

## CURSO

# *“Economía creativa y transformación de la ciudad”*

Barcelona, 9, 10, 11 y 12 de julio de 2012

# *“Ciudad, Territorio y Nuevos Modelos de Negocio: Turismo Cultural, Ocio y Nuevas Tecnologías”*

Barcelona, 9 de julio de 2012

*Jordi Pardo*

[jordipardo@telefonica.net](mailto:jordipardo@telefonica.net)

***URBS***

***CIVITAS***

**CONVIVENCIA**

**COMPETITIVIDAD**

**La ciudad es una idea**

**Una idea en el tiempo**

**Una idea colectiva**

**Es la máxima expresión de la creatividad  
humana**

**La ciudad es una idea colectiva en el tiempo, un proyecto continuo**

**Como un organismo vivo...**

**...crece, cambia, se transforma,**

**Es el escenario de nuestras vidas**

**Es un espacio para vivir....estudiar, aprender, crear, trabajar, hacer negocios, divertirse**

**Es un escenario para la competitividad**

**Y debe ser un espacio para la felicidad**

**El proyecto urbano puede gestionarse desde una visión estratégica**

**La cultura y el turismo son un ámbito estratégico en el desarrollo de la ciudad...en su dimensión física, y en su dimensión de conocimiento**

**HARD - *URBS* - FORMA FÍSICA e INFRAESTRUCTURA**

**SOFT - *CIVITAS* - CONOCIMIENTO ,CULTURA, CREATIVIDAD,  
SERVICIOS, INNOVACIÓN, TURISMO**

**Desarrollo urbano**

**Diversificación económica**

**Cohesión Social**

**Posicionamiento**

**DESARROLLO INTEGRAL**

**INNOVACIÓN**

**MEJORA DE LA COMPETIVIDAD DE LAS CIUDADES Y TERRITORIOS**





**DESARROLLO HUMANO**

**Crecimiento económico y calidad de vida**



4 pilares del desarrollo humano sostenible:

**-Económico**

**-Social**

**-Medioambiental**

**-Cultural**

## **Tópicos:**

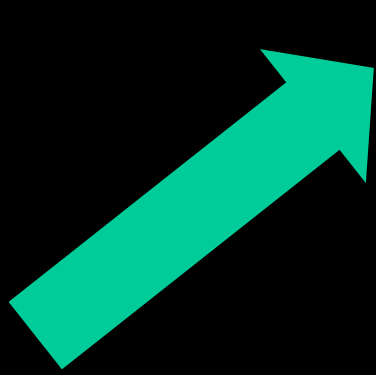
**La cultura es un gasto**

**Realidad: *la cultura puede ser una inversión estratégica (Barcelona)***

**La Cultura en España es el 4% del PIB, y supone el 1,7 del gasto público.**

**Es un factor fundamental para la creación de singularidad y competitividad de la oferta turística y de un territorio.**

No hay recursos



Desencuentro

No hay resultados



No hay argumentos para obtener más recursos



## La visión de la cultura:

- La tradición estética. “ALTA CULTURA” (Aristóteles, etc.)  
*Las artes, la creación y el conocimiento.*
- La visión antropológica “Todo es cultura – The way of life”(Malinowski, R. Williams, etc...)
- La cultura como industria y consumo. (Copyrights, EC, etc...)

**Las tres visiones coexisten y se requieren**

**Preservar la memoria**

**Transferir información  
y conocimiento**

**Impulsar la creación artística  
y la producción científica**

**Impulsar el desarrollo de la  
economía creativa**

A photograph of two young children sitting at a table. The child on the left is looking directly at the camera with a serious expression. The child on the right is smiling broadly. They are both shirtless. The background is a simple room with a white wall and a wooden chair.

# **Dimensiones de un proyecto cultural:**

**Dimensión científico-cultural-artística**

**Dimensión económica**

**Dimensión social**

# *ECONOMÍA CREATIVA*

*La intersección entre cultura, tecnología y gestión.*



**CULTURA**

**GESTIÓN**

*management*

**ECONOMÍA**

**CREATIVA**

**TECNOLOGÍA**





# CULTURA y ECONOMÍA CREATIVA

Arquitectura  
y gestión  
urbana

Turismo

Museos, centros  
culturales y  
patrimonio

Ocio y  
entretenimiento

Contenidos  
audiovisuales,  
cine, tv...

Publicidad y  
comunicación


Diseño y moda

Fiesta y  
Tradiciones

Artesanía

edición

Creación  
artística



**Una nación sin la vibrante fuerza creativa de artistas, escritores, diseñadores, directores, actores, bailarines, músicos, pintores, ingenieros, científicos, investigadores e intelectuales no dispondrá del conocimiento básico para triunfar en la economía de la información, y estará obligada a depender de ideas elaboradas en otras partes.**

**Shalini Venturelli**

***“De la economía de la información a la economía creativa”.***

## ¿Cómo fortalecer la vinculación de las políticas culturales y turísticas con el fomento de la creatividad y la innovación en los proyectos de desarrollo ?

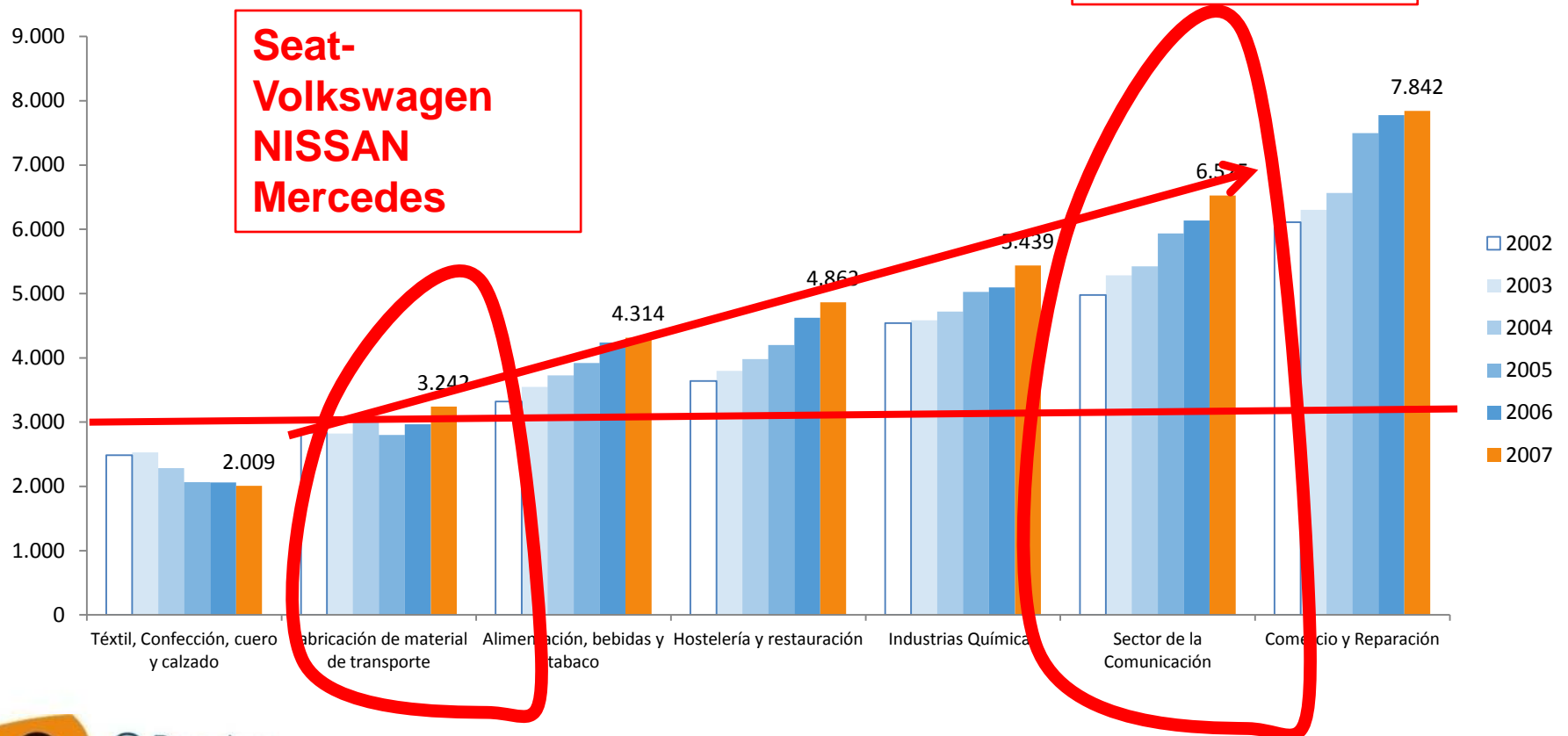
Para fortalecer las políticas culturales y turísticas dirigidas al fomento de la creatividad es necesario incidir en los procesos de innovación.

El Manual de Oslo distingue cuatro ámbitos desde los que incidir en la innovación:

- **El producto**
- **Los procesos**
- **El márketing**
- **La organización**

# Comparación sectorial

\*Valor añadido bruto de Cataluña 2002 - 2007



# UNCTAD, Edna Duisenberg

## *Economía creativa*

*un enfoque holístico y multidisciplinario, manejando la interfaz entre la economía, la cultura y la tecnología, concentrada en la predominancia de productos y servicios con contenido creativo, valor cultural y objetivos de mercado.*

# La cultura emprendedora y el desarrollo

- La importancia de la viabilidad en los proyectos individuales y colectivos
- La importancia de las micro-empresas
- El rol de las pequeñas y medianas empresas
- Los “clusters” creativos
- Los grupos de competitividad
- Los proyectos de desarrollo urbano y territorial
- Las ciudades creativas

# El cambio digital

- Creadores
- Consumidores/usuarios
- Cambio digital
- Prosumidores
- Local y global: ***glocal***

# Desarrollo turístico

Recursos culturales y naturales

+

Infraestructuras y servicios

+

Comercialización y distribución

+

atención al cliente =

Producto Turístico



# La gobernanza

Visión pública

Visión privada

Colaboración público-privada

La mirada transdisciplinar e intersectorial

La implicación de las comunidades

Participar no sólo de las soluciones, sino de la  
detección de los problemas.

**CULTURA**

**ECONOMÍA CREATIVA**

**TURISMO**

**DESARROLLO**

**DESARROLLO ECONÓMICO y CALIDAD DE VIDA**

**COMPETIVIDAD PARA LOS TERRITORIOS**

**INNOVACIÓN**

## **Parques y playas**

**Parques y jardines urbanos: 6,7 m<sup>2</sup>/habitante**

**Playas: 4,7 km**

## **Movilidad sostenible (2010):**

**Transporte público: 42%**

**A pie y en bicicleta: 32%**

**En vehículo privado: 26 %**

**PIB per cápita, en paridad al poder de compra de  
Cataluña: 122,00 (índice de la Unión Europea=100,00)**

**Especialización productiva:**

**Agricultura: 0,3%**

**Industria: 10,2%**

**Construcción: 4,7%**

**Servicios: 84,8%**

**Inversión extranjera en Barcelona: 29,5%**

**Exportaciones de Barcelona al mundo: 21,2% de las  
exportaciones de España (2008)**

## Barcelona y la economía creativa en el PIB (GDP)

Impacto de la cultura 4,2 %

Sector media 5,3 %

Diseño, arquitectura y moda 2,7 %

---

12,2 %

Turismo 12 %

---

Total aproximado con turismo 24 %

## TURISMO mundial, datos 2010 y 2011, y perspectivas 2012:

**2009: 915 millones de personas**

**2010: 935 millones de personas**

**2011: 980 millones de personas**

**2012: 1.030 millones de personas**

# **TURISMO**

**23.000.000 de turistas y visitantes (2011) ( 7.000.000 de turistas)**

**21,5 % turismo de negocios, ferias y congresos**

**75% 1% turismo cultural y vacaciones**

**3,5% otros motivos**

**Turismo internacional: 70,8%**

**Turismo español: 29,2 %**

**Turistas procedentes de cruceros: 2.397.850**

**Hoteles: 310**

**Habitaciones: 29.143**

**Camas: 56.695**

**Número de congresos y reuniones: 2.482**

**Asistentes a congresos y reuniones: 800.902**

# **Cultura**

**Bibliotecas: 32**

**Usuarios de las bibliotecas: 5.5756.946**

**Museos: 54**

**Usuarios de museos y centros de exposición:  
21.514.078**

**Usuarios de centros culturales y lúdicos: 23.640.074**

**Espectadores de teatro: 2.816.283**

**Centros deportivos públicos: 1.511**

**Usuarios de centros deportivos: 358.476**

**Barcelona es la ciudad europea con más  
monumentos declarados Patrimonio Mundial por  
UNESCO: 5**



## La reinvencción de la ciudad es un proceso continuo

Los grandes eventos y las grandes infraestructuras pueden ser instrumentos poderosos de mejora urbana si se diseñan y planifican con una visión estratégica.

Son factores fundamentales:

- El liderazgo del sector público
- La colaboración público-privada
- La visión transdisciplinar
- El consenso
- La continuidad institucional
- El diálogo y participación de la ciudadanía

# Reflexiones sobre las ciudades y la revolución digital

En la globalización

ESPACIO y TIEMPO han colapsado

CENTRO y PERIFERIA SE CONFUNDEN

Ruralizar lo urbano (ciudades más sostenibles y amables)

Urbanizar lo rural (territorios innovadores y dinámicos)

- **La cultura es el motor de la economía creativa y el turismo**
- **La agenda cultural (cultura, educación y aprendizaje ) debe estar en el centro de la nueva economía**
- **La ciudad es una expresión cultural**
- **La reinención de una ciudad debe basarse en una idea cultural. Cultura y turismo son sectores estratégicos.**

**Saber leer el pasado, el espíritu y la realidad de la ciudad**

**Para desarrollar proyectos de innovación y futuro**

**La cultura y el turismo son motores de ese desarrollo**

# La gobernanza

Visión pública

Visión privada

Colaboración público-privada

La mirada transdisciplinar e intersectorial

La implicación de las comunidades

Participar no sólo de las soluciones, sino de la detección de los problemas.

**De las ideas a la transformación y mejora de la realidad: progreso, desarrollo**

***IDEAS***

***ORGANIZACIÓN***

***RECURSOS***

***“MUCHAS GRACIAS POR  
VUESTRA ATENCIÓN”***

*Jordi Pardo*

[jordipardo@telefonica.net](mailto:jordipardo@telefonica.net)

# *“Ciudad, Territorio y Nuevos Modelos de Negocio: Turismo Cultural, Ocio y Nuevas Tecnologías”*

Barcelona, 9 de julio de 2012

*Jordi Pardo*

[jordipardo@telefonica.net](mailto:jordipardo@telefonica.net)