

Casos de turismo cultural

De la planificación estratégica a la gestión del producto

Josep Font Sentias (Coord.)
Editorial Ariel
Barcelona, 2004

Ante la progresiva expansión que está experimentando el turismo cultural en nuestros pueblos y ciudades, en los últimos años se está produciendo una verdadera avalancha literaria sobre este fenómeno y sus múltiples implicaciones en el territorio. Entre estos trabajos se echan de menos obras como ésta, eminentemente práctica y basada en la experiencia.

Coordinada por Font Sentias, experto en gestión cultural, y prologada por Bernard Morucci, director de la Cátedra UNESCO, esta obra se estructura en diecisiete capítulos que abordan diversos casos prácticos de turismo cultural, descritos con gran minuciosidad por reconocidos especialistas en la gestión turística y cultural.

Dentro de un plan de trabajo bien concebido y coordinado, en este excelente trabajo de síntesis, se analizan dieciséis proyectos y realizaciones locales relacionadas con el turismo cultural, que invitan a la reflexión del lector y proporcionan un adecuado conocimiento del estado actual de la cuestión



en territorios muy diferentes. Así, de forma bien integrada, los autores analizan diversos modelos de turismo cultural, mediante varios ejemplos cuidadosamente seleccionados y con miras a su posible extrapolación en otros territorios. De ahí la eficacia del conjunto de la obra.

Una de las principales aportaciones de esta publicación radica en la metodología utilizada: el análisis de casos concretos. Sólo desde hace pocos años, este novedoso método de caso, procedente de Harvard y del mundo del derecho, se viene aplicando en España, al específico campo de la promoción y gestión cultural (Lluís Bonet, Castañer y Font (Ed.), *Gestión de proyectos culturales. Análisis de casos*, 2001). Basado en experiencias concretas, este método posee una gran capacidad de aplicabilidad, aunque con las lógicas limitaciones que suponen las singularida-

des de cada caso.

Los casos incluidos pertenecen a diversos estados europeos, como Andorra, Bélgica, España, Gran Bretaña e Italia. Y, aunque las unidades territoriales de estas experiencias son diversas, predomina la ciudad como espacio de análisis y formulación de proyectos.

El fuerte impacto del turismo cultural en Ciudades Europeas de la Cultura es analizado a través del caso de Glasgow (Beatriz García), donde se aborda el desarrollo de estrategias y la correspondiente evaluación. Por otro lado, la reformulación de la política de turismo cultural, mediante el estudio de los "grupos de interés", centra el caso de Brujas (Antonio Paolo Russo), ante la necesidad de reposicionar la oferta turística de esta gran ciudad histórica.

Una propuesta concreta de turismo complementario se expone en el caso del patrimonio judío del Ghetto de Venecia (Jordi Juan), como un nuevo producto surgido del Plan Estratégico de Venecia e inserto en una de las ciudades más emblemáticas de turismo cultural. También en Italia, el modelo de la creación de redes se describe en referencia al caso de los museos de Siena (Michele Trimarchi), donde se analiza el aún joven concepto de "distrito cultural".

El turismo cultural en ciudades declaradas o pro-

puestas como Patrimonio de la Humanidad se examina a través de la candidatura de Andorra (Cristina Yáñez), limitándose al caso del valle del Madriu-Perafita-Claror, donde se pretende iniciar un nuevo modelo de desarrollo y gestión turística.

Ocho casos catalanes de muy diversa naturaleza suponen la mitad de la publicación. Así, en el caso de Figueres (Marién André) se analiza la problemática que genera sobre la población un producto cultural de relevancia internacional -Teatro-Museo Dalí-, al tiempo que se proponen soluciones. Por otro lado, en la comarca del Ampurdán (Martí Sabriá), tan vinculada al mundo de Salvador Dalí y destino turístico maduro de sol y playa, se abordan los problemas de estacionalidad y saturación del territorio y se describe un buen ejemplo de la capacidad asociativa que posee el sector privado para crear nuevos productos de calidad, como el llevado a cabo por un grupo de hoteles familiares al asociar la simbología de Dalí con la gastronomía comarcal. Y en el caso de Girona (Dolors Vidal y Silvia Aulet), ciudad mediana con un importante patrimonio histórico y destacado destino de turismo cultural, se describen las actuaciones efectuadas para lograr la regeneración urbana del centro histórico.

Cuatro casos muy dife-

rentes se centran en Barcelona, reconocido destino internacional de turismo cultural. En primer lugar se analiza la estrategia llevada a cabo por el consorcio público-privado "Turisme de Barcelona" (Lluís Bonet), desde su creación hasta la celebración del Fórum Universal de las Culturas 2004. En el siguiente caso se expone la génesis y evolución del equipamiento patrimonial de La Pedrera-Spai Gaudí (Josep Font), como ejemplo de una oferta consolidada, en torno a la valorización y gestión de un edificio declarado Patrimonio de la Humanidad, llevada a cabo por La Caixa como entidad propietaria. Por otra parte, el producto específico de las Festes de la Mercè en Barcelona (Greg Richards) se describe como modelo de un turismo cultural que también debe basarse en ese patrimonio intangible compuesto por la cultura viva y las fiestas populares. Y la iniciativa de "Articket" (Antoni Laporte y Joaquina Bobes) es también objeto de análisis, como muestra de una acción conjunta de promoción cultural acometida por seis prestigiosos centros de arte barceloneses.

En torno a la consolidación del turismo cultural en Tarragona (Jordi Calabuig y Xavier García), declarada Patrimonio de la Humanidad por su legado romano, se estructuran posibles modelos de desarrollo turístico para

la ciudad.

Ya fuera del ámbito catalán, en el caso de la Ciudad de las Artes y las Ciencias de Valencia (Pau Rausell) se explora sobre el impacto y las consecuencias derivadas de la implantación de este gran equipamiento sobre el modelo turístico valenciano. Otro capítulo del libro se ocupa del atractivo concepto "Territorio Museo" y se evalúan los resultados de la puesta en marcha del museo-territorio de Alghero (Manuel Miró y Jordi Padró). Este conjunto de casos finaliza con la descripción de la planificación y gestión turística llevadas a cabo en Ávila (María García), declarada Patrimonio de la Humanidad, donde se plantea conciliar su mantenimiento como destacado destino turístico y la conservación de su rico patrimonio histórico.

El último capítulo del libro está dedicado al análisis de algunos folletos turísticos (Arturo Molina), pertenecientes a diferentes ciudades, que se presentan como una de las principales herramientas del turismo cultural, al tiempo que el autor ofrece algunas recomendaciones sobre su diseño.

Uno de los principales valores de esta obra es haber sabido aglutinar un conjunto de casos caracterizados por su diversidad y alto grado de representatividad, que tienen la potencialidad de ser extrapolados a otros

territorios. Estos casos aparecen descritos con todo rigor y precisión. Se analizan problemáticas concretas como la estacionalidad turística o la saturación territorial; destinos turísticos maduros y destinos de nuevo cuño; los impactos que los nuevos productos culturales pueden generar sobre el medio ambiente y sobre las poblaciones anfitrionas; se exponen diversas estrategias ya desarrolladas, así como otros proyectos en ciernes conducentes todos hacia la valoración y promoción del turismo cultural.

La obra se completa con la inclusión de abundantes datos, contenidos en tablas estadísticas y gráficos, además de una selecta bibliografía para cada capítulo. De gran interés resulta el planteamiento final de cada caso, al quedar abiertas para el debate diversas cuestiones e interrogantes relacionadas con el ejemplo descrito.

En definitiva, estamos ante una obra de imprescindible lectura a la hora de planificar la transformación de los recursos culturales en productos turísticos, así como para redefinir las políticas y la gestión del turismo cultural en nuestros territorios. Un trabajo, sin duda, de gran utilidad para los profesionales del turismo y la cultura y para los gestores del Patrimonio Cultural.

Ana Gómez Díaz-Franzón

El Proyecto Benzú

**250.000 años de historia en la orilla africana del Círculo del Estrecho.
30 preguntas y 10 opiniones.**

José Ramos Muñoz,
Darío Bernal Casasola
(editores científicos)
Edita: Ciudad Autónoma
de Ceuta y Servicio de
Publicaciones de la UCA,
Cádiz, 2006

No ha transcurrido mucho tiempo desde que en 2001 fue localizado el yacimiento de la Cabililla de Benzú, en Ceuta, un abrigo paleolítico con niveles de habitación fechado entre 250.000 y 70.000 años y una cueva neolítica del VI milenio a.n.e. Sin embargo, la buena coordinación del complejo equipo de investigación y el interés de todos sus miembros por difundir los resultados del proceso de las excavaciones y dar a conocer su interpretación en relación con las hipótesis planteadas como base del trabajo, lo han convertido en uno de los proyectos más emblemáticos de la Universidad de Cádiz.

Muchos medios de comunicación se han ocupado de Benzú, ya que la hipótesis barajada como pun-

to de partida y eje de la investigación, la posible comunicación entre las dos orillas del Estrecho desde fechas muy tempranas, resulta muy atractiva y abre posibles alternativas a la explicación tradicional del poblamiento de Europa desde el Este, asumida hasta ahora por la mayoría de los investigadores. También son numerosas las publicaciones especializadas que han visto la luz en estos años, pero una vez finalizada la cuarta campaña de excavaciones y cerrada la primera fase de las investigaciones, los responsables científicos han considerado oportuno realizar una publicación que difunda a círculos no especializados de la población los resultados científicos, siguiendo una práctica reciente en nuestro país que ha sido iniciada con gran acierto por el equipo de Atapuerca.

Los coordinadores científicos de la edición desglosan minuciosamente en la introducción de la obra el por qué de la estructura y los objetivos que pretenden. Utilizan con gran acierto el conocido recurso de las preguntas-respuestas organizadas en nueve bloques temáticos que abarcan los contenidos fundamentales para conocer las claves del yacimiento y las líneas de investigación que canalizan los trabajos. A lo largo de la obra vamos descubriendo

en qué consiste el Proyecto Benzú y su proyección social, la diversidad profesional del equipo que lo integra, la localización y el entorno geográfico del yacimiento, el desarrollo de los trabajos de campo y laboratorio, los procesos científicos y técnicos que conducen al establecimiento de una cronología o al resultado de los análisis de los hallazgos paleolíticos del abrigo y los neolíticos de la cueva, la reconstrucción del medio ambiente o el planteamiento de las pautas sociales. Este sistema de preguntas-respuestas agiliza la lectura, ya que permite ignorar el orden del discurso general para acudir puntualmente a aquellas preguntas que más interesen, sin que alterar el orden suponga un obstáculo para la comprensión de los contenidos. Sirve también para paliar algunas diferencias de estilo y complejidad, lógicas en una obra realizada por múltiples autores.

Refuerza la dimensión divulgativa de la obra la inclusión de un glosario donde se recogen palabras de carácter técnico, que aparecen destacadas con negrita en el texto, y la bibliografía comentada, que acompaña cada cuestión, ofrece un valioso apoyo a aquellos lectores interesados en ampliar su conocimiento sobre los distintos temas que se abordan. Igualmente los conte-

nidos de la publicación se enriquecen con la incorporación de una serie de opiniones externas al equipo de Benzú que aportan su visión global acerca del proyecto o inciden sobre algunas de las hipótesis de trabajo.

En resumen, nos encontramos ante una obra de gran utilidad para un público, sobre todo universitario, que sin ser especialista en el tema siente gran interés por el desarrollo de estas investigaciones. Aún hay mucho trabajo por realizar en Benzú y algunas interpretaciones que sólo quedan esbozadas por la escasez o ausencia de evidencias arqueológicas, podrán desarrollarse de modo más concreto en futuras publicaciones.

*Juan Alonso de la Sierra
Fernández
Coordinador del Gabinete
Pedagógico de Bellas Artes
de Cádiz*

El Flamenco en Cádiz

*Catalina León Benítez
Almuzara Ed.
2006*

Las editoriales andaluzas están prestando una gran atención al libro sobre tema flamenco. Almuzara está acometiendo un proyecto amplio y multidisciplinar

dentro de una colección de ensayos y biografías de personajes del mundo jondo. Dentro del primer apartado la editora está dedicando buena parte de los títulos a las capitales flamencas; las consideradas como cunas. Cádiz, entre ellas, se sitúa como un enclave privilegiado en la gestación y desarrollo de las músicas del sur peninsular, germen de los más variados giros y matices que fueron desembocando en la genuina manifestación que hoy es el cante, el toque y el baile.

La profesora Catalina León ha sido la encargada de compendiar *El Flamenco en Cádiz*, una empresa no exenta de dificultades. Por una parte, debido a la necesidad de adaptar cuanto ya se conoce, por otros libros o la tradición oral, al rigor que exigen las nuevas investigaciones en el campo jondo. Por otro, el esfuerzo que supone sistematizar todo el patrimonio oral de Cádiz que es muy denso por el gran número de intérpretes y variantes al acervo cantaor.

La autora, con una cuidada utilización del lenguaje, propone de principio un capítulo contextual de acercamiento histórico y geográfico a la ciudad. Hay pocas artes tan influidas por su entorno y modos de vida que éste; por eso la necesidad de estos iniciales planteamientos, que llevan des-

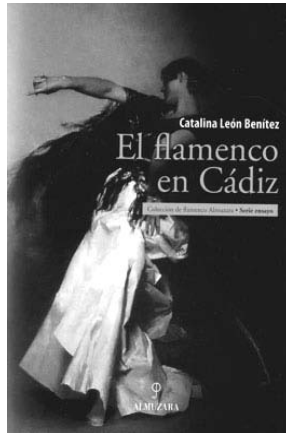
de la reseña de las antiguas leyendas y mitos al Cádiz del siglo XXI, pasando por períodos tan claves como el de las relaciones con América o el período liberal. Todo está en las letras del flamenco, descanso de tanta sabiduría del pueblo.

Una vez establecidos estos límites, Catalina se centra en las características más esenciales de la reconocible escuela gaditana; los primeros maestros del cante; los estilos más genuinos desde los pre-flamencos, a las alegrías o los tangos con un numeroso respaldo de coplas y letras.

Pero Cádiz, va más allá, como acertadamente hace ver la autora. Junto al cante, la guitarra y el baile gaditanos han sido fundamentales en la historia del género; así lo hace constar, junto a algunas preceptivas alusiones a personajes de la importancia de Falla o Quiñones.

Siguiendo los parámetros de la flamencología más moderna, Catalina opta por hacer separata entre el flamenco de la capital con el desarrollado en los Puertos de su Bahía. En efecto, los antiguos tratados siempre los unían en sus análisis con Cádiz, pero estudios más profundos nos llevan a aplaudir este distingo.

Así como dedicar volumen gráfico aparte a todas las relaciones, no siempre



pacíficas, que se han establecido entre Flamenco y Carnaval; "dos sonos en un mismo espacio", como apostilla la escritora.

La clara vocación generalista y enciclopédica de la obra la lleva a rematar con episodios donde el flamenco se interrelaciona con otras manifestaciones culturales, tales que la plástica, la literatura o la lingüística, ofreciendo así un gran sentido de conjunto.

Catalina León Benítez, nacida en Cádiz, es profesora de geografía e historia y de psicología-pedagogía, así como estudiosa del flamenco. En este campo desarrolló, de forma pionera, un programa de intervención escolar que supuso la primera "didáctica del flamenco". Ha profundizado en la relación entre el flamenco y las artes plásticas, tema al que ha dedicado multitud de artículos. Su actividad dentro del flamenco

abarca, además, cursos, presentaciones, charlas y conferencias, así como colaboraciones en revistas especializadas. En la actualidad, prepara, también para Almuzara, un trabajo sobre Manolo Caracol.

José María Castaño
Coordinador del Aula
de Flamenco de la UCA

El periodismo cultural

Francisco Pastoriza
Rodríguez
Editorial Síntesis. Colección
Periodismo Especializado,
Madrid, 2006

El hecho informativo es la base sobre la cual construir la noticia. La múltiple variedad de los géneros periodísticos generan una actividad cotidiana que es susceptible de adaptar a múltiples discursos: narrativos, visuales, simbólicos. El ruido provocado por esta cascada de información es ensordecedor. A las redacciones llegan faxes, correos electrónicos, notas de agencia... Sobre todo eso se construye la realidad relatada y contada, que luego leemos en periódicos o revistas, oímos mientras vamos en nuestro coche en la radio, nos llega por e-mail o Internet, o nos acompaña mientras cenamos viendo la

televisión. Tamizada, triturada, masticada y digerida, cruda o cocinada por el conveniente paseo de la misma, en las trastiendas de los intereses de grupos, de redes de influencias, o bien por qué no decirlo, de intenciones empresariales que viven del negocio mediático.

Y en todo este panorama abigarrado se inserta la cultura como información periodística. Desde los albores del periodismo, la información cultural constituyó parte esencial de lo fijado por los primeros folletines, boletines y gacetas. Era la cultura, o parte de la misma como la literatura o el arte, la que constituía la principal información, yendo además muy de la mano de la información política o sobre hechos sociales.

El advenimiento de la sociedad moderna en la era industrial, originó la especialización del periodismo. Primero en los géneros escritos, más tarde y conforme fue consolidándose el progreso técnico en los medios radiodifundidos. La cultura y todas sus manifestaciones se fue conformando como un espacio informativo autónomo. No ausente de las tendencias o intenciones de las líneas editoriales, pero cubriendo una parcela de actualidad que era requerida por un público cada vez más numeroso. Al cual, al mismo tiempo, se le creaba una ne-

cesidad nueva a través de unos vehículos de transmisión más cercanos, más al alcance de todos.

Un proceso de vulgarización que si por un lado servía para un mayor acercamiento al gran público, por otro estandarizaba los modelos, imponía cánones y señalaba pautas y tendencias.

En nuestro país, este proceso no ha estado en modo alguno alejado de lo acontecido y visto en otras partes del mundo moderno. Con las particularidades propias de nuestro propio devenir intelectual, la cultura ha estado presente como hecho informativo, ocupando un lugar propio en los medios de comunicación españoles desde los inicios del periodismo moderno.

La necesidad de marcar los parámetros desde los cuales la información cultural es tratada por los profesionales y la definición de la misma, en función de los géneros y asimismo, de las fuentes, de los medios donde ésta se ofrece al público es el objetivo de la obra de Francisco Rodríguez Pastori-za, Profesor de Comunicación e Información Audiovisual en la Universidad Complutense de Madrid, quien además es periodista del Área de Cultura de Televisión Española.

El autor partiendo de un análisis inicial desde los orígenes históricos, define el marco conceptual que ocu-

pa en la teoría de la información el hecho cultural. Elaborado este planteamiento inicial, se dirige a analizar la aplicación de la ciencia periodística, con sus múltiples posibilidades narrativas, a los diferentes géneros. Aportando ejemplos, señalando las características de los mismos y apuntando preferencias en la aplicación de uno u otro según sea el tipo de información a ofrecer. Un análisis que se amplía al reflejo en los distintos medios informativos del hecho cultural. Sin detenerse demasiado en aplicar un criterio en exceso crítico, sino meramente narrativo de los principales hitos de la información cultural en el mundo y en España. Desde ese punto de vista, el libro es útil como referencia para iniciar al neófito o al estudiante en el hecho del periodismo cultural.

Y lo es sobre todo porque introduce igualmente, unos criterios de valoración de la información cultural, atendiendo a sus contenidos y la forma en la que ésta se expone en los diferentes medios. Lo que resulta particularmente útil a la hora de objetivizar la información, en cuanto a la oportunidad de la misma, la novedad, el aliciente, la cercanía, la implicación afectiva o intelectual del acontecimiento reflejado.

No obstante y dado que el tema puede originar más reflexión, se echa en falta

pues, un posicionamiento crítico con respecto a la efectividad, o el papel de esta información en el contexto global del periodismo moderno.

Igualmente, en la obra se echa de menos el apartado dedicado a la difusión cultural a través de las nuevas tecnologías de la información con lo que supone Internet y las múltiples facetas de expresión que este vehículo de transmisión abre a la información cultural. Quizás lo nuevo y reciente de este fenómeno haga necesario un análisis posterior.

Tampoco es a nuestro juicio la finalidad de la obra presentada, ceñirse a aspectos críticos. Este asunto puede quedar aparcado para una posterior y más profunda reflexión. Porque puede igualmente ocurrir, que en el panorama que a veces ofrecen los medios de comunicación generalistas, la información cultural vaya perdiendo espacio, hasta quedar inmersa en las secciones de espectáculos o modas, siendo muy pesimistas. Siendo en cambio optimistas y si nos atenemos a la proliferación de publicaciones de corte cultural que estamos viviendo, puede que la cultura encuentre sus propias formas de difusión alejadas del marco tradicional de páginas o espacios reservados en las radios o las televisiones. Aunque no es del todo descabellado mantener la

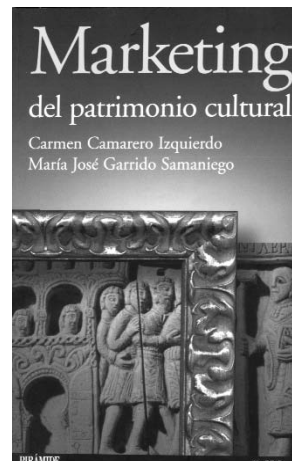
alerta y cierta reserva de cara al futuro, si vemos lo que está ocurriendo ya en determinadas cadenas de televisión con este mundo informativo, donde lo cultural ha desaparecido en la práctica de las parrillas de programación. Sin duda una piedra de toque, un aviso que nos sirve para ilustrar este temor que aquí exponemos. Ojalá nos equivoquemos.

Marketing del patrimonio cultural

*Carmen Camarero Izquierdo
María José Garrido Samaniego
Ed. Pirámide. Esic.
Madrid, 2004*

El marketing, instrumento necesario para gestionar y promocionar el desarrollo de los recursos de un territorio a diferentes segmentos de población, requiere cada día mayor atención en el campo de la gestión cultural.

No proliferan en castellano abundantes estudios monográficos sobre marketing patrimonial, al menos desde la óptica de dos economistas como las autoras de esta publicación quienes ofrecen herramientas para abordar la planificación de



proyectos con una metodología clara y precisa.

Manual de aspecto universitario que todo gestor patrimonial debería al menos consultar, se distribuye en nueve capítulos que permiten conocer desde los perfiles del público visitante de museos, ciudades históricas y espacios culturales así como estrategias transformadoras del recurso en producto.

El planteamiento de la obra de estas dos profesoras de la Universidad de Valladolid, facilita la lectura y el trabajo a los más profanos en la materia a través de tablas, gráficos, análisis de casos prácticos tomados de artículos de prensa, material promocional y publicitario.

Aspectos de actualidad: desde fórmulas de financiación, captación de fondos, fijación de precios, canales de distribución, hasta estra-

tegias de comunicación e imagen de marca se desgranaban para desvelar las claves que implementan un plan estratégico de marketing.

Tradicionalmente, el marketing aplicado se ha venido vinculando a economistas y profesionales del sector empresarial. Buena falta hace a los gestores culturales, de orígenes académicos diversos: historiadores, filósofos, filólogos, pedagogos, biólogos, etc., manejar con destreza postulados y entresijos de una materia que inconscientemente y diariamente usamos pero que quizás apenas se dedica tiempo suficiente para una mayor reflexión desde su visión más teórica.

Virginia Luque Gallegos

Cuadernos de Investigación Vigía

Números 1 a 4

Fundación Provincial de Cultura. Cádiz, 2006

Para quien no lo sepa Vigía Observatorio Cultural de la Provincia de Cádiz es un proyecto de la Diputación, la Universidad y la Caja San Fernando de dicha provincia. Comenzó a funcionar hace ya algo más de dos años. En este tiempo ha

encarado numerosos proyectos que se mueven sobre todo en el ámbito de la investigación y en el intento de conocer más y mejor la realidad cultural de dicho territorio. Entre sus acciones destacan las becas de investigación que están enfocadas prioritariamente al sector de la Cultura. Como consecuencia de las cuatro primeras becas otorgadas se editan sendos cuadernos con la idea de dar mayor difusión y permanencia a las investigaciones emprendidas con becas. Los cuadernos editados son:

- Cuaderno Número 1. Perfil de usuarios de bibliotecas en pequeños municipios de la provincia de Cádiz. Juan Bautista Blanco Rodríguez. Un estudio sociológico que trata de concretar los perfiles más frecuentes de los ciudadanos que se acercan a las bibliotecas de las localidades menores de 20.000 habitantes de Cádiz.

- Cuaderno Número 2. Impacto económico de los festivales culturales. Un estudio comparado. Gonzalo Sánchez Gardey y Álvaro Rojas Vázquez. Análisis de los efectos económicos en dos festivales de la provincia. El Festival de Teatro de Comedia de El Puerto de Santa María y el Festival de Música de Cádiz.

- Cuaderno Número 3. Análisis de los servicios ofertados por los equipa-

mientos de proximidad en municipios de más de 20.000 habitantes de la provincia de Cádiz. Ana Ruiz Gutiérrez y José Fernando Piñeiro Area. Un intento de conocer de manera estructurada y crítica la oferta de servicios de dichos equipamiento culturales.

- Cuaderno Número 4. Dinámica Social en la gestión cultural del Flamenco en la provincia de Cádiz. Enrique Linera Cortés. Un interesante estudio que aborda la cuestión desde una metodología antropológica pero con un enfoque hacia las políticas y la gestión culturales.

Las becas han permitido y facilitado el acceso al sector de la gestión cultural a jóvenes investigadores a la vez que, como efecto complementario, ofrecen datos reales para la reflexión y la acción en el mundo de las políticas culturales territoriales.

Más información en cultura.observatorio@dipucadiz.es

José Luis Ben Andrés

El templo del saber Hacia la biblioteca digital universal

José Luis González Quirós,
Karim Gherab Martín, col.
Deusto y Fundación DMR
Barcelona, 2006

El libro que nos ocupa tiene como objetivo tratar de imaginar cómo podrá ser el acceso al conocimiento en un futuro inmediato cuando abandonemos el mundo analógico de la impresión por la era digital. Para ello los autores se han pertrechado del conocimiento histórico adecuado. La Introducción del libro recorre los diferentes soportes en los que la sociedad ha dejado constancia de sus conocimientos así como la necesidad de archivar estos documentos a medida que su producción ha ido en aumento y esta circunstancia se ha complicado.

Para los autores, hay que aclararlo, el conocimiento al que aluden es el conocimiento científico y, por tanto, la producción, catalogación, digitalización, etc., objeto de este estudio no es otro que el que proviene del mundo científico. El acceso a este tipo de información se ha generalizado en el último tercio del si-



glo XX. Se ha producido un aumento espectacular de individuos capaces de comprender la información científica y más espectacular ha sido todavía la aparición de libros y revistas especializadas. Ello ha provocado que sea imposible conocer -no ya leer- todo lo que se publica. Las bibliotecas tradicionales no pueden disponer de todo lo publicado y la única posibilidad que los autores ven como posible sería la de la creación de un ciberlugar en el que ubicar todo el conocimiento.

Los autores tienen en mente la *Característica Universal* leibniziana. Un lenguaje universal que facilite la catalogación, puesto que los sistemas tradicionales no resultan operativos para manejarse en la ingente maraña de publicaciones que existe actualmente. Pa-

ra ello proponen igualmente la tesis del tercer mundo de Popper, el mundo de los contenidos de pensamiento objetivo, especialmente, de los pensamientos científicos y poéticos y de las obras de arte. Obviando las innumerables refutaciones que tal posibilidad ha tenido desde que la planteó Popper, hay que decir que los autores ven en ella la posibilidad de extraer -parafraseando a Popper- conocimientos objetivos que pasarían a conformar la biblioteca universal.

La propuesta planteada, siendo interesante, no evita contemplar dificultades como las de derechos de autor, descriptores de búsquedas, entre otras. El futuro de la información científica -y del conocimiento en general- está, sin lugar a dudas, en la red, y como ellos dicen, en las publicaciones e-print como alternativa a las publicaciones tradicionales.

Cándido Martín Fernández

Re-imagina!

"Re-imaginar" la gestión cultural?

Thomas J. Peters
Pearson Educación
Madrid, 2006

Tom Peters, el "gurú de gurús" y una de las mentes más destacadas del *management* de nuestro tiempo, nos vuelve a romper los esquemas con nuevas y sorprendentes ideas en torno al pensamiento abierto, creativo e innovador. Brillante, provocador e incluso trasgresor, ilusiona e incentiva al lector con ejemplos estimulantes y a veces descarados.

Este revelador libro, de diseño enérgico, animado y de estructura poco convencional -tanto como la empresa que nos hace imaginar-, comienza cada capítulo con un "grito" a modo de llamada al desafío de reinventarnos continuamente aprovechando el desconcierto en el que vivimos. Es un caos intencionado por la confianza de Peters en el valor del desorden en la sociedad actual; a su juicio, nuestra mayor amenaza y nuestra mayor oportunidad como fuente de creatividad para dibujar nuevos órdenes y descubrir nuevos significados.

Con esto, consigue des-



montar la teoría de la planificación estratégica -ya no hay tiempo de elaborar planes ni procesos-, eliminando los tradicionales esquemas y todos aquellos paradigmas tan arraigados sobre procedimientos de trabajo, y que aún se intentan implantar en los diferentes servicios de la Administración Pública. Peters, con todo su descaro, ha conseguido "re-inventar" un libro de negocios, aunque, en realidad, el autor no pretendía escribir sobre temas empresariales, sino ocuparse de la pasión, del compromiso, de altos riesgos, de "fracasos excelentes". Partidario declarado de castigar los "éxitos mediocres", nos hace entender que la opción de innovar ya no es opcional, sencillamente porque la neutralidad ya no funciona, porque hay que marcar la diferencia.

En este sentido, nada como la caótica y cambiante gestión cultural para seguir sus enseñanzas.

Imaginemos una gestión y una administración excitante, creativa, divertida, atrevida, descarada, diversa y en continua transformación -más que en "mejora continua". Identifiquemos la figura del gestor cultural con la de un "líder emocional", capaz de atraer y desarrollar el capital intelectual y de crear un clima de trabajo que alimente la curiosidad y la motivación para el desarrollo de "experiencias" y "soluciones" asombrosas -más que de "productos" y "servicios". Quizás haya llegado la hora de quitarnos las pesadas cadenas que nos llevan "atando" tanto tiempo y "re-inventar" la gestión cultural; pasar a la acción, ofrecer productos culturales increíbles y comunicarlos como nunca antes nos atrevimos a hacerlo. Para ello se necesitan altas dosis de talento creativo e ideas profundamente nuevas, capaces de crear un valor añadido en una economía de intangibles. Ya nada es inimaginable en una sociedad en la que las nuevas tecnologías de la información y la comunicación han cambiado y pueden cambiarlo todo. Definitivamente tenemos que "re-imaginar" la cultura, los artistas, las políticas culturales, las iniciativas, los productos, la historia, las nuevas fórmulas de gestión, los nuevos escenarios, la experiencia, las nuevas expe-

riencias, la formación, los significados... otros modelos, otros mundos.

Por otro lado, Peters aprovecha su discurso para hacer una incisiva crítica social y una apuesta concluyente por el valor de la diversidad y de la cooperación. Reivindica el fuerte potencial de las mujeres y sus cualidades de liderazgo, y apuesta por la implantación de sistemas educativos que valoren más las preguntas que las respuestas, la creatividad más que la repetición, la individualidad más que la uniformidad y la excelencia más que el rendimiento estandarizado.

Al fin y al cabo, Peters no nos dice nada nuevo, pero sí nos cuenta las cosas de forma diferente; revela la locura y la pasión como armas importantísimas en la gestión y nos muestra evidencias que tal vez nunca nos habríamos atrevido a ver. Pero lo más importante de este libro es que ilusiona, anima y da esperanzas de que nuevas y mejores formas de gestión, no solamente son necesarias sino posibles y eficaces.

En definitiva, la esencia de su pensamiento se resume en la siguiente frase: "la principal tarea y responsabilidad de nuestra generación es re-imaginar nuestras empresas e instituciones públicas y privadas" (Tom Peters) y este libro no podía terminar de otra manera sino con

la eterna cita "sueña como si fueras a vivir eternamente. Vive como si fueras a morir hoy" (James Dean).

Victoria Usero Piernas

Ábaco Revista de Cultura y Ciencias Sociales

Nº 46, 2ª época
Gijón, 2005

Siempre es gratificante celebrar el aniversario de una revista cultural, como es el caso de *Ábaco*, que va a cumplir veinte años, dos décadas en la que ha editado cuarenta y seis números en dos épocas. Surgida en la ciudad de Gijón en 1986 en el seno del Centro de Iniciativas Culturales y Sociales (CICES), entidad no lucrativa que promueve actividades relacionadas con el ámbito social y cultural.

Su periodicidad es trimestral, y partiendo de lo local manifiesta una clara vocación universal, disponiendo de delegaciones en Portugal, Centroamérica, Brasil, Uruguay y Argentina. En cuanto a los contenidos se estructura básicamente en torno a un tema monográfico de actualidad, exa-



minado desde distintos puntos de vista o bien de diferentes disciplinas; a éste le acompaña una sección con artículos de análisis sobre una o varias cuestiones, cerrando con una amplia sección de notas, recensiones y críticas de libros.

El tema central de este número titulado "Mediación y Gestión Cultural" está dedicado al Proyecto Europeo Magisthere (Mediation, Animation, Gestion, Interpretation des Sites et Territoires, Heritage Européen), fomentado por la Agencia Leonardo da Vinci de la Unión Europea y en el que participan cinco ciudades europeas (Tours, Francia; Cosenza, Italia; Olomouc, República Checa; Pécs, Hungría; y Úbeda, España) junto a una universidad de su entorno, en el caso español es la UNED; integradas en la red AVEC (Alliance des Villes Européennes de Cultura).

El objetivo del citado proyecto consiste en establecer el tipo de formación

que deben realizar los técnicos que se dedican a la mediación y gestión del patrimonio cultural y definir su perfil profesional. El patrimonio cultural es considerado actualmente como uno de los factores que más incide en el desarrollo local, siendo un elemento importante ligado a la industria turística; por ello se necesitan gestores altamente preparados que supere y sistematice una situación que presenta claras insuficiencias, disfunciones y ausencias. En este sentido se agrupan una serie de escritos realizados por los miembros del grupo que han trabajado conjuntamente en el proyecto.

Por último la sección de artículos, reúne tres relacionados con el Tema de fondo bajo la denominación tres proyectos, tres conceptos: "La Universidad Laboral de Gijón: La Ciudad de la Cultura"; "Nuevos centros culturales: nuevos modelos de gestión (La Casa Encendida)"; y "Diez años de arte contemporáneo en Barcelona (Museo de Arte Contemporáneo de Barcelona)".

Enrique del Álamo Núñez

Pensar Iberoamérica Revista de Cultura

www.campus-oei.org

Revista electrónica editada por la Organización de Estados Iberoamericanos para la Educación, la Ciencia y la Cultura con la colaboración del Ministerio de Cultura de España y de la Agencia Española de Cooperación Internacional.

Su periodicidad es cuatrimestral alcanzando los diez números, aunque el último es el nueve ya que hubo un número cero; éste vio la luz en febrero de 2002 siendo el de julio-octubre de este año el más reciente, observándose su ausencia durante el año 2005.

Cada número es coordinado individual o colectivamente, bien por los coordinadores editoriales de la revista o por un coordinador invitado.

Presenta una estructura que responde a los siguientes apartados:

- Temas de portada; generalmente es un tema monográfico (excepto en los dos primeros números) en el que varios autores vierten sus aportaciones en forma de ensayo, reflexión o información. Cuestiones como "Cultura y Educación", "Ciudad y Cultura", "Cultu-

ra y Comunicación", son algunas de ellas.

- Estudios y experiencias; son colaboraciones relacionadas con el tema propuesto, cuya particularidad es la documentación objetiva. Pueden ser solicitadas o enviadas, en este caso están sujetas a una normativa en la que se exige como condición suscribirse -es gratuita- y además los textos deben ser inéditos o con escasa difusión en América Latina, actualizados y que signifiquen aportaciones empíricas o teóricas de relevancia.

- Documentos, Reseñas, Eventos y Convocatorias; espacio que recoge material diverso: comentarios y crítica de libros y revistas, documentos de interés, crónicas de acontecimientos singulares y todo tipo de convocatorias relacionadas con el sector.

La configuración que ofrece la página permite una clara visualización y lectura del sumario además de la disposición del menú con fácil acceso a las aplicaciones de enlace.

Enrique del Álamo Núñez