UNIVERSIDAD POLITECNICA DE VALENCIA

ESCUELA POLITECNICA SUPERIOR DE GANDIA

Grado en Turismo

“Red de Ciudades Creativas de la UNESCO- El caso de Dénia”

TRABAJO FINAL DE GRADO

Autor/a:
Alba Romá Domínguez

Tutor/a:
Michaela Muszynski

GANDIA, 2016

Resumen (español)

Este estudio pretende dar a conocer la intención de la Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura (UNESCO) de crear una diversidad cultural en el mundo a través de su Red de Ciudades Creativas (2004). De forma general, se verán los requisitos y pasos para entrar a formar parte de la red, y cómo funciona una vez dentro, (por ejemplo ser ciudad anfitriona en la reunión anual, los campos en que una ciudad se puede adherir y la situación actual de estos).

De una forma más específica, se estudiará el caso de la ciudad alicantina de Dénia, que en diciembre de 2015 pasó a formar parte de esta red como ciudad creativa gastronómica. Se estudiarán los pasos que realizó para ser aceptada por la UNESCO, los beneficios que desde el nombramiento está aportando a la ciudad, y posibles acciones futuras.

Palabras clave (Español)

UNESCO, Gastronomía, Dénia, Ciudades creativas, Turismo.

Resumen (inglés)

This study aims to show the intention of United Nations Education Scientific and Cultural Organization (UNESCO) to create a cultural diversity in the world through its Creative Cities Network (2004). In a general way this study will show the requirements and steps to become part of the network and how it works once inside, (eg. To become a city to host the annual meeting, the fields in which a city can adhere and the current situation of these).

In a specific way, the case of the city of Dénia will be studied, which in December 2015 became part of this network as creative city of gastronomy. The steps to be accepted by UNESCO, the benefits from the nomination which are bringing to the city, and possible future actions will be studied.

Palabras clave (Inglés)

UNESCO, Gastronomy, Dénia, Creative Cities, Tourism

índice

1.- Presentación....5
2.- Objetivos....5
3.- Metodología....6
4.- Etapas....6
5.- Problemas....6
6.- Red de Ciudades Creativas de la UNESCO....7
7.- Objetivos de la Red y de las ciudades miembro....8
8.- Áreas de acción....9
9.- ¿Cómo se solicita ser una ciudad creativa?....9
9.1.- Realización de la candidatura....10
9.1.1.- Estructura de la candidatura....10
9.2.- Pasos de la tramitación....10
9.2.1.- ¿Quién debe estar involucrado en el proceso de aplicación?....10
9.2.2.- ¿Quién prepara y envía la solicitud?....11
9.2.3.- ¿Cómo adquirir soporte?....11
9.2.4.- Responsabilidades y beneficios de unirse a la Red....11
9.2.5.- Duración de miembro en la Red....12
10.- Solicitudes para ciudades candidatas 2015....12
10.1.- Manual para solicitudes 2015....13
10.2.- Proceso de nombramiento, solicitudes 2015....14
11.- Reunión anual....14
11.1.- Objetivos de la reunión anual....15
11.2.- Reunión anual de 2015....15
11.3.- Proceso de selección para acoger la reunión anual....16
12.- Criterios temáticos en los diferentes campos....17
12.1.- Literatura....17
12.2.- Cine....17
12.3.- Música....18
12.4.- Diseño....18
12.5.- Arte y folclore....18
12.6.- Artes audiovisuales....19
12.7.- Gastronomía....19
13.- Ciudades actuales de los siete campos creativos....20
13.1.- Ciudades Creativas de la Literatura....20
13.2.- Ciudades Creativas de Cine....20
13.3.- Ciudades Creativas de Música....20
13.4.- Ciudades Creativas de Diseño....21
13.5.- Ciudades Creativas de Arte y Folclore....21
13.6.- Ciudades Creativas de Artes Audiovisuales....21
13.7.- Ciudades Creativas de Gastronomía....22
14.- El caso de Dénia como Ciudad Creativa Gastronómica....22
15.- Candidatura de Dénia....23
16.- Decálogo Dénia Local Food Ecosystem....30
17.- Beneficios adquiridos desde el nombramiento....31
17.1.- Convenio de colaboración con la Shunde Polytechnic de China....31
17.2.- Convenio Programa Erasmus+ con Horldaland County Council (Bergen)....32
17.3.- Primer encuentro de ciudades creativas de la Gastronomía....32
17.4.- Preacuerdo entre la Agencia Valenciana de Turismo (AVT) y la Ciudad Creativa....32
17.5.- Reunión con el Ayuntamiento de Teulada (Población Marina Alta)....33
17.6.- Dénia y Burgos ciudades gastronómicas de la UNESCO....33

17.7.- Curso de agricultura ecológica en Dénia....34
17.8.- Proyecto Biomoscatell....34
18.- Opinión personal sobre la Red de Ciudades Creativas y el caso de Dénia....34
19.- Propuesta de mejora....39
19.1.- Proyecto Marina Alta gastronómica....40
20.- Conclusiones....43
21.- Bibliografía....45
21.1.- Referencias electrónicas....45
21.2.- Ilustraciones....48

Índice de ilustraciones

Ilustración 1: Logo de la UNESCO....7
Ilustración 2: Logo de la reunión anual 2015 en la Ciudad Creativa de Arte y Folclore, Kanazawa (Japón)....15
Ilustración 3: Ciudad Creativa de la Literatura, Heidelberg (Alemania)....20
Ilustración 4: Ciudad Creativa del Cine, Bradford (Reino Unido)....20
Ilustración 5: Ciudad Creativa de la Música, Hamamatsu (Japón)....20
Ilustración 6: Ciudad Creativa de Artes Audiovisuales, Tel Aviv-Yafo (Israel)....21
Ilustración 7: Mercado en Ciudad Creativa Gastronómica, Tucson (Estados Unidos)....22
Ilustración 8: Logo de la candidatura de Dénia a Ciudad Creativa Gastronómica....22
Ilustración 9: Logo designado por la UNESCO a la ciudad de Dénia y comarca Marina Alta....23
Ilustración 10: Diferentes cosechas de arroz Bombón (especie recuperada en Pego)....28
Ilustración 11: Visita de miembros de Ciudades Creativas Popayán y Shunde, Dénia 2015....29
Ilustración 12: Presentación de tercera añade del vino de Moraig de proyecto Biomoscatell....39
Ilustración 13: Visitas a los viñedos en el Poble Nou de Benitatxell....40
Ilustración 14: Poblaciones de la Marina Alta con sus productos gastronómicos....41
Ilustración 15: Mistelas, aceites y licores de Bodegas Riko, Jalón....42

1.- Presentación

Conseguir el título de ciudad creativa de la Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura (UNESCO) es un proceso laborioso en el que se deben tener en cuenta numerosos requisitos estipulados por la organización. Por ello, tras hacer una breve introducción sobre la Red de Ciudades Creativas de la UNESCO, se comenzará mostrando los pasos a seguir para entrar a formar parte de una de las 7 subredes. Estos pasos le servirán al lector para ponerse en situación sobre objetivos, tramitaciones, exigencias etc., y el abundante trabajo que conlleva.

Posteriormente se verán los campos o subredes que forman la Red y su situación actual tras el último nombramiento el pasado 11 de diciembre de 2015. Y concretamente se revisará el caso de la ciudad de Dénia y la comarca Marina Alta como Ciudad Creativa de la Gastronomía. Se verá el recorrido que ha realizado la ciudad hasta conseguir el título y las sinergias que han surgido desde la obtención de éste.

A continuación se expondrá la opinión personal basándose en toda la información que se ha podido hallar respecto a la Red de Ciudades Creativas, candidatura y nombramiento de Dénia y Marina Alta. Las entrevistas que se han realizado a los diferentes entes del sector han sido fundamentales para obtener información detallada y entender todo el trabajo que se ha estado realizando en la ciudad desde hace unos años.

Finalmente se formulará una propuesta de mejora que se ha desarrollado mediante se avanzaba con la realización del proyecto y las interacciones con los diferentes sectores implicados. Se piensa que esta acción ayudaría a crear una marca de unión entre las diferentes poblaciones de la comarca.

2.- Objetivos

El objetivo principal consiste en analizar de qué forma favorece la anexión a la Red de Ciudades Creativas, tomando el ejemplo de la ciudad de Dénia, de reciente incorporación. Los objetivos secundarios mostrarán cómo funciona la organización, los procesos a seguir por las ciudades candidatas para formar parte de la red, cómo ha repercutido o se espera que repercuta la adhesión de Dénia en la red de ciudades creativas y posible idea de dinamización.

3.- Metodología

La metodología de investigación corresponde a la cualitativa, ya que se basa sobre todo en las observaciones y experiencias halladas a lo largo del proyecto. Principalmente se han empleado búsquedas en Internet, ya que nos encontramos ante un tema innovador del que no se pueden encontrar ejemplares bibliográficos.

Se ha recurrido mucho a entrevistar individuos involucrados en el sector gastronómico directa o indirectamente (agricultores, pescadores…), al igual que asistencias a mercados locales o presentaciones de acciones en relación con el proyecto.

4.- Etapas

1.- Búsqueda de información a través de páginas web, publicaciones en diarios digitales y publicaciones de Facebook.

2.- Realización de reuniones simultáneas a la búsqueda de información en Internet.

- Reunión con Floren Terrades, técnico de desarrollo local de Dénia.
- Reunión con asociación Asociación de Empresarios de Hostelería y Turismo de la Marina Alta (AEHTMA). Asociación sin ánimo de lucro involucrada en el sector.
- Reunión con Evaristo Miralles, chef del CDT de Dénia que participa en el proyecto.
- Reuniones con propietarios de diferentes negocios hosteleros (anónimo [1]y Restaurante Mena).
- Reunión con Juan Antonio Sepulcre, presidente de la Lonja de Dénia.
- Reunión con Técnico de Organización Industrial José Manuel Bisseto, creador de “Agricologia” y proyecto “Biomoscatell”.
- Reunión con Vicente Dominguis, empresario de Pego Natura S.L.

5.- Problemas

1.- Toda la información sobre los procesos que han de seguir las ciudades interesadas en adherirse a la red de la UNESCO se encuentra en inglés o francés en la página web de la UNESCO y se han debido de traducir.

[1] El empresario ha solicitado permanecer en el anonimato.

2.- La UNESCO ha publicado una cantidad considerable de documentos para guiar en los procesos para llegar a ser Ciudad Creativa. Es importante localizar los más actuales ya que, aunque es interesante leerlos todos para obtener información, algunos pueden llegar a contradecirse.

3.- Al tratarse de un proyecto sin ánimo de lucro, los agentes no priorizan conceder entrevistas ante proyectos que sí lo sean.

4.- Dénia se unió a la red de la UNESCO muy recientemente, por lo que aún están en un proceso de organización y los proyectos están por confirmar en la gran mayoría de los casos.

6.- Red de Ciudades Creativas de la UNESCO

A continuación, se verá una breve descripción de la historia de la UNESCO[2]; y cómo se llegó a la creación de la Red de Ciudades Creativas para promover los objetivos que persigue.

Después de la Segunda Guerra Mundial, las Naciones Unidas junto con más de 30 organizaciones afiliadas, que se conocen en su conjunto como el Sistema de las Naciones Unidas, colaboraron en dar soluciones a los problemas de la humanidad. Desde entonces, la ONU y su sistema de organizaciones (como por ejemplo la UNESCO), luchan para conseguir el respeto de los derechos humanos, proteger el medio ambiente, luchar contra enfermedades, fomentar el desarrollo y disminuir la pobreza.

Ilustración 1: Logo de la UNESCO

"La UNESCO se fundó el 16 de noviembre de 1945"[3]. El objetivo principal de esta organización reside en conseguir un diálogo entre diferentes culturas y fomentar el respeto entre sus valores, es decir, promover una cultura de paz.

---

2 . GOBIERNO DE ESPAÑA, Ministerio de asuntos exteriores y de cooperación. <http://www.exteriores.gob.es/Portal/es/PoliticaExteriorCooperacion/NacionesUnidas/Paginas/EstructurasDeLasNacionesUnidas.aspx>[Consulta: 11 de enero de 2016]

3 . UNESCO (2009). "UNESCO ¿Qué es la UNESCO?¿Qué hace?". p. 2. <http://unesdoc.unesco.org/images/0014/001473/147330s.pdf >[Consulta: 2 de junio de 2016]

“Puesto que las guerras nacen en la mente de los hombres, es en la mente de los hombres donde deben erigirse los baluartes de la paz” [4].

Más tarde, concretamente en 1968[5], al descubrir cierta explotación abusiva de la naturaleza, la UNESCO declaró la importancia de que el desarrollo debía ser por encima de todo sostenible. Así, se crearon desde entonces varios proyectos internacionales para ordenar los recursos de la tierra.

La Red de Ciudades Creativas de la UNESCO, se desarrolló a partir de 2004[6] con el fin de promover la diversidad cultural, fomentar un desarrollo sostenible y crear sinergias entre las ciudades miembro. A finales de 2015[7] contaba con 116 ciudades partícipes de 54 países diferentes. Esta Red, consta de siete subredes temáticas: literatura, cine, música, diseño, arte y folclore, artes audiovisuales y gastronomía.

Las ciudades miembro velan por incrementar el desarrollo cultural y creativo a nivel local y la cooperación activa a nivel internacional. Este compromiso les lleva a compartir sus mejores experiencias y prácticas locales referentes al campo al que pertenecen con el resto de miembros para que todos puedan beneficiarse conjuntamente, tanto a nivel público como privado.

7.- Objetivos de la Red y de las ciudades miembro[8]

A continuación se enumeran los objetivos por los que la Red y las ciudades miembro deben velar de forma conjunta:

- Fortalecer la cooperación internacional entre ciudades que han reconocido la creatividad como un factor estratégico en su desarrollo sostenible.

---

4 . LONDRES. Constitución de la UNESCO, de 16 de noviembre de 1945. p.1.

5 . UNESCO (2009). “UNESCO ¿Qué es la UNESCO?¿Qué hace?. p. 8. <http://unesdoc.unesco.org/images/0014/001473/147330s.pdf>[Consulta: 2 de junio de 2016]

6 . UNESCO, Creative Cities Network <http://en.unesco.org/creative-cities/content/about-us> [Consulta:13 de enero de 2016]

7 . UNESCO, Creative Cities Network <http://en.unesco.org/creative-cities/content/about-us> [Consulta:13 de enero de 2016]

8 .UNESCO, Creative Cities Network “Mission statment” <http://en.unesco.org/creative-cities/sites/creative-cities/files/Mission_Statement_UNESCO_Creative_Cities_Network_1.pdf>[Consulta:13 de enero de 2016]

- Estimular y realzar iniciativas prestadas por miembros para llegar de forma creativa a un desarrollo urbano a través de la colaboración del sector público y privado.
- Fortalecer la creación, producción, distribución y difusión de actividades, bienes y servicios culturales.
- Desarrollar un núcleo de creatividad e innovación y ampliar las oportunidades para creadores y profesionales en el sector cultural.
- Mejorar el acceso y la participación a la vida cultural, en especial a los grupos e individuos marginados o vulnerables.
- Integrar sustancialmente cultura y creatividad en un plan de desarrollo sostenible.

8.- Áreas de acción[9]

Los objetivos de la Red de Ciudades Creativas de la UNESCO (UCCN) están aplicados a nivel de las ciudades miembro y a nivel internacional a través de las siguientes áreas de acción:

- Compartir experiencias, conocimientos y prácticas.
- Proyectos piloto, participantes e iniciativas asociando el sector público, privado y la sociedad civil.
- Intercambio de programas y redes profesionales y artísticas.
- Estudio, investigación y evaluación en la experiencia de las ciudades creativas.
- Políticas y medidas para un desarrollo sostenible.
- Incremento de actividades de comunicación y conocimiento.

9.- ¿Cómo se solicita ser una ciudad creativa?[10]

No existe un plazo exacto para la presentación de la solicitud. La UNESCO publica a través de su web un comunicado anual en el cual se especifican las fechas y otras normas. Más adelante veremos las características del año 2015.

---

9 .UNESCO, Creative Cities Network "Mission statment" <http://en.unesco.org/creative-cities/sites/creativecities/files/Mission_Statement_UNESCO_Creative_Cities_Network_1.pdf >[Consulta:13 de enero de 2016]

10 .Comisión Nacional Española de Cooperación con la UNESCO. "¿Qué y cómo se hace ciudad creativa? **<**http://www.aecid.es/galerias/unesco/descargas/cn8ciudadescreativax1x.pdf**>** [Consulta: 12 de enero de 2016]

La solicitud se presenta en París, y allí será evaluada por expertos en la red temática a la que es candidata la ciudad. Las recomendaciones emitidas por este grupo se presentarán al director general, quien tomará la decisión final.

El tiempo que transcurre puede ser entre 6 y 9 meses. Se recomienda una extensión de entre 50 y 80 páginas y deberá estar escrita en inglés o francés.

9.1.- Realización de la candidatura[11]

9.1.1.- Estructura de la candidatura

Aquí se muestra una guía de la estructura general que la UNESCO propone a las ciudades candidatas a adherirse a la red. Estos documentos son de 2008, en 2015 se modificaron algunas exigencias (como se verá más adelante) pero aún así es interesante revisar esta información (Anexo 1).

9.2.- Pasos de la tramitación

9.2.1.- ¿Quién debe estar involucrado en el proceso de aplicación?[12]

Persona encargada: una o dos personas que posean información privilegiada de la industria cultural de la ciudad, incluyendo contactos relevantes y redes a través del sector público y privado. La persona encargada coordinará el proceso de solicitud, mantendrá comunicación y actuará como conector entre la UNESCO y participantes dentro y fuera de la ciudad.

Grupo gestor: un grupo de 3 a 4 personas (incluido la persona encargada) quienes deberían tener una relación de trabajo/comunicación, pero que traigan diferentes perspectivas o experiencias al proyecto preferentemente a través del sector público y privado.

Comité de dirección: éste no debe estar necesariamente en la solicitud, pero si la ciudad es elegida, los comités de dirección serán esenciales para realizar participaciones, intercambios etc. Una lista preliminar de miembros potenciales para un posible comité de

---

11 .UNESCO, Creative Cities Network. “Creating and applicationg guideline” <http://portal.unesco.org/culture/en/files/40147/12597688875uccn_guidelines.pdf/uccn_guidelines.pdf> [Consulta: 12 de enero de 2016]

12 .UNESCO, Creative Cities Network (2008). “How to apply to UNESCO’s Creative Cities Network?”p.1 <http://unesdoc.unesco.org/images/0015/001598/159841e.pdf>[Consulta:13 de enero de 2016]

dirección (normalmente entre 10 y 20 miembros) será de ayuda para la valoración del potencial y el nivel de los participantes en la comunidad creativa de la ciudad.

9.2.2.- ¿Quién prepara y envía la solicitud?[13]

La experiencia muestra que la preparación de la solicitud debe de ser gestionada por una o dos personas, preferiblemente incluyendo la persona encargada, quien estará al mando directo de la investigación, recopilando documentación y coordinando el boceto final de la solicitud.

El documento final de la candidatura deberá enviarse vía correo postal, y preferiblemente de dos formas, física y electrónicamente (CD-Rom o por e-mail ccnapplications@unesco.org)* Desde la llamada de 2015, se debe enviar solo en formato electrónico.

Si se desea recibir un ejemplo de cómo preparar la solicitud, se puede contactar con Ms. Doyun Lee en la dirección de e-mail: d.lee@unesco.org

9.2.3.- ¿Cómo adquirir soporte?[14]

Es aconsejable consultar la página web de la UNESCO regularmente ya que puede añadirse información importante para el proceso de solicitud. También los candidatos pueden contactar con Doyun Lee en d.lee@unesco.org si su pregunta no es respondida en la página web.

9.2.4.- Responsabilidades y beneficios de unirse a la Red[15]

Las ciudades tienen la responsabilidad de demostrar sus intenciones para trabajar internacionalmente y participar en la transferencia de conocimientos e información con otros miembros de la Red.

---

13 .UNESCO, Creative Cities Network (2008). “How to apply to UNESCO’s Creative Cities Network?”p.1 <http://unesdoc.unesco.org/images/0015/001598/159841e.pdf>[Consulta:13 de enero de 2016]

14 .UNESCO, Creative Cities Network (2008). “How to apply to UNESCO’s Creative Cities Network?”p.4 <http://unesdoc.unesco.org/images/0015/001598/159841e.pdf>[Consulta:13 de enero de 2016]

15 .UNESCO, Creative Cities Network (2008). “How to apply to UNESCO’s Creative Cities Network?”p.4 <http://unesdoc.unesco.org/images/0015/001598/159841e.pdf>[Consulta:13 de enero de 2016]

El título concedido a las ciudades, será:

- Ciudad Creativa de la Literatura en la UNESCO.
- Ciudad Creativa del Cine en la UNESCO.
- Ciudad Creativa de la Música en la UNESCO.
- Ciudad Creativa del Diseño en la UNESCO.
- Ciudad Creativa de Arte y Folclore en la UNESCO.
- Ciudad Creativa de Artes Audiovisuales en la UNESCO.
- Ciudad Creativa de la Gastronomía en la UNESCO.

9.2.5.- Duración de miembro en la Red

Las ciudades se adhieren a la red por un periodo ilimitado de tiempo y pueden abandonar la Red en cualquier momento tras notificarlo a la UNESCO.

Las ciudades deben informar a la UNESCO (con la frecuencia que ésta lo exija) del progreso realizado para el cumplimiento de sus políticas y actividades, tanto a nivel local como a nivel internacional y en cooperación con otras ciudades.

Si después de 2 recordatorios lanzados por la UNESCO, la ciudad no entrega la información o parece que la ciudad no cumple con las responsabilidades acordadas, la UNESCO podrá invitar a la ciudad a abandonar la Red.

Después de abandonar la Red, la ciudad no tendrá posibilidad de anunciarse como miembro de la Red en sus medios de publicidad, al igual que no dispondrá de autorización para utilizar el logo de la UNESCO.

10.- Solicitudes para ciudades candidatas 2015

La UNESCO publica en la Web de www.unesco.org/culture/creativecities las solicitudes de cada año, especificando fechas de admisión y otras bases. En 2015 publicó varios documentos, como el "**Manual para solicitudes 2015**" del cuál veremos el punto más importante a continuación y "**Proceso de nombramiento, solicitudes 2015**"[16](Anexo 2).

---

16 .UNESCO, Creative Cities Network (2015) "Applicant's handbook, 2015 call for applications" <https://en.unesco.org/creativecities/sites/creativecities/files/Applicant_handbook_2015Call_UNESCO_Creative_Cities_Network.pdf>[Consulta 3 de junio de 2016]

10.1.- Manual para solicitudes 2015[17]

Factores a considerar por la Ciudad candidata:

1) **Proceso de participación:** la solicitud debe de ser preparada por la delegación municipal y debe resultar del proceso de participación entre comerciantes y participantes del sector público y privado.

2) **Acercarse a una visión de futuro:** el patrimonio cultural y los actuales valores particulares de la ciudad candidata deben ser los pilares para construir un plan de acción firme, el cual contribuye al desarrollo sostenible de la ciudad. La UCCN gira principalmente al rededor del progreso y proyectos de futuro.

3) **Desarrollo sostenible incluido**: la UCCN fomenta el desarrollo sostenible a través de la creatividad en un nivel económico, cultural, social y medioambiental. Es importante considerar la inclusión del enfoque al desarrollo y tomar todos estos factores en consideración cuando se formulen las iniciativas dentro de la solicitud.

4) **Compromiso duradero**: las ciudades que consideren enviar la solicitud deben ser conscientes de que el nombramiento de ciudad creativa de la UNESCO implica un compromiso continuo y activo hacia la implementación de los objetivos de la UCCN. En particular las ciudades candidatas deben preparar e implementar de forma insistente un plan de acción, y regularmente informar sobre sus logros y participar en las reuniones anuales de la UCCN.

5) **Plan de acción concreto:** la solicitud deber incluir proyectos específicos, iniciativas o políticas a nivel local e internacional para ser desarrolladas en los siguientes 4 años al nombramiento. El resultado e impacto de estos proyectos e iniciativas serán evaluados a través de la misma ciudad.

---

17 UNESCO, Creative Cities Network (2015) "Applicant's handbook, 2015 call for applications" <https://en.unesco.org/creative-cities/sites/creative-cities/files/Applicant_handbook_2015Call_UNESCO_Creative_Cities_Network.pdf>[Consulta 3 de junio de 2016]

6) **Intercambios y cooperación:** los intercambios entre las ciudades miembros son vitales para la Red y es uno de sus objetivos principales. Es por ello muy importante para las ciudades candidatas demostrar la habilidad de desarrollar actividades e iniciativas de colaboración a nivel internacional con los miembros de la Red.

7) **Visión general:** el plan de acción necesita encajar con las prioridades de la ciudad así como los objetivos de la UCCN y debe adaptarse a la gestión, financiación y recursos humanos disponibles de la ciudad.

10.2.- Proceso de nombramiento, solicitudes 2015 [18]

En este documento se plasma el proceso que se realizará para evaluar las solicitudes recibidas en el año 2015, desde quién realiza el estudio de las candidaturas, programación de fechas, hasta usos del logo facilitado por la UNESCO una vez conseguido el título. Para más información ver el Anexo 2.

11.- Reunión anual[19]

La UCCN realiza una reunión anual dónde se encuentran las ciudades pertenecientes a la Red. Por regla general (salvo en casos de fuerza mayor) se realiza entre los meses de marzo y junio y tiene una duración de 3 días.

La reunión es restringida a representantes de las ciudades miembros de la Red de Ciudades Creativas de la UNESCO, los cuales están fuertemente motivados a asistir.

La ciudad destinada a acoger la reunión será la encargada de la organización de los 3 días en cercana cooperación con la secretaría de la UNESCO y el grupo gestor, y deberá cubrir los gastos referentes a la reunión anual.

Cada delegación de las ciudades miembros deberá cubrir sus propios gastos, tanto de hospedaje como de viaje.

---

[18] .UNESCO, Creative Cities Network. "Designation Procedure, 2015 call for applications" http://en.unesco.org/creativecities/sites/creativecities/files/Designation_Procedure_2015Call_UNESCO_Creative_Cities_Network.pdf> [Consulta 15 de marzo de 2016]

[19] . UNESCO, "Creative Cities Network Annual Metting, Kanazawa, Japan" 25-28 of may 2015. Host City Selection Criteria. <http://en.unesco.org/creativecities/sites/creativecities/files/Working_document_Host_city_selection-criteria_%20UCCN_ENG.pdf> [Consulta: 17 de marzo de 2016]

En la reunión anual se realiza intercambio de información, operaciones entre las ciudades miembro y otras acciones.

11.1.- Objetivos de la reunión anual[20]

- Actualizar el intercambio de información en actividades llevadas a cabo por las ciudades elegidas para alcanzar los objetivos de la Red, tanto a nivel internacional como local; y formar las nuevas iniciativas entre participantes.
- Determinar las operaciones y estrategias de la Red, acordar los asuntos importantes para los próximos planes de desarrollo, fijar las prioridades de la Red para el año siguiente.
- Ofrecer un programa clave de dialogo entre las Ciudades Creativas de la UNESCO en relación a las prioridades de la organización sobre cultura, desarrollo y otros asuntos de interés mutuo.

Ilustración 2: Logo de la reunión anual

11.2.- Reunión anual de 2015[21]

La reunión anual en 2015 fue en la ciudad creativa de artesanía y folclore Kanazawa (Japón) del 25 al 28 de mayo.

La estructura y principales contenidos fueron:

1. Introducción a los nuevos miembros a la (UCCN) designados en 2014.
2. Resumen de las actividades realizadas por las ciudades y los campos creativos para alcanzar los objetivos de la UCCN.
3. Proceso de selección para elegir las ciudades para las próximas reuniones.
4. Proceso de evaluación y normas para elegir nuevas ciudades creativas.
5. Resumen global de la UNESCO sobre cultura y desarrollo sostenible.

---

20 . UNESCO, "Creative Cities Network Annual Metting, Kanazawa, Japan" 25-28 of may 2015. Host City Selection Criteria.
<http://en.unesco.org/creativecities/sites/creativecities/files/Working_document_Host_city_selection-criteria_%20UCCN_ENG.pdf> [Consulta: 17 de marzo de 2016]

21 .UNESCO,2015 Annual Meeting of the Creative Cities Network.
<http://en.unesco.org/creative-cities/events/2015-annual-meeting-creative-cities-network> [Consulta: 17 de marzo de 2016]

6. Celebración del 70 aniversario de la UNESCO.
7. Definición de las áreas prioritarias de trabajo para la dirección y futuros desarrollos en la Red.

Este año 2016, se celebrará la reunión anual en Östersund (Suecia) que forma parte de la red temática de gastronomía del 14 al 16 de septiembre.

11.3.- Proceso de selección para acoger la reunión anual[22]

1.- La UNESCO lanzará una llamada para recibir las ofertas de las ciudades que quieran recibir el Anual Meeting n.º 2 (AM2) 6 meses antes del Anual Meeting n.º 1 (AM1). Las ciudades interesadas deberán entregar un boceto de la oferta y enviarlo a la UNESCO especificando las razones por las que consideran que su ciudad es la ideal para la reunión anual, además de las características de la reunión anual planeada. Las ofertas de las ciudades no deben sobrepasar las 5 páginas.

2.- Una preselección de no más de 3 candidatos serán escogidas por el comité de dirección en colaboración con la UNESCO, de acuerdo con los criterios de selección. Si una ciudad ha presentado la solicitud y es miembro del comité de dirección, la ciudad no estará autorizada a tomar parte del proceso de selección.

3.- Un mes antes al AM1, las ofertas preseleccionadas serán enviadas a todos los miembros de la Red de Ciudades Creativas de la UNESCO para su consideración.

4.- Si únicamente una ciudad se ha presentado al criterio de selección, la ciudad anfitriona para AM2 será designada por consenso en AM1. Si más de una oferta ha sido seleccionada, la ciudad anfitriona del AM2 será designada por votación en AM1, en la que:

- La lista de seleccionados tendrá oportunidad de hacer una breve presentación y responder a las preguntas lanzadas por los oyentes.
- Se realizará una votación privada. La decisión se tomará por votación mayoritaria.

22 . UNESCO, “Creative Cities Network Annual Metting, Kanazawa, Japan” 25-28 of may 2015. Host City Selection Criteria.
<http://en.unesco.org/creativecities/sites/creativecities/files/Working_document_Host_city_selection-criteria_%20UCCN_ENG.pdf> [Consulta: 17 de marzo de 2016]

Para ver criterios de selección a ciudad anfitriona véase Anexo 3.

12.- Criterios temáticos en los diferentes campos[23]

A continuación se expresan los criterios temáticos que valorará la UNESCO para aceptar la adhesión a cada subred temática.

12.1.- Literatura

- Calidad, cantidad y diversidad de las iniciativas de las editoriales y casas de publicación.
- Calidad y cantidad de los programas educativos enfocados en literatura local o extranjera tanto en escuelas primarias y secundarias como en universidades.
- Desarrollo urbano en el cual la literatura, drama o poética toman un rol íntegro.
- Experiencia en acogida de eventos literarios y festivales, ayudando y promocionando la literatura local y extranjera.
- Bibliotecas, librerías y centros públicos y privados dedicados a la preservación, promoción y difusión de la literatura local y extranjera.
- Esfuerzo activo por la industria editorial para traducir trabajos literarios en diversas lenguas y literatura extranjera.
- Implicación activa de los medios de comunicación, incluyendo páginas web, promoción literaria y fortalecimiento del mercado para productos literarios.

12.2.- Cine

- Infraestructuras importantes relacionadas al cine, por ejemplo: estudios de cine, paisajes cinematográficos, ambientes cinematográficos.
- Enlaces históricos a la producción, distribución y comercialización de películas.
- Experiencias en acoger festivales de cine, pantalla y otros eventos relacionados con el cine.
- Escuelas y centros de entrenamiento de rodaje.
- Esfuerzo en difusión de películas producidas y/o dirigidas local o nacionalmente.
- Iniciativas para estimular la distribución de conocimientos en películas extranjeras.

---

23 . UNESCO, Creative Cities Network. (2008) “How to apply to UNESCO’s Creative Cities Network?” <http://unesdoc.unesco.org/images/0015/001598/159841e.pdf>[Consulta:13 de enero de 2016]

12.3.- Música

- Centros reconocidos de actividad y creación musical.
- Experiencia en realización de festivales musicales y eventos a nivel nacional o internacional.
- Promoción musical en todas sus formas.
- Escuelas de música, conservatorios, academias e instituciones de educación superior especializada en música.
- Estructuras informales de educación musical, incluido coros y orquestas amateur.
- Plataformas locales o internacionales dedicadas a un género en particular y/o música de otros países.
- Espacios culturales apropiados para practicar y escuchar música, por ejemplo auditorios al aire libre.

12.4.- Diseño

- Industria de diseño consolidada, panorama cultural alimentado por el diseño y un medio ambiente construido (arquitectura, planos urbanos, espacios públicos, monumentos, transporte, señalización y espacios públicos, monumentos, transporte, señalización y sistemas de información, tipografía etc.)
- Escuelas de diseño y centros de investigación de diseño.
- Grupos prácticos de creadores y diseñadores con una actividad continua a nivel local y/o nacional.
- Experiencia en recibir ferias, eventos y exhibiciones dedicadas al diseño.
- Oportunidad para diseñadores y urbanistas locales de beneficiares de materiales locales y condiciones urbanas y naturales.
- Industrias creativas de diseño impulsado por ejemplo (arquitectura en interiorismo, moda y textil, joyería y accesorios, diseño de interacción, diseño sostenible, etc.)

12.5.- Arte y folclore

- Tradición perdurable del arte o el folclore.
- Producción contemporánea de arte o folclore.
- Fuerte presencia de creadores de arte y artistas locales.

- Centros de prácticas relacionados con ocupaciones de arte y el folclore.
- Esfuerzo por promocionar arte y folclore (festivales, exhibiciones, ferias, mercados, etc.)
- Infraestructuras relevantes para el arte y folclore, por ejemplo: museos, tiendas de manualidades, ferias de arte local, etc.

12.6.- Artes audiovisuales

- Desarrollo de la industria cultural y creativa desencadenada por la tecnología digital.
- Integración exitosa de artes audiovisuales dirigidos a mejorar la vida local.
- Crecimiento de formas de arte electrónicas buscando la participación de los ciudadanos.
- Acceso más amplio a la cultura a través del desarrollo de la tecnología digital.
- Programas residenciales y otros espacios de estudio para artistas audiovisuales.

12.7.- Gastronomía

- Buen desarrollo gastronómico y característico de la zona o región.
- Comunidad gastronómica dinámica con numerosos restaurantes tradicionales y/o chefs.
- Ingredientes locales utilizados en la cocina tradicional.
- Conocimiento local, práctica de tradición culinaria y métodos de cocina que han sobrevivido a los avances industriales y tecnológicos.
- Mercados de alimentos tradicionales e industria de alimentación tradicional.
- Tradición en realizar festivales gastronómicos, premios, concursos y otro tipo de reconocimientos.
- Respeto por el medio ambiente y la promoción de productos locales sostenibles.
- Educación de apreciación pública, promoción de nutrición en instituciones educativas y la inclusión de programas para la conservación de la biodiversidad en escuelas de cocina.

13.- Ciudades actuales de los siete campos creativos[24]

13.1.- Ciudades Creativas de la Literatura

Ilustración 3: Ciudad Creativa de la Literatura, Heidelberg (Alemania)

Actualmente la Subred de Ciudades Creativas de literatura cuenta con 20 ciudades de 18 países diferentes, son las siguientes: Bahgdad (Irak), Barcelona (España), Dublin (Irlanda), Dunedin (Nueva Zelanda), Edimburgo (Reino Unido), Granada (España), Heidelberg (Alemania), Iowa City (Estados Unidos), Krakovia (Polonia), Ljubljana (Eslovenia), Lviv (Ucrania), Melbourne (Australia), Montevideo (Uruguay), Norwich (Reino Unido), Nottingham (Reino Unido), Obidos (Portugal), Praga (República Checa), Reykjavik (Islandia), Tartu (Estonia), Ulyanovsk (Rusia).

13.2.- Ciudades Creativas de Cine

Ilustración 4: Ciudad Creativa del Cine, Bradford (Reino Unido)

En la subred de Ciudades Creativas de Cine se encuentran 8 ciudades adheridas procedentes de 8 países diferentes. Las ciudades son: Bitola (República de Macedonia), Bradford (Reino Unido), Busan (República de Korea), Galway (Irlanda), Roma (Italia), Santos (Brasil), Sofía (Bulgaria), Sydney (Australia).

13.3.- Ciudades Creativas de Música

Ilustración 5: Ciudad Creativa de la Música, Hamamatsu (Japón)

Actualmente la subred de Ciudades Creativas de música cuenta con 19 ciudades de 16 países diferentes. Ellas son: Adelaida (Australia), Botogá (Colombia), Bolonia (Italia), Brazzaville (Congo), Ghent (Bélgica), Glasgow (Reino Unido), Hamamatsu (Japón), Hanover (Alemania), Idanha-a-Nova (Portugal), Katowice (Polonia), Kingston (Jamaica), Kinshasa (República democrática del Congo), Liverpool (Reino Unido), Mannheim (Alemania), Medellín

---

24 .UNESCO, Creative Cities Network (2016). "LIST OF UNESCO CREATIVE CITIES" <https://en.unesco.org/creative-cities/sites/creative-cities/files/List%20of%20UNESCO%20Creative%20Cities_January%202016.pdf>[Consulta 3 de marzo 2016]

(Colombia), Salvador (Brasil), Sevilla (España), Tongyeong (República de Korea), Varanasi (India).

13.4.- Ciudades Creativas de Diseño

En la subred de Ciudades Creativas de Diseño hay 22 ciudades adheridas de 19 países diferentes. Las ciudades son: Bandung (Indonesia), Pekín (China), Berlín (Alemania), Bilbao (España), Budapest(Hungría), Buenos Aires (Argentina), Curitiba (Brasil), Detroit (Estados Unidos), Dundee (Reino Unido), Graz (Austria), Helsinki (Finlandia), Kaunas (Lituania), Kobe (Japón), Montreal (Canadá), Nagoya (Japón), Puebla (México), Saint-Étienne (Francia), Seoul (República de Korea), Shanghai (China), Shenzhen (China), Singapur (Singapur),Turín (Italia).

13.5.- Ciudades Creativas de Arte y Folclore

En la actualidad la subred de Ciudades Creativas de Arte y Folclore tiene 19 ciudades de 15 países diferentes, las ciudades son: Al-Ahsa (Arabia Saudí), Aswan (Egipto), Bamiyan (Afganistan), Durán (Ecuador), Fabriano (Italia), Hangzhou (China), Icheon (República de Korea),iSfahan (República islámica de Irán), Jacmel (Haití), Jaipur (India), Jingdezhen (China), Kanazawa (Japón), Lubumbashi (República democrática del Congo), Nassau (Bahamas), Paducah (Estados Unidos), Pekalongan (Indonesia), San Cristóbal de las Casas (México), Santa Fe (Estados Unidos), Sasayama (Japón), Suzhou (China).

13.6.- Ciudades Creativas de Artes Audiovisuales

Ilustración 6: Ciudad Creativa de Artes Audiovisuales, Tel Aviv-Yafo (Israel)

Existen 9 ciudades en la subred de Ciudades Creativas de Artes Audiovisuales de 8 países diferentes, las ciudades son: Austin (Estados Unidos), Dakar (Senegal), Enghien-les-Bains (Francia), Gwangju (República de Korea), Linz (Austria), Lyon (Francia), Sapporo (Japón), Tel Aviv-Yafo (Israel), York (Reino Unido).

13.7.- Ciudades Creativas de Gastronomía

Actualmente la subred de ciudades creativas de gastronomía cuentan con 18 ciudades de 15 países diferentes, son: Belém (Brasil), Bergen (Noruega), Burgos (España), Chengdu (China), Dénia (España), Ensenada (México), Florianopolis (Brasil), Gaziantep (Turquía), Jeonju (República de Korea), Östersund (Suecia), Parma (Italia), Phuket (Tailandia), Popayán (Colombia), Rasht (República islámica de Iran), Shunde (China), Tsuruoka (Japón), Tucson (Estados Unidos), Zhalé (Líbano).

Ilustración 7: Mercado en Ciudad Creativa Gastronómica, Tucson (Estados Unidos)

La Red está formada por 116 ciudades de 54 países diferentes. Los países con más presencia en la Red son China y Reino Unido. China cuenta con 8 ciudades: Beijing, Shanghai y Shenzhen forman parte de la subred de Diseño; Hangzhou, Jingdezhen y Suzhou forman parte de la subred de Arte y folclore; Chengdu y Shunde que se encuentran en la subred de la Gastronomía. Reino Unido cuenta con otras 8 ciudades: Edimburgo, Norwich y Nottingham pertenecen a la subred de Literatura; Glasgow y Liverpool a la de la Música; Bradfor se encuentra en la subred de Cine; Dundee Diseño y York en Arte Digital.

En tercer lugar se encuentra Japón cuya presencia en la Red está marcada por 7 ciudades: Kanazawa y Sasayama pertenecen a la subred de Arte y folclore; Kobe y Nagoya a Diseño; Hamamatsu a Música; Sapporo a Arte Digital y Tsuruoka a Gastronomía.

14.- El caso de Dénia como Ciudad Creativa Gastronómica.[25]

La ciudad alicantina de Dénia comenzó a formar parte de la Red de Ciudades Creativas como ciudad gastronómica el 11 de diciembre de 2015. Ya en el 2014 envió su candidatura a la Red sin tener una respuesta positiva, pues la candidatura estaba más centrada en la gastronomía creativa, como su propio nombre indica y no es éste el objetivo de la UNESCO.

Ilustración 8: Logo de la candidatura de Dénia a Ciudad Creativa Gastronómica

[25] Entrevista con Asociación de Empresarios y Hosteleros de Turismo de la Marina Alta (AEHTMA), 7/03/2016.

La UNESCO indicó en la candidatura para 2015 que las características que se buscaban en una ciudad creativa, no era la creatividad propiamente dicha, sino la singularidad local de las ciudades interesadas. Estas aclaraciones fueron muy beneficiosas para la ciudad, ya que Dénia y su comarca tiene mucho recorrido en lo que se refiere a cultura gastronómica, pero había que recopilar el trabajo que se había estado llevando a cabo durante años, adaptar las nuevas acciones que exigía la UNESCO y plasmarlo en la candidatura. A pesar de tener una larga historia gastronómica, la elaboración de la candidatura fue un trabajo riguroso en el que se necesitaba la participación de no sólo el sector público y privado, sino también de la población comarcal. Finalmente el conjunto de la ciudad de Dénia y comarca consiguió ser admitida.

Ilustración 9: Logo designado por la UNESCO a la ciudad de Dénia y comarca Marina Alta

Se acaba de iniciar una era de cuantioso trabajo tanto por parte de la administración pública como por parte de asociaciones y otros involucrados. El título no le da tanta importancia a la creatividad en la cocina, como al respeto por lo autóctono, aunque esto no quiere decir que se deje de lado. Lo que se busca es una fusión entre salvaguardar la gastronomía nativa y un desarrollo sostenible del entorno.

15.- Candidatura de Dénia[26]

La candidatura de Dénia y Marina Alta se presentó con el nombre de **"Dénia & Marina alta #Tasting Life"**, combinación de pasado y presente, donde por un lado se fomenta el respeto por un legado cultural e histórico que ha ido dejando huella a lo largo de más de 2.000 años y por otro, el duro trabajo del sector público, privado y ciudadanos por fusionar la innovación con el desarrollo sostenible.

[26] . Equipo Redactor Ciudad Creativa Dénia (2015).Formulario para la candidatura de Dénia a Ciudad Creativa de la Gastronomía 2015. <http://www.aehtma.com/file/2016/01/CANDIDATURA-D%C3%89NIA-UNESCO-DOCUMENTO.pdf> [Consulta 18 de febrero 2016]

Para ver cómo se realizó la candidatura de Dénia a la Red de Ciudades Creativa, se tomarán los 7 puntos básicos que indicó la UNESCO en el **"Manual para solicitudes de 2015"[27] (punto 10.- de este Proyecto)** y se cotejarán a continuación con el formulario de candidatura de Dénia a Ciudad Creativa de la gastronomía.

1).- Proceso de participación: la solicitud debe de ser preparada por la delegación municipal y debe resultar del proceso de participación entre comerciantes y participantes del sector público y privado[28].

"En marzo de 2015 se constituyó un Comité de Dirección encargado del proceso. Por mandato de ese comité y de su máximo responsable (Alcaldía), se formó un Equipo Redactor para dar forma y contenido a la candidatura. Un Consejo Asesor que sugirió líneas de acción y dio el beneplácito al proyecto. El pleno del Ayuntamiento, con la unanimidad de todos los grupos políticos, apoyó la presentación de la candidatura. El Equipo Redactor ha estado compuesto por técnicos del Ayuntamiento, gastrónomos, productores agrícolas y del mar, universidades e instituciones educativas, fundaciones culturales y de la sociedad civil, industria gastronómica y administración regional. A través de entrevistas, encuentros y paneles de expertos, se ha planificado el futuro de Dénia como ciudad creativa de la gastronomía"[29]

La constitución de los diferentes órganos fue fundamental para dar forma a un trabajo que lleva realizándose desde hace muchos años en Dénia y toda la Marina Alta entre comerciantes, sector público y privado. Al crear estos órganos con sus respectivas tareas, se asentaron unas directrices que eran básicas para poder organizar la candidatura del proyecto. Además, Dénia recibió la visita de dos ciudades miembros de la red de ciudades creativas de la UNESCO, que ayudaron compartiendo su experiencia.[30]

---

27 UNESCO, Creative Cities Network (2015) "Applicant's handbook, 2015 call for applications" <https://en.unesco.org/creative-cities/sites/creative-cities/files/Applicant_handbook_2015Call_UNESCO_Creative_Cities_Network.pdf>[Consulta 3 de junio de 2016]

28 UNESCO, Creative Cities Network (2015) "Applicant's handbook, 2015 call for applications"p.1 <https://en.unesco.org/creative-cities/sites/creative-cities/files/Applicant_handbook_2015Call_UNESCO_Creative_Cities_Network.pdf>[Consulta 3 de junio de 2016]

29 . Equipo Redactor Ciudad Creativa Dénia (2015).Formulario para la candidatura de Dénia a Ciudad Creativa de la Gastronomía 2015. p.2<http://www.aehtma.com/file/2016/01/CANDIDATURA-D%C3%89NIA-UNESCO-DOCUMENTO.pdf> [Consulta 17 de marzo 2016]

30 . Entrevista con Asociación de Empresarios y Hosteleros de Turismo de la Marina Alta (AEHTMA), 07/03/2016.

2).- Acercarse a una visión de futuro: el patrimonio cultural y los actuales valores particulares de la ciudad candidata deben ser los pilares para construir un plan de acción firme, el cual contribuye al desarrollo sostenible de la ciudad[31].

"Tras meses de intenso trabajo, el resultado es un Plan de Acción en el que se han identificado necesidades, se han analizado problemas y oportunidades y se han propuesto soluciones viables en el marco de un desarrollo urbano sostenible. Una hoja de ruta y un plan detallado para que la ciudad pueda afrontar los objetivos planteados por la UNESCO."[32]

Analizando el patrimonio cultural y los valores de Dénia y Marina Alta, se detecta que a pesar de que se posee mucha riqueza en patrimonio cultural y valores particulares (técnicas de agricultura y pesca, técnicas gastronómicas, productos autóctonos…) no se está fomentando ni salvaguardando estas particularidades. Es decir, se debe establecer una línea de acción para que de una forma común, los diferentes sectores se pongan de acuerdo para impulsar estos productos y técnicas autóctonas. De esta forma se llegará a un desarrollo sostenible.[33]

3).-Desarrollo sostenible incluido: la UCCN fomenta el desarrollo sostenible a través de la creatividad en un nivel económico, cultural, social y medioambiental. Es importante considerar la inclusión del enfoque al desarrollo y tomar todos estos factores en consideración cuando se formulen las iniciativas dentro de la solicitud[34].

"La tradición gastronómica de Dénia y la Marina Alta se remonta a la Antigüedad. Los fenicios introdujeron la vid y la elaboración del vino, pionera en la península ibérica, creando en Dénia la primera bodega de la Península Ibérica. La pasa de la Marina se exportó desde el siglo XV a toda Europa y desde el XIX a América.

Las almadrabas y el garum de Dianium, la Dénia romana, prueban la larga tradición de salazones. Atún, melva, o pulpo seco se consumen en aceite de oliva o en guisos. De los

---

31 UNESCO, Creative Cities Network (2015) "Applicant's handbook, 2015 call for applications"p.1 <https://en.unesco.org/creative-cities/sites/creative-cities/files/Applicant_handbook_2015Call_UNESCO_Creative_Cities_Network.pdf>[Consulta 3 de junio de 2016]

32 . Equipo Redactor Ciudad Creativa Dénia (2015).Formulario para la candidatura de Dénia a Ciudad Creativa de la Gastronomía 2015. p.3<http://www.aehtma.com/file/2016/01/CANDIDATURA-D%C3%89NIA-UNESCO-DOCUMENTO.pdf> [Consulta 17 de marzo 2016]

33 . Entrevista a Técnico de la Ciudad Creativa de Dénia (15 de febrero de 2016).

34 UNESCO, Creative Cities Network (2015) "Applicant's handbook, 2015 call for applications"p.1 <https://en.unesco.org/creative-cities/sites/creative-cities/files/Applicant_handbook_2015Call_UNESCO_Creative_Cities_Network.pdf>[Consulta 3 de junio de 2016]

productos frescos del mar destacan los erizos de mar, comidos en crudo, y la gamba roja elaborada a la manera local: hervida en agua de mar. De la Daniya musulmana proceden platos y métodos culinarios, procedimientos de cultivo y un amplio patrimonio agrario. Las cocas de trigo están documentadas en 1627. Se siguen elaborando, como entonces, […]. El arroz se impone en el siglo XVIII. Se elaboran arroces caldosos y melosos con verduras y hortalizas. Entre los arroces secos, muy variados, destaca el arroz a banda, a base de caldo de pescado, y ya se servía en los banquetes de principios del siglo XX."[35]

El Plan de Acción que se define conserva "avanzar en un modelo de economía colaborativa, creativa y local, basado en la alimentación mediterránea, tradicional e innovadora, característica de Dénia y la Marina Alta."[36]

4).- Compromiso duradero: las ciudades que consideren enviar la solicitud deber ser conscientes que el nombramiento de ciudad creativa de la UNESCO implica un compromiso continuo y activo hacia la implementación de los objetivos de la UCCN. En particular las ciudades candidatas deben preparar e implementar de forma insistente un plan de acción, y regularmente informar sobre sus logros y participar en las reuniones anuales de la UCCN[37].

"La cadena gastronómica tiene un peso esencial en la economía de Dénia y su región. El 91% de las actividades turísticas están ligadas a la gastronomía. Sólo en Dénia 500 bares y restaurantes generan más de 2.500 empleos directos. […]

La agricultura ocupa una superficie de 15.730 hectáreas. Se cosechan naranjas y almendras, arroz, viñas de moscatel y giró, y olivares. Hay una variada presencia de hortalizas, y en el interior se producen las cerezas de la Montaña de Alicante (Indicación Geográfica Protegida), Manzanas autóctonas, como el Perelló o la variedad Cristal. Los productos se reúnen en cooperativas que tratan los frutos y les dan salida comercial."[38]

---

[35] . Equipo Redactor Ciudad Creativa Dénia (2015).Formulario para la candidatura de Dénia a Ciudad Creativa de la Gastronomía 2015. p.3<http://www.aehtma.com/file/2016/01/CANDIDATURA-D%C3%89NIA-UNESCO-DOCUMENTO.pdf> [Consulta 17 de marzo 2016]

[36] . Ciudad Creativa Dénia,Candidatura a la Red de Ciudades Creativas de la UNESCO, <https://drive.google.com/file/d/0B9RAEFqzgFvINWRPaV9UN25wN0U/view>[Consulta el 23 de abril de 2016]

[37] . UNESCO, Creative Cities Network (2015) "Applicant's handbook, 2015 call for applications"p.1 <https://en.unesco.org/creative-cities/sites/creative-cities/files/Applicant_handbook_2015Call_UNESCO_Creative_Cities_Network.pdf>[Consulta 3 de junio de 2016]

[38] . Equipo Redactor Ciudad Creativa Dénia (2015).Formulario para la candidatura de Dénia a Ciudad Creativa de la Gastronomía 2015. p.3<http://www.aehtma.com/file/2016/01/CANDIDATURA-D%C3%89NIA-UNESCO-DOCUMENTO.pdf> [Consulta 17 de marzo 2016]

5).- Plan de acción concreto: la solicitud deber incluir proyectos específicos, iniciativas o políticas a nivel local e internacional para ser desarrolladas en los siguientes 4 años al nombramiento. El resultado e impacto de estos proyectos e iniciativas serán evaluados a través de la misma ciudad[39].

"Dénia tiene como línea básica de su estrategia de futuro la preservación del entorno natural, las raíces culturales y la biodiversidad de su territorio sin renunciar a su condición de destino turístico, su base económica. El objetivo exige un desarrollo inteligente y sostenible."[40]

Para llevar a cabo este plan de acción local a 4 años, se ha diseñado el **"El Plan XARXA, LOCAL FOOD ECOSYSTEM**, que pretende aumentar la producción y demanda de alimentos frescos, de temporada, autóctonos y saludables, redescubrir tradiciones gastronómicas y desarrollar un nuevo sentido de la cultura de la alimentación en toda la comarca de la Marina Alta. Esta iniciativa se compone de tres programas que abarcan ámbitos distintos de un mismo sistema gastronómico respetuoso con su entorno y ligado a los hábitos culturales territoriales y marineros."[41]

El Plan XARXA, LOCAL FOOD ECOSYSTEM[42]

1. XARXA/BANCALET

Objetivos:

1) Crear las condiciones para el aumento de la alimentación local agraria y su mayor presencia en la oferta gastronómica local.
2) Concienciar sobre el consumo de productos saludables y autóctonos.

---

39 UNESCO, Creative Cities Network (2015) "Applicant's handbook, 2015 call for applications"p.2 <https://en.unesco.org/creative-cities/sites/creative-cities/files/Applicant_handbook_2015Call_UNESCO_Creative_Cities_Network.pdf>[Consulta 3 de junio de 2016]

40 . Equipo Redactor Ciudad Creativa Dénia (2015).Formulario para la candidatura de Dénia a Ciudad Creativa de la Gastronomía 2015. p.1 y p.2 <http://www.aehtma.com/file/2016/01/CANDIDATURA-D%C3%89NIA-UNESCO-DOCUMENTO.pdf> [Consulta 17 de marzo 2016]

41 .Equipo Redactor Ciudad Creativa Dénia (2015).Formulario para la candidatura de Dénia a Ciudad Creativa de la Gastronomía 2015. p.10 <http://www.aehtma.com/file/2016/01/CANDIDATURA-D%C3%89NIA-UNESCO-DOCUMENTO.pdf> [Consulta 17 de marzo 2016]

42 . Equipo Redactor Ciudad Creativa Dénia (2015).Formulario para la candidatura de Dénia a Ciudad Creativa de la Gastronomía 2015. p.10 <http://www.aehtma.com/file/2016/01/CANDIDATURA-D%C3%89NIA-UNESCO-DOCUMENTO.pdf> [Consulta 17 de marzo 2016]

2. XARXA/MAR

Objetivo: Compatibilizar la conservación de los ecosistemas marinos y el aprovechamiento de los recursos pesqueros mediante la diversificación del consumo: promoción del consumo de especies de temporada, comercial y gastronómicamente poco conocidas.

3. XARXA/ARROZ BOMBÓN

Objetivo: Reintroducir en el mercado gastronómico el arroz Bombón, una variedad que se perdió por ser hipersensible al uso de pesticidas. La Universidad Politécnica de Valencia[43] desarrolla una investigación que ha permitido su reimplantación experimental.

Ilustración 10: Diferentes cosechas de arroz Bombón (especie recuperada en Pego)

TANGER/ OPEN ÁFRICA[44]

Como acciones de ámbito internacional, Dénia ha iniciado contactos de hermanamiento con la ciudad de Tánger (Marruecos) […] Los dos proyectos que presentamos, bajo el título **TÁNGER/ OPEN ÁFRICA,** tienen por objeto establecer puentes de comunicación y promover los principios de la Red de Ciudades Creativas de la UNESCO […].

1. TÁNGER/ TWINNING

Objetivo: Establecer un convenio de hermanamiento que estimule la cooperación transfronteriza entre organizaciones culturales y creativas de Dénia y Tánger, y especialmente en los ámbitos de la gastronomía, la música y el cine.

---

43 Equipo Redactor Ciudad Creativa Dénia (2015).Formulario para la candidatura de Dénia a Ciudad Creativa de la Gastronomía 2015. p.11 <http://www.aehtma.com/file/2016/01/CANDIDATURA-D%C3%89NIA-UNESCO-DOCUMENTO.pdf> [Consulta 17 de marzo 2016]

44 .Equipo Redactor Ciudad Creativa Dénia (2015).Formulario para la candidatura de Dénia a Ciudad Creativa de la Gastronomía 2015. p.12 <http://www.aehtma.com/file/2016/01/CANDIDATURA-D%C3%89NIA-UNESCO-DOCUMENTO.pdf> [Consulta 17 de marzo 2016]

2.- TÁNGER/ ECOSYSTEM

Objetivo: Reconocer e impulsar el ecosistema local de alimentación de Tánger. Intercambiar experiencias gastronómicas.

6).- Intercambios y cooperación: los intercambios entre las ciudades miembros son vitales para la Red y son uno de sus objetivos principales. Es por ello muy importante para las ciudades candidatas demostrar la habilidad de desarrollar actividades e iniciativas de colaboración a nivel internacional con los miembros de la Red[45].

Como en la llamada de solicitudes de 2015 la UNESCO hizo mucho hincapié en la importancia de existir una relación anterior a la solicitud por parte de la ciudad candidata y ciudades ya adheridas a la Red, las actuaciones que se tomaron fueron:

"1. En marzo de 2015 la ciudad de Dénia recibió a representantes de las ciudades de Popayán (Colombia) y Shunde (China), miembros de la RED DE CIUDADES CREATIVAS de la UNESCO. Durante cuatro días pudieron conocer la oferta gastronómica local, los centros de formación y el paisaje agroalimentario de la comarca, y se establecieron lazos para potenciar futuros acuerdos."[46]

Ilustración 11: Visita de miembros de Ciudades Creativas Popayán y Shunde, Dénia 2015.

2. "Dénia ha solicitado participar en el programa Cultura para las Ciudades y Regiones de EUROCITIES. Quince ciudades europeas se ofrecen como tutoras de buenas prácticas a otras que adoptan la cultura y la herencia cultural como fuerza impulsora del crecimiento y la inclusión social. Dénia tiene la posibilidad de colaborar con la ciudad Bolonia (Ciudad Creativa de la Música UNESCO)"[47]

---

45 UNESCO, Creative Cities Network (2015) "Applicant's handbook, 2015 call for applications"p.2 <https://en.unesco.org/creative-cities/sites/creative-cities/files/Applicant_handbook_2015Call_UNESCO_Creative_Cities_Network.pdf>[Consulta 3 de junio de 2016]

46 Equipo Redactor Ciudad Creativa Dénia (2015).Formulario para la candidatura de Dénia a Ciudad Creativa de la Gastronomía 2015. p.9 <http://www.aehtma.com/file/2016/01/CANDIDATURA-D%C3%89NIA-UNESCO-DOCUMENTO.pdf> [Consulta 17 de marzo 2016]

47 . Equipo Redactor Ciudad Creativa Dénia (2015).Formulario para la candidatura de Dénia a Ciudad Creativa de la Gastronomía 2015. p.9 <http://www.aehtma.com/file/2016/01/CANDIDATURA-D%C3%89NIA-UNESCO-DOCUMENTO.pdf> [Consulta 17 de marzo 2016]

7).-Visión general: el plan de acción necesita encajar con las prioridades de la ciudad , así como los objetivos de la UCCN y debe adaptarse a la gestión, financiación y recursos humanos disponibles de la ciudad[48].

Contribuciones de la ciudad en términos de alcanzar los objetivos de la Red de acuerdo al plan presentado[49]

1. Considerar nuestra cultura y nuestras industrias creativas gastronómicas y agroalimentarias como motor de regeneración urbana y vitalidad económica.
2. Aprovechar nuestra cultura gastronómica para alcanzar la inclusión social, la innovación social y el diálogo intercultural.
3. Preservar nuestra forma de vivir la gastronomía, entendida como un sistema sostenible de alimentación (producción sostenible + alimentación saludable), y desplegada en el centro de nuestro futuro desarrollo.
4. Introducir formas innovadoras para proteger nuestra herencia cultural, como fuerzas impulsoras de nuestra actividad creativa.
5. Promover la cooperación internacional en base a las buenas prácticas detectadas y según los principios que inspiran la Red de Ciudades Creativas de la UNESCO.

16.- Decálogo Dénia Local Food Ecosystem[50]

Una vez publicada la resolución de la candidatura51 se decidió un decálogo para el programa "DÉNIA LOCAL FOOD ECOSYSTEM" dentro del proyecto DÉNIA & MARINA ALTA # Tasting Life.

1.- Nuestra comarca como laboratorio creativo y de innovación. Un clúster de industrias culturales relacionadas con la gastronomía y la alimentación.

2.- Más gobernanza y participación de la comunidad en la protección de nuestra biodiversidad.

---

48 UNESCO, Creative Cities Network (2015) "Applicant's handbook, 2015 call for applications"p.2 <https://en.unesco.org/creative-cities/sites/creative-cities/files/Applicant_handbook_2015Call_UNESCO_Creative_Cities_Network.pdf>[Consulta 3 de junio de 2016]

49 . Equipo Redactor Ciudad Creativa Dénia (2015).Formulario para la candidatura de Dénia a Ciudad Creativa de la Gastronomía 2015. p.15 <http://www.aehtma.com/file/2016/01/CANDIDATURA-D%C3%89NIA-UNESCO-DOCUMENTO.pdf> [Consulta 17 de marzo 2016]

50 . DÉNIA & MARINA ALTA # Tasting Life. < www.deniacreative.city>[Consulta 26 de abril de 2016]

51 . UNESCO, Creative Cities Network (12/12/2015) <http://webcache.googleusercontent.com/search?q=cache:2f_jvjvFMicJ:en.unesco.org/creative-cities/events/47-cities-join-unesco-creative-cities-network+&cd=1&hl=es&ct=clnk&gl=es&client=ubuntu> [Consulta 4 de junio de 2016]

3.- Crecimiento sostenible (beneficios sociales, económicos y medioambientales) de nuestra comunidad basado en nuestra agricultura y pesca tradicionales.

4.- Nuevas oportunidades y nuevos emprendimientos para una economía local basada en el desarrollo de nuestra industria agroalimentaria y gastronómica.

5.- Colaboración público-privada: nuevos partenariados para los nuevos desafíos del desarrollo urbano sostenible.

6.- Una alimentación más sana, vinculada a los productos autóctonos y respetuosa con el entorno.

7.- Una gastronomía creativa e imaginativa entendida como expresión de la identidad de nuestro territorio y paisaje.

8.- Custodia de los conocimientos agrícolas y pesqueros tradicionales, auténticas "reservas" de saberes para nuestro futuro.

9.- Reconectar a la gente con el origen de los alimentos, buscando cambios positivos de actitud en el comportamiento de todos los sectores (consumidores, escuelas, cocineros, ciudadanos…).

10.- Mejora de la calidad de vida de la ciudadanía de Dénia y Marina alta. Prosperidad, respeto a la diversidad y diálogo intercultural.

17.- Beneficios adquiridos desde el nombramiento

Como se ha comentado anteriormente, el nombramiento es muy reciente, y a pesar de que todos los sectores implicados están muy ilusionados con el nombramiento de Dénia y comarca, la mayoría de ideas y proyectos están únicamente apalabrados. A continuación veremos los que ya están tomando forma:

17.1.- Convenio de colaboración con la Shunde Polytechnic de China[52]

Dénia invitó a todas las ciudades pertenecientes a la Red de Ciudades Creativas Gastronómicas de la UNESCO durante las fiestas de las Fallas en marzo de 2015. Este acto se realizó principalmente para seguir las directrices de la UNESCO de establecer unas relaciones internacionales con ciudades que ya fueran pertenecientes a la Red.

Popayán y Shunde fueron las dos ciudades que aceptaron la invitación y, visitaron la ciudad y comarca para conocer el potencial gastronómico que guarda la Marina Alta.

---

52 . AYUNTAMIENTO DE DÉNIA, Actualidad (16/12/2015) <http://www.denia.es/es/informacio/actualitat/new.aspx?id=4142 >[Consulta: 18 de abril 2016]

Entre los visitantes se encontraba la directora de la Shunde Polytechnic, Fang Li. La Shunde Polytechnic es una escuela de educación superior de Turismo y Hostelería de las más prestigiosas de China. La directora quedó tan impresionada con las técnicas y peculiaridades de la gastronomía de la Marina Alta que ofreció realizar un convenio entre Shunde y Dénia-Comarca.

"El convenio contempla la realización de contenidos audiovisuales y formativos sobre la gastronomía de Dénia y su comarca. Posteriormente, se diseñará un curso de formación on-line dirigido a los alumnos de gastronomía de la Shunde Polythechnic con el que aprenderán nuevas técnicas de cocina de la mano de nuestra comunidad gastronómica local.

El curso de cocina será financiado íntegramente por la Ciudad Creativa china con un presupuesto de 28.000 euros. Por su parte, el Ayuntamiento de Dénia pondrá a disposición los recursos técnicos y humanos para su producción, prevista para los meses de junio y julio de 2016."[53]

17.2.- Convenio Programa Erasmus+ con Horldaland County Council (Bergen)

El pasado mes de febrero se firmó la participación de un Programa Erasmus+ con la entidad Hordaland County Council (Bergen, Ciudad Creativa de la Gastronomía). Con la finalidad del Intercambio de formadores y alumnos[54]

17.3.- Primer encuentro de ciudades creativas de la Gastronomía

Del 8 al 12 de Mayo de 2016 tuvo lugar el primer encuentro de ciudades creativas de la Gastronomía en Parma (Italia), con el objetivo de ir preparando el encuentro internacional de Ciudades Creativas en Östersund (Suecia, en Septiembre 2016)[55].

17.4.- Preacuerdo entre la Agencia Valenciana de Turismo (AVT) y la Ciudad Creativa.

---

53 . AYUNTAMIENTO DE DÉNIA, Actualidad (16/12/2015) <http://www.denia.es/es/informacio/actualitat/new.aspx?id=4142 >[Consulta: 18 de abril 2016]

54 Información proporcionada vía correo electrónico por Floren Terrades,Técnico de Ciudad Creativa de Dénia.

55 DÉNIA.COM, "Dénia se interesa por la educación gastronómica de los más pequeños para el proyecto de Ciudad Creativa"(16/05/2016) <http://www.denia.com/denia-se-interesa-por-la-educacion-gastronomica-de-los-mas-pequenos-para-el-proyecto-de-ciudad-creativa/> [Consulta: 4 de junio de 2016]

El secretario autonómico de la AVT, se ha comprometido con el proyecto de Ciudad Creativa Gastronómica a aportar una colaboración financiera de los presupuestos autonómicos de 2017. Falta la formalización del proyecto[56].

17.5.- Reunión con el Ayuntamiento de Teulada (Población Marina Alta)

Los Alcaldes de Dénia y Teulada se reunieron el pasado 19 de abril de 2016 en el Ayuntamiento de Dénia para acordar las líneas de colaboración entre ambas ciudades en el ámbito turístico y gastronómico.

"Esta colaboración debe ir más allá del plano institucional y buscar la implicación de productores, hosteleros, distribuidores y el resto de agentes económicos y sociales del territorio de la Marina Alta."[57]

17.6.- Dénia y Burgos ciudades gastronómicas de la UNESCO

La ciudad de Burgos fue nombrada, al igual que Dénia, en diciembre de 2015 como Ciudad Creativa Gastronómica de la UNESCO. En la Feria Internacional de Turismo en Madrid, FITUR 2016, se reunieron ambas ciudades para unir fuerzas.

"En estos encuentros se ha acordado llevar a cabo una cooperación tanto a nivel de eventos gastronómicos promocionales como en el plano de intercambio de conocimientos que sirvan para apoyar los proyectos de ambas ciudades"[58].

"Asimismo, durante este 2016 se organizará un intercambio de visitas institucionales entre las dos ciudades para conocer los destinos y dar pie a las siguientes acciones conjuntas."[59]

---

56 LA MARINA PLAZA, Diari de la Marina Alta (30/03/2016) <http://lamarinaplaza.com/2016/03/30/el-consell-reservara-dinero-de-su-presupuesto-de-2017-para-denia-ciudad-creativa-de-la-gastronomia/>[Consulta: 12 de abril de 2016]

57 . LA RED COMARCAL.COM, Actualidad comarcal de la Comunidad Valenciana (19/04/2015) <http://laredcomarcal.com/not/21303/denia-y-teulada-abren-caminos-de-colaboracion-en-turismo-y-gastronomia/>[Consulta: 23 de abril de 2016]

58 LA MARINA PLAZA, Diari de la Marina Alta (22/01/2016) <http://lamarinaplaza.com/2016/01/22/burgos-denia-conexion-gastronomica/>[Consulta: 8 de abril de 2016]

59 . LA MARINA PLAZA, Diari de la Marina Alta (22/01/2016) <http://lamarinaplaza.com/2016/01/22/burgos-denia-conexion-gastronomica/>[Consulta: 8 de abril de 2016]

17.7.- Curso de agricultura ecológica en Dénia[60]

La concejalía de agricultura, la oficina de Ciudad Creativa y la asociación "La Sembra" han organizado un curso de agricultura ecológica que consta de clases teórico-prácticas para los interesados en iniciarse en este campo.

17.8.- Proyecto Biomoscatell

"La última adhesión ha sido la del Biomoscatell de Poble Nou de Benitatxell, una fuerte apuesta del ayuntamiento que consiste en el vino Moraig y zumo de moscatel en conversión ecológica, dos productos que se ajustan a las características del proyecto gastronómico dianense."[61]

18.- Opinión personal sobre la Red de Ciudades Creativas y el caso de Dénia

Se ha de decir que en general la realización del proyecto ha causado un sentimiento positivo, pues en los tiempos actuales con problemas económicos, falta de respeto por los derechos humanos y conflictos terroristas, es satisfactorio indagar en el trabajo de una organización que lucha por un mundo mejor como es la UNESCO.

La Red de Ciudades Creativas

La Red de Ciudades Creativas de la UNESCO es un proyecto que, de una forma original, estimula a buscar soluciones a problemas de la humanidad: fomentar el desarrollo y proteger el medio ambiente, lo que conjuntamente nos lleva a amparar el desarrollo sostenible, y por otro lado la disminución de la pobreza en cierto modo, ya que formar una Red de ciudades con la posibilidad de ampliarse, motiva a crear sinergias entre destinos desarrollados y menos desarrollados. De hecho, una de las condiciones para entrar a formar parte de la Red de Ciudades Creativas es que la ciudad que postula realice un proyecto de colaboración con una ciudad que no forma parte de la Red. De esta forma, se promueve la expansión de conocimientos en uno de los siete campos creativos de la Red Creativa.

---

60 . DÉNIA.COM " Dénia potenciará la agricultura ecológicas a través de cursos y bancos de tierra" (10/03/2016) <http://www.denia.com/denia-potenciara-la-agricultura-ecologica-a-traves-de-cursos-y-bancos-de-tierra/> [Consulta 25 de abril de 2016]

61 . . DÉNIA.COM " El Biomoscatell del Poble Nou de Benitachell se una al proyecto "Dénia & Marina Alta Tasting Life"(23/05/2016)<http://www.denia.com/el-biomoscatell-de-poble-nou-de-benitatxell-se-une-al-proyecto-denia-marina-alta-tasting-life/> [Consulta: 6 de junio de 2016]

“Si el desarrollo se iguala a crecimiento económico, la cultura pasa a cumplir una función instrumental: no es algo que tenga valor en sí mismo, sino un medio para promover y sostener el progreso económico”[62]

Los siete campos que forman la Red de Ciudades Creativas tienen como fin común añadir un valor cultural, creativo y de identidad a los partícipes de la Red directamente, y a otras ciudades indirectamente. Estos valores sirven como herramientas para alcanzar un valor económico, ya que como resultado aumentará el número de turistas o individuos interesados en los campos de la Red. Se interpreta este trabajo como una difusión de “economía del aprendizaje”-. Cuya expresión alude a “una sociedad donde la capacidad de aprender- y, por tanto, de innovar- resulta vital para el éxito económico y donde el conocimiento es valorado como un recurso estratégico”[63].

Directrices a seguir para ser Ciudad Creativa

Las directrices que se han de seguir para ser aceptada una ciudad en la Red son bastante extensas, como se ve en el proyecto. Éstas, descubrirán el legado histórico de la ciudad candidata, y el trabajo que se ha estado realizando para explotarlo. Estas exigencias por otra parte le dan más prestigio al título, ya que requieren esfuerzo y dinamismo de la ciudad que lo obtiene, no solo para obtenerlo sino también para conservarlo.

Ciudades actuales de los siete campos creativos

Ha sorprendido que dos países tan diferentes como Japón e Inglaterra estén tan igualados en la presencia en la Red de Ciudades Creativas de la UNESCO, al igual que haya países con un umbral de pobreza muy alto y aún así hayan conseguido pertenecer a la Red, como es el caso de la ciudad de Dakar (Senegal) y Jacmel (Haití). Esto ha causado mucha satisfacción a la autora al ver que no se le cierran las puertas a ciudades que tengan problemas económicos.

---

[62] . Comisión Mundial de Cultura y Desarrollo de la UNESCO, “Nuestra Diversidad Creativa”- Versión resumida- París, (Septiembre de 1996), p.12.

[63] . Michael Hall, C. (2015) *Tourism. Rethingking the Social Science of Mobility*, Editorial Síntesis, S.A. Vallehermoso, Madrid. p. 144.

De los 7 campos, las subredes que tienen más presencia en cuanto a ciudades son: Diseño (19%), Arte y folclore con Literatura (17%), Gastronomía y Música (16%). Las dos subredes con menor porcentaje son Arte digital (8%) y Cine (7%)[64].

Se piensa que la subred de Arte digital tiene menor presencia porque es un tema bastante novedoso pero que con el tiempo ganará terreno. Respecto a la subred de Cine y su escasa presencia debe de ser porque es un sector con un alto coste económico.

Dénia, Ciudad Creativa de la Gastronomía

Aunque la Candidatura de Dénia a ciudad Gastronómica no es muy extensa (15 páginas) los entes entrevistados que se han encargado de su realización aseguran que conlleva un trabajo muy riguroso. La candidatura Dénia & Marina Alta # Tasting Life, plasma la identidad de la ciudad de Dénia y comarca, todo el trabajo que se ha estado realizando entorno a la gastronomía durante los cuatro últimos años, las iniciativas dirigidas a alcanzar los objetivos de la Red y el Plan de comunicación y concienciación a través de la página web WWW.DENIACREATIVE.CITY.

Iniciativas desde la candidatura

Dentro de las iniciativas dirigidas a alcanzar los objetivos de la Red, se encuentra el plan de acción local XARXA LOCAL FOOD ECOSYSTEM y el internacional TANGER/ OPEN ÁFRICA, que se ha visto en el punto 15 “Candidatura de Dénia” de este proyecto, y que a continuación se comentará

El plan de acción local “XARXA LOCAL FOOD ECOSYSTEM” se divide en tres acciones:

Xarxa/bancalet

Esta actuación resulta muy interesante ya que cada vez más personas se preocupan por su salud y están interesadas en consumir productos que hayan sufrido las menores alteraciones posibles. Cada vez es más popular consumir productos de kilómetro 0 o de

[64] . Ciudades Creativas de la UNESCO, “UCCN today: 116 Cities in 54 countries” (14 de enero 2016) <http://en.unesco.org/creative-cities/events/uccn-today-116-cities-54-countries> [Consulta: 8 de junio 2016]

agricultura ecológica[65]. El inconveniente que les acompaña es que los productos de kilómetro 0 siempre reducirán nuestra variedad en la despensa, por lo que la asociación SLOW FOOD exige a los restaurantes que optan por este distintivo utilizar como mínimo el 40% de alimentos de kilómetro 0[66]. Los alimentos de agricultura ecológica puede que no estén al alcance para todos los consumidores.

Xarxa/ mar

Esta acción puede ser muy beneficiosa ya que el descubrimiento de nuevas recetas culinarias con diferentes variedades de pescados puede desatascar a algunas especies que no son tan requeridas y sosegar el consumo de aquéllas que tienen mucha demanda[67].
Esto ayudaría a conservar especies que en el momento actual están vetadas, como es el caso del erizo en Dénia[68]

Xarxa/ arroz Bombón

Este tipo de variedad de arroz es algo muy singular de la Marina Alta, concretamente de Pego[69]. Si finalmente se consigue su introducción en la gastronomía, se habrá logrado la recuperación de una variedad ya perdida. De esta forma, se colabora con los objetivos que tiene la Red de Ciudades Creativas de la UNESCO de salvaguardar el género autóctono de una ciudad.

Hay varias ideas para este tipo de arroz. Por un lado la empresa Pego Natura[70] tiene idea de comercializarlo como “Arroz de Alicante”, que tiene la singularidad de quedarse más suelto al ser cocinado. Desde el CDT de Dénia se está estudiando la posibilidad de envejecerlo para venderlo según su cosecha[71], al igual que se hace con el vino, pero esto aún se está estudiando y no se conoce cuál va a ser la reacción del grano al envejecer.

---

65 . EROSKI CONSUMER, Productos kilómetro 0, más frescos y ecológicos <http://www.consumer.es/web/es/medio_ambiente/urbano/2014/11/13/220914.php>[Consulta: 3 de junio 2016]
66 . SLOOW FOOD SPAÑA <https://slowfood.es/restaurantes-km0/>[Consulta: 11 de marzo de 2016]
67 . Entrevista a presidente de la Cofradía de Pescadores de Dénia, (6/04/2016).
68 . DIARIO OFICIAL DE LA COMUNITAT VALENCIANA, DECRETO 50/2005, de 4 de marzo, del Consell de la Generalitat, por el que se regula la extracción del erizo de mar. [2005/Q2719 <http://www.docv.gva.es/portal/ficha_disposicion_pc.jsp?sig=1388/2005&L=1> [Consulta: 9 de junio de 2016]
69 . López Campos, G. et al. (1970). *Variedades de arroz, cultivadas en España.* Federación Sindical de agricultores arroceros de España, Estación Arrocera (I.N.I.A) Valencia. p. 35,
70 . Entrevista a empresario de Pego Natura, Vicente Dominguis Rovira, (11/04/2016).
71 . Entrevista a Chef de CDT Dénia, Evaristo Miralles, (1/04/2016).

TANGER/ OPEN ÁFRICA

Este programa de acción internacional se divide en TANGER/TWINNING y TANGER/ECOSYSTEM. Tiene el objetivo de promover los principios de la Red de Ciudades Creativas de la UNESCO en la ciudad de Tánger, Marruecos. Actualmente esta acción está paralizada hasta el año 2017[72].

El compromiso que ofrece la ciudad de Dénia es fomentar uno de sus más valiosos sectores, que es la gastronomía[73]. Por encima de todo se pretende respetar los métodos tradicionales de cultivo, comercio y preparación de los alimentos. Este sector es de vital importancia para la economía de la ciudad, tiene una larga historia demostrable[74] y los empresarios implicados en el sector se han esforzado y no han dejado de innovar a pesar de los últimos años de crisis.

Todo el trabajo que lleva haciéndose tantos años ha tomado forma y va a ayudar a producir sinergias entre los interesados en el sector gracias a este nuevo plan de acción.

Beneficios desde el nombramiento

El proyecto es muy novedoso y hoy por hoy, varios meses después del nombramiento se están realizando diferentes acciones para llevar a cabo el plan de acción y conseguir poco a poco las contribuciones a las que se ha comprometido la candidatura. El proyecto Dénia & Marina Alta # Tasting Life engloba a toda la comarca de la Marina Alta, por lo que deben empezar a trazarse líneas de actuación conjunta entre la ciudad referente de Dénia y las demás poblaciones de la comarca. Al igual que Dénia ha comenzado a realizar programas para implicar a la población en el proyecto (como el curso de agricultura ecológica por ejemplo) y se espera que el resto de poblaciones lo hagan también.

---

72 Información proporcionada vía correo electrónico por Floren Terrades,Técnico de Ciudad Creativa de Dénia.

73 . Ayuntamiento de Dénia, Departamento de Turismo “Plan de actuaciones 2016”

74 . LA MARINA PLAZA, Diari de la Marina Alta (1/03/2015) <http://lamarinaplaza.com/2015/03/01/la-historia-de-la-gastronomia-de-denia-clave-para-las-nuevas-tecnologias-de-la-cocina/> [Consulta: 9 de junio de 2016]

19.- Propuesta de mejora

En este apartado se expondrá una propuesta de mejora que se ha discurrido a lo largo de la elaboración del proyecto. Sobre todo han servido de inspiración las entrevistas realizadas a los entes involucrados, en especial la entrevista a José Manuel Bisseto, creador de la empresa Agricologia y el proyecto Biomoscatell.

Ilustración 12: Presentación de tercera añade del vino de Moraig de proyecto Biomoscatell

También ha sido de vital importancia la asistencia a eventos que han tenido lugar en la Marina Alta, como la feria anual de productos ecológicos y tradicionales, Xalonia[75] (16 y 17 de abril de 2016 en Jalón), asistencia a la presentación del curso de agricultura ecológica[76] (14 de abril de 2016 en la Casa de la Cultura de Dénia), presenciar la exhibición del libro "Els riuraus, l'elaboració de la pansa" y " Tercera añada del vino de Moraig"[77] (10 de abril de 2016 en Benitachell) y la participación en el "primer encuentro gastronómico del arroz caldoso"[78] (30 de abril de 2016 en Jesús Pobre).

"El turismo es el principal motor económico de Dénia"[79]. El problema es que éste está bastante estacionalizado (como la mayor parte de ciudades de la zona), pero si se aprovecha el nombramiento para hacer unión entre las poblaciones de toda la comarca, quizás se podrá crear una marca de gastronomía y autenticidad que atraiga a turistas el resto del año.

---

75 . LA MARINA PLAZA, Diari de la Marina Alta (18/04/2016) "Xalónia repite lleno y certifica su consolidación"<http://lamarinaplaza.com/2016/04/18/xalonia-repite-lleno-y-certifica-su-consolidacion/> [Consulta: el 6 de junio de 2016]

76 . AYUNTAMIENTO DE DÉNIA, Actualidad (7/04/2016)"El Ajuntament de Dénia organiza una charla informativa sobre el curso teórico práctico de agricultura ecológica"<http://www.denia.es/es/informacio/actualitat/new.aspx?id=4239< [Consulta: 6 de junio de 2016]

77 . Ajuntament del Poble Nou de Benitachell, "La ilusión de todo un pueblo dentro de una botella de vino blanco Moraig" (12/04/2016)<http://www.elpoblenoudebenitatxell.com/es/noticia/14--la-ilusion-de-todo-un-pueblo-dentro-de-una-botella-de-vino-blanco-moraig> [Consulta: 6 de junio de 2016]

78 . DÉNIA.NET "I encuentro gastronómico del arroz caldoso" (30/04/2016) <http://www.denia.net/i-encuentro-gastronomico-del-arroz-caldoso> [Consulta: 2 de junio de 2016]

79 . Vicente Grimalt, Alcalde de Dénia y Concejal de turismo (13/04/2016) Artículo ABC-Deportes<http://www.abc.es/deportes/vela/otros-derroteros/abci-mundial-marina-denia-23-25-junio-201604131616_noticia.html> [Consulta: 6 de junio de 2016]

19.1.- Proyecto Marina Alta gastronómica.

Tras conocer el Proyecto Biomoscatell y la empresa Pego Natura, y descubrir todo el trabajo que lleva la comercialización de un producto de la zona, se ha considerado la posibilidad de mostrar parte de este trabajo a turistas, habitantes de los alrededores o simplemente gente que se interese por la procedencia de los alimentos de la Marina Alta a través de un proyecto que llamaré "**Proyecto Marina Alta Gastronómica"**. La finalidad es hacerles tomar consciencia de las peculiaridades de nuestros productos y técnicas, desde la producción, comercialización y creación de éstos, hasta el consumo.

La diversidad de productos de la comarca y el microclima del que disfruta la zona es una oportunidad que no debe dejar de explotarse de forma sostenible, y qué mejor forma que mostrar a los turistas cuáles son esas diferentes técnicas, y que finalmente degusten el producto. Además, sería una forma de motivar a los trabajadores de los sectores, ya que se sentirían orgullosos de seguir utilizando estos métodos que pueden resultar atractivos para los turistas.

Ilustración 13: Visitas a los viñedos en el Poble Nou de Benitatxell

La idea principal es realizar un itinerario para visitar las poblaciones de la comarca de la Marina Alta donde todavía se conserven las técnicas de cultivo o producción autóctonas, involucrar a los visitantes a participar en los procesos (los que sean posibles), explicarles cómo funciona todo el tratamiento, desde la plantación hasta el consumo y terminar consumiendo esos productos en algún restaurante de la zona con el que se haya acordado previamente un menú elaborado con ese producto. Así pues, además de conocer las técnicas autóctonas de elaboración, se dan a conocer desde las recetas más originarias a las más innovadoras procedentes de CDT Dénia.

También se podrían realizar visitas a las principales lonjas de la comarca para que los visitantes contemplasen cómo llegan las barcas al puerto, cómo se descarga la pesca del día, cómo se subasta el pescado u otros productos y luego degustarlos como se explicó anteriormente. Además, estas acciones (sobre todo en lo que respecta a la gamba roja de Dénia), sensibilizaría a los visitantes respecto al precio que luego se ofrece en los restaurantes.

Hay dos marcas que ya realizan visitas a sus huertos esporádicamente, son el proyecto Biomoscatell y la empresa Pego Natura, pero las visitas no se realizan de forma regular, no se ofrecen en diferentes idiomas para el público extranjero, no se les ofrece un menú de degustación en un local dedicado especialmente al producto y no se están comercializando debidamente.

Tras exponer esta idea a éstas dos empresas han reaccionado de forma positiva, ya que no se dedican al sector turístico y no disponen de tiempo ni medios para hacerlo, pero ven de vital importancia que se cree una marca gastronómica conjunta de la Marina Alta y que se comercialice globalmente. De esta forma, ellos obtendrían publicidad para sus productos y se sensibilizaría a la población y turistas del trabajo que envuelve su producción.

Cada población de la comarca mostraría sus productos estrella, por ejemplo, en Dénia la gamba roja, en Pego el arroz, en Jalón el vino y la uva, en Benitachell el vino y la uva (que por su situación es diferente al de Jalón), en la Vall de Gallinera las cerezas… Además de visitar los huertos, también se pueden realizar visitas a lugares de la comarca que tienen un significado autóctono como el Museo Etnológico en Dénia, el Museo Etnológico en Jalón, el Riurau de Jesús Pobre, mercados municipales etc.

Ilustración 14: Poblaciones de la Marina Alta con sus productos gastronómicos

De esta forma, se fomentaría la variedad gastronómica de la comarca entre los visitantes y se daría publicidad a las poblaciones que no son tan conocidas como Dénia pero que también tienen su encanto, al mismo tiempo que se desestacionalizaría el turismo.

En la comarca de la Marina Alta se pueden encontrar varios comercios de producción local como por ejemplo:

1. **Carnicería Galán de Jalón**: producción de carnes y embutidos de fabricación propia desde 1964.

Ilustración 15: Mistelas, aceites y licores de Bodegas Riko, Jalón

2. **Bodegas Riko de Jalón**: venta de maquinaria para producción de vino y elaboración de vinos y licores desde 1947. Página web: http://www.bodegasrikoxalo.com/
3. **Agricologia**: empresa de Benidoleig que realiza asesoramiento y venta de productos ecológicos y locales a través de internet. Página web:http://www.agricologia.es/
4. **Biomoscatell**: producción de vino, pasas y zumos de la uva de moscatel en el Poble Nou de Benitatxell. Página web: http://es.biomoscatell.org/
5. **Pego Natura**: cultivo y comercialización de arroz procedente de la Marjal de Pego, cultivo y comercialización de cítricos. Página web: www.pegonatura.es

Se pueden encontrar muchos más negocios de productos locales en toda la Comarca, pero al ser poco conocidos tienen escaso volumen de ventas y se ofrecen sobre todo en ferias locales. Estos negocios se podrían fomentar a través de una acción dentro del proyecto Marina Alta Gastronómica, creando una marca de productos gourmet que se vendan en una tienda tanto física como on-line. De esta forma se fortalecería la marca Marina Alta Gastronómica y se ofrecería otro servicio de venta a los visitantes.

Respecto a la difusión del proyecto, el ayuntamiento de cada población dispondrá en su página web de turismo de un link que llevará a la web de Marina Alta Gastronómica, que publicitará todas las poblaciones de la comarca y en la que se podrá contactar/reservar las visitas a los diferentes eventos de ésta y acceder a la venta de los productos de la marca Marina Alta Gastronómica. Se generaría un grupo dentro de las redes sociales más comunes como Facebook y Twitter, además de publicitarse en los periódicos locales, locales extranjeros y emisoras de radio.

20.- Conclusiones

El objetivo principal de este estudio era analizar de qué forma favorece la anexión a la Red de Ciudades Creativas tomando el ejemplo de la ciudad de Dénia.

La inclusión en la Red de Ciudades Creativas de la UNESCO obliga a las ciudades a marcarse unas exigencias, un plan de acción, esfuerzos conjuntos entre diferentes sectores, dejando las creencias políticas de lado. Es una forma de reorganizar el camino hacia dónde se quiere ir y poner todos los esfuerzos en el campo de la subred a la que se quiere pertenecer, siempre respetando el desarrollo sostenible y asesorando a las ciudades que están en menor desarrollo para que logren sus objetivos.

El desarrollo sostenible es según la UNESCO "desarrollo que satisface las necesidades de la generación presente, sin comprometer la capacidad de las generaciones futuras de satisfacer sus propias necesidades"[80], es decir, la tradición local es la que se debe recuperar y fomentar para que el modelo económico sea sostenible. Aprovechando el nombramiento de Dénia y comarca como Ciudad Creativa de la gastronomía de la UNESCO y todo lo que ello engloba, es el momento de crear una conciencia social entre los habitantes de la comarca en primer lugar, y entre los visitantes en segundo, de la importancia de consumir productos autóctonos de la zona por un lado, para que el desarrollo sea factible y por otro, sostenible. Cierto es que han pasado años muy duros en lo que respecta a la economía y los consumidores iban a buscar los productos más económicos en detrimento de los productos de la misma región que resultan menos asequibles, algo que a la larga es muy negativo, pero con el nombramiento de Dénia y comarca como Ciudad Creativa de la Gastronomía en la UNESCO, se espera sensibilizar a la población para que consuma productos autóctonos aunque ello conlleve un coste superior. Por ejemplo, en Dénia existen muchos huertos de naranjos que no son comercializados porque el coste que supone no compensa a las ganancias que se estiman, y en los supermercados de la zona encontramos naranjas procedentes de países extranjeros. Esto ha ocurrido porque el coste de cultivo y comercialización de la naranja de la zona supera con creces al cultivo, comercialización e importación de naranja extranjera. Algo que se evitaría si se apoyase al productor local, pues a más venta menor es el coste de producción.

---

[80] Comisión de Bruntland, Naciones Unidas (1987), <http://www.unesco.org/new/es/education/themes/leading-the-international-agenda/education-for-sustainable-development/sustainable-development/>[Consulta: 6 de junio 2016]

Aparte de la crisis de la última década, la comarca se decantó por dejar algo de lado al motor económico del turismo y centrarse en la construcción masiva. Por ello ahora es momento de poner todo el empeño en mejorar el sector turístico lo máximo posible y recuperar el paisaje. El nombramiento de Dénia como Ciudad Creativa de la UNESCO, es un hecho que está motivando a todo el sector de turismo y restauración.

Si se aprovecha la ocasión y se involucra a los habitantes, el nombramiento puede aportar muchos beneficios a la ciudad, tanto a nivel económico como a nivel cultura. De hecho, ya se puede percibir, aparte de los convenios o proyectos que hay en marcha, una sensación de satisfacción y motivación en los sectores involucrados.

Lo que sería de suma importancia es hacer campaña de información para que la gente de la comarca esté bien informada de lo que supone el nombramiento en sí, ya que como he comentado anteriormente, muchas personas que no están involucradas piensan que es un título dedicado a la "cocina creativa", y que esto no va a aportar ningún beneficio a la conservación del medio ambiente o cultura de la zona.

Sería conveniente que en menos de dos años se hiciera un nuevo estudio sobre el "Caso de Dénia como Ciudad Creativa de la UNESCO", ya que al ser un título obtenido tan recientemente, muchas de las acciones con las que se ha comprometido la Candidatura están por confirmar. El plan que se ofrece a la UNESCO tiene una duración prevista de cuatro años, y si se realizase un análisis de la situación a mitad de periodo se podría reaccionar para subsanar los fallos cometidos y no llegar a perder el título obtenido.

Con el presente proyecto se ha pretendido mostrar el recorrido de la candidatura de Dénia y La Marina para su inclusión en la lista de ciudades creativas de la gastronomía de la UNESCO y su desenlace exitoso, así como las oportunidades de desarrollo sostenible de varios sectores que brinda el proyecto "Dénia & Marina Alta #Tasting Life". Se espera que el lector haya disfrutado tanto con su lectura como yo con su realización. A pesar de que he estudiado el Grado en Turismo y ser natural de Dénia, son muchos los conocimientos nuevos sobre la Marina Alta que este trabajo me ha aportado. Asimismo, me he sensibilizado con la cultura y las tradiciones de Dénia, y me ha hecho ver el gran potencial turístico que tiene la ciudad de Dénia y comarca Marina Alta, lugar donde nací.

21.- Bibliografía

21.1.- Referencias electrónicas

ALIANZA PARA LAS MONTAÑAS. <http://www.mountainpartnership.org/> [Consulta 10 de marzo 2016]

Ajuntament del Poble Nou de Benitachell, “La ilusión de todo un pueblo dentro de una botella de vino blanco Moraig” (12/04/2016)<http://www.elpoblenoudebenitatxell.com/es/noticia/14--la-ilusion-de-todo-un-pueblo-dentro-de-una-botella-de-vino-blanco-moraig> [Consulta: 6 de junio de 2016]

ASAJA, Asociación Agraria de Jóvenes Agricultores.<http://www.asaja.com/> [Consulta: 7 de junio de 2016]

AYUNTAMIENTO DE DÉNIA, Formulario de la UNESCO para la candidatura de Dénia a Ciudad Creativa de la Gastronomía 2015 <http://www.aehtma.com/file/2016/01/CANDIDATURA-D%C3%89NIA-UNESCO-DOCUMENTO.pdf>[Consulta: 17 de marzo de 2016]

AYUNTAMIENTO DE DÉNIA, Actualidad (16/12/2015) “La ciudad china de Shunde y Dénia, unidas por la gastronomía”<http://www.denia.es/es/informacio/actualitat/new.aspx?id=4142>[Consulta: 18 de abril 2016]

AYUNTAMIENTO DE DÉNIA, Actualidad (7/04/2016)”El Ajuntament de Dénia organiza una charla informativa sobre el curso teórico práctico de agricultura ecológica”<http://www.denia.es/es/informacio/actualitat/new.aspx?id=4239< [Consulta: 6 de junio de 2016]

BIOMOSCATELL, El pueblo nuevo de Benitachell<info@biomoscatell.orgl>[Consulta: 11 de marzo2016]

CEDMA, Circulo de empresarios de la Marina Alta.<http://www.empresarios-cedma.es/>[Consulta 10 de marzo 2016]

Ciudad Creativa Dénia. Candidatura a la Red de Ciudades Creativas de la UNESCO, <http://deniacreative.city/project-summary/> <https://drive.google.com/file/d/0B9RAEFqzgFvINWRPaV9UN25wN0U/view>[Consulta el 23 de abril de 2016]

Ciudad Creativa Dénia. DÉNIA, ELEGIDA POR LA UNESCO CIUDAD CREATIVA DE LA GASTRONOMÍA <http://deniacreative.city>[Consulta 10 de marzo 2016]

Ciudad Creativa Dénia. DÉNIA, ELEGIDA POR LA UNESCO CIUDAD CREATIVA DE LA GASTRONOMÍA Decálogo DÉNIA & MARINA ALTA # TASTING LIFE. < www.deniacreative.city>[Consulta 26 de abril de 2016]

Comisión Nacional Española de Cooperación con la UNESCO. “¿Qué y cómo se hace ciudad creativa? <http://www.aecid.es/galerias/unesco/descargas/cn8ciudadescreativax1x.pdf> [Consulta: 12 de enero de 2016]

Comisión de Bruntland, Naciones Unidas (1987),

<http://www.unesco.org/new/es/education/themes/leading-the-international-agenda/education-for-sustainable-development/sustainable-development/>[Consulta: 6 de junio 2016]

DÉNIA, CITY OF GASTRONOMY <http://www.denia.net/eventos-gastronomicos>[Consulta: 17 de febrero de 2016]

DÉNIA.COM, “Dénia se interesa por la educación gastronómica de los más pequeños para el proyecto de Ciudad Creativa”
(16 de mayo 20146) <http://www.denia.com/denia-se-interesa-por-la-educacion-gastronomica-de-los-mas-pequenos-para-el-proyecto-de-ciudad-creativa/> [Consulta: 4 de junio de 2016]

DÉNIA.COM “ Dénia potenciará la agricultura ecológicas a través de cursos y bancos de tierra” (10/03/2016) <http://www.denia.com/denia-potenciara-la-agricultura-ecologica-a-traves-de-cursos-y-bancos-de-tierra/> [Consulta 25 de abril de 2016]

DÉNIA.COM “ El Biomoscatell del Poble Nou de Benitachell se una al proyecto “Dénia & Marina Alta Tasting Life”(23/05/2016)<http://www.denia.com/el-biomoscatell-de-poble-nou-de-benitatxell-se-une-al-proyecto-denia-marina-alta-tasting-life/> [Consulta: 6 de junio de 2016]

DÉNIA.NET “I encuentro gastronómico del arroz caldoso” (30/04/2016) <http://www.denia.net/i-encuentro-gastronomico-del-arroz-caldoso> [Consulta: 2 de junio de 2016]

DIARIO OFICIAL DE LA COMUNITAT VALENCIANA, DECRETO 50/2005, de 4 de marzo, del Consell de la Generalitat, por el que se regula la extracción del erizo de mar. [2005/Q2719 <http://www.docv.gva.es/portal/ficha_disposicion_pc.jsp?sig=1388/2005&L=1> [Consulta: 9 de junio de 2016]

EROSKI CONSUMER, Productos kilómetro 0, más frescos y ecológicos <http://www.consumer.es/web/es/medio_ambiente/urbano/2014/11/13/220914.php>[Consulta: 3 de junio 2016]

FEHR, Federación Española de Hostelería< http://www.fehr.es/>[Consulta: 10 de marzo 2016]

GOBIERNO DE ESPAÑA, Ministerio de asuntos exteriores y de cooperación. <http://www.exteriores.gob.es/Portal/es/PoliticaExteriorCooperacion/NacionesUnidas/Paginas/EstructurasDeLasNacionesUnidas.aspx>[Consulta: 11 de enero de 2016]

IECMA, Instituto de Estudios Comarcales de la Marina Alta.<http://www.iecma.net/>[Consulta: 9 de marzo de 2016]

INVATTUR, Instituto Valenciano de Tecnologías Turísticas.<http://invattur.gva.es/> [Consulta: 5 de abril de 2016]

LA MARINA PLAZA, Diari de la Marina Alta (1/03/2015) <http://lamarinaplaza.com/2015/03/01/la-historia-de-la-gastronomia-de-denia-clave-para-las-nuevas-tecnologias-de-la-cocina/> [Consulta: 9 de junio de 2016]

LA MARINA PLAZA, Diari de la Marina Alta (22/01/2016) <http://lamarinaplaza.com/2016/01/22/burgos-denia-conexion-gastronomica/>[Consulta: 8 de abril de 2016]

LA MARINA PLAZA, Diari de la Marina Alta (30/03/2016) <http://lamarinaplaza.com/2016/03/30/el-consell-reservara-dinero-de-su-presupuesto-de-2017-para-denia-ciudad-creativa-de-la-gastronomia/>[Consulta: 12 de abril de 2016]

LA MARINA PLAZA, Diari de la Marina Alta (11/12/2015) “Esta vez sí, Dénia ya es ciudad de la gastronomía de la UNESCO” <http://lamarinaplaza.com/2015/12/11/esta-vez-si-denia-ya-es-ciudad-de-la-gastronomia-de-la-unesco/>[Consulta: 12 de abril de 2016]

LA MARINA PLAZA, Diari de la Marina Alta (18/04/2016) “Xalónia repite lleno y certifica su consolidación”<http://lamarinaplaza.com/2016/04/18/xalonia-repite-lleno-y-certifica-su-consolidacion/> [Consulta: el 6/06/2016]

LA RED COMARCAL.COM, Actualidad comarcal de la Comunidad Valenciana (19/04/2015) <http://laredcomarcal.com/not/21303/denia-y-teulada-abren-caminos-de-colaboracion-en-turismo-y-gastronomia/>[Consulta: 23 de abril de 2016]

ORGANIZACIÓN DE NACIONES UNIDAS EN EDUCACIÓN CIENCIA Y CULTURA. <http://en.unesco.org/creative-cities/ >[Consulta: 14 de enero de 2016]

ORGANIZACIÓN DE NACIONES UNIDADS EN EDUCACIÓN, CIENCIA Y CULTURA.<http://unesdoc.unesco.org/images/0014/001473/147330s.pdf>[Consulta: 6 de febrero de 2016]

PEGO NATURA<http://www.pegonatura.es/>[Consulta: 12 de marzo de 2016]

PORTAL TURÍSTICO DE DÉNIA < http://www.denia.net/cultura-gastronomica>[Consulta: 19 de enero 2016]

SABOREA ESPAÑA<http://www.tastingspain.es/>[Consulta: 9 de marzo de 2016]

SLOOW FOOD ESPAÑA <https://slowfood.es/restaurantes-km0/>[Consulta: 11 de marzo de 2016]

UNESCO: Creative Cities Network<http://en.unesco.org/creative-cities/>[Consulta:12 de enero 2016]

UNESCO, Creative Cities Network. “Creating and application guideline” <http://portal.unesco.org/culture/en/files/40147/12597688875uccn_guidelines.pdf/uccn_guidelines.pdf>[Consulta: 12 de enero de 2016]

UNESCO, Creative Cities Network (2008). “How to apply to UNESCO’s Creative Cities Network?” <http://unesdoc.unesco.org/images/0015/001598/159841e.pdf>[Consulta:13 de enero de 2016]

UNESCO, Creative Cities Network <http://en.unesco.org/creative-cities/content/about-us>[Consulta:13 de enero de 2016]

UNESCO, Creative Cities Network <http://unesdoc.unesco.org/images/0014/001473/147330s.pdf >[Consulta: 2 de junio de 2016]

UNESCO, Creative Cities Network “Mission statment”

<http://en.unesco.org/creative-cities/sites/creative-cities/files/Mission_Statement_UNESCO_Creative_Cities_Network_1.pdf >[Consulta:13 de enero de 2016]

UNESCO, Creative Cities Network (2015) “Applicant’s handbook, 2015 call for applications” <https://en.unesco.org/creative-cities/sites/creative-cities/files/Applicant_handbook_2015Call_UNESCO_Creative_Cities_Network.pdf>[Consulta 14 de marzo de 2016]

UNESCO, Creative Cities Network. “Designation Procedure, 2015 call for applications” http://en.unesco.org/creative-cities/sites/creativecities/files/Designation_Procedure_2015Call_UNESCO_Creative_Cities_Network.pdf>[Consulta 15 de marzo de 2016]

UNESCO. Creative Cities Network Meeting Kanazawa <http://creativekanazawa.jp/> [Consulta: 15 de marzo de 2016]

UNESCO, “Creative Cities Network Annual Metting, Kanazawa, Japan” 25-28 of may 2015. Host City Selection Criteria. <http://en.unesco.org/creative-cities/sites/creative-cities/files/Working_document_Host_city_selection-criteria_%20UCCN_ENG.pdf> [Consulta: 17 de marzo de 2016]

UNESCO, Creative Cities Network (12 de diciembre 2015) <http://webcache.googleusercontent.com/search?q=cache:2f_jvjvFMicJ:en.unesco.org/creative-cities/events/47-cities-join-unesco-creative-cities-network+&cd=1&hl=es&ct=clnk&gl=es&client=ubuntu> [Consulta 4 de junio de 2016]

UNESCO, Creative Cities Network <http://en.unesco.org/creative-cities/events/uccn-today-116-cities-54-countries>[Consulta: 2 de junio de 2016]

UNESCO,2015 Annual Meeting of the Creative Cities Network. <http://en.unesco.org/creative-cities/events/2015-annual-meeting-creative-cities-network> [Consulta: 17 de marzo de 2016]

UNESCO, Creative Cities Network (2016). “LIST OF UNESCO CREATIVE CITIES” <https://en.unesco.org/creative-cities/sites/creative-cities/files/List%20of%20UNESCO%20Creative%20Cities_January%202016.pdf>[Consulta 3 de marzo 2016]

Valencia News< http://valencianews.es/tendencias/arranca-la-feria-gastronomica-denia-peix-i-mar/> [Consulta:15 de marzo 2016]

21.2.- Ilustraciones

Ilustración 1: Logo de la UNESCO

<http://bankingawareness689.blogspot.com.es/2015/12/daily-gk-update-12th-december-2015_36.html>

Ilustración 2: Logo de la reunión anual 2015 en la Ciudad Creativa de Arte y Folclore, Kanazawa (Japón)<http://en.unesco.org/creative-cities/events/2015-annual-meeting-creative-cities-network>

Ilustración 3: Ciudad Creativa de la Literatura, Heidelberg (Alemania)<www.heidelberg.de>

Ilustración 4: Ciudad Creativa del Cine, Bradford (Reino Unido)<http://en.unesco.org/creative-cities/bradford>

Ilustración 5: Ciudad Creativa de la Música, Hamamatsu (Japón)<http://en.unesco.org/creative-cities/events/world-your-stage-9th-hamamatsu-international-piano-competition>

Ilustración 6: Ciudad Creativa en Artes Audiovisuales, Tel Aviv-Yafo (Israel) <www.timesofisrael.com>

Ilustración 7: Mercado en Ciudad Creativa Gastronómica, Tucson (Estados Unidos)

<http://tucson.com/business/local/unesco-designates-tucson-as-world-city-of-gastronomy/article_55f3f0a6-0b47-5fab-8672-af53bef07f15.html>

Ilustración 8: Logo de la candidatura de Dénia a Ciudad Creativa Gastronómica<http://www.denia.es/es/informacio/actualitat/new.aspx?id=3869>

I lustración 9: Logo designado por la UNESCO a la ciudad de Dénia y comarca Marina Alta<http://www.denia.net/ciudad-creativa-de-la-gastronomia>

Ilustración 10: Diferentes cosechas de arroz Bombón (especie recuperada en Pego), Foto de Floren Terrades, técnico de desarrollo local de Dénia.

Ilustración 11: Visita de miembros de Ciudades Creativas Popayán y Shunde, Dénia 2015 <http://deniacreative.city/representantes-de-shunde-y-popayan-visitan-denia-en-fallas/>

Ilustración 12: Porcentaje de ciudades por campos creativos <http://en.unesco.org/creative-cities/events/uccn-today-116-cities-54-countries>

Ilustración 13: Presentación de tercera añade del vino de Moraig de proyecto Biomoscatell. Foto propia.

Ilustración 14: Visitas a los viñedos en el Poble Nou de Benitatxell <http://lamarinaplaza.com/2015/01/19/el-proyecto-biomoscatell-organiza-la-visita-moscatell-con-los-5-sentidos-para-dar-conocer-los-productos-derivados/>

Ilustración 15: Poblaciones de la Marina Alta con sus productos gastronómicos http://deniacreative.city/denia/

Ilustración 16: Mistelas, aceites y licores de Bodegas Riko, Jalón. Foto propia.