
El nuevo papel de la cultura en la definición de objetivos y estrategias en las ciudades

Casto Sánchez Mellado

La revolución tecnológica y los acelerados cambios que provoca han modificado el papel que la cultura venía jugando en los programas políticos locales y en la planificación estratégica de las ciudades. Sin duda la historia nos demuestra que el cambio es lo único permanente, pero quizás la novedad de nuestro tiempo no sea otra que la velocidad con que estos cambios se traducen en un proceso de globalización o mundialización sin precedentes.

Un proceso que ha afectado a la creación artística e intelectual, a la producción cultural, a la distribución y promoción de la cultura, a los sistemas de protección de la propiedad intelectual, a los referentes culturales de carácter simbólico como la identidad nacional y/o local, e incluso al propio concepto de cultura, cada vez más confuso, con mayor amplitud y de difícil aprehensión, José Vidal-Beneyto llega a afirmar que "la cultura ha ensanchado substancialmente sus dominios y, en ellos, ha acogido a la cultura popular, a las industrias culturales de masas y a sus productos con la cultura mediática en su centro, a la cultura cotidiana, a los nuevos territorios de la cultura -cultura de la paz, cultura de la naturaleza, cultura y turismo, cultura y ciencia, cultura de la solidaridad, etcétera- y obviamente a la alta cultura -las Artes, las Letras, la Música, la Danza-, que sigue inspirando y presidiendo a todas las demás. Sin olvidar la más importante, la cultura como universo simbólico y estructura de valores, como productora de sentido en las sociedades contemporáneas".

De la misma manera, la demanda de cultura también se ha ensanchado, siendo hoy incomparablemente mayor que hace sólo unos años. El extraordi-

nario desarrollo de las nuevas tecnologías de la comunicación y de la información ha creado un gigantesco mercado que demanda de forma continuada nuevos contenidos en nuevos formatos. La revolución de los transportes y el desarrollo de la industria turística han provocado un cambio sustancial en la valoración social y económica de la cultura, tanto en lo referido a eventos culturales -festivales, certámenes, etc.- como en la nueva dimensión que alcanza el patrimonio antropológico y monumental. Los centros culturales -museos, teatros, cines, bibliotecas, galerías, etc.- reciben un número cada vez mayor de visitantes y usuarios a la vez que aumentan tanto en número como en actividades.

Sin duda, la demanda social en relación a los bienes culturales está creciendo considerablemente en los países desarrollados en el marco de una sociedad que tiende a orientar el tiempo libre hacia el enriquecimiento personal del individuo y el conocimiento del entorno. La progresión constante de la urbanización, la notable reducción de la oferta de trabajo y la consiguiente expansión del tiempo de ocio, la extensión de la población formalmente culturizada, son factores que han contribuido a disparar la demanda de cultura. En este sentido, cultura y economía han iniciado un diálogo extraordinariamente fructífero para el desarrollo sostenible y duradero de los pueblos, especialmente en los más desarrollados, constituyéndose además la cultura en un sector económico con importantes expectativas de crecimiento. La Agencia Europea para la Cultura ha puesto de manifiesto como "la irrupción de la economía en lo inmaterial ha hecho de la cultura el sector que más ha crecido en los últimos veinte años y que con casi cuatro millones de trabajadores se haya convertido en Europa en uno de los principales sectores industriales y de servicios. El aumento del empleo en el ámbito cultural ha superado ampliamente el índice medio de empleo global". El mercado audiovisual ha aumentado de forma extraordinaria, y lo mismo debería suceder, aunque en porcentajes inferiores, en el turismo cultural, los usos del patrimonio, los festivales populares,

etc. Fue Jack Lang, ministro francés de cultura, el que ya en la década de los ochenta escandalizaba a los puristas al hablar de "economía y cultura, un mismo combate".

Pero ese crecimiento es desigual. Ni tiene la misma dimensión, ni alcanza por igual a todas las facetas de la cultura, ni al conjunto del territorio (de hecho en distintos círculos se ha avanzado la necesidad de establecer unos derechos culturales de los ciudadanos y ciudadanas como mecanismo de corrección de estos desequilibrios). Todo ello unido al sentimiento de amenaza para la identidad local con que se percibe un proceso de globalización marcado por los grandes centros de producción y distribución cultural que tienden a la concentración de poder y a la homogeneización de contenidos. Es ahí donde están los primeros retos de una nueva política cultural desde las ciudades.

Pero el proceso de globalización también ha modificado el papel que tradicionalmente se venía reservando a las ciudades y a las administraciones locales. Las ciudades no pueden permanecer pasivas ante los cambios, y los Ayuntamientos han pasado de ser meros gestores de servicios a liderar y promover iniciativas y proyectos. Y es que las ciudades compiten en este nuevo universo económico global en el que las decisiones vinculadas al desarrollo económico y social se han deslocalizado. Las ciudades han de mostrar su rostro más amable, han de ser atractivas a residentes, visitantes e inversores, han de convertirse en espacios habitables y atractivos, han de crear un ambiente innovador que facilite la creatividad, estimule el espíritu emprendedor y permita la concertación de los distintos agentes sociales y económicos. Igualmente las ciudades para el ejercicio con éxito de esta nueva función de impulsoras del desarrollo han de estar conectadas con las redes mundiales, han de trabajar en áreas económicas con un mercado potencial suficiente y han de asu-

Pero el proceso
de globalización también
ha modificado el papel que
tradicionalmente se venía
reservando a las ciudades

mir la descentralización de responsabilidades que de facto han puesto en marcha los gobiernos regionales y/o nacionales.

Sin duda, las ciudades han de redefinir sus objetivos y estrategias. Y en esa redefinición, que tiene por base la calidad y la excelencia, la cultura aporta valores de cohesión, sostenibilidad y desarrollo innegables. En definitiva un nuevo rol de las ciudades en el que la cultura juega un nuevo papel mucho más central y decisivo.

Hasta no hace mucho, las políticas culturales en los países de nuestro entorno han partido de una concepción restringida de la cultura y de su importancia política, social y económica. Los Ayuntamientos han venido desarrollando políticas sectoriales de promoción de la cultura en varias direcciones: políticas de difusión de productos culturales en el convencimiento de que la distribución de cultura favorece procesos de emancipación y de democratización de la vida social; políticas de promoción del patrimonio cultural de la ciudad y de la creación de los artistas locales como factores que refuerzan la identidad; políticas que propician la creación de ambiente cultural y de ocio con objeto de apoyar el crecimiento del sector servicios, especialmente de la hostelería y del turismo. También apuntar la creación de emisoras de radio y televisión municipales, aunque en sólo contadísimos casos podrían considerarse sin sonrojo como iniciativas culturales. En resumen, para la mayoría de las Corporaciones Locales españolas la política cultural ha sido considerada una política periférica, de escasa relevancia y menor presupuesto. Una política más asociada a la imagen que al desarrollo. Unos pocos Ayuntamientos en España han acertado, sin embargo, al ubicar a la cultura en el eje central -y simbólico- en la transformación de ciudades industriales en ciudades de servicios, porque sólo algunos municipios -dependiendo de las personas que llevaran el timón más que de la agrupación política mayoritaria- han sido capaces de implementar las políticas culturales y las políticas urbanísticas y de promoción económica.

Hoy, sin embargo, la situación está empezando a

cambiar de forma generalizada y de hecho los programas políticos de las ciudades más dinámicas e innovadoras van poniendo de relieve el nuevo papel de la cultura en la política local. Si echamos un vistazo a nuestro alrededor, observamos cómo las ciudades que marcan el ritmo en Andalucía, los grandes nodos urbanos de Sevilla y Málaga, lo apuntan en los documentos de sus nuevos planes estratégicos aún en proceso de redacción. En Málaga se propone "convertir la cultura en un elemento central de la estrategia de futuro de la ciudad", y en Sevilla estiman la participación del sector cultural en la economía de la ciudad en un 7,7% del PIB de la ciudad y en un 6,9% de la ocupación. En Málaga se establecen líneas estratégicas como "Málaga, ciudad del conocimiento" y "Málaga, ciudad de la cultura". En Sevilla se apuntan conceptos como "Sevilla, factoría cultural".

Asimismo, si damos un repaso a las propuestas estratégicas de otras ciudades españolas, podemos leer: "Zaragoza, ciudad creativa en el arte, el humanismo y la comunicación", "Valencia, capital milenaria de la cultura europea" o "la estrategia de transformación de Tenerife y de Canarias debe ser eminentemente cultural". Y si atendemos a lo que se propone en ciudades más alejadas geográficamente, en Buenos Aires se considera que "la cultura es una pieza esencial en la lucha por el desarrollo económico y social" y en Québec se afirma que "la vitalidad de la cultura quebequense, la apertura al mundo, el dinamismo del sector de las comunicaciones y el control de las nuevas tecnologías constituyen los riesgos estructurantes de los próximos años alrededor de los cuales el plan estratégico se articula". Aunque, en mi opinión, quizás sea la ciudad de Barcelona, en su espléndido Plan estratégico del sector cultural titulado "La cultura, motor de la ciudad del conocimiento", la que señala con más claridad el nuevo papel de la cultura en la política local.

Los programas políticos de las ciudades más dinámicas e innovadoras van poniendo de relieve el nuevo papel de la cultura en la política local

Y es que, como se dice en los primeros documentos del II Plan estratégico de Córdoba, "lo que decidamos tendrá que tomar en consideración los planes estratégicos de otras ciudades, cercanas y lejanas, porque con ellos podemos ser complementarios, pues al fin y al cabo debemos decidir en qué redes nos insertamos".

C. S. M.