

DÉNIA, CASO DE ÉXITO COMO CIUDAD CREATIVA DE LA UNESCO: UN ANÁLISIS PRELIMINAR

Gonzalo Pardo-Beneyto
Universitat de València
gonzalo.pardo@uv.es

Maria Ángeles Abellán-López
Universitat de València
maria.a.abellan@uv.es

RESUMEN:

La presente contribución analiza Dénia como Ciudad Creativa de la UNESCO como caso de relevancia dentro de la red. Para ello, se emplea una metodología cualitativa que se ha centrado en un análisis lexicográfico y de códigos relacionados con los objetivos, los actores y los valores. El marco teórico parte de la importancia de los valores para la definición de políticas públicas y la forma en la que se articulan las redes de gobernanza. Pese a ser un estudio de un único caso, los valores intrínsecos en el propio plan están en línea con los Objetivos de Desarrollo Sostenible de la ONU entre los que destaca un énfasis por la cultura, la sostenibilidad, el desarrollo de entornos amigables y la participación de diferentes actores. La colaboración tanto público-privada como de diferentes instituciones públicas facilitan que los proyectos diseñados para fortalecer la industria creativa de la gastronomía. Esta colaboración no solo está en la implementación, sino que se circunscribe a todo el ciclo de políticas públicas. Por último, se puede comprobar como todos los valores que se han mapeado en estos documentos están enfocados en generar un nuevo motor económico basado en la innovación y la tradición preexistente.

Palabras clave: Gobernanza, Innovación, Desarrollo, Tradición, Cultura

Objetivo de Desenvolvimento Sustentável (ODS): 1, 4, 5, 8, 9, 10, 11, 12, 13, 16, 17

1. INTRODUCCIÓN

La presente investigación se centra en determinar los objetivos y valores presentes en la candidatura, el plan estratégico y el informe de seguimiento de Dénia (España) como Ciudad Creativa de la Gastronomía de la UNESCO.

Este es un municipio del litoral de la Comunidad Valenciana, nominado ciudad creativa por la UNESCO. El caso de Denia emerge con fuerza porque, además de ser

representativo en el sector, cuenta con un sistema de gobernanza de actores para crear vínculos, reunir energías, fomentar alianzas e influencia. Así, la identidad de Denia se forja en identificación con el Mediterráneo para proyectarla mundialmente (Gathen et al., 2021).

Las industrias creativas se refieren a las actividades que buscan la creatividad individual o grupal, las destrezas, el talento y se orientan al bienestar y la creación de bienes, proyectos o servicios a través de la generación y explotación de la propiedad intelectual (patentes, derechos de autor, marcas registradas, etc.). El término de industria creativa fue desarrollado por John Howkins en 2001, en el libro *The Creative Economy* en el que identificó 15 sectores productivos.

Consciente de tal potencial, la Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura (UNESCO) hace especial hincapié en la importancia para toda la comunidad mundial de las dimensiones social y económica de la cultura y otras manifestaciones expresivas. La industria y la cultura creativa han encontrado un espacio sui generis que la considera como un bien público global en el marco de la UNESCO de la Convención de 2005, que vela por la protección y la promoción de la diversidad de las expresiones culturales.

La industria creativa constituye uno de los pilares básicos del desarrollo sostenible y de transformación social, no solo por la necesidad de dotarse de soluciones innovadoras y creativas para el planeta sino porque también constituye un avance para perfeccionar los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS). En concreto, los ODS 1 (Fin de la pobreza), 4 (Educación inclusiva), 5 (Igualdad de género), 8 (Crecimiento económico sostenible), 9 (Industria, innovación), 10 (Reducción de las desigualdades), 11 (Ciudades y comunidades sostenibles), 12 (Producción y consumo responsables), 13 (Cambio climático), 16 (Paz, justicia e instituciones sólidas) y 17 (Alianzas). En esta línea, la cultura impulsa, proyecta y facilita el desarrollo humano y sostenible, estimulando un locus que permite a las personas volcarse en su propio desarrollo creativo, como *homo faber*, lo que redunda finalmente en un crecimiento inclusivo y sostenible.

Sin duda, la creatividad, el diseño y la cultura cuentan con un valor no monetario muy relevante para fomentar el desarrollo social, la inclusión, la concordia y el diálogo entre las culturas. De ahí que la pregunta de investigación a la que se debe contestar es la siguiente: ¿Qué objetivos, valores y actores son relevantes en la puesta en marcha de sus programas político-administrativos?

Después de esta introducción se pasará a detallar el marco teórico. Posteriormente, se analizarán los principales resultados y se formularán una serie de conclusiones preliminares, así como las limitaciones.

2. LA GASTRONOMÍA COMO FACTOR CULTURAL EN LA INDUSTRIA CREATIVA

Desde hace unos años, los términos industrias creativas o economía naranja han ido ganando terreno en la forma de concebir la creación de riqueza para un desarrollo sostenible y de éxito para la sociedad contemporánea. Tanto es así, que existe reconocimiento público de la necesidad de fortalecer la formación y el talento local como una fuente de riqueza en los núcleos urbanos. Además, el enorme desafío que supone aumentar el tejido productivo, la sostenibilidad y la competitividad a largo plazo, aconsejan estudios para diagnosticar e identificar las actividades estratégicas en la economía del conocimiento y de la sociedad de la información.

La implementación de políticas de desarrollo económico centrados en la economía creativa busca ir más allá del turismo tradicional dedicado, en el caso español, al fomento del sol y playa (Chagas de Almeida et al., 2024). Las ciudades creativas se cimentan en valores como son la innovación, la conexión del territorio y la sensibilización social hacia sus aportes a la municipalidad (Emmendoerfer et al., 2024). De ahí que dichos territorios no solo han de apoyarse en procesos disruptivos de cambio, sino que se asientan en valores y la cultura propia de las sociedades en las que se insertan. Solo de esta forma, la ciudadanía podrá adoptar como suyos los nuevos procesos de creatividad y sumarse a ellos de forma natural.

Entre las manifestaciones culturales se encuentra la gastronomía que forma parte de la economía creativa. Así, es lugar común detectar como las cadenas de televisión, redes sociales, plataformas digitales, guías o libros han divulgado la cultura gastronómica concitando el interés de públicos diversos. De esta manera, la gastronomía, que siempre ha formado parte del sistema cultural de las civilizaciones, ha pasado a popularizarse más si cabe.

Los valores son una parte fundamental de la toma de decisiones públicas y definen la forma en las que piensa el policymaker. Asimismo, estos están insertos en la cultura social imperante, lo que los hace importantes para la definición de la acción pública (Dente & Subirats, 2014; Huberts et al., 2008; Subirats et al., 2008).

Asimismo, su gestión no puede recaer exclusivamente en las municipalidades. La gobernanza surge como una forma en la que los problemas públicos son solucionados con la participación activa de organizaciones privadas y del tercer sector así como con la colaboraciones de otras Administraciones Públicas (Aguilar Villanueva, 2014; Prats i Catalá, 2000).

En relación con el anterior referencial teórico y la pregunta de investigación se pueden formular las siguientes proposiciones:

Proposición 1: los objetivos marcados por el Ayuntamiento de Dénia están alineados con los Objetivos de Desarrollo Sostenible.

Proposición 2: los valores imperantes en los documentos no solo abogan por la innovación, sino que buscan generar sinergias territoriales y que beneficien a la sociedad y economía comarcal.

Proposición 3: la colaboración público-privada y de todas las instituciones públicas presentes en el territorio son esenciales para generar insumos positivos.

3. METODOLOGÍA

Para la realización de este estudio de caso, se ha realizado un análisis de contenido de los documentos de Dénia como ciudad creativa de la gastronomía de la UNESCO. En concreto, se ha analizado el documento de la candidatura, el Plan Estratégico y la medición de los resultados. De estos se ha medido, el lenguaje, los objetivos como los elementos singulares, así como los puntos fuertes utilizados. Para ello, se ha realizado un análisis lexicográfico mediante la herramienta MAXQDA2024.

Para su elaboración, esta investigación se ha centrado en tres documentos de Ayuntamiento de Dénia que desarrollan las actividades a realizar como Ciudad Creativa de la Gastronomía de la UNESCO. Estos son los siguientes: 1) Application form UNESCO, 2) La gastronomía: Receta para un futuro sostenible y, 3) Dénia: UNESCO Creative City of Gastronomy (Monitoring Report 2015-2019). Los documentos en inglés han sido traducidos, además, se han transcrito para facilitar la codificación. Tanto el documento 1 como el documento 2 son lo que la literatura ha denominado como programas político-administrativos (Subirats et al., 2008). Mientras que el 3 es una evaluación de los resultados de los anteriores.

Estos documentos han sido codificados en base a los siguientes códigos:

Tabla 1. Códigos utilizados

Sistema de códigos	
Objetivos	Innovación alimentaria-gastronómica
	Formación de profesionales
	Preservar la tradición culinaria
	Sostenibilidad
Actores	Ayuntamientos
	Administración Local supramunicipal
	Administración Estatal
	Centros educativos y universidades

	Administración autonómica
	Asociacionismo
	Productores
	Empresarios
Valores	Sostenibilidad-Medioambiente-Paisajismo
	Salud
	Creatividad-investigación-innovación
	Educación-Sensibilización-Formación
	Emprendedurismo
	Conectividad territorial y gobernanza
	Cultura-Tradición-Patrimonio

Fuente: elaboración propia.

4. RESULTADOS Y DISCUSIÓN

4.1 Análisis lexicográfico

Para el análisis lexicográfico, se han escogido las 25 palabras más utilizadas en los documentos de estudio. El uso del lenguaje no es neutro y deja entrever un posicionamiento concreto de los autores de los documentos de estudio.

Figura 1. Nube de palabras



Fuente: elaboración propia.

Lo primero que destaca es el uso de léxico relacionado con el territorio es el caso de Dénia (184), Marina (145), Alta (144), ciudad/ciudades (93/81) y territorio (84), local/es (71/60). Tanto Dénia como Marina Alta, hacen referencia al elemento espacial sobre el que recaen las medidas y la planificación. Si bien este municipio es la capital comarcal, reconoce la importancia del resto de localidades próximas y las involucra en el desarrollo de los planes de la ciudad. En cuanto al término territorio este denota la importancia de que las medidas para incentivar la economía creativa se hacen de forma tangible y teniendo en cuenta las especiales características del elemento local. Asimismo, se menciona la importancia de la producción local y con valor añadido al utilizar este tipo de términos. Estos siempre están relacionados con el concepto de proximidad y la importancia del hecho local. Por último, la referencia ciudad/ciudades se utiliza desde una perspectiva sistémica desde múltiples perspectivas. La primera hace referencia a las ciudades creativas de la UNESCO como un conjunto de municipios con una serie de características que los hacen únicos. En segundo lugar, denominan a cada una de las partes que componen la red y, por último, designa al hecho local de forma genérica en el ámbito de la comarca de la Marina Alta y a la propia Dénia. El uso de la palabra local/locales designa a la producción propia realizada desde una perspectiva de producto de proximidad.

Otros de los términos se dedican a identificar el hecho económico y productivo. Este es el caso de palabras como sector (168), desarrollo (159), productos (93), producción (74). El uso de la planificación estratégica sirve para el desarrollo económico, de ahí del uso de este tipo de términos. Las ciudades creativas de la UNESCO persiguen una transformación radical de su economía y su territorio. De ahí el uso de este tipo de conceptos. Además, hay términos relacionados con sectores específicos son gastronomía (118), agroalimentario (114) y turístico (61). Estos designan tres de los sectores sobre los que recaen las acciones planificadas como es la producción agrícola, la mejora del sector de la gastronomía a través de una diversificación de la oferta y el cambio de modelo turístico.

Las palabras innovación (116) y sostenibilidad/sostenible (61/61) designan valores transversales a todas las actividades previstas. La primera se centra en definir la adopción o invención de nuevas técnicas para cambiar los productos y servicios, los procedimientos, la organización, el marketing o la forma en la que se toman las decisiones, entre otros. Mientras que la segunda denota el interés por fomentar un punto de equilibrio entre el medio ambiente y la acción humana con el objetivo de salvaguardar el entorno y ponerlo en valor. Como otro léxico que denota elementos transversales destacan red (74) y formación (67). El primero se encarga de mencionar aquellas conexiones que se producen entre instituciones públicas en el ámbito internacional, estatal, autonómico y local. Asimismo, denomina las relaciones que se producen entre lo público y las organizaciones empresariales y del tercer sector. La palabra formación determina a la capacidad del plan para transformar la sociedad y los sectores productivos para conseguir una auténtica ciudad gastronómica referente a través de un mejor factor humano y una ciudadanía concienciada.

Por último, se encuentran una serie de conceptos relacionados con los programas político-administrativos y su vocación de transformar la realidad para la que han sido diseñados. Este es el caso de: creación (82), promover/promoviendo (77/62), plan (62) y acción (59).

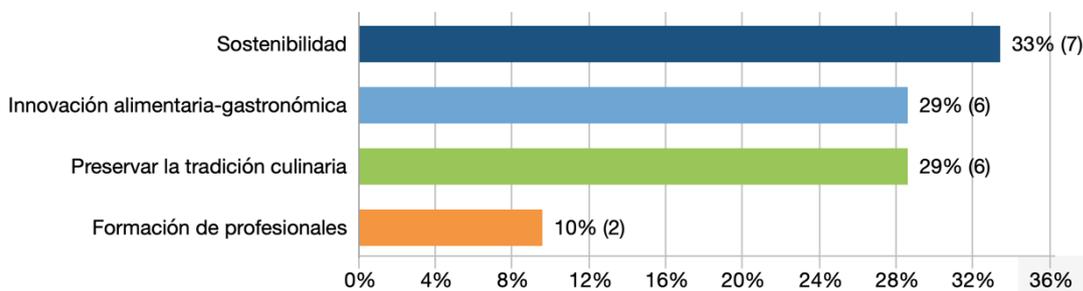
4.2 Análisis de objetivos

Los objetivos en un programa-político administrativo sirven para definir los resultados de las políticas públicas y determinar su alcance (Subirats et al., 2008). La figura 2 representa el número de fragmentos codificados que se han identificado en los documentos de estudio.

En cuanto a la sostenibilidad, tal como se ha afirmado anteriormente, es un elemento transversal a las medidas previstas. Los objetivos que se han identificado hacen una mención explícita a la necesidad de contar con una industria turística, gastronómica y de producción hortofrutícola con la que se proteja el medio ambiente y se consiga proteger el territorio:

La UNESCO ha reconocido Dénia y la Marina Alta como exponentes de la gastronomía a nivel internacional [...]. Se trata de un reconocimiento a un modelo que diseña un ecosistema alimentario local basado en la preservación del territorio y el respeto al medio ambiente.

Figura 2. Número de fragmentos codificados en relación con los objetivos



Fuente: elaboración propia.

Uno de los elementos que aporta valor es la idea de innovación sin dejar de lado la tradición. De ahí que los objetivos del plan hagan referencia a la innovación y a la recuperación de lo tradicional mediante la conjunción de ambos cometidos:

Nuestro objetivo ha sido integrar la cultura y la creatividad en nuestros planes de desarrollo urbano sostenible, forjando alianzas entre el sector público, el sector privado y las comunidades.

Las medidas a implementar buscan generar un clúster innovador que, al mismo tiempo, sea moderno, pero sin dejar de lado lo tradicional:

Se implementan medidas relacionadas en la cadena gastronómica: la regulación y control de la pesca de erizos de mar, el regreso a la agricultura orgánica, la introducción de la agricultura urbana de frutas y verduras, y la recuperación de métodos tradicionales, o la creación de mercados para la interacción directa productor-consumidor.

En cuanto al elemento tradicional y de preservación de la tradición culinaria destaca la idea de innovar a través de la tradición. Todo esto sin perder de vista la necesidad de generar factores productivos que estén alineados con aquello que se quiere conseguir como sociedad:

Los puntos centrales de Dénia como Ciudad Creativa de Gastronomía de la UNESCO han sido la recuperación del patrimonio cultural agroalimentario [...] que impulsan oportunidades para creadores y profesionales.

Respecto a la formación se refiere, la candidatura destaca la importancia de contar con equipamientos y organizaciones que se pueden centrar en formar a los profesionales del futuro:

Los programas de capacitación para profesionales son esenciales para abordar los desafíos futuros, y Dénia cuenta con infraestructura y experiencia, conciencia cultural (conocimiento del territorio, costumbres y tradiciones) y una mentalidad innovadora.

4.3 Análisis de actores

Los actores son los encargados de poner en marcha las actividades previstas por el Ayuntamiento. Estos son variados y destaca la colaboración público-privada. Como se puede comprobar, los empresarios, entre los que se encuentran los restauradores, son un elemento importante y un socio necesario para cumplir con los objetivos. Estos están compuestos principalmente por empresas y organizaciones que agrupan a las mismas. Su papel es fundamental, ya que han de estar alineados con la estrategia municipal para que esta tenga éxito. Además, son necesarios para la conformación de las medidas a implementar.

La Asociación Empresarial de Dénia-Marina Alta (CEDMA) es la organización más destacada de propietarios de negocios locales; y la Asociación Empresarial de Restaurantes, Hoteles y Turismo de la Marina Alta (AEHTMA) es la principal asociación para profesionales de la gastronomía. El Ayuntamiento colabora con ambas asociaciones en muchas actividades promocionales, programas de capacitación y proyectos de desarrollo.

Seguidamente, los centros educativos y los universitarios tienen un papel importante a la hora de implementar las medidas planificadas. Los primeros no solo forman al personal que en un futuro formará parte de las empresas que componen el ecosistema gastronómico, sino que también realizan actividades de sensibilización. En cuanto a los segundos, la Universidad de Alicante está desarrollando sendos estudios superiores de grado y máster sobre gastronomía. Además, se dedica a la investigación y transferencia de conocimientos y técnicas. También participa de estas actividades la Universidad Politécnica de Valencia y la Universitat de València.

Por otro lado, el acuerdo con la Universidad de Alicante ha establecido en Dénia el "GASTERRA-Centro Internacional de Gastronomía Mediterránea", que se centra en la formación y la investigación alimentaria y agroalimentaria.

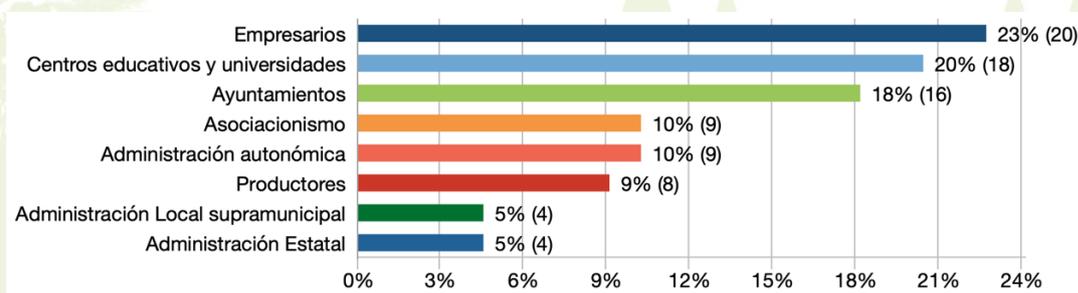
El Ayuntamiento de Dénia es la piedra de toque del sistema y es el encargado de ejercer el liderazgo en las iniciativas planteadas. Se trata de un coordinador institucional que es el encargado de definir los flujos de trabajo y de recursos. Igualmente, tiene un papel preponderante, en tanto en cuanto, se relaciona con otras administraciones públicas de índole local, autonómico, estatal o internacional. En este sentido, el consistorio es *el director de orquesta* del ecosistema ordenado a través de Dénia, Ciudad Creativa de la gastronomía al institucionalizar y abrir la toma de decisiones:

Un COMITÉ DE GESTIÓN será responsable de la planificación estratégica y gestión. Presidido por el Alcalde, estará compuesto por técnicos municipales y representantes de asociaciones profesionales.

Un CONSEJO ASESOR compuesto por representantes políticos y propietarios de negocios de diferentes sectores económicos de la región asistirá al Comité proporcionando apoyo institucional y respaldo.

Un GRUPO DE TRABAJO SENIOR dirigirá la ejecución, monitoreo y evaluación del Plan de Acción y el Plan de Comunicación. Estará compuesto por técnicos municipales (cultura, agricultura, medio ambiente y planificación urbana), miembros del Comité de Gestión, un representante de cada sector (chefs, productores, industrias de gastronomía y hotelería y restauración, instituciones educativas, sociedad civil y técnicos de administraciones regionales), expertos en biología y sostenibilidad, pensamiento estratégico, comunicación y antropología cultural.

Figura 3. Segmentos codificados relacionados con los actores intervinientes



Fuente: elaboración propia.

Anteriormente, se había hecho referencia a las organizaciones empresariales de la ciudad y de la comarca. Aunque estas son las más importantes no son las únicas, ya que se han sumado al proyecto otras asociaciones cívicas de la Marina Alta, provenientes de la sociedad civil.

Nuestro Festival de Comida D*NA (2017, 2018) -y su versión Foro celebrada en noviembre de 2019-, que fue organizado junto con AEHTMA [...] - ha demostrado que las ciudades son el entorno más importante para que actuemos, para prevenir y frenar los efectos más negativos del desarrollo.

Si bien, los esfuerzos para la implementación de las medidas planificadas tienen un alto componente local, tanto la Administración Autonómica como estatal han participado en partes concretas de la implementación de proyectos. La Comunitat Valenciana es clave para el apoyo al turismo a través de la Agencia Valenciana de Turismo y también mediante la formación realizada en institutos y centros dedicados a la gastronomía. Desde una perspectiva agrícola también se encuentra una participación de la Administración autonómica:

[...] el acuerdo de colaboración firmado con el gobierno de la Comunidad Valenciana permite financiar muchas acciones de nuestra Ciudad Creativa año tras año.

Los agricultores, pescadores y el resto de los productores locales son los encargados de nutrir a la red de empresas de hostelería de productos de calidad. Para ello, se busca promover la agricultura a través de innovaciones en la cadena de suministro y la recuperación de cultivos y técnicas tradicionales. La red de productores es un elemento fundamental para la mejora de la sostenibilidad y el incremento de la calidad percibida del consumidor de gastronomía en el municipio.

Una experiencia innovadora que es una herramienta efectiva para transmitir conocimientos prácticos y tecnología a las generaciones futuras. Los nuevos agricultores son enseñados por agricultores experimentados. Así, se promueven en la práctica los lazos personales entre aquellos que pretenden dedicarse a la agricultura y los agricultores experimentados.

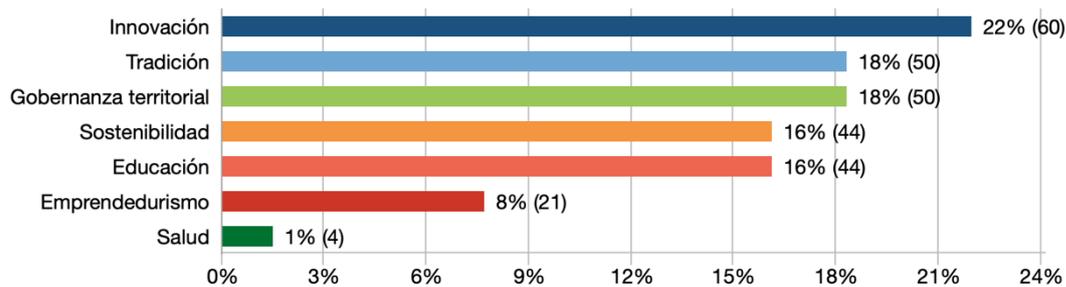
En este programa de formación en el que destaca la enseñanza entre iguales ha participado el propio Gobierno de España y, más concretamente, el Ministerio de

Agricultura. Por último, el apoyo de la comarca de la Marina Alta se materializa a través de varias mancomunidades de municipios.

4.4 Valores

El texto resultante hace hincapié en una serie de cuestiones relacionadas con los valores y que están representadas en la figura 4. Si bien se ha percibido cierta homogeneidad, destacan aquellas partes del texto que hacen referencia la innovación. Se puede afirmar que la innovación se materializa a través de tres elementos complementarios.

Figura 4. Segmentos codificados relacionados con los valores



Fuente: elaboración propia.

Por una parte, en este código se hace referencia a la creatividad, entendida como un elemento clave de cambio y que sirve para el desarrollo de los sectores de producción de alimentos y gastronomía:

Fomentar la innovación en la gastronomía, promoviendo la creación de nuevos productos y servicios que impulsen el desarrollo del sector agroalimentario y turístico.

Se entiende como investigación, en tanto en cuanto, se pretende generar nuevos productos, procesos, marketing y organizaciones.

La ciudad apoya el movimiento Slow Food Marina Alta, que asocia cultura, gastronomía, territorio, productores locales y chefs con el objetivo de generar nuevas oportunidades de gastro-turismo.

Por último, este valor está ligado a la investigación y desarrollo. Para ello, Dénia ha generado alianzas con instituciones de educación superior y otros centros relacionados:

Dénia colabora directamente con el Instituto Valenciano de Tecnologías Turísticas (INVAT-TUR). A través del Laboratorio de Cocina participa en

programas para consolidar la gastronomía sobre cuatro pilares: salud, vanguardia, tradición y Mediterráneo. [...]

Nuestra colaboración con la Universidad Politécnica de Valencia prevé la firma de un convenio con el Departamento de Tecnología de Alimentos y el Grupo CUINA (Investigación e Innovación Culinaria). Los proyectos conjuntos investigan la bioconservación, mejoras en el estado nutricional de la población, o la fusión de ciencia y cocina para desarrollar platos de alta calidad organoléptica.

La tradición es un elemento fundamental del desarrollo del sistema agroalimentario y de la diversificación del turismo. Este no solo parte de la innovación, sino que aprovecha los recursos preexistentes. Uno de los elementos es la preservación de la tradición a través de la reintroducción de variedades endógenas en desuso, la utilización de técnicas de cultivo tradicionales y la recuperación de recetas y platos propios de la zona.

En definitiva, se trata de desarrollar un nuevo sentido de la cultura de la alimentación en la comarca de la Marina Alta y reconstruir un sistema gastronómico respetuoso con el entorno y ligado a los hábitos culturales y territoriales. Con la recuperación del cultivo de las tierras y la puesta en valor del producto autóctono se asegurará un paisaje agrícola que vendrá a reforzar el atractivo turístico de la comarca.

A esta recuperación, también se ha de sumar la restauración del patrimonio y a la promoción de espacios tradicionales:

En definitiva, se trata de desarrollar un nuevo sentido de la cultura de la alimentación en la comarca de la Marina Alta y reconstruir un sistema gastronómico respetuoso con el entorno y ligado a los hábitos culturales y territoriales. Con la recuperación del cultivo de las tierras y la puesta en valor del producto autóctono se asegurará un paisaje agrícola que vendrá a reforzar el atractivo turístico de la comarca.

Se busca fomentar la cultura propia mediante la gastronomía y la producción agroalimentaria:

En definitiva, se trata de desarrollar un nuevo sentido de la cultura de la alimentación en la comarca de la Marina Alta y reconstruir un sistema gastronómico respetuoso con el entorno y ligado a los hábitos culturales y territoriales.

Todo esto es posible porque se cuenta con una red de actores de la propia comarca y las relaciones establecidas con instituciones de fuera del territorio español. En este sentido, la red de ciudades creativas de la UNESCO ha sido esencial:

[Gobernanza local] *El "XARXA LOCAL FOOD ECOSYSTEM" tiene la intención de aumentar la producción y la demanda de alimentos frescos, de temporada, autóctonos y saludables, redescubrir las tradiciones gastronómicas y desarrollar un nuevo significado para la cultura alimentaria en toda la región de la Marina Alta.*

[Gobernanza internacional] *Basado en la experiencia de Dénia y la Marina Alta con su ecosistema alimentario local, proponemos compartir con la UCCN nuestro conocimiento de este modelo de alimentación sostenible y local [...].*

Asimismo, la generación de redes público-privadas – tal como se ha visto en un subepígrafe anterior- son esenciales a la hora de llevar a cabo la construcción de sectores productivos relacionados con la gastronomía.

La preservación del medio ambiente es esencial para el plan. Para ello, abogan por poner en valor el paisaje propio de la comarca, así como la sostenibilidad de las acciones a desempeñar. Uno de los proyectos relacionados con estos valores es el proyecto “Bancalet” que busca promover la producción sostenible y de calidad. Asimismo, las medidas están enfocadas en salvaguardar el medio marino.

El proyecto “Bancalet” es una iniciativa del Plan de Acción Dénia&Marina Alta #Tastinglife que tiene como objetivo poner en valor la tierra y promover la sostenibilidad en la producción y consumo de alimentos, fomentando el uso responsable de los recursos naturales y la preservación del medio ambiente.

La educación en el plan se manifiesta mediante la sensibilización de los escolares y resto de la ciudadanía a través de los eventos y en escuelas:

*D*NA es un festival de comida que tiene lugar en Dénia el último fin de semana de septiembre. Su objetivo principal es que los visitantes y asistentes descubran la comida y los productos locales de Dénia y la Comunidad Valenciana.*

El Proyecto «#TastingSchools (Deconstructing Education: Creative and Inclusive Schools in Gastronomic Cities)» [...]tiene como objetivo principal mejorar las habilidades de los estudiantes utilizando el potencial educativo de la gastronomía dentro de la Red de Ciudades Creativas de la UNESCO.

Igualmente, se encuentran referencias a la mejora de los recursos humanos tanto en el ámbito gastronómico como de producción.

El CdT en Dénia es un edificio de vanguardia de 3.600 m² y cuatro plantas dedicado a la formación de profesionales de los sectores de la gastronomía y el turismo.

Formación y capacitación de los profesionales del sector agroalimentario, fomentando la innovación y la sostenibilidad en la producción y consumo de alimentos.

Por último y tal como se ha afirmado en el anterior subepígrafe, se están poniendo en marcha una serie de proyectos para construir un campus universitario basado en la gastronomía.

El área albergará el Centro de Gastronomía Mediterránea (GASTERRA) de la Universidad de Alicante y el Centro de Excelencia Internacional en Capacitación e Innovación Gastronómica.

Todos los textos estudiados destacan la importancia de generación de riqueza a través de la gastronomía. Para ello, ponen en valor tanto el sector agroalimentario como el gastronómico dentro de una oferta turística de calidad.

Impulsar la creación de un ecosistema emprendedor en la Marina Alta, promoviendo la innovación y la sostenibilidad en la producción y consumo de alimentos.

Por último, el texto hace referencia al valor inmaterial que supone la dieta mediterránea y su aporte a la salud:

Sus actividades incluyen la recuperación de recetas, la creación de menús saludables, la promoción de productos autóctonos y la mejora de procesos y técnicas culinarias.

5. CONCLUSIONES

El presente trabajo de investigación ha analizado los documentos esenciales de Dénia como ciudad creativa de la gastronomía. Esto ha servido para comprender los principales objetivos y los valores intrínsecos al proyecto. Asimismo, ha permitido el estudio de los principales actores participantes en la estrategia.

En cuanto a los objetivos y valores presentes en la documentación de estudio, se puede afirmar que existe una relación directa con los Objetivos de Desarrollo Sostenible desde la perspectiva de la sostenibilidad, la producción responsable, la protección del medio ambiente y ecosistema marino y la preservación cultura de la ciudad, entre otros (Proposición 1).

Todos los valores relacionados con la innovación, la educación, la tradición, la sostenibilidad, la salud y la gobernanza territorial desembocan en el emprendedurismo. En tanto en cuanto, se pretende generar un clúster gastronómico que sea un motor turístico de la ciudad (Proposición 2). Para ello, se han generado redes de colaboración público-privada basadas en un entorno de gobernanza. En estas, el Ayuntamiento de Dénia ejerce un liderazgo esencial y es la encargada de coordinar las medidas a adoptar mediante documentos estratégicos e instituciones de toma de decisiones participativas.

La principal limitación de esta investigación es el haberse circunscrito a un solo caso que, aunque de interés, no permite generalizar los resultados obtenidos. En próximas investigaciones se ampliará el número de casos y se buscará generar nuevos documentos de estudio mediante el uso de técnicas cuantitativa y cualitativa.

6. REFERENCIAS

- Aguilar Villanueva, L. F. (2014). Las dimensiones y los niveles de gobernanza. *Cuadernos de Gobierno y Administración Pública*, 1(1), 11–36. https://doi.org/10.5209/rev_CGAP.2014.v1.n1.45156
- Chagas de Almeida, T., Ribeiro Hott, A. & Emmendoerfer, M. L. (2024). Coprodução em cidades criativas para a inovação no setor público. *Revista PPC - Políticas Públicas & Cidades*, 13(2), 1–22.
- Dente, M. & Subirats, J. (2014). *Decisiones públicas: Análisis y estudio de los procesos de decisión en políticas públicas*. Ariel.
- Emmendoerfer, M. L., Rapini, M. S., Thuner, A. A. da R. & Mediotte, E. J. (2024). UNESCO creative city candidacy: a miltonian analysis. *Concilium*, 24(12), 1–15. <https://doi.org/10.53660/clm-3649-24m01>

Gathen, C., Skoglund, W. & Laven, D. (2021). The unesco creative cities network: A case study of city branding. *Smart Innovation, Systems and Technologies, 178 SIST*(January), 727–737. https://doi.org/10.1007/978-3-030-48279-4_68

Huberts, L., Anechiarico, F. & Six, F. (2008). *Local integrity systems : world cities fighting corruption and safeguarding integrity* (Issue October 2016).

Prats i Catalá, J. (2000). A los príncipes republicanos: gobernanza y desarrollo desde el republicanismo cívico. Instituto Nacional de Administración Pública.

Subirats, J., Knoepfel, P., Larrue, C. & Frederic Varonne. (2008). Análisis y gestión de políticas públicas. Ariel.