descripción de la entidad o iniciativa que representa. Relación con la cultura en la ciudad de Valencia.

Entre las necesidades más imperiosas que los gestores del patrimonio y organizadores de eventos culturales señalan, destacamos las siguientes:

- Necesidad de colaboración público privada, sin que lo público se apodere de la frescura e innovación de las iniciativas ciudadanas. El difícil equilibrio es en el caso de la oferta cultural más necesario que nunca
- Una colaboración entre los propios organizadores, desde los barrios y las asociaciones de vecinos con el fin de crear sinergias y beneficiar al máximo número de personas
- Una escucha activa de lo que demanda la ciudadanía (inclusiva)
- Establecer un plan estratégico de apoyo a la cultura de los barrios, con el respeto al enfoque *bottom-up*
- Ampliar y atraer a mayor número de personas de todo tipo
- Generar una agenda común y gestionar adecuadamente la promoción de los eventos a nivel local y microlocal (barrios)
- Apoyar y aprender de los casos de éxito en cuanto a la consecución de los objetivos sociales principales: participación, co-creación e integración de iniciativas e ideas

La mayor parte de los entrevistados nos comentan las dificultades existentes para obtener apoyo por parte de la administración en la organización y difusión de las actividades culturales y la necesidad de una estrategia cultural (que incluya la protección y puesta en valor del patrimonio) de la ciudad de Valencia, que ya ha empezado a ponerse en marcha a partir del *Plan estratégico cultural valenciano* (2016-2020) y el informe titulado “*Las prácticas culturales en la Comunidad Valenciana*” (2017). Los resultados aún no se pueden apreciar, pero la idea ha sido bien acogida por la mayoría de los gestores culturales y del patrimonio de la ciudad.

En conclusión, las propuestas culturales, creativas y de gestión y uso del patrimonio histórico de la ciudad que han sido puestas en marcha por grupos de ciudadanos con un mayor o menor nivel de organización, han empezado a emerger en los últimos años consolidándose aquellos más dinámicos y desapareciendo los que han



sufrido problemas de mayor o menor calado. Todos los agentes sociales entrevistados coinciden en que es necesario que este tipo de iniciativas se conozcan, generen un mayor sentimiento de pertenencia (identificación, atracción) entre la población y sean más accesible a los grupos menos proclives a demandar cultura o a interesarse por el patrimonio. Acercarse a nuevos públicos y generar capacidad en ellos de decisión, es una primera cuestión a considerar si realmente se desea ser inclusivos y promover la participación, e incluso la co-creación de las políticas culturales de la ciudad de Valencia. El gobierno local es también responsable de facilitar dicha integración.

## 5. Debate y conclusiones

La cultura (en cuanto a oferta de actividades) y el patrimonio cultural se encuentran y conforman un todo integral. Estos planteamientos innovadores suponen ampliar el alcance, no conformarse con el visitante tradicional, el ya seducido, sino que además de fidelizar es necesario ampliar el campo de interés y abrirse a nuevos públicos, en particular la población más cercana que anteriormente no se ha visto reflejada en la oferta cultural de su barrio o ciudad. Ello supone afrontar nuevos retos, entre ellos el dar respuesta a las necesidades específicas de colectivos diferentes: mujeres, niños, ciudadanos en riesgo de exclusión social, etc., pero siempre desde la óptica comunicativa, es decir, desde la necesidad imperiosa de que la cultura debe contribuir a la educación del público, del ciudadano, de la sociedad en general, no solo del público tradicional, sino de los nuevos públicos y acercarlo no sólo al conocimiento y aprecio de sus colecciones, sino aproximarlos a las realidades patrimoniales de su entorno próximo y generar en los ciudadanos un sentimiento de pertenencia, de aprecio por lo propio (tanto tradicional como innovador) y, en definitiva, mejorar su capacidad de empoderamiento en cuanto ello signifique participación y co-creación de las políticas de cercanía, especialmente en el ámbito urbano.

Los proyectos culturales innovadores redundan en la idea de percibir el patrimonio cultural como una realidad integral, poniendo el acento en las instituciones o en la sociedad, propiciando la participación, compartiendo saberes o educando en el aprecio a la cultura. De nada sirve el trabajo aislado, no intercomunicado. El concepto y la comprensión del patrimonio y la cultura como una realidad integral requieren una



percepción de conjunto y el establecimiento de redes culturales que amplíen el abanico perceptivo y sean capaces de aunar monumentos, conjuntos patrimoniales, museos, paisajes naturales y culturales, realidades etnográficas, sitios históricos, memoria colectiva, festivales, aprecio ciudadano, y la dimensión de la realidad social, cultural y educativa en un único universo interconectado en un conjunto de redes plurinodulares. El camino está abierto, queda, pues, comenzar a transitarlo.

Desde este ámbito de lo social participativo, en Valencia son cada vez más numerosos los proyectos culturales que plantean una perspectiva integradora desde la inclusión social y la participación.

## Bibliografía

Andreu Pintado, J. (2014). “Arqueología en directo: canales de comunicación y transferencia de resultados en la investigación sobre patrimonio arqueológico: la ciudad romana de los Bañales (un castillo en Zaragoza)”, en Baraibar, A. (ed.), *Visibilidad y divulgación de la investigación desde las humanidades digitales. Experiencias y proyectos*, Universidad de Navarra, Pamplona.

Ariño Villaroya, A. (2001). “El rostro cambiante de la cultura: para una definición sociológica”, en J.B. Llinares; N. Sanchez Dura (eds.), *Filosofía de la cultura. Actas del IV Congreso Internacional de la Sociedad Hispánica de Antropología Filosófica (SHAF)*. Valencia: SHAF, 2001, pp.249-260.

Arpin, R. *et al.* (2000). *Notre Patrimoine, un présent du passé*, Québec: Communications Science-impact.

Augé, M. (2003). *El tiempo en ruinas*, Barcelona: Gedisa.

Carrasco S., (coord.) (2011). *Cómo evaluar intervenciones de cultura y desarrollo II: Una propuesta de sistemas de indicadores*, Madrid: AECID. [http://www.aecid.es/galerias/cooperacion/Cultural/descargas/COMO\\_EVALUAR\\_INTERVENCIONES\\_WEB.pdf](http://www.aecid.es/galerias/cooperacion/Cultural/descargas/COMO_EVALUAR_INTERVENCIONES_WEB.pdf)

Colmeiro, J. F. (2005). *Memoria histórica e identidad cultural*. Barcelona: Anthropos.

de-Miguel-Molina, B., Hervas-Oliver, J.L., Boix, R. y de-Miguel-Molina, M. (2012). “The Importance of Creative Industry Agglomerations in Explaining the Wealth of European Regions”, *European Planning Studies*, 20:8, 1263-1280

Galloway, S. y Dunlop, S. (2007). “A critique of definitions of the cultural and creative industries in public policy”, *International Journal of Cultural Policy*, 13:1, 17-31

Garnham, N. (2011). “De las industrias culturales a las creativas. Análisis de las implicaciones en Reino Unido”, en Bustamante, E. (ed.): *Industrias creativas. Amenazas sobre la cultura digital*, Edit. Gedisa. Barcelona.



KEA (2009). *The impact of culture on creativity*, en: <http://www.keanet.eu/docs/impactculturecreativityfull.pdf>

KEA (2015). *Feasibility study on data collection and analysis in the cultural and creative sectors in the EU*. En: [http://www.keanet.eu/wp-content/uploads/CCS-Stats-Study\\_final-30092015.pdf?4f4eb7](http://www.keanet.eu/wp-content/uploads/CCS-Stats-Study_final-30092015.pdf?4f4eb7)

Martí-Costa, M. y Subirats, J. (2016) "Presentación. Crisis, gobiernos locales y políticas urbanas", en *Ciudad y Territorio. Estudios Territoriales*, vol. XLVIII, núm. 188, p. 181-186

Ozimek, A. (2017) Creative economy and culture. Challenges, changes and futures for the creative industries, *Information, Communication & Society* 20:12, p. 1796-1798.

Pitts, F. H. (2015) A hidden history: defining and specifying the role of the creative industries. *Creative Industries Journal* 8:1, pages 73-84.

Potts, J. y Cunningham, S. (2008). "Four models of the creative industries", *International Journal of Cultural Policy*, 14:3, 233-247

Rausell Köster, P. (Coord). (2012): *La cultura como factor de innovación económica y social*. Proyecto Sostenuto Tomo 1. Mimeo.

Rausell Köster, P.(2014):"La cultura como eje del cambio productivo en Europa". *The Economy Journal* Págs 6-9.

Rausell Köster, P., Abeledo, R., Carrasco, S., y Martinez, J. (2007). *Cultura: estrategia para el desarrollo local*. Agencia española de Cooperación Internacional al Desarrollo, Madrid.

Sacco, P.L. y Segre, G. (2009). "Creativity, cultural investment and local development: A new theoretical framework for endogenous growth", en Fratessi U. y Seen, L. (ed.), *Growth and innovation in competitive regions. The role of internal and external connections*. Springer Verlag, Berlin.

Tremblay, G. (2011). "Desde la teoría de las industrias culturales. Evaluación crítica de la economía de la creatividad", en Bustamante, E. (ed.): *Industrias creativas. Amenazas sobre la cultura digital*, Edit. Gedisa. Barcelona.

UNESCO (2009). "Framework for Cultural Statistics", en <https://es.unesco.org/>

OECD/European Communities (2005): *Oslo Manual: Guidelines for Collecting and Interpreting Innovation Data*, 3d. ed., OECD/EC. TIC y Discapacidad (2007): Madrid, Fundación Vodafone.

Phills, J. A., Deiglmeier, K., y Miller, D. T. (2008). Rediscovering social innovation. *Stanford Social Innovation Review*, 6(4), 34-43. [https://ssir.org/articles/entry/rediscovering\\_social\\_innovation](https://ssir.org/articles/entry/rediscovering_social_innovation) (consultado 1 de abril de 2017).

Moulaert, F., Martinelli, F., González, S., y Swyngedouw, E. (2007). Introduction: Social innovation and governance in European cities urban development between path dependency and radical innovation. *European Urban and Regional Studies*, 14(3), 195-209.

Moulaert, F., Martinelli, F., Swyngedouw, E., y Gonzalez, S. (2005). Towards alternative model (s) of local innovation. *Urban studies*, 42(11), 1969-1990.



Salom J., Pitarch, M.D. y Sales, A. (2017): “Innovación social: estrategias urbanas en un contexto de cambio. El caso de la ciudad de Valencia”, *CIRIEC-España, Revista de Economía Pública, Social y Cooperativa*, 91, 31-58.

Generalitat Valenciana (2017). *Plan estratégico cultural valenciano (2016-2020)* en: <http://www.ceice.gva.es/es/fes-cultura>

Ariño, A. y Llopis, R. (2017) “*Las prácticas culturales en la Comunidad Valenciana*”, Direcció General de Cultura i Patrimoni, Generalitat Valenciana. Valencia.

### **Agradecimientos**

Esta comunicación se ha elaborado en el marco del proyecto “Sostenibilidad social, conectividad global y economía creativa como estrategias de desarrollo en el Área metropolitana de Valencia” (CSO2016-74888-C4-1-R), financiado por la Agencia Estatal de Investigación (AEI) y al Fondo Europeo de Desarrollo Regional (FEDER) dentro del Programa Estatal de Investigación, Desarrollo e Innovación Orientada a los Retos de la Sociedad, en el marco del Plan Estatal de Investigación Científica y Técnica y de Innovación 2013-2016, convocatoria de 2016

**Palabras Clave:** (máximo 6 palabras) Cultura alternativa, innovación social, participación, barrios, Valencia

**Clasificación JEL:** Z11