

La producció d'esdeveniments a les ciutats com a estratègia per al desenvolupament local i urbà

Francesc González Reverté
Universitat Oberta de Catalunya
fgonzalezre@uoc.edu

Resum

Durant les darreres dècades les ciutats han fet créixer moltíssim la seva oferta d'esdeveniments, entre altres motius com a mitjà per guanyar atractiu i per potenciar el desenvolupament econòmic local, dins d'una estratègia per aconseguir una millora de la seva competitivitat. La repercussió econòmica és la principal motivació de la producció d'esdeveniments, però els gestors urbans també haurien de tenir present que existeixen diverses formes d'obtenir un rèdit social a partir de l'organització de festivals, fires, festes, competicions i altres celebracions. Es revisa el paper dels esdeveniments com a instruments estratègics que afavoreixen la creació de capital social, el *leverage* social i el reforç de la identitat col·lectiva, elements que poden ser inclosos com a arguments per al disseny de polítiques urbanes de desenvolupament local i per oferir vies que afavoreixin les dinàmiques socials que beneficiïn la millora de la qualitat de vida de la comunitat local.

Paraules clau: esdeveniments, impactes socials, desenvolupament local, polítiques urbanes.

Resumen: *La producción de eventos en las ciudades como estrategia para el desarrollo local y urbano*

Durante las últimas décadas las ciudades han incrementado muchísimo su oferta de eventos, entre otros motivos como forma de ganar atractivo y de potenciar el desarrollo económico local, en el marco de una estrategia para conseguir una mejora de su competitividad. La repercusión económica es la principal motivación de la producción de eventos, pero los gestores urbanos también deberían tener presente que existen diversas formas de obtener un rédito social a partir de la organización de festivales, ferias, fiestas, competiciones y otras celebraciones. Se revisa el papel de los eventos como instrumentos estratégicos que favorecen la creación de capital social, el *leverage* social y el reforzamiento de la identidad colectiva, elementos que pueden incluirse como argumentos para el diseño de políticas urbanas de desarrollo local y para ofrecer vías que favorezcan las dinámicas sociales que beneficien la mejora de la calidad de vida de la comunidad local.

Palabras clave: eventos, impactos sociales, desarrollo local, políticas urbanas.

Abstract: *The production of events in cities as a strategy for local and urban development*

During the last decades, cities are increasing the organization of events as a way of gaining attractiveness, promoting local economic development, and increase their competitiveness. Economic impact is usually the main motivation for the production of events, but urban managers should also keep in mind that the organization of festivals, fairs, parties, competitions and other celebrations may have some other important social effects. The role of events is reviewed in this paper as strategic instrument that favor the creation of social capital, social leverage and the reinforcement of collective identity, elements that can be included as arguments for the design of local policies of urban development and as ways to improve social dynamics and the improvement of the quality of life of the local community.

Keywords: events, social impact, local development, urban policies.

* * *

M'ha agradat en la presentació anterior d'en Jaume Font que hagi començat parlant de la conquesta social del turisme. Perquè també sóc partidari de la visió optimista del turisme i considero que el seu desplegament no és el resultat d'una situació imposada o sobrevinguda, sinó que és un procés triat i desitjat pels propis actors. I ho dic perquè es pot fer una similitud amb el tema del qual jo us parlaré, que és la producció d'esdeveniments en relació a la capacitat d'estimular el desenvolupament a les ciutats, donat que també els esdeveniments són una conquesta de la ciutat. El que jo us voldria traslladar són algunes reflexions vinculades amb pràcticament una dècada d'estudi, de recerca sobre els esdeveniments i la seva relació amb el turisme. I fer una reflexió sobre com els esdeveniments han anat creixent i s'han inserit en el teixit de les ciutats. La multiplicació del nombre d'esdeveniments ja ha generat, per sí sola, tot una sèrie de possibilitats i d'iniciatives, vinculades al seu l'aprofitament turístic, però també social.

No obstant la presència d'esdeveniments tampoc està exempta de problemàtiques i dilemes sobre com aprofitar-los per a generar desenvolupament local i urbà. En l'exposició que us faré em centraré en el que anomenem esdeveniments d'interès turístic i els seus impactes socials. Es coneix molt l'impacte econòmic dels esdeveniments però potser menys aquests aspectes més intangibles. A més també faré alguna proposta d'estratègies pel desenvolupament urbà a partir de la celebració d'esdeveniments, i des del punt de vista social.

Esdeveniments i desenvolupament local. Una relació feta a mida

Un primer aspecte, elemental, a tenir en compte pels gestors urbans quan es troben davant la reflexió sobre com usar esdeveniments en benefici de la ciutat és que n'hi ha molts tipus. Si els classifiquem segons la seva grandària i abast,

tindríem des dels grans esdeveniments com els JJ.OO. que posen l'accent en la globalitat fins als que són de petita dimensió però molt propers a la comunitat local. I això ja planteja un primer aspecte interessant, és a dir, creem o es generen esdeveniments que a vegades no tenen en compte la comunitat local o que aquesta queda en un segon pla. De fet, moltes ciutats ja tenen una producció històrica d'esdeveniments basats en la comunitat, en la localitat, però a mesura que aquestes ciutats es van incorporant a la competició global i requereixen de noves eines per guanyar atracció més enllà de la seva pròpia comunitat, acostumen a crear nous esdeveniments pensats per atreure visitants o adapten els tradicionals als gustos dels turistes. I això pot començar a generar conflictes.

Si classifiquem els esdeveniments per temàtica n'hi ha per omplir un cabàs: fires, esdeveniments de recreació històrica, festes populars, festes de calendari, competicions esportives, festivals, jornades gastronòmiques, i molts d'altres. Els temes i arguments en els quals es basen els esdeveniments no és un aspecte banal ja que les narratives que generen guanyen en autenticitat i poden ser de major interès per a la comunitat si s'arrelen en aspectes històrics o de la identitat local.

Una tercera forma de classificar-los és segons l'orientació, és a dir, a partir dels objectius que es pretén cobrir amb l'organització d'un esdeveniment. Un fet primordial derivat d'aquesta aproximació és veure fins quin punt estan o no orientats al desenvolupament turístic. Ara bé, que tinguin interès turístic no vol dir que la pretensió dels organitzadors o dels actors que hi ha al darrera sigui exclusivament turística. Poden tenir interès turístic tot i que la pretensió de l'organització sigui desenvolupar els lligams amb la comunitat local, la cohesió, la socialització, o d'altres objectius socials i culturals. La societat-espectacle contemporània s'interessa per les manifestacions genuïnes, de format atractiu o simplement divertides i això, independentment per a qui estiguin pensades, atreu tot tipus de públic, inclosos turistes i visitants, i de vegades en una relació directament proporcional a l'interès i estima que l'esdeveniment produeix entre la població local. Bé, doncs hi hauria també diferents tipus d'esdeveniments segons la seva orientació: els que estan orientats al turisme i els que no ho estan però també els que sense tenir el turisme com a objectiu principal consideren que és un objectiu secundari, ja sigui perquè així ho desitgen o perquè és inevitable. Finalment, una darrera manera de classificar els esdeveniments seria en funció de la quantitat de visitants, turistes i visitants que atreuen. D'aquesta manera es pot posar en relació l'esdeveniment amb el seu èxit, si aquest es mesura en termes d'assistència és clar, i capacitat d'atracció.

A continuació i abans d'entrar en aspectes d'anàlisi de detall de la producció d'esdeveniments a Catalunya, voldria posar en context la producció d'esdeveniments urbans dins del marc conceptual del desenvolupament local.

Si tenim en compte els principals autors que han desenvolupat marcs conceptuals sobre el desenvolupament local, pràcticament tots ells posen l'èmfasi en l'aspecte que anomenen el marc local. L'idea bàsica del desenvolupament local és precisament enfortir aquest marc local, revalorant i, per tant, fent propostes

per desenvolupar a partir d'allò propi de què es disposa (els recursos endògens, la participació i col·laboració dels actors locals, etc.). Aquesta visió del desenvolupament local encaixa molt bé amb els esdeveniments que són objecte de la meva anàlisi: els petits esdeveniments d'interès turístic. En les tres dimensions de qualsevol iniciativa de desenvolupament local s'hi mouen molt bé donat que acostumen a ser iniciatives integrals i de base comunitària i que, per tant, requereixen la col·laboració i la participació dels agents locals. Dit d'una altra manera, si no hi ha al darrere una massa crítica de persones compromeses i voluntaris no es podrien organitzar. En segon lloc, són esdeveniments a petita escala que posen en valor recursos locals, és a dir, l'expressió pròpia de molts esdeveniments és donar-se valor a una tradició a un costum, a una manera de viure, etc. En tercer lloc, hi ha una relació directa amb el món local ja sigui per la necessitat de proveir-se d'arguments històrics o d'identitat per a crear narratives o per obtenir voluntaris, participants, proveïdors o assistents. En la mesura que aquesta imbricació amb el món local funciona, l'esdeveniment pot convertir-se en un referent de la identitat local. I més encara, si permet la col·laboració efectiva i el diàleg entre agents locals diversos, pot servir per posar les bases per a posteriors projectes col·lectius que requereixen la col·laboració com a requisit per assolir objectius compartits.

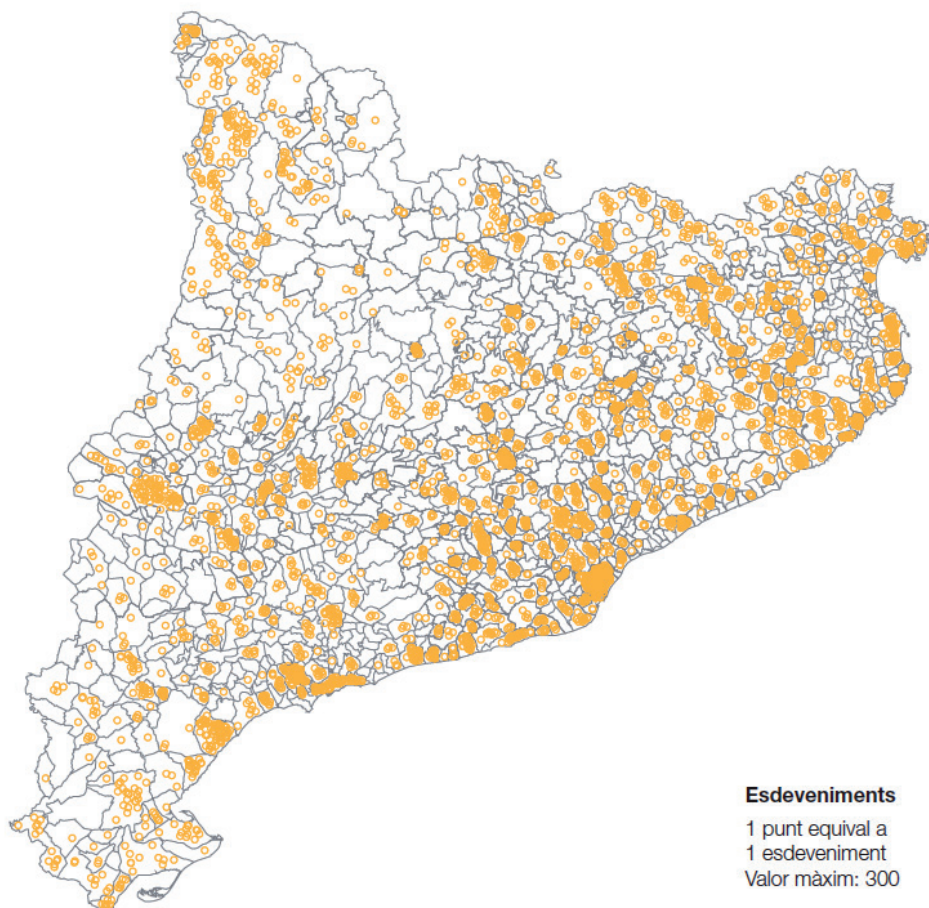
Per què s'utilitzen i es fomenten els esdeveniments des de les ciutats? Hi haurien moltes explicacions però les he intentat sintetitzar en tres visions. En primer lloc alguns autors diuen que s'usen per donar notorietat i capacitat de competir a les ciutats a partir de l'aprofitament d'un producte propi, local, per tal d'atreure persones però també inversions, crear noves imatges dels llocs urbans, associar-los a experiències viscudes, etc. En segon lloc, hi ha qui explica que els esdeveniments ofereixen uns intangibles que fan les ciutats més atractives. En particular es tracta del que anomenen la creació d'una atmosfera urbana. El fet que es visqui bé en una ciutat no només té a veure amb la renda per càpita o la qualitat dels serveis sinó també per l'existència de vida i activitat al carrer que genera un clima enriquit culturalment. Això fa que hi hagi opcions de diversió al carrer, que l'espai públic tingui més opcions per ser entorn de socialització i contacte entre diferents, etc. Florida, en la seva teoria de la classe creativa, afegeix que aquesta atmosfera urbana no només és important per sí mateixa sinó que és un motiu principal per atreure grups de població (els treballadors creatius) que generen riquesa a la ciutat fent que les empreses s'hi localitzin. La discussió sobre aquest tema excedeix les intencions de la meva xerrada però quedem-nos amb el fet que els esdeveniments contribueixen a generar aquesta atmosfera urbana tan desitjada com a factor d'atracció residencial per alguns grups socials. Per tant, els esdeveniments no només poden portar visitants i participants que viuen temporalment la ciutat, sinó que poden acabar atraient nous residents permanents.

Una tercera explicació té a veure amb les possibilitats que ofereixen en la promoció i comercialització de la ciutat i fins i tot en canviar o millorar la imatge de la ciutat en determinats moments o reforçar el seu pes mediàtic.

Els petits esdeveniments d'interès turístic a Catalunya. Reflexions basades en la mesura d'aquest fenomen

El mapa de la producció d'esdeveniments a Catalunya resulta molt expressiu per explicar com les ciutats han incorporat aquestes celebracions en la seva dinàmica (fig. 1). En el mapa cada punt representa un esdeveniment. La lectura que es desprèn és la de la Catalunya metropolitana, la dels eixos costaners i la de les aglomeracions i conurbacions urbanes que és on es concentren els esdeveniments. La meitat dels esdeveniments es concentren en ciutats de més de 10.000 habitants i s'aprecia una constant: com més habitants té una ciutat més gran és el nombre mitjà d'esdeveniments per municipi (taula 1). Es tracta d'una constant que fa duplicar el nombre d'esdeveniments en passar d'un nivell urbà al següent.

Figura 1. Esdeveniments celebrats a Catalunya (2013)



Font: F. González *et al.* (2014). *Els esdeveniments culturals a Catalunya: identificació, localització i anàlisi comparada de les activitats de cultura popular*. Barcelona, CoNCA.

Taula 1. Nombre d'esdeveniments per municipis a Catalunya segons la seva grandària (2013)

Tram urbà (habitants)	Esdeveniments per municipi
1 a 500	1,05
501 a 2.000	2,57
2.001 a 5.000	4,93
5.001 a 10.000	7,80
10.001 a 50.000	12,81
100.000 a 300.000	33,22
> 300.000	214,00

Font: F. González et al. (2014). *Els esdeveniments culturals a Catalunya: identificació, localització i anàlisi comparada de les activitats de cultura popular*. Barcelona, CoNCA.

La producció d'esdeveniments també s'associa a la ciutat turística (taula 2). L'adob urbà que requereix el creixement d'esdeveniments encara s'intensifica més en la ciutat turística. Si en lloc del nombre d'habitants usem com a indicador el de places turístiques veiem que també es reproduïx aquesta situació. Un 32% dels esdeveniments celebrats l'any 2013, es concentrava en municipis amb especialització turística. Per tant, aquesta visió de l'esdeveniment com un fenomen urbà i com un fenomen de la ciutat turística lliga amb les dades que reals. De fet, les ciutats turístiques actuen com a pols territorials de producció d'esdeveniments comparable a ciutats de grandària superior.

Taula 2. Nombre d'esdeveniments per municipis a Catalunya segons la seva dimensió turística (2013)

Places turístiques	Esdeveniments per municipi
1 a 100	2,36
101 a 1.000	6,64
1.001 a 5.000	17,35
> 5.000	25,88

Font: F. González et al. (2014). *Els esdeveniments culturals a Catalunya: identificació, localització i anàlisi comparada de les activitats de cultura popular*. Barcelona, CoNCA.

Estratègies d'aprofitament dels esdeveniments per generar desenvolupament local i urbà

D'entrada cal tenir en compte que la producció d'esdeveniments moltes vegades és induïda però també és espontània, també és un món molt atomitzat en què hi ha molts referents, molts punts de vista, molts plantejaments diversos i un cert desordre. No hi ha una associació d'esdeveniments a Catalunya, no hi ha ni tan sols agrupacions o *lobbies* o com ho vulgueu dir. En qualsevol cas

hi ha lògiques, o polítiques a vegades en el millor dels casos, en algunes ciutats però també acostumen a ser bastant disperses i poc connectades entre si. Per això volia traslladar ara alguns elements de reflexió sobre com podem aprofitar els esdeveniments per generar desenvolupament urbà i local. Però serveixen els esdeveniments per generar desenvolupament local? Doncs simplement agafant una radiografia del que és l'anàlisi del cens d'esdeveniments amb un estudi que hem fet de fa uns anys i veure els aspectes claus que poden actuar com a multiplicadors per al desenvolupament local vinculat amb els esdeveniments ja es veu que sí és factible. Hi ha indicadors que ens transmeten que aquesta relació entre esdeveniment i desenvolupament local és possible.

En primer lloc, l'indicador de continuïtat dels esdeveniments catalans celebrats el 2016 era molt elevat. Un 94% es celebraven de forma ininterrompuda any rere any. És a dir, es genera un recurs endogen recurrent per a la ciutat. En segon lloc, també és alt l'arrelament territorial dels esdeveniments. Gairebé un 70% es celebren des de fa 10 anys, és a dir tenien 10 edicions o més. Això vol dir que són recursos arrelats, reconeguts per bona part de la població i que, si desapareguessin es trobarien a faltar. També vol dir que, a mesura que es consoliden, contribueixen a generar expectatives i una atmosfera urbana esperada. Finalment cal tenir en compte que un esdeveniment madur acostuma a tenir més opcions de generar cohesió social i oportunitats de socialització entre els participants en la mesura que ja es coneix la seva dinàmica, es reproduïxen pautes i és esperat.

En tercer lloc, tres quartes parts dels esdeveniments, fins i tot en ciutats turístiques, no se celebren durant l'estiu sinó a la resta de l'any. Per tant són eines o possibles eines de desestacionalització i també des del punt de vista de la durada, dels dies de durada, a vegades pensem en esdeveniments d'unes hores o d'un sol dia, i són la majoria, però també n'hi ha uns quants, una quarta part aproximadament, que tenen una durada de dos, tres i més dies.

Tots aquests indicadors apunten que la relació entre ciutat i esdeveniment pot ser molt fructífera en termes de desenvolupament local. Tenim aquestes opcions, però, per on passen per a ser exitoses? Quines són les vies? quines poden ser algunes estratègies per fer-ho possible? Em centraré bàsicament en aspectes socials. Un primer argument és el de la identitat.

Una anàlisi de les temàtiques dels esdeveniments que es van celebrar a Catalunya l'any 2014 et fa adonar de la importància de la identitat. Un 37% dels esdeveniments parteixen de temes que estan vinculats amb la cultura i un 34% promocionen directament algun producte local o formen part de la tradició mediterrània, i encara un altre 13% més tenen temàtiques que formarien part de la tradició catalana, és a dir, que són només exclusius de Catalunya, com per exemple una diada castellera. És a dir, que la majoria de les temàtiques estan directament vinculades amb allò local.

D'altra banda, un 50% dels esdeveniments tenen com a objectiu o interès principal dels organitzadors el propi manteniment d'una festa o celebració.

També són importants els objectius de consolidar una manifestació cultural o de millorar la cohesió social. Evidentment també hi ha esdeveniments (un 14%) exclusivament pensats des del punt de vista econòmic Però la fotografia de la simple argumentació temàtica usada en la creació d'esdeveniments ens indica que el fet identitari és prioritari.

Si analitzem els elements d'autenticitat que després l'esdeveniment també apareixen aspectes d'interès (taula 3).

Taula 3. Valor percebut de l'autenticitat dels esdeveniments celebrats a la Costa Brava, 2010

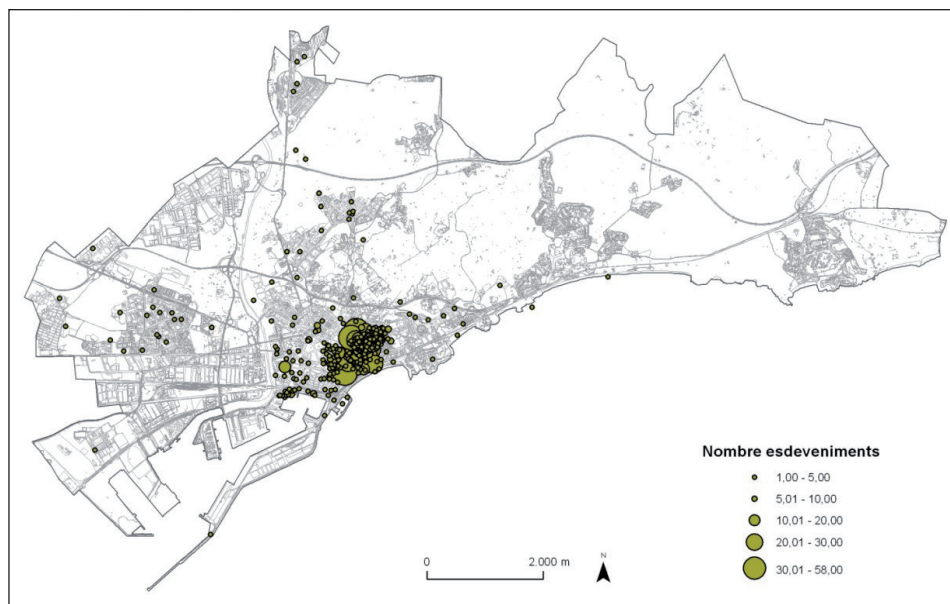
Valoració dels aspectes d'autenticitat que transmet l'esdeveniment	Valor mitjà (1 a 5)
Formar part de la tradició cultural catalana	4,02
Representar la identitat de la comunitat local	3,98
Representar la identitat de la regió/comarca	3,94
Representar la identitat catalana	3,91
Permetre l'enriquiment personal	3,67
Representar el passat de forma fidedigna	3,63
Afavorir la millora de l'autoestima i benestar personal	3,44
Representar els valors de la forma de vida contemporània	3,40

Font: F. González *et al.* (2010). *Els esdeveniments d'interès turístic. Recomanacions de polítiques d'actuació per a l'administració local de les comarques de Girona* (inèdit).

Els organitzadors d'esdeveniments de la Costa Brava manifestaven que el valor d'autenticitat més important que transmetia el seu esdeveniment tenia a veure amb la tradició cultural local i també amb la catalana És interessant destacar que veien el vincle amb la identitat i cultura local com a més autèntic que representar o formar part de la identitat catalana.

Existia una correlació entre la visió de l'autenticitat i l'escala territorial de referència cultural. És a dir, la cultura local és la que millor representa l'autenticitat de l'esdeveniment, la tradició cultural comarcal i regional es valora de forma elevada en termes d'autenticitat, però per sota de l'anterior, i la catalana encara està un esglau més per sota. Si s'analitza les respostes que donaven als valors de l'autenticitat existencial, (d'allò que els esdeveniments ofereixen als participants que fa que se sentin bé amb si mateixos, que millorin com a persones o que els faci reflexionar sobre el món que els toca viure) també mostraven valors elevats però inferiors als de l'autenticitat de caire cultural.

La següent reflexió té a veure amb la capacitat dels esdeveniments de generar i aprofitar el capital social. La producció d'esdeveniments no s'acaba en el moment que s'ha celebrat. Comença abans, evidentment, però a més a més té una continuïtat després amb efectes intangibles i un d'ells és la capacitat de generar capital social. Per dir-ho ras i curt, és una manera com els agents socials es posen d'acord amb una fita col·lectiva a partir de les relacions que

Figura 2. Distribució dels esdeveniments celebrats a la ciutat de Tarragona, 2015

Font: F. González (2015). *La percepció dels impactes de la Festa Major de Santa Tecla de Tarragona* (inèdit)

s'estableixen de confiança, de contacte directe entre ells i que genera aquesta visió d'un projecte compartit comú. Això l'esdeveniment ho contribueix a fer. Organitzar-los i desenvolupar-los fa posar en contacte a molta gent de diversa procedència, els coordina i els combina per generar un projecte comú.

Alguns estudis, adreçats a copsar la percepció dels organitzadors d'esdeveniments, assenyalen que, de forma molt majoritària, es considera que els esdeveniments són capaços de generar propostes de futur compartides a partir de la col·laboració en les tasques d'organització, com a lloc de trobada, o en l'existència de compromís entre els organitzadors.

Un altre aspecte vinculat a la creació de capital social és la manera com es pot implicar als diferents actors a participar-hi i a crear també aquest caliu, aquest context de confiança i de cohesió. Això també apareix reflectit en els estudis, però apareix amb menor claredat. Només un 72% dels esdeveniments consideren adequada a les seves necessitats la participació dels voluntaris i dels residents.

El paper de les associacions i de les entitats locals, en canvi, tenen menys importància en la creació de capital social, donat que es considera que participen menys en l'organització d'esdeveniments que el que es desitja per part dels organitzadors. Però, en tot cas, com dic, la capacitat d'implicar i cohesionar un acte compartit que és volgut i desitjat per arribar a un propòsit real. Els esdeveniments es nodreixen de xarxes de relació, tant internes com externes. Aquest és un punt on els esdeveniments punxen una mica. Els esdeveniments catalans tenen problemes per crear xarxes, sobretot externes tot i que de vegades hi ha lideratges forts que permeten accedir als punts de poder fàcilment i el

poder de finançament, etc. No obstant, la major part dels esdeveniments tenen dificultats per generar, participar i crear xarxes.

Un darrer tema de reflexió és la relació entre esdeveniment i el lloc on es celebra, amb l'espai públic sobretot. Els esdeveniments configuren les ciutats de maneres diferents, i la transformen, li canvien temporalment l'aspecte, la imatge, la manera com la gent els viu i percep.

Prenent com a cas d'estudi la ciutat de Tarragona, si es cartografia, a partir dels programes dels esdeveniments que s'hi celebren, els actes que s'organitzen carrer per carrer, es distingeix una pauta territorial clara (fig. 2). Hi ha una concentració d'esdeveniments en les zones del barri antic. També apareix la mateixa tendència a la concentració si s'empra com a indicador una taxa d'ocupació de l'espai. Hi ha uns recorreguts urbans que focalitzen, centralitzen d'alguna manera l'atenció de la ciutat allà on produeix els seus esdeveniments.

Per tant, si parlem de desenvolupament local, aquest aspecte s'ha de tenir en compte perquè hi ha parts de la ciutat que hi són molt presents i d'altres que no apareixen tant o gens. L'ús temporal de l'espai públic pels esdeveniments també pot ser analitzat. Si, en lloc del lloc es pren com a focus d'interès el moment en què els carrers són ocupats apareixen altres desequilibris, amb zones de "repòs" i centres "d'activitat" molt marcats.

En definitiva, la cartografia mostra alguns desequilibris que s'haurien de tenir en compte a l'hora de fer polítiques locals. La possibilitat de generar estratègies en el desenvolupament local a partir de la producció d'esdeveniments no només ha de tenir en compte que la ciutat opta per privilegiar determinats espais, sinó que també els propis residents poden percebre els esdeveniments d'una manera sensiblement diferent. Seguint amb l'exemple de Tarragona, la seva festa major gran, la Festa de Santa Tecla ha servit també per analitzar alguns elements de la relació que s'estableix entre residents i esdeveniments en un entorn urbà.

La percepció de la ciutat canvia en els propis residents en el moment que se celebraven les festes i fins hi tot en condiciona la manera de viure-la i de pensar-la. Una enquesta entre els residents que l'any 2015 estaven a Tarragona durant la celebració de la Festa Major de Santa Tecla va permetre observar diferències considerables en la percepció de l'esdeveniment, entre els residents segons el seu barri de residència

La visió dels residents al centre de la ciutat (l'exemple urbà, on no es concentren la major part dels actes de la festa major) difereix dels residents a la Part Alta (el barri antic, on hi ha la major concentració d'actes festius) i dels residents als barris perifèrics de ponent i de llevant de la ciutat (on els actes festius tenen una presència marginal). Uns i altres perceben i viuen la ciutat d'una manera força diferent durant la festa major (taula 4). Per exemple, no tots aprofiten amb la mateixa intensitat els dies de festa per sortir més a passejar. Això vol dir que si bé per alguns residents la festa és un motiu per vincular-se especialment a la ciutat, per a d'altres més aviat representa un motiu per quedar-se més a casa. Un altre exemple. La valoració de la presència de turistes, en canvi, és molt

més similar entre les respostes dels tres tipus de residents. És a dir, la majoria de residents estan d'acord en considerar satisfactòria la projecció exterior de la festa major i són partidaris de donar-la a conèixer entre els forasters. En canvi, si es pregunta pels impactes negatius derivats de la producció de deixalles, el soroll o la congestió, la percepció canvia bastant. Per a alguns residents la festa pot ser més font de problemes que un orgull ciutadà. Actituds i percepcions divergents es podien apreciar també en d'altres qüestions que es preguntaren als residents. No entrarem en el detall però serveix per il·lustrar el fet que els residents perceben de forma diferent un mateix esdeveniment.

Taula 4. Percepció per part dels residents de la festa major de Santa Tecla de Tarragona, 2015

	Residents del centre/eixample	Residents de la Part Alta	Residents als barris perifèrics
Surto i passejo més per la ciutat	4,16	3,50	4,21
M'agrada que la Festa Major atregui turistes	4,44	3,95	4,60
La Festa em produeix molèsties (sorolls, congestió, etc.)	2,21	3,55	1,81
Marxo de la ciutat quan comencen les Festes	1,22	1,72	1,07
Em sento orgullós de la meua ciutat quan la veig en Festes	4,01	2,95	3,96

Font: F. González (2015). *La percepció dels impactes de la Festa Major de Santa Tecla de Tarragona* (inèdit).

De fet, les diferències observades entre els tres grups de residents eren prou importants com per poder definir tres tipologies diferenciades entre si. Un primer grup es va denominar “residents identitaris”, format per residents al centre que gaudeixen i s'integren plenament de la festa. El segon grup es va denominar “residents desvinculats”, format per residents al barri antic que perceben de forma molt més aguda els problemes i perceben menys intensament els aspectes positius de la festa. Finalment un tercer grup de “residents perifèrics”, format per residents als barris de la perifèria, manifestava una opinió intermèdia entre els dos anteriors grups de residents, amb la particularitat que usaven la festa com a mitjà per a conèixer millor la seva pròpia ciutat.

Una darrera reflexió en la línia d'aportar estratègies per al desenvolupament urbà té a veure amb la relació d'amor odi entre esdeveniments i turisme. El fet turístic condiona la relació entre esdeveniment i ciutat. D'una banda (ho hem vist anteriorment amb algunes dades) resulta inqüestionable és que els esdeveniments estan plenament vinculats al turisme. Per exemple, en un estudi sobre els esdeveniments celebrats a la Costa Brava, l'any 2009, es va mesurar que un 63% dels assistents corresponien a turistes i un 37% a residents. El pes dels turistes i visitants pot fer que alguns esdeveniments acabin desnaturalitzats

o directament s'enfoquin a la seva satisfacció, deixant a banda els interessos dels propis residents o descontextualitzant de la celebració local o tradicional que havia estat abans. No obstant, la relació entre cultura, identitat i turisme és força més complexa del que pot semblar en el terreny dels esdeveniments. Això cal tenir-ho en compte a l'hora de fer propostes de desenvolupament local a partir d'esdeveniments. Els esdeveniments turístics també poden generar impactes socials positius considerables, tal i com ho demostren estudis que han mesurat aquest tipus d'impactes de forma separada entre esdeveniments amb orientació turística i no turística (taula 5).

Taula 5. Impactes socials percebuts en esdeveniments segons la seva orientació, 2015

	Esdeveniments amb orientació turística	Esdeveniments amb orientació cultural
Residents participen en l'esdeveniment	72 %	75 %
Residents participen en l'organització	65 %	83 %
Hi participen voluntaris	70 %	74 %
Participen associacions locals	66 %	55 %
Mostra tradicions i forma de vida local	73 %	53 %
Reprodueix valors de la identitat catalana	72 %	79 %
Mostra el passat de forma fidedigna	71 %	55 %
Afaveix la socialització dels residents	81 %	88 %
Ofereix noves oportunitats culturals i de lleure	95 %	90 %
Ocasiona molèsties	9 %	9 %
Ocasiona tensions amb l'administració local	9 %	4 %
Cost excessiu per a la comunitat local	66 %	71 %

Font: F. González; S. Morales (2017). "El impacto cultural y social de los eventos celebrados en destinos turísticos. La percepción desde el punto de vista de los organizadores".

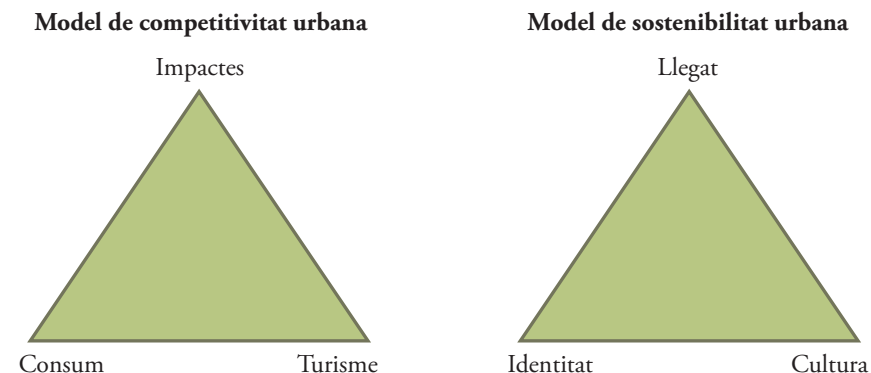
Cuadernos de Turismo, núm. 40, p. 339-362.

En termes generals, els esdeveniments pensats exclusivament per al turisme (sense tenir valors baixos) sí que tenien menor capacitat de mobilització i de participació social que els esdeveniments pensats per finalitats culturals o per als residents. En canvi, tenien un impacte positiu molt elevat sobre la identitat en el sentit que la seva programació es preocupava per traslladar aspectes de rigor històric, d'autenticitat, de proximitat a la identitat local. De fet, si els turistes busquen allò autèntic, és lògic que apreciïn especialment els continguts genuïns.

També els impactes positius en la millora de la cohesió social, la participació en l'organització, i la creació de capital social resultaven especialment elevats entre els esdeveniments amb orientació turística. Aquests estudis, per tant, generen dubtes sobre la banalització de la identitat dels esdeveniments que són

vehiculats a través del turisme i obren el debat sobre la transformació cultural en espais turístics.

Figura 3. Models de desenvolupament local i urbà basats en la producció d'esdeveniments



Font: Elaboració pròpia

Conclusions

Per tancar, algunes reflexions que he anat traslladant al llarg de la ponència. La primera és que els esdeveniments formen part inherent del fet urbà, que es poden aprofitar com a recursos endògens per a fer propostes de desenvolupament local i que, especialment en relació a les noves possibilitats d'ús que donen a l'espai públic, generen oportunitats per enfortir el benestar comunitari, la cohesió social o fins i tot l'autoreafirmació de la identitat local.

Ara bé, també hi ha algunes tensions no resoltes que es poden sintetitzar en dos aspectes: L'esdeveniment ha de ser un producte per fer anar més enllà la ciutat? O ha de ser, com passa molt sovint, un element que d'alguna manera, s'autoreforça ell mateix? És a dir, hi ha d'haver una política urbana al servei de l'esdeveniment o és l'esdeveniment el que s'ha de posar al servei de la política urbana? Moltes vegades es generen esforços ingents per captar un esdeveniment determinat sense pensar que pot anar més enllà, ni en quin serà el llegat que pot oferir en el futur. Des del punt de vista del desenvolupament local, la inexistència d'un plantejament de l'impacte a llarg termini d'aquests esdeveniments és una contradicció.

La segona tensió no resolta té a veure amb l'encaix amb el turisme i això ho sintetitzaria en tres components: 1) el consum (per a qui els farem?, perquè el consumeixin els turistes, els residents, o per a una barreja dels dos?); 2) la gestió urbana (volem fer servir aquests esdeveniments per fer una imatge de la ciutat més global que arribi a més gent o perquè volem, d'alguna manera, promoure la nostra identitat, la nostra localitat, i donar valor en termes d'autenticitat?); i 3) els agents socials (qui produeix aquest esdeveniment?, ho fem des del punt

de vista de la conservació o ens volem adaptar als mercats, als visitants i per tant sacrificuem algunes parts per obtenir uns rendiments econòmics?).

Sigui com sigui són aspectes de debat encara no resolt i que poden servir com a punt de partida per una altra reflexió que seria la de creació d'esdeveniments des de la política urbana. En relació a això volia acabar plantejant que hi poden haver almenys dos models (fig. 3). Un model que jo l'anomeno de competitivitat urbana, que es vincula a la competició directa amb altres ciutats i que persegueix impactes immediats, que utilitza eines que promocionen o que fomenten el consum i que mesura l'èxit amb el volum de visitants. Hi ha un segon model, que és el que jo anomeno de sostenibilitat urbana, en que l'interès no té a veure amb els impactes immediats sinó a llarg termini. Planteja com obtenir un llegat dels esdeveniments i com relacionar-lo amb la identitat i el contingut cultural. La tria del model no és fàcil i, potser, en determinades circumstàncies és preferible optar per una barreja d'ambdós. En qualsevol cas queden exposats i espero que puguin servir com a referent per a la reflexió als gestors de les ciutats catalanes interessats en la creació d'estratègies de desenvolupament local a partir de la celebració d'esdeveniments.

