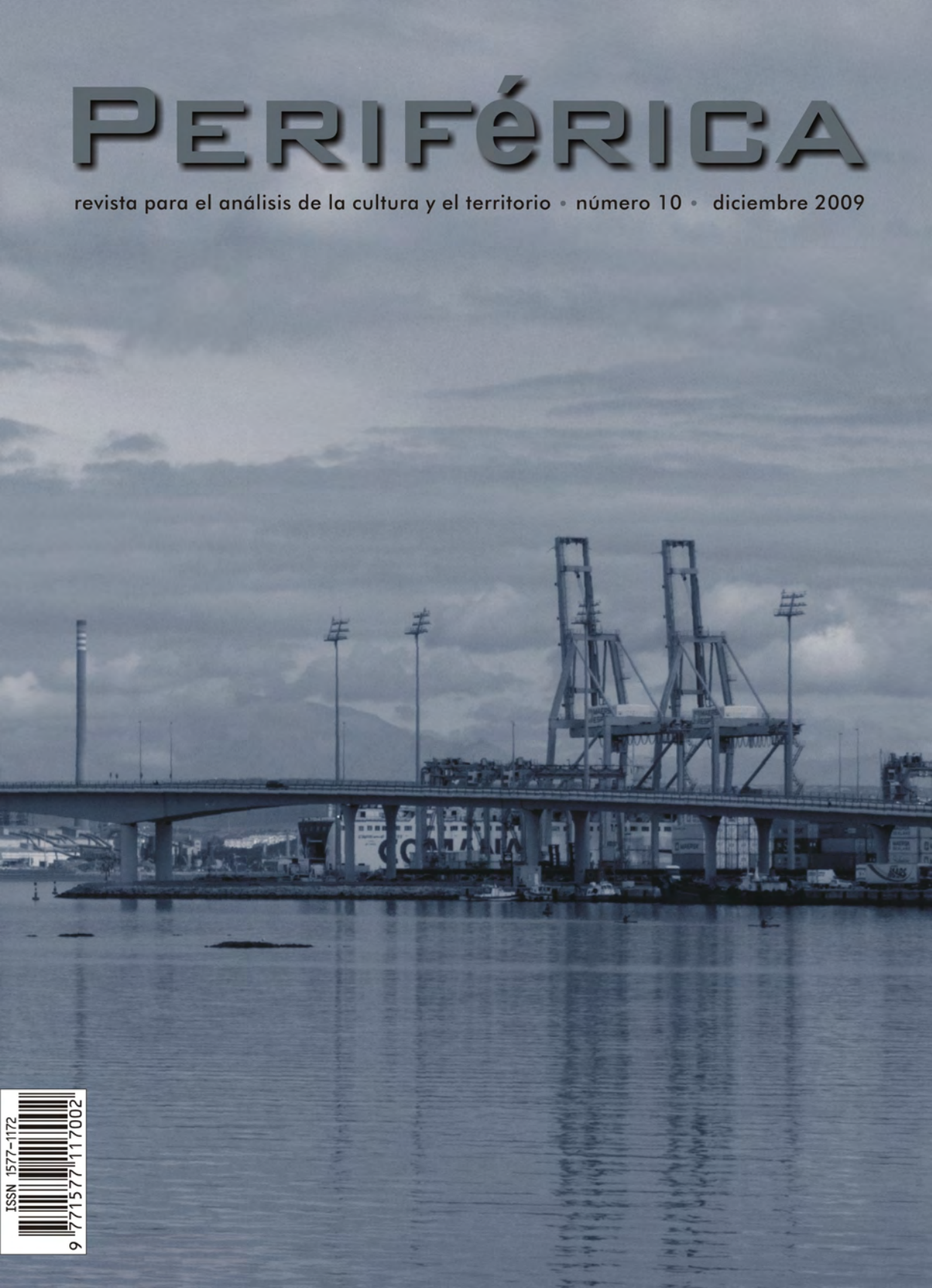
PERIFÉRICA

revista para el análisis de la cultura y el territorio • número 10 • diciembre 2009



ISSN 1577-1172

las universidades andaluzas,

diez en cultura.

Desde el observatorio del **Proyecto Atalaya,** tomamos el pulso a la cultura universitaria de Andalucía.

→ +info en extension@uca.es

consulta toda la información de la cultura universitaria andaluza en www.diezencultura.es

Universidad de Almería
Universidad de Cádiz
Universidad de Córdoba
Universidad de Granada
Universidad de Huelva
Universidad Internacional de Andalucía
Universidad de Jaén
Universidad de Málaga
Universidad Pablo de Olavide
Universidad de Sevilla

con la financiación de

JUNTA DE ANDALUCÍA

Normas de publicación

Qué es PERIFéRICA

PERIFéRICA es una revista pionera en Andalucía, la primera especializada en análisis cultural, que nace de la mano de una universidad andaluza, la de Cádiz, y de otras dos instituciones, la Fundación Municipal de Cultura de Cádiz y la Diputación Provincial de Cádiz.

PERIFéRICA es una iniciativa que emerge desde el Sur de Europa con la vocación de aportar visiones periféricas sobre el fenómeno socio-cultural.

PERIFéRICA es necesaria porque los trabajadores y voluntarios de la cultura tendemos a ser periféricos en nuestros usos y actitudes y debemos recuperar un papel central.

PERIFéRICA es, en definitiva, el lugar en el que se podrán discutir, razonar y debatir todos estos asuntos.

Originalidad de lo publicado

Periférica admite trabajos originales redactados preferiblemente en castellano, pero también en el resto de las lenguas españolas y en inglés o francés que se atengan a la línea editorial de la revista expuesta en la presentación. Los textos deben ajustarse a las normas de publicación consignadas en este apartado y tienen que enviarse a antonio.gonzalez@uca.es

Periférica tiene por objetivo publicar dos tipos de artículos, unos serán por encargo directo a especialistas en temas de su interés, y otros, que han de ser trabajos y propuestas originales, por lo que aquellos artículos recibidos que estén en proceso de aprobación por parte de otra revista quedarán invalidados.

Derechos

Los contenidos publicados en Periférica están bajo una licencia Reconocimiento-NoComercial-SinObraDerivada 2.5 de Creative Commons, cuyo texto completo se puede consultar en creativecommons.org. Así pues, se permite la copia, distribución y comunicación pública siempre y cuando se cite el autor del texto y a Periférica, tal y como consta en la citación recomendada que aparece en cada artículo, pero no se pueden hacer usos comerciales ni obra derivada. Es responsabilidad de los autores obtener los permisos necesarios de las imágenes que estén sujetas a copyright.

Al año de la publicación los contenidos de la revista serán liberados y colocados en internet para su libre descarga.

Aspectos formales

Los artículos que se envíen para su consideración por parte del consejo editorial de Periférica han de incluir las informaciones siguientes:

- Título
- Resumen [200-300 palabras] con los aspectos y conclusiones esenciales del trabajo.
- Palabras clave [de 4 a 6] que no figuren en el título.
- Cuerpo del artículo, estructurado en apartados y subapartados.
- Bibliografía.
- Fecha de cierre del artículo.
- Datos del autor [nombre y apellidos, muy breve trayectoria académica o profesional y dirección electrónica].

Los trabajos se presentarán en papel y en soporte informático, preferiblemente en fichero electrónico y en un procesador de texto habitual (tipo Word, Open Office o archivo de texto).

Dado que los textos han de ser manejados con programas de maquetación y enviados a imprenta, es preferible que incluyan la menor cantidad posible de códigos de formato.

Los gráficos, las tablas y las imágenes que vayan intercalados en el texto también tienen que enviarse en ficheros aparte, numerados y con un pie que identifique su contenido. Las ilustraciones deberán tener la calidad suficiente para ser reproducidas, preferiblemente en escala de grises (BN) y con resolución de 300 p.p.p. en formato JPG.

Las notas en el texto deberán ir en rojo con números y entre paréntesis (1), y redactadas al final del artículo.

Referencias bibliográficas

Las referencias bibliográficas deben ajustarse a la norma ISO 690:1987 [International Organization for Standardization. Información y documentación - referencias bibliográficas (contenido, forma y estructura)] para los documentos en papel y la norma ISO 690-2:1997 para los documentos electrónicos, tal y como se muestra en los siguientes ejemplos:

A. Libros y monografías

APELLIDO/S, Inicial/es del nombre. (año). Título. Número de edición. Lugar de publicación: Editorial. Extensión y detalles materiales. (Colección; número).

Ejemplos:

COHEN, A. A. (1984). Herbert Bayer. Cambridge: MIT Press.
XAMMAR, E. (2005). El huevo de la serpiente. Crónicas desde Alemania. 1922·1924. Barcelona: El Acantilado.

B. Publicaciones periódicas

Título: subtítulo (año). Vol. N.º Lugar de publicación: Editorial. Periodicidad.

Ejemplo:

Emigré (2004) Vol. II. nº 67. Emigré. Berkeley. Semestral. http://www.emigre.com
ISSN 1045-3717

C. Artículos de publicaciones periódicas

APELLIDO/S, Inicial/es del nombre. (año). "Título del artículo". Título de la revista o el manual. Vol., número del ejemplar, pág. inicial-pág. final.

Ejemplo:

COLL, C. (2004). "Psicología de la educación y prácticas educativas mediadas por las tecnologías de la información y la comunicación. Una mirada constructivista". Sinéctica. N.º 25, separata, pág. 1-24.

D. Documentos electrónicos

APELLIDO/S, Inicial/es del nombre. (año). Título del trabajo [unidad de contenido + tipo de soporte]. Editorial. [Fecha de consulta: (día) de (mes) de (año)]. URL.

Ejemplo:

TRÉNEL, M. (2004). Measuring the quality of online deliberation. Coding scheme 2.4 [en línea]. Berlín: Social Science Research Center. [Fecha de consulta: 06/06/05]. http://www.wz-berlin.de/quod_2_4.pdf

Los textos publicados en esta revista están, si no se indica lo contrario, bajo una licencia Reconocimiento NoComercial SinObraDerivada 2.5 de Creative Commons.

Puede copiarlos, distribuirlos y comunicarlos públicamente siempre que cite su autor y a Periférica, no los utilice para fines comerciales y no haga con ellos obra derivada. La licencia completa se puede consultar en Creative Commons.

Vigentes desde: 1 de febrero de 2008.

PERIFÉRICA

Revista para el análisis de la cultura y el territorio

Vicerrectorado de Extensión Universitaria
Aulario La Bomba. Paseo Carlos III, 3. 11.003 Cádiz
Tfno: 956015800 - Fax: 956015891
e.mail: extension@uca.es - web : http://www.uca.es/web/actividades/periferica/index_html

Periodicidad: anual

Edita:
Vicerrectorado de Extensión Universitaria de la Universidad de Cádiz.
Fundación Municipal de Cultura del Ayuntamiento de Cádiz.
Diputación Provincial de Cádiz.
Servicio de Publicaciones de la Universidad de Cádiz.

Consejo de dirección:
Excma. Sra. Dña. María E. Cantos Casenave, Vicerrectora de Extensión Universitaria de la Universidad de Cádiz.
Ilmo. Sr. D. Antonio Castillo Rama, Concejal Delegado de Cultura del Ayuntamiento de Cádiz.
Ilmo. Sr. D. Federico Pérez Peralta, Vicepresidente Primero de la Diputación Provincial de Cádiz.

Consejo científico:
D. Antonio Javier González Rueda (Editor).
D. Enrique del Álamo Núñez.
Dña. Isabel Ojeda Cruz.
D. José Luis Ben Andrés.
Dña. Roser Mendoza Hernández.
D. Salvador Catalán Romero.
Dña. Adelaida Ruíz Barbosa (secretaria)

Consejo asesor:
D. Alfons Martinell, Universitat de Girona.
D. Eduard Miralles, Diputació de Barcelona.
D. Fernando de la Riva, CERO-CRAC.
D. Roberto Gómez de la Iglesia.
D. Jesús Cantero, Oikos.

Normalización de la edición: Pedro Cervera Corbacho.

© Servicio de Publicaciones de la Universidad de Cádiz.
© Los Autores.

Precio: 10 euros.

ISSN -1577-1172
D.L.: J-987-2009
Diseño: José Luis Tirado
Impresión: Gráficas La Paz

Adquisición de números sueltos: Si desea adquirir números anteriores lo puede hacer al precio por unidad de 10 Euros en la dirección arriba indicada.

Intercambios: Las entidades que deseen establecer intercambios con nuestra revista deben dirigirse a: extension@uca.es

Sistema de revisión: En este número se ha iniciado el proceso de revisión de la sección de temas mediante Peer review (o revisión por pares).

Las ideas y opiniones expuestas en esta revista son las propias de los autores y no reflejan, necesariamente, las opiniones de las entidades editoras o del Consejo Científico.

9 Editorial

FUERA DE CONTEXTO 11

IDEAS 15 Tiempo para consumir cultura. *Jacinto M. Porro Gutiérrez*

TEMAS 21 La Planificación Cultural en España, 1930-1990.
Jesús Cantero

41 La competencia cultural artística en la educación obligatoria y en la formación inicial del profesorado.
Andrea Giráldez Hayes

55 El P2P o la democratización de la cultura.
Javier Lorente Fontaneda

67 El periodismo musical en la era del clic, el blog y el link.
Nando Cruz

77 MONOGRÁFICO "USOS, HÁBITOS Y DEMANDAS CULTURALES DE LAS UNIVERSIDADES ANDALUZAS"

81 Introducción gráfica: En qué se parecen y en qué se diferencian.
Ángel Cazorla

99 ¿Para qué sirven los estudios de usos, hábitos y demandas culturales en la práctica profesional?
Daniel Mantero Vázquez

109 Investigación cualitativa y cuantitativa: Los estudios de usos y motivaciones culturales por cantes de ida y vuelta.
Pedro Jesús Luque Ramos, Antonio Palomo Monereo y Manuel Pulido Martos

119 El consumo de cine y teatro de los municipios andaluces con campus universitario.
Jesús Sabariego

125 Usos y hábitos de lectura en torno a la Universidad de Andalucía.
Clementina Rodríguez Legido

EXPERIENCIAS 136 Córdoba, como territorio y reto cultural. Luces y sombras.
Virginia Luque Gallegos

156 La territorialidad de la Casa Invisible.
Eduardo Serrano Muñoz

168 Indigestió: buscando otro modo de pensar la música.
Jordi Oliveras

178 Photoimagen, un evento y ahora un centro de la imagen.
Fundación Imagen 83

181 Proyecto cultural El Sitio.
Enrique Matheu Recinos

188 Arte y expresión con mujeres privadas de libertad.
Ana Luz Castillo y Andrea Barrios, Colectivo Artesana

197 Educación Expandida: la Red como fuente de conocimientos.
Rubén Díaz

206 Una experiencia de cultura y participación. U.P.M. de Jaén.
Angel Cagigas

214 Librocasión Solidaria.
Sara María Castelló Gaona

ANTENAS 221 EUSKADI / Tiempos de cambio en Euskadi.
Mikel Etxebarría Etxeita

RESEÑAS 229 LIBROS

- Diccionario crítico de política cultural: cultura e imaginario.
- Ciudades cretivas. Volumen 1. Cultura, territorio, economía y ciudad.
- A New agenda? the European Union and cultural policy.
- Youtube: online video and participatory culture.
- El arte de la escenotécnia:
  cómo diseñar espacios escénicos de excelencia.
- Mercado y consumo de ideas: de industria a negocio cultural.
- La Economía del espectáculo: una comparación internacional.
- Culture, class, distinction.
- Burbujas de ocio: nuevas formas de consumo cultural.
- La Movilidad de las artes escénicas: obstáculos, retos y oportunidades.
- Creación de empresas en el ámbito cultural.
- Las Ciudades creativas: por qué donde vives puede ser la decisión más importante de tu vida.
- Lo sublime y lo vulgar: la "cultura de masas" o la pervivencia de un mito.
- Otros documentos y publicaciones de interés.
- Más allá del rock.

DOCUMENTOS 241 • Declaración de Independencia del Ciberespacio. *John Barlow*
243 • Interlocal (Red Iberoamericana de Ciudades para la Cultura).

¿Y por qué ahora Periférica?

Diciembre 2000

Periférica es una revista pionera en Andalucía, la primera especializada en análisis cultural, que nace de la mano de una universidad andaluza, la de Cádiz, y de otras dos instituciones, la Fundación Municipal de Cultural de Cádiz y la Delegación Provincial de Cádiz. Tampoco abundan en España aventuras como la nuestra, pocas y de vida irregular o breve, errores que trataremos de evitar a toda costa.

Periférica es una iniciativa que emerge desde el sur de Europa con la vocación de aportar visiones periféricas sobre el fenómeno socio-cultural.

Periférica es necesaria porque los trabajadores y voluntarios de la cultura tendemos a ser periféricos en nuestros usos y actitudes y debemos recuperar un papel central.

Periférica porque la Gestión Cultural está siendo contaminada por el mercado, la economía, la educación, la política y el urbanismo en forma descontrolada y desvertebradora.

Periférica porque en un mundo obligado a globalizarse, la presencia de los territorios periféricos en las políticas culturales puede hacer que muchas cosas comiencen a cambiar.

Diciembre 2009

Hace diez años que Periférica nació con la intención de ser "la voz de los profesionales de la gestión cultural, la de aquellos a quienes la sociedad paga para que "hagan" cultura". Ese tiempo que todo lo descubre pone de manifiesto ahora como las páginas de la revista se han convertido no sólo en instrumento de comunicación y transmisión de conocimientos y experiencias sino también en testigo y documento de la evolución que la gestión cultural está viviendo durante esta última década tanto en forma como en fondo.

Este escenario en continuo cambio ha manifestado también la necesidad de territorios periféricos en las políticas culturales como factor de ponderación y proporción en un mundo globalizado. Tal impulso ha consolidado el papel central de gestor cultural tanto en su vertiente profesional como en un apartado formativo al que creemos que Periférica

ha contribuido desde su modesta atalaya de observación y estudio.

Afortunadamente, Periférica ya no es la única revista especializada en el análisis de este ámbito: iniciativas como G+C se han incorporado de forma modélica y argumentada a una labor necesaria que, en nuestro caso, sigue insistiendo en la visión periférica sobre el fenómeno socio-cultural como quedó explicitado en aquella inicial declaración de intenciones.

Por el contrario, el propio signo de los tiempos ha generado que Periférica pueda evitar esa contaminación de la gestión cultural por parte "del mercado, la economía, la educación, la política y el urbanismo en forma descontrolada y desvertebradora". Una empresa que, obviamente, parece utópica pero sobre cuyos resortes y engranajes hemos intentado recapacitar como vía para rebatirla.

En esta línea de trabajo, creemos ineludible seguir perfilando unos objetivos que nos permitan profundizar en espacios de pensamiento y comunicación que constituyen, a la postre, el esencial atributo de la revista.

Para ello, la reestructuración de su formato se antoja esencial a la hora de adaptarse al novedoso espacio mediático, manteniendo como repositorio impreso su tradicional edición en papel pero abriéndose al territorio digital tanto a través de una edición en red que amplíe sus contenidos como de la mano de un blog, insertado en la web universitaria Diez en Cultura (http://www.diezencultura.es/blogs/blog-de-la-revista-periferica), que consolide una participación y opinión más abierta y flexible.

Nuevas herramientas al servicio de un "análisis de la cultura y el territorio" que pretende seguir reivindicando su papel transformador de la realidad.

...sería bueno que los responsables del cine español, **en los pocos ratos que el llanto les deje libres**, pensaran un poco en esto". Y es que para la novelista se comprueba que, mientras en el cine los frutos son cuestionables, "con mucha más exigencia, y mucho menos dinero, **otras disciplinas, como la música o la danza, dan resultados espectaculares**...

ALMUDENA GRANDES
El País
20/04/2009

Ahora se trata de algo similar, pero con mayor fuerza. Ángeles González-Sinde es, por familia y por profesión, una mujer del medio de la imagen, y eso es lo que necesita el presidente. Porque igual que ahora sabemos que nuestra incombustible industria inmobiliaria era un burbujón fétido, cuyos miasmas estaremos oliendo y sufriendo durante décadas -basta citar el destrozo urbano y rural-, ahora los expertos empiezan a detectar la industria cultural como otra gran burbuja, con sus propias características, y alimentarla para satisfacer las necesidades políticas del presidente será la misión encomendada a Ángeles González-Sinde. Nada de pajas mentales sobre poetas, plumillas y novelistas de éxito, eso son baratijas electorales. Ahora hay que dar el gran salto al cine, la imagen, la pasarela, los festivales… El apoyo de un actor popular y de éxito vale bastante más que dos autobuses llenos de escritores. Es tan evidente la misión encomendada, que ha bastado que el primer nombramiento sea el de director de Cinematografía y Artes Audiovisuales, que ha recaído en Ignasi Guardans, uno de esos profesionales de la política que serían capaces de chuparle cámara a Madonna. Resumiendo, el nuevo Gobierno tiene por misión ganar la campaña electoral del 9 de junio y cada uno tiene encomendada su misión para la victoria. La burbuja cultural es decisiva, porque la gente no cree en las palabras. ¡Si serán idiotas, ahora creen en las imágenes!

GREGORIO MORÁN
La Vanguardia
18/04/2009
http://elcomentario.tv/reggio/la-burbuja-de-la-cultura-de-gregorio-moran-en-la-vanguardia/18/04/2009/

Muy pocos, salvo los pobres conservan las tradiciones.

G.K. CHESTERTON
EL CANDOR DEL PADRE BROWN. Relato El Martillo de Dios.

TIEMPO PARA CONSUMIR CULTURA

Jacinto M. Porro Gutiérrez

Tengo poco tiempo para escribir sobre el uso del tiempo, pero he necesitado invertir mucho tiempo para escribir estas líneas.

Que el tiempo es escaso parece una realidad "*impepinable*", si se me permite la ligereza y la huida de la ortodoxia. Porque las cosas no son de cierta manera o de otra porque le parezcan a la gente, no es que sea así porque a ti o a mí nos parezca, sino porque que son así, y el tiempo es escaso. Este carácter lo convierte en valioso e importante, nos parezca bien o no, porque las cosas "*son como son*". Las cosas alcanzan a ser como son, por encima de unos y de otros, cuando se convierten en objetos, cuando se objetivizan, y esto ocurre con el tiempo, cuando lo consideramos como una construcción humana que siendo subjetiva se ha objetivado y se impone a sus creadores.

Lo que es importante para la vida de los seres humanos, no lo será en tanto en cuanto no se defina o construya como tal. Lo considerado como un problema social, no adquiere esta condición desde la objetividad, ni constituye un hecho objetivo, sino que su identidad y su valor social son adquiridos de forma independiente, dependen de la forma en la que es percibido.

El tiempo constituye una construcción social que se impone a la voluntad y a la capacidad reflexiva de los seres humanos, quienes acaban interiorizando su valía y su escasez, a la vez que el sentido de la responsabilidad a la hora de administrarlo. Porque al ser escaso es importante y es por ello que resulta primordial que sepamos como usarlo. Tenemos poco tiempo, por tanto, debemos ser responsables y aprovecharlo lo mejor posible dedicándolo a tareas y empresas trascendentes.

¡El tiempo es importante y hay que saber emplearlo! ¿Quién lo dice? No sé. Sí, unos que están por ahí. Unos que no sabemos cómo se llaman, ni dónde buscarlos, pero que nos recuerdan constantemente que no tenemos tiempo y que aquellos que lo poseemos debemos aprovecharlo de manera responsable, empleándolo para trabajar, para gastar lo que nos pagan, para comprar lo que otros elaboran con su trabajo, para hacer más ricos a unos y más pobres a otros. Debemos ser seres responsables nos dicen, que aprovechemos el escaso y valioso tiempo para trabajar y para invertirlo en cosas esenciales, como comprar y adquirir bienes en los que otros han empleado su trabajo y su tiempo, y que nos proporcionarán la posibilidad de disfrutar de un poco más de tiempo para realizar otras cosas, para consumir, para soñar otros mundos, para imaginarnos siendo otras personas, que viven otra vida y otro tiempo más felices.

La sociedad de consumo nos ha exigido consumir y para cumplir con este mandato nos ha proporcionado tiempo para hacerlo. Aun siendo escaso, debemos emplearlo para consumir objetos, ideas e individuos, cada vez con mayor velocidad, para mantener así una maquinaria que no puede pararse, para rentabilizar un bien escaso. No hay tiempo para parar. No hay tiempo para tomarse el tiempo necesario para reflexionar. Los programas y los tiempos han de ser cumplidos escrupulosamente para seguir ensayando y poniendo en marcha otros programas y proyectos destinados a ser consumidos, usados, tirados, desechados, sustituidos por otros.

Si el tiempo es un bien escaso y si unos tienen y disfrutan poco o muy poco de él, podemos pensar que existen otros que deben poseen y disfrutar de más tiempo. Como cualquier otro recurso escaso y desigualmente repartido, unos poseen mayores facilidades para acceder a su uso y disfrute. Unos tienen tiempo, otros no. Unos pueden permitirse el lujo de tomarse el tiempo necesario. A otros el tiempo se les acabó. Unos tienen tiempo para todo, mientras que otros no tienen tiempo para nada.

Alvin Gouldner explica que la definición social de "*Lo que el mundo es*" se convierte en una cuestión política, pues se relaciona con la cuestión de quiénes son los grupos subordinados y quiénes son los dominantes, quiénes son los que tienen el poder y quiénes no, y quiénes tienen la disposición de los recursos escasos y los que no pueden acceder a ellos. La construcción de "*Lo que el mundo es*" se encuentra bajo el influjo de las estructuras de dominación social y por las definiciones de la realidad social de la elite o las élites, es decir, de aquellos que detentan el poder en la sociedad, aquellos que pueden determinar los procesos decisivos de socialización y, por lo tanto, el poder de producir la realidad (Berger y Luckmann, 1968). De manera que unos, aquellos que tienen en sus manos la posibilidad de producir el mundo, son los que dedican e invierten tiempo en indicarnos en qué debemos emplear el nuestro y cómo debemos consumirlo. Son los adalides del tiempo, los que poseen el poder de producir la realidad, aquellos que mantienen al unísono que hay tiempo para algunas cosas y que "*no hay tiempo*", o que "*aún no es el tiempo*" para otras. Quienes proclaman y apoyan las creencias sobre la capital importancia del aprovechamiento del tiempo y determinan quienes están obligados a hacerlo. Aquellos que apoyan las creencias sobre el "*modo natural de ser el mundo*", un modo de ser que viene a coincidir con una representación en la que unos están arriba y otros están abajo.

"*Los que no tienen tiempo*", los que deben hacer un uso responsable -productivo- de él, no les da tiempo a llegar, a comer, a descansar, a ir la cine, a ver la televisión, a estar con los hijos, con las parejas, con la familia, con los amigos. Los que no tienen tiempo ven como la realidad más inmediata se transforma a un ritmo acelerado, siendo los cambios tan rápidos que el tiempo les parece cada vez más corto y escaso, más cortas y escasas las relaciones afectivas, las relaciones de pareja, las relaciones laborales. Más corta y escasa la duración del contrato, la duración del compromiso con el otro. Más corto y escaso el tiempo por venir. Es la vida líquida, como la denomina Baumann (2006), en la que parece que todo aquello que permanece durante mucho tiempo debe ser cambiado, los automóviles, las parejas, el trabajo, el lugar de residencia, los lugares de descanso y vacaciones, los gustos literarios, los musicales, los alimentarios. La inmediatez y la capacidad de transformación en otra cosa se han convertido en elementos imprescindibles de la vida en las sociedades líquidas.

Unos disfrutan de más tiempo que otros. Si alguien no tiene tiempo, otros sí lo tienen. Unos no consiguen tener tiempo para casi nada. No tienen tiempo aquellos que han interiorizado que no lo tienen, porque su tiempo está ocupado en el aquí y el ahora, en el frenesí de la vida cotidiana, en el espacio público de una sociedad líquida que exige rapidez, cambio y adaptación continuos. Otros, los que tienen tiempo no necesitan adaptarse, tienen todo el tiempo del mundo y el mundo se adapta a ellos.

No se lee "*porque hay que dedicarle mucho tiempo*", y algunos sólo disponen tiempo para trabajar, para desplazarse desde sus hogares a sus puestos de trabajo. No se lee porque hay que dedicarle mucho tiempo, cuando en el mismo lapso que permanecemos quietos, inertes ante un programa de televisión anodino, con sus correspondientes

anuncios publicitarios, podíamos haber leído un cuento corto de Monterroso, o del recientemente desaparecido Benedetti. Sin embargo, otros encuentran tiempo para leer *En busca del tiempo perdido* de M. Proust ¡Qué paradoja!

Las clases sociales más altas tienen más tiempo que las clases sociales más bajas. Aquellos que poseen mejores rentas, trabajos y nivel de instrucción, leen más y dedican más tiempo a las actividades denominadas culturales, y son los mismos que disponen de mejores y mayores perspectivas vitales. Son aquellos que han adquirido un tiempo a más largo plazo. Las clases más bajas no sólo poseen menos tiempo, sino de menores y peores perspectivas para su tiempo de vida, a corto y a largo plazo, son titulares de un tiempo corto y escaso.

Las diez Universidades andaluzas venimos desarrollado, desde la plataforma del Observatorio Cultural del Proyecto Atalaya, un estudio sobre los usos, hábitos y demandas culturales de la Comunidad Universitaria, así como de la población de aquellas ciudades en las que se ubican los campus universitarios. Durante estos años, la suma de la investigación, de la experiencia del trabajo y de la reflexión sobre los resultados obtenidos, ha permitido identificar los gustos y preferencias culturales de la población encuestada. El estudio al que aludimos, permite aventurar, entre otras cuestiones, cómo el género, la edad, el nivel de estudios, o la renta disponible, configuran categorías que alcanzan, disfrutan y soportan tiempos distintos, conciben y perciben el tiempo de su vida de manera diferente y, por tanto, dedican fracciones de tiempo, mayores o menores, a consumir éstos o aquellos artículos, mercancías, objetos, entre los que se encuentran los productos culturales de la industria y de las administraciones públicas.

Unos tienen todo el tiempo por delante, los jóvenes gozan de tiempo para todo, pero corren como si se les fuera a escapar entre los dedos, como si fuera líquido. No han aprendido a saborearlo. Los que han alcanzado una edad media, por no decir avanzada, no tienen tiempo para nada, porque necesitan estar moviéndonos continuamente, haciendo cosas, desplazándose de sus hogares a los trabajos, de los trabajos a las escuelas para recoger a los niños, etc., y para algunos, para aquellos a los que no les queda más remedio que permanecer en posiciones y lugares menos móviles, los que tienen una edad por encima de los 50 años, la vida, aunque pasa más rápida, también les proporciona la experiencia de un uso del tiempo más sosegado, para disfrutar, por ejemplo, paladeando la lectura.

La experiencia del estudio sobre los usos, hábitos y demandas culturales ha planteado la necesidad de que nos preguntemos por las motivaciones para asistir a las actividades y convocatorias culturales, por las razones que impulsan a las personas a asistir o no a una actividad cultural. En los inicios del diseño de esta nueva etapa del proyecto, en una de las entrevistas realizadas, al preguntar a una chica joven, estudiante universitaria de primer año, que trabaja, casualmente en una empresa del sector cultural y de servicios, respondía que "*nunca*" asistía a las actividades culturales. La razón argumentada era "*que no tenía tiempo*".

J. M. P. G.

Notas bibliográficas

Baumann, Z. (2006), *Vida líquida*, Barcelona, Paidós.

Berger, P. y Luckmann, T. (1968), *La construcción social de la realidad*, Buenos Aires, Amorrortu ed.

LA PLANIFICACIÓN CULTURAL EN ESPAÑA 1930-1990

Jesús Cantero

AUTOR/AUTHOR:
Jesús Cantero.

ADSCRIPCIÓN PROFESIONAL/PROFESSIONAL POSTS:
Observatorio Oikos.

TÍTULO/TITLE:
La Planificación Cultural en España, 1930-1990.
Cultural Planning in Spain, 1930-1990.

CORREO-E/E-MAIL:
chuscant@telefonica.net

RESUMEN/ABSTRACT:

Partiendo de las definiciones establecidas de los términos plan, planificar y cultura, así como de la evolución histórica de este último concepto, el autor bucea en la historia de la planificación cultural española retrotrayéndose al siglo XVIII y aclara la diferencia entre educación e instrucción y su relación constante a lo largo de la historia con lo entendido en cada momento por el vocablo cultura, para centrarse, finalmente, en los periodos de la Segunda República, el franquismo y la democracia hasta 1990.

Starting from the established definitions of the terms "plan", "planning" and "culture", as well as the historical evolution of this last concept, the author delves into the history of cultural planning in Spain as of the eighteenth century and clarifies the difference between education and instruction and their on-going historical relationship with what was understood as "culture" in every period to focus ultimately on the periods of the Second Republic, the Franco regime and democracy up to 1990.

PALABRAS CLAVE/KEYWORDS:
Gestión cultural, administración cultural, organización cultural, legislación cultural.
Cultural management, cultural administration, cultural organisation, cultural legislation.

En los últimos años, más de quince, se ha hablado bastante y se sigue haciendo, de la planificación cultural pero casi siempre unida al apelativo de estratégica; mi intención es, que partiendo de los significados que a la palabra plan y sus derivados le dan la Real Academia de la Lengua (RAE), realizar un pequeño rastreo de cómo se ha visto esa actividad en España en un tiempo determinado, que es el que establezco en el titulo del artículo.

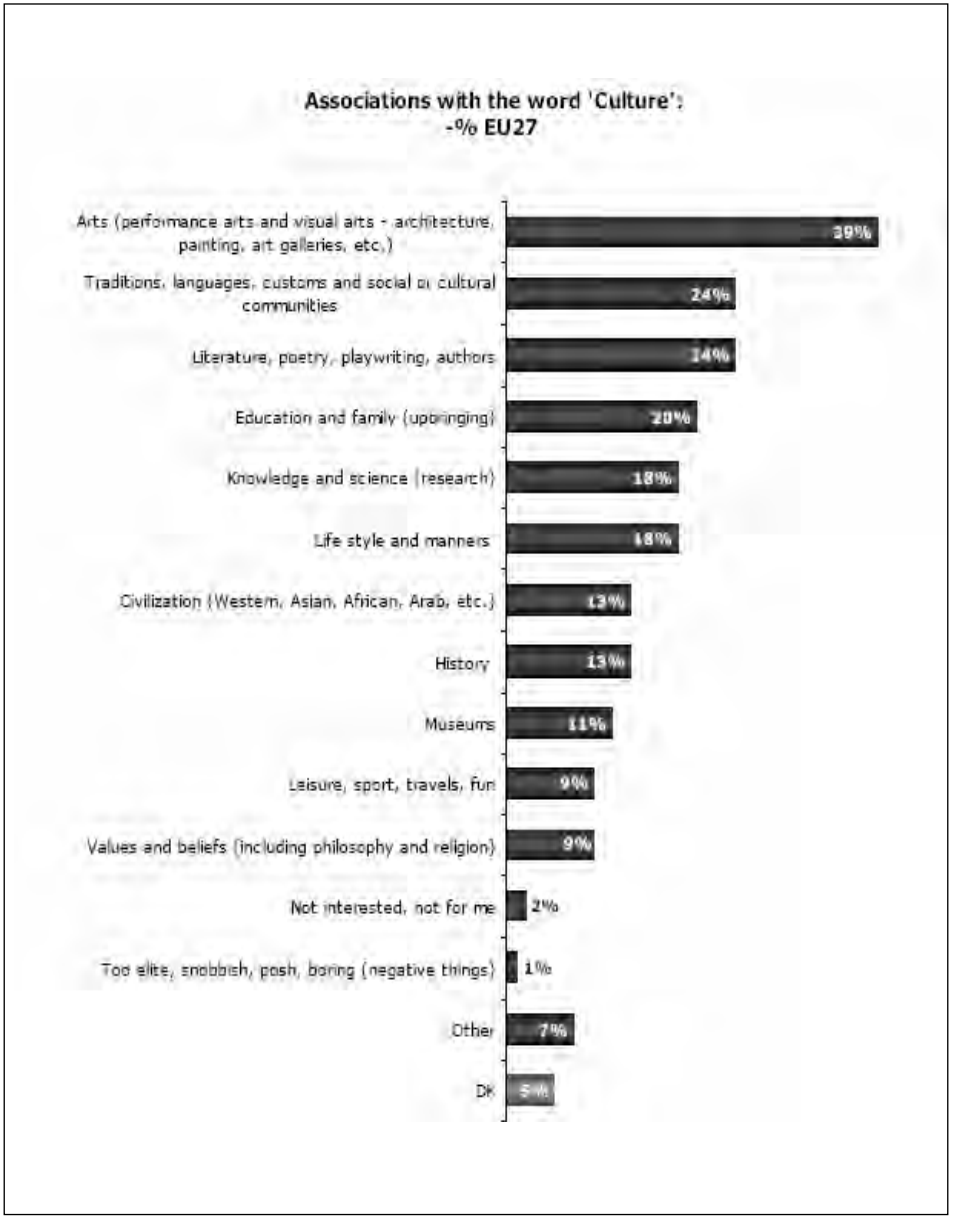
La RAE, entiende por *plan*: "Modelo sistemático de una actuación pública o privada, que se elabora anticipadamente para dirigirla y encauzarla". No tiene entre sus acepciones la variante de cultural, pero sí por analogía escogemos la de hidrológico: "El que establece los usos del agua en una cuenca hidráulica o en el conjunto del territorio". Podríamos decir que un plan cultural es el que establece los usos de la cultura en una zona concreta o en el conjunto del territorio; siguiendo con la misma fuente y entendiendo por *planificar*: "hacer plan o proyecto de una acción o someter a planificación", llegaríamos a que la planificación es la acción y efecto de planificar, o la acepción, plan general, metódicamente organizado y frecuentemente de gran amplitud, para obtener un objetivo determinado, tal como el desarrollo armónico de una ciudad, el desarrollo económico, la investigación científica, el funcionamiento de una industria, etcétera.

Si le sumamos a esto el concepto que de *cultura* también nos da el diccionario de la RAE -para no meternos en el galimatías de las cientos de definiciones que existen de la palabra cultura o no tener que volver a repetir la refrendada en México en 1982- la consideramos como "el conjunto de modos de vida y costumbres, conocimientos y grado de desarrollo artístico, científico, industrial, en una época, grupo social, etcétera", podemos llegar a la convención de postular y proponer que planificación cultural es "la concreción, teórica, de un plan, general o de un sector, metódicamente organizado para objetivos determinados de todo aquello que entendemos se comprende en el vocablo cultura".

El propósito de la planificación debe ser prever y ordenar la dirección en que han de desarrollarse los determinados temas de los que vamos a tratar y la ventaja de ese trabajo es que nos permite una mirada de conjunto.

Otro de los puntos de partida, con el que me he planteado este trabajo, es la visión de que lo que históricamente se ha entendido por cultura, o se ha citado como tal, no se corresponde siempre a lo entendido por ella actualmente y más concretamente a la evolución de la cultura desde la finalización de la Segunda Guerra Mundial. Desde antes del siglo XVIII se ha relacionado/identificado la cultura con educación, formal o no, pasando en el XIX a identificarse con instrucción[1], término más amplio que el de educación y que comprendía más posibilidades, aunque también ligadas a ella y que incluía ya algunas actividades o visiones que se van a recoger en el vocablo cultura (bellas artes, bibliotecas, arqueología, museos) que se va usar con un contenido más específico a partir de la segunda mitad del mismo siglo.

Y por supuesto, a bastante distancia de lo que hoy asociamos a la palabra cultura:



Fuente: Eurobarometer 2007

Como un ejemplo de lo explicitado en el párrafo anterior, podemos comentar que ni en el prólogo de *El Código de Teatro* -Santiago Arimón y Alejo García Góngora- de 1911, realizado por Jacinto Benavente, ni en la introducción del magistrado Octavio Cuarteo se cita la palabra cultura, solo de pasada la palabra arte.

El historiador José Antonio Maravall ha publicado bastante sobre la cultura en el siglo XVIII y realmente se está refiriendo a lo que hoy entendemos por educación (reforma de la enseñanza y libre circulación de las ideas) en sentido amplio, es decir conocimiento.

Si ficcionáramos una posible encuesta en el siglo XVIII al pueblo español, las barras mayoritarias serían la cuarta para la mayoría, y la quinta más la tercera para unas gentes que podríamos llamar "cultivadas". Esta tendencia se va a mantener prácticamente hasta el primer tercio del siglo XX, y va a ser en la Segunda República cuando se vayan introduciendo actividades relacionadas con la barra primera del gráfico anterior dentro del concepto cultura, concretamente por las acciones culturales específicas que el gobierno pone en marcha para las amplias capas populares de la población.

Planificación cultural, antecedentes históricos

Existen, en distintos momentos del devenir de los últimos siglos de la historia de España, diferentes conceptos de planificación y dentro de ella de la variable cultural, con la singularidad que la organización cultural y administrativa se ha ido manifestando y desarrollando en este país. Esta forma de ejercitar la acción de gobierno tiene más años de los que realmente se le reconoce, formalmente, en diferentes estudios. Los planes partían de propuestas, normalmente, político-administrativas o de los gabinetes técnicos a ellas adscritas y no solían ser objetos de consulta externa, solamente en los países de régimen democrático eran aprobados por los órganos institucionales de representación, muchas veces como documentos anexos a la actividad concreta para el que se realizaban y no individualmente como tal plan.

Los planes, como hemos señalado, van a ser sectoriales o generales y es el caso que del primero que tenemos noticias es sectorial, el libro, y tiene cierto sentido por el desarrollo que tuvieron las artes de la impresión a partir del nacimiento de la imprenta y el asentamiento y desarrollo de las publicaciones. Fray Martín Sarmiento, publicaba en el *Semanario Erudito* en 1743 el llamado por los especialistas *El prematuro plan de bibliotecas de Sarmiento*, reflexión sobre la biblioteca pública y su uso para generar lo que hoy llamamos fomento de la lectura; y en el que se señalaba la necesidad de crear bibliotecas en todas las ciudades españolas, comenzando por las que tengan de universidad y catedral. Posteriormente se publica en, 1774, el *Discurso sobre el fomento de la industria popular*, citado como un plan que impulsó a la fundación de un gran número de sociedades económicas e influyó en los ilustrados de Guipúzcoa que, en 1763, se erigieron en amigos del país y sentaron las bases de una sociedad económica o academia de agricultura, ciencias y artes útiles y comercio adaptado a la circunstancias y economía particular de la "muy noble y muy leal provincia de Guipúzcoa"[2]. A finales del siglo 1799, se publica el *Plan de Reforma de los Teatros de Madrid*, redactada por Santos Diez González, "Idea de una reforma de los teatros públicos de Madrid que allane el camino para

proceder después sin dificultades y embarazo hasta su perfección"[3] y puesto en marcha por Leandro Fernández Moratín[4].

En 1809, Jovellanos, uno de los más destacados ilustrados españoles, presenta un estudio titulado, *Bases para la Formación de un Plan General de Instrucción Pública*.

Los liberales, reunidos en las Cortes de Cádiz, eran partidarios de la planificación como elemento de gobierno, en función de los objetivos que se pretendían lograr, y tenían un componente mixto de técnicos y políticos. Ya en su Constitución de 1812 recogían en el artículo 370: "Las Cortes, por medio de planes y estatutos especiales arreglará cuanto pertenezca al importante objeto de la instrucción publica".

Bartolomé José Gallardo, en 1813, propone un *Plan Nacional de Bibliotecas Públicas* que suponía la creación de una auténtica red de bibliotecas provinciales relacionada con la Biblioteca de Cortes que asume así la función de biblioteca cabecera. Este plan nunca fue puesto en práctica pero sentó las bases para lo que debería ser la estructura bibliotecaria española.

En enero de 1834, se formó el primer gabinete liberal, presidido por Martínez de la Rosa, una de cuyas medidas iniciales fue constituir una comisión para elaborar un plan general de instrucción pública.

El nueve de septiembre de 1857 se aprueba la Ley de Instrucción Pública de Claudio Moyano, en ella se dedican artículos a las bibliotecas como elemento de consolidación de la alfabetización, a los archivos y a los museos. Esto no podemos decir, en puridad, que es un plan; no obstante, ordena el ámbito de referencia y da líneas de trabajo y además sobrevive a todos los avatares hasta 1970, año en que es sustituida por la Ley Palasí.

Planificación cultural durante la Segunda República

La proclamación de la Segunda República, significó el comienzo de una etapa corta pero intensa y con un impulso enorme en la mejora del nivel de educación y de acceso a la cultura de grandes núcleos, antes olvidados, de la población española. La cultura se consideraba como un bien común y un derecho y así se recogía en la Constitución que en su artículo 48 decía: "El servicio de la cultura es atribución esencial del Estado, y lo prestará mediante instituciones educativas enlazadas por el sistema de la escuela unificada". Uno de los mayores esfuerzos de la República fue la reforma de la educación y la difusión de la cultura en sus diversas especialidades.

La Segunda República era heredera, en lo cultural, de una tradición que en el último tercio del siglo XIX se había creado en España como institución educativa laica: la Institución Libre de Enseñanza.

Una de las primeras disposiciones del gobierno provisional de la Segunda República fue el Decreto de 29 de Mayo de 1931, que crea el Patronato de Misiones Pedagógicas, depen-

diente del Ministerio de Instrucción Pública y Bellas Artes. Dicha institución tenía como objetivo acercar la cultura y la educación a los pueblos, fundamentalmente a los más pequeños y desplazados de las redes de comunicación de la época intentando superar las desigualdades existentes.

La creación de las Misiones Pedagógicas y su funcionamiento, ya comentado varias veces en números anteriores de esta revista, no es, obviamente, un plan cultural, pero sí podría considerarse un plan de difusión de la cultura por los núcleos rurales españoles en función de los objetivos que se planteaban: difundir la cultura general (dotando de bibliotecas, conferencias, cine, gramófonos, un museo ambulante...); extender una moderna orientación didáctica (cursillos, conferencias a maestros, lecciones prácticas para conseguir la renovación pedagógica) y promover la educación ciudadana en pueblos y villas ("reuniones públicas donde se afirmen los principios democráticos que son los postulados de los pueblos modernos" y "conferencias y lecturas donde se examinen las cuestiones pertinentes a la estructura del estado y sus poderes, a la administración pública y sus organismos, así como a la participación ciudadana en la administración y en la actividad política"), todo ello acompañado en la práctica con el reparto de ejemplares de la Constitución.

La situación de la escuela con la llegada de la República en comparación con las escuelas europeas era "dramática y vergonzosa" según la opinión de Marcelino Domingo, ministro de Instrucción Publica y Bellas Artes, puesto que un 32,4 % de los 25 millones y medio de españoles eran analfabetos, siendo el porcentaje de hombres que no sabían leer ni escribir el 24,8 y el de las mujeres el 39,4, estando en la calle sin escolarizar un millón y medio de niños y niñas.

Planteada esta situación en España, la República pretendía resolver con un gran empuje los problemas de la educación y pone en marcha un plan de construcción de escuelas "dada nuestra población infantil de edad escolar, el número de niños que debe tener a su cargo cada maestro, la cantidad de escuelas según el Anuario Estadístico de España, y la necesaria graduación habrá que construir no menos de cinco mil grupos de seis grados, que a doscientas mil pesetas, por lo menos, costarán unos mil millones de pesetas"[5] y para poder ejecutarlo presenta a las Cortes un proyecto de ley, que queda aprobado definitivamente el 9 de septiembre de 1932 para la emisión de deuda amortizable del Estado aplicable a la ejecución del Plan de Construcción de Escuelas, en el artículo 4 de la ley se recoge "Los títulos de la deuda creada en virtud de esta ley tendrán la denominación genérica de *Obligaciones del Plan Nacional de Cultura* y lo autorizado fueron cuatrocientos millones de pesetas".

En la exposición de dicha ley se indica "La ejecución del Plan de Cultura[6] Nacional, del que el proyecto que ahora se somete a la deliberación de las Cortes es parte integrante, no es tan solo un compromiso de la Republica sin distinción de los partidos con que el pueblo la proclamó y por cuya voluntad soberana se mantiene, sino obligación consustancial del Régimen y uno de los grandes motivos de la Revolución"[7].

Podríamos considerar que el Plan de Cultura Nacional y el Plan de Construcción de Escuelas es lo mismo, aunque la introducción advierte que uno es parte del otro y además, según va

pasando el tiempo, podemos observar que también contempla otras intervenciones. En el legajo 570 del libro de registro de la Comisión de Hacienda, de las Cortes, en el punto cuatro se contempla un proyecto de ley considerando comprendidas entre las atenciones del Plan de Cultura Nacional, las derivadas de la construcción de la Ciudad Universitaria; dicha ley fue aprobada el 30 de junio de 1934 y publicada en la gaceta el 12 de julio, en su artículo primero define que "Se consideran comprendidas en el año actual, entre las atenciones del Plan de Cultura Nacional a que se refiere la ley de 12 de septiembre de 1932, las derivadas de la construcción de de la Ciudad Universitaria, hasta cinco millones de pesetas".

Por decreto del subsecretario de Instrucción Pública, publicado en la *Gaceta de la República* el 5 de mayo de 1938, se autoriza la adaptación de una finca en Valencia para la Residencia de Estudiantes en la calle de La Paz, número 42, que se le adjudica al arquitecto Manuel Vías y se abona con cargo al Plan de Cultura Nacional.

En 1935, se crea la Asociación General pro Plan Nacional de Cultura, que tiene su sede en Madrid en la calle Pí y Margall, número 9. Dicha Asociación -integrada por ayuntamientos, técnicos y constructores- es una institución de apoyo mutuo y su gran objetivo era cobrar las obras que se les debían, con cargo al Plan Nacional de Cultura, para lo cual inundaban de cartas a todos los parlamentarios y al presidente del Consejo de Gobierno; gracias a esa presión consiguieron un crédito extraordinario de 28.975.001,78 pesetas para satisfacer obras del Plan de Cultura Nacional, que se les aplica en los remanentes de los créditos asignados entre 1932 y 1935.

A lo largo de los años se van produciendo diferentes emisiones de obligaciones culturales dándose la paradoja de que después de la guerra el propio gobierno franquista, al igual que había hecho con otras actividades emblemáticas de la República, sigue usando sus proyectos y planes.

Desde 1946 hasta 1950 se van sucediendo leyes por las que se conceden varios suplementos de crédito al Ministerio de Educación Nacional con destino a continuar obras, instalaciones y adquisiciones afectas al Plan Nacional de Cultura, Junta de la Ciudad Universitaria y otros servicios dependientes del ministerio; en el correspondiente a 1948 se considera que se puede actuar también en los monumentos nacionales.

Prácticamente por lo que conocemos del plan parece que se dedica más que nada a obras de infraestructuras y en concreto a educación, y no sabemos si se financiaban también de estos fondos las Misiones Pedagógicas u otras actividades del ministerio. Esta duda puede ser más o menos aclarada o, por lo menos, cabe atribuirle una interrogante si hacemos una similitud con el Consejo Nacional de Cultura y vemos que en él se contempla la cultura en variadas acepciones.

La ley de 27 de agosto de 1932 (*GM* número 254, de 10 de septiembre de 1932) transformó el antiguo Consejo de Instrucción Pública en el Consejo Nacional de Cultura. Este órgano existía desde 1857, fundamentalmente dedicado a la educación. La ley le cambió de de-

nominación y le confirió la emisión de dictámenes "Sobre cuanto afecta al tesoro artístico e histórico, ya como fomento, ora como conservación" (artículo 2.f), y a tal fin se crearon dos secciones, la cuarta, que se encargaba, entre otros asuntos, de las bellas artes, las bibliotecas, los museos y el tesoro artístico e histórico nacional, y la sección quinta, que tenía atribuida la cultura popular que abarcaba, entre otras materias, las excusiones, las bibliotecas populares y los museos.

El 10 de Noviembre de 1931, Óscar Esplá, presidente de la Junta Nacional de la Música y Teatros Líricos, publicaba un artículo en el diario *El Sol* que titulaba *En defensa de un Plan de Cultura Nacional*, defendiendo una cultura musical de calidad y el proyecto que a seis años había presentado la institución que presidía.

Al igual que en el siglo XIX, la Ley Moyano sin ser lógicamente un plan, pero marcaba líneas y analizaba la realidad, lo mismo podría decirse de la Ley del Tesoro Artístico de 13 de mayo de de 1933, que fue sustituida por la nueva Ley del Patrimonio Histórico Español, en 1985. En 1936, Emilio Cotarelo y Mori entregaba al Ayuntamiento de Madrid un plan de organización del Teatro Clásico Español, en el que se especificaba la necesidad de recuperar el edificio del Teatro Español para sede del teatro clásico e histórico.

Casi por las mismas fechas, Max Aub, secretario general del Consejo nacional de Teatro, le entregaba al presidente de la República don Manuel Azaña el proyecto para la constitución de un Teatro Nacional; en su introducción se advertía el interés prioritario de recuperar como bien patrimonial el teatro del siglo de oro español.

El auténtico plan cultural es el de bibliotecas que coordina y presenta María Moliner, denominado *Proyecto de Bases de un Plan de Organización General de Bibliotecas del Estado,* publicado en 1939.

Se podría considerar que el plan de cultura de la República es la suma de las políticas sectoriales que se pusieron en marcha.

La planificación cultural en el periodo franquista

En la etapa franquista, existen diferentes variantes, que si bien no responden totalmente a los postulados específicos que posteriormente recogerán los planes culturales y los hoy citados como planes estratégicos culturales, sí son amagos de estudios y enfoques de esta actividad con perspectiva en el tiempo que incluyen la realización de análisis (diagnóstico) de la situación del momento y el planteamiento de objetivos y medidas para que se produzca un cambio en una dirección determinada.

Dentro del periodo histórico citado, y todavía en tiempo de guerra civil pero dictado por el Gobierno del levantamiento, ya tenemos noticias de un plan que se recoge en el *BOE* de Burgos de 19 de noviembre de 1938 publicado por el ya creado Ministerio de Educación Nacional. En el epígrafe de órdenes ministeriales y pretendiendo "La restauración activa de nuestro tea-

tro mientras avanza la obra de la total recuperación de la Patria"; primero, se reconstituye la Junta Superior del Teatro Nacional; segundo, dentro de la Jefatura Nacional de Bellas Artes, el servicio correspondiente al teatro será objeto de una sección especial con el título de Comisaría General de Teatros Nacionales y Municipales… y en el sexto, una delegación de la expresada Junta preparara un Plan Orgánico que, de acuerdo con las autoridades superiores de la administración local, plantee el establecimiento en su día de teatros municipales para las principales ciudades españolas.

Una interesante experiencia que debemos recoger dentro de este periodo pero que está unida a la etapa política anterior a él, y por tanto nos viene del exilio y más concretamente de la mano de uno de los partidos políticos con más antigua tradición democrática en España: el Partido Nacionalista Vasco (PNV).

Es sabido, que hace más de dos años se aprobó el Plan Vasco de la Cultura, que ha comenzado ya su andadura, y que con los cambios políticos recientemente sucedidos, tendrá que redefinirse o consolidarse. Pues bien, en 1948, en el VII Congreso de Estudios Vascos celebrado en Biarritz, José Miguel Barandiarán[8] presentó un informe llamado *Bases para un Plan de Cultura* que le había remitido a Telesforo Monzón[9], Consejero de Cultura del Gobierno Vasco, en 1947.

> El Pueblo Vasco viene formando durante milenios una entidad, etnia o grupo cultural, cuya base y elemento principal es *etxe*[10]. Éste tiene personalidad destacada en la vida cultural vasca; es el centro adonde confluyen las demás instituciones del país. Pero el *etxe* responde a un plan y persigue un ideal, que da sentido y vida a la totalidad de la cultura vasca. [...] No olvidemos que el pueblo vasco representa una experiencia que el hombre efectúa en esta parcela del mundo que se llama Pirineo Vasco.

Así comienza el documento que, si bien tiene más referencias a los temas que hoy se encuadran dentro de las atribuciones de Educación -no olvidemos que la ordenación administrativa de España recogía todas las actividades culturales y educativas, o viceversa, desde principios del siglo XX en el Ministerio de Instrucción Pública (1901) y que incluso en el franquismo, las actividades relacionadas con las enseñanzas artísticas y las relativas a las bellas artes, archivos, bibliotecas, museos, exposiciones e incluso la música, estaban contempladas en el Ministerio de Educación- también manifiesta que:

> El órgano de transmisión de la cultura vasca, ha sido el pueblo mismo, han sido las familias en los tiempos antiguos. Pero la reciente complejidad de la vida cultural exige la creación de diferentes órganos de educación y de enseñanza que, en conjunto, vienen a constituir el mecanismo universitario.

Apela a las universidades y sociedades culturales que se han ido creando a lo largo del tiempo como la Real Sociedad Vascongada de los Amigos del País. Mantiene que para que la literatura, la antropología, las bellas artes, la sociología... tengan autonomía propia y conozcan sus raíces es muy importante la investigación. Marca la importancia de la enseñanza de

la lengua vasca, ya que la lengua vernácula en sí misma lleva consigo un fuerte contenido cultural[11].

El documento se centra en la creación de una universidad de acuerdo con todas las instituciones del territorio que debe atender a la creación de bibliotecas, archivos, museos y laboratorios y propone:

> Que se promueva el estudio y la enseñanza de la ciencia en general, y la profundización del cocimiento del país y del pueblo vasco en particular, así como la difusión de su cultura con apoyo de las instituciones existentes e incluso, si fuese necesario, animando a la creación de otras entidades.

Culmina con una conclusión:

> Que se forme en la Sociedad Internacional de Estudios Vascos, una comisión encargada de estudiar los problemas de enseñanza en nuestro país y que se fomente la creación o el desarrollo de los institutos de investigación de enseñanza y conservación de la cultura vasca.

Otro plan singular y de recorrido casi desconocido es el llamado *Plan de Ordenación Cultural de las Islas Baleares,* editado por el Gobierno Civil de Baleares en 1952, siendo gobernador civil Alejandro Rodríguez de Valcárcel; en él tratan, con la perspectiva de la mejoras a realizar y de lo ya resuelto, de una amplia sección de la enseñanza, como es propio de la época. Enseñanzas primaria, laboral, profesional y técnica, media, universitaria, investigaciones científicas y de las otras visiones clásicas de la cultura también gestionadas desde el Ministerio de Educación, Archivos, Bibliotecas y Bellas Artes.

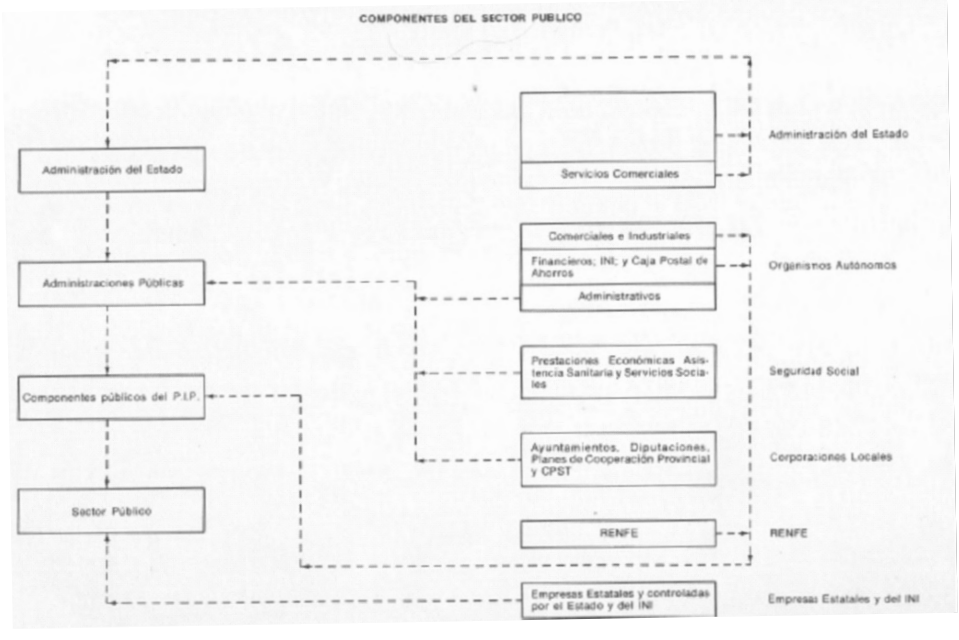
En lo que respecta al periodo histórico posterior a la guerra civil y en el territorio de España, el régimen franquista comenzó a usar la planificación con el I Plan de la Vivienda (1944-1954) y en 1956 con la aprobación de La Ley del Suelo se comenzó la planificación urbanística en España, aunque ya se habían hecho planes de ciudades como Bilbao (1943), Madrid y Valencia (1946) y Barcelona (1953).

La reconstrucción de las economías europeas a partir de 1945, hizo que se tuvieran que dar un sistema de prioridades a la inversión pública para obtener el máximo rendimiento social tanto a las inversiones públicas como privadas, la planificación de esta época es deudora de la teoría keynesiana de combinación entre el régimen de libre empresa y la intervención de los gobiernos.

El inicio de la planificación económica tuvo lugar con los planes provinciales como los de Jaén, Badajoz o Santander a comienzos de la década de los cincuenta y más formalmente con el Plan de Estabilización (1959-1961) de Mariano Rubio[12]. Con este plan se pretendió acabar con la etapa de autarquía y poner en marcha la verdadera industrialización de España. Dicho plan marcó una forzada austeridad: recortó el gasto público, restringió el crédito, congeló los

salarios, limitó las horas extras y devaluó la peseta; ahora bien, puso fin a muchos controles comerciales e industriales internos, y favoreció las inversiones extranjeras. España recibió préstamos de diversos organismos: los EEUU o el Fondo Monetario Internacional, para hacer frente al agotamiento de reservas y para suavizar los efectos negativos de la política estabilizadora y además contó con dos poderosos aliados, las remesas económicas de la emigración española y el auge del turismo.

Siguiendo el modelo francés diseñado en los años cincuenta por Jean Monnet, y el *Informe del Banco Mundial sobre la Economía Española* (1962) -sin tener en cuenta las diferencias existentes entre ambos países- el catedrático de Derecho Administrativo, Laureano López Rodó, cerebro de estos planes, fue puesto, en 1962, al frente de la Comisaría del Plan de Desarrollo. Con él comenzó la llamada "era del desarrollismo" en España, que se concretó en planes de desarrollo de duración cuatrienal. Eran llamados planes indicativos de conciliación de los intereses públicos y privados y seguían a los franceses, como hemos dicho, y a los modelos italianos e ingleses; se inicia lo que de forma tímida se proyecta como un programa liberalizador, y se ponen en marcha los Planes de Desarrollo Económico y Social. Los trabajos de elaboración se realizaron durante 1962 y 1963 y el primero se aprobó por Ley de 28 de Diciembre de 1963[13]. Entre 1964 y 1975 se pusieron en marcha tres Planes de Desarrollo (I: 1964-1967; II: 1968-1971; III: 1972-1975) y se redactó un IV (1976-1979) de duración cuatrienal, con un carácter netamente indicativo, en lo privado y vinculante en lo público; incluyendo su campo de acción las actividades del gobierno central, las administraciones locales y los organismos autónomos.



En 1967, se creó el Ministerio de Planificación y Desarrollo que hasta 1973 ocupó Laureano López Rodó.

Los diferentes planes de desarrollo fueron preocupándose más por la cultura en cada uno de ellos, sin con esto considerar que se le diera una importancia extraordinaria, y lo podemos ver por cómo van conformándose las diferentes comisiones y subcomisiones que se ponen en marcha para poder realizar los estudios pertinentes; es el caso de que en el primero, se recogen dentro de la Comisión de los Servicios de Información; en el segundo, pasa a ser La Comisión de Información y Actividades Culturales con dos subcomisiones; en el tercero se establecen tres grupos de trabajo bajo la Comisión de Turismo, Información y Actividades Culturales (incluyendo los espectáculos y el libro). Los dos últimos planes con publicaciones independientes que consignan en su sumario la situación actual, los objetivos y la financiación prevista.

I Plan de Desarrollo

Entre sus objetivos sectoriales, orienta la cultura desde la perspectiva de la educación y propone un esfuerzo económico en la enseñanza y la investigación científica. El plan atribuye considerable importancia a la elevación del nivel cultural y a la formación humana en el campo, "impulsar la extensión cultural en especial en los núcleos rurales, mediante el empleo de las modernas técnicas audiovisuales de comunicación"; entre sus directrices de política de desarrollo, encontramos el impulso a las enseñanzas artísticas profesionales y el fomento de la creación de bibliotecas y en general, la política del libro -estas variables se adoptan en los respectivos desgloses presupuestarios anuales del programa de inversiones públicas- También se establecen "Otros Servicios Culturales" -archivos, museos, adquisición de obras de arte, reales academias- con sus respectivas asignaciones. En los servicios de información se consignaba todo lo referido a prensa, televisión y radio.

Por último, dentro de las distribución presupuestaria por centros de gasto -gobierno, administraciones locales y organismos autónomos- en el capítulo de anexos, se reflejan cantidades -gastos corrientes, inversiones y subvenciones- para un epígrafe de política cultural, el cual no se había descrito ni se le habían fijado objetivos en el plan y que debe responder a la situación de partida del año 1962.

Al término del I Plan de Desarrollo, bastante devaluado antes algunas opiniones críticas de personas del entorno económico y de ciertas opiniones informadas, Ramón Tamames escribía: "La devaluación de la peseta (noviembre de 1967) vino a ser "el broche de oro" del I Plan de Desarrollo, algo así como el punto final de una larga singladura de errores". Laureano López Rodó consciente de esa cierta opinión le contestaba en una de sus "conversaciones" a Salvador Pániker: "Lo que pasa es que el Plan se ha "desmitificado" y los españoles nos vamos curando de la mentalidad mágica que creía que el plan lo resuelve todo. Yo prefiero esa sana actitud frente al segundo plan que la mágica exultación frente al primero"[14].

El II Plan de Desarrollo

Se plantea como selectivo y pretende articular los sectores con valor estratégico para el desarrollo "incidiendo de forma particular en el máximo bienestar individual y colectivo, en la difusión de todos los bienes y, muy en particular, los de cultura, seguridad y vivienda y en la promoción social de los trabajadores". Se fijan objetivos generales y sectoriales, y dentro de éstos, en el apartado 13 referido a enseñanza y formación profesional, se encontraba recogido todo lo referido a enseñanza artística profesional y a museos, archivos y bibliotecas. Hay que tener en cuenta que estas actividades estuvieron desde siempre vinculadas al ministerio responsable de la educación. Más adelante, el apartado 20 está destinado a información y actividades culturales con epígrafes dedicados, en el primero a la prensa, las revistas y las agencias informativas; en el segundo a las artes gráficas e industria editorial; en el tercero, al teatro y a la cinematografía; al cuarto, a la radiodifusión, la televisión y el teleclub; por último, el quinto, está reservado a las actividades deportivas.

EVOLUCION DE LOS CREDITOS E INVERSIONES REALIZADAS
(Millones de pesetas)

Programas y subprogramas	1968		1969		1970		1971	
	Crédito disponible	Inversión realizada	Crédito disponible	Inversión realizada	Crédito disponible	Inversión realizada	Crédito disponible	Inversión realizada
Archivos:								
— Adm. Estado	37,4	8,7	93,1	29,4	48,9	39,4	194,9	173,1
— No estatales	1,5	1,5	1,5	1,5	1,0	1,0	1,0	1,0
Bibliotecas:								
— Estatales	238,6	141,2	290,5	158,2	332,9	203,3	633,9	442,4
— No estatales	0,7	0,7	0,7	0,7	0,9	0,9	1,4	1,4
Museos:								
— Creación y mejoras	80,0	56,2	236,5	55,0	184,1	174,8	266,7	185,0
— No estatales	0,2	0,2	5,3	0,8	4,9	4,9	5,5	3,2
— Adquisición de obras de arte	—	—	—	—	25,0	24,0	3,1	2,4
Patrimonio monumental:								
— Restauración y protección del patrimonio histórico-artístico	120,0	119,4	150,1	99,4	278,6	278,6	555,5	544,2
— Arquitectura, patrimonio monumental y técnicas construcción	272,5	242,4	300,0	232,6	429,0	388,1	418,1	355,3
Actividades culturales:								
— P. Libro	17,6	16,6	25,1	19,4	18,0	17,8	26,2	24,1
— P. Intelectual y artística	9,0	9,0	10,0	10,0	11,1	11,1	13,9	13,9
— P. Cultura popular	25,6	14,2	42,7	42,7	22,9	22,9	21,1	21,2
— P. Cine en el extranjero	10,0	—	18,0	0,4	40,0	40,0	52,8	50,0
— P. Teatro	19,2	19,1	26,0	26,0	47,0	47,0	55,4	55,4
— Enseñanzas cinematográficas	4,4	3,5	5,6	5,0	5,0	5,0	5,5	5,5
— Teleclubs y emisiones televisadas	60,7	60,7	71,1	71,1	99,6	96,4	132,2	132,2
TOTAL	897,4	693,4	1.276,2	752,2	1.548,9	1.356,1	2.393,3	2.010,3

Fuentes: Ofic. Vig. Rj. P. D

No se puede considerar que la planificación fue exclusivamente la causa del dinamismo económico de los años sesenta, ya que las previsiones no siempre se cumplieron y en algunas zonas sus efectos fueron escasos; la iniciativa privada confiaba más en la coyuntura económica internacional y en el dinamismo de ciertas áreas que en la planificación estatal.

El III Plan de Desarrollo

Centra su estudio introductorio en los avances en la sociedad del bienestar y dentro de la educación considera: "El interés central de la educación surge con el nuevo enfoque que supone el considerar la educación como inversión y no como consumo; pasa, así, a primer plano la potenciación cultural de la sociedad como conjunto" y continúa "Sin embargo, no se puede confundir el sector de la cultura con el sector de la educación propiamente dicha. Cada vez más, ambos sectores, más que dos círculos concéntricos, en donde el sector de la cultura encierra al de educación, son dos círculos que se interceptan y que solo tienen una parte en común".

Este plan se fija un horizonte de evolución mayor, abarcando la década completa de los setenta, aunque caduca en 1975 y comienza a plantear los desarrollos regionales y las áreas metropolitanas y áreas de actuación preferente. Se recoge como programa sectorial educación y cultura, con objetivos específicos en los diferentes subsectores: archivos y bibliotecas, restauración y protección del patrimonio histórico artístico, modernización de museos, investigación y valorización del tesoro arqueológico nacional, promoción cultural y artística, promoción del libro, promoción del cine, promoción del teatro, tele-clubes y sus respectivos cuadros financieros. En las memorias de este plan ya aparece una Comisión de Turismo e Información y Actividades Culturales.

EVOLUCION DE LOS CREDITOS E INVERSIONES REALIZADAS
(Millones de pesetas)

Programas y subprogramas	1972		1973		1974		1975	
	Crédito disponible	Inversión realizada	Crédito disponible	Inversión realizada	Crédito disponible	Inversión realizada	Crédito disponible	Inversión realizada
Archivos y Bibliotecas:								
— Estatales	212,2	212,2	331,0	234,9	407,9	324,8	372,0	220,9
— No estatales	2,4	2,4	5,1	5,1	5,6	5,6	6,2	6,2
Museos:								
— Estatales	193,5	193,5	202,4	156,9	270,9	204,5	356,6	218,4
— No estatales	5,4	5,2	5,5	5,5	5,1	4,9	5,1	5,1
— Adquisición de obras de arte	60,0	53,1	204,5	130,2	231,0	205,0	80,6	76,0
Patrimonio Monumental:								
— Restauración y protección del patrimonio histórico-artístico	526,3	521,3	592,0	503,9	679,7	667,4	491,7	487,3
— Arquitectura, patrimonio monumental y técnica de la construcción	408,0	339,6	563,1	418,0	661,0	595,0	721,4	610,8
— Investigación y valoración del tesoro arqueológico	126,0	125,9	30,5	30,5	18,8	18,8	49,8	49,8

Actividades Culturales:								
— Promoción cultural y artística	17,0	17,0	37,0	36,5	45,3	25,0	87,0	85,9
— Promoción del libro (1)	82,0	82,0	107,3	101,0	187,3	187,3	222,8	222,8
— Promoción del cine	64,0	64,0	92,7	92,7	45,0	45,0	50,0	42,9
— Promoción del teatro	52,0	51,3	88,9	81,6	54,4	49,8	58,8	57,8
— Teleclubs y emisiones televisadas (2)	112,0	112,0	105,0	105,0	100,0	100,0	101,8	101,8
TOTALES	1.860,8	1.779,5	2.365,0	1.901,8	2.712,0	2.433,1	2.603,8	2.185,7

(1) Esta incluida la subvención a la Editora Nacional para la adquisición y mejora de locales.
(2) Considerando la financiación adicional de las Corporaciones Locales las inversiones totales realizadas fueron las siguientes: 1973: 937,6 millones de pesetas; 1974: 1.033,9 millones de pesetas; y 1975: 986,7 millones de pesetas.
Fuentes: Oficina Vigilancia ej. Pl. D; D. G. Vigilancia de la Planif. y S.ª Planificación.

IV Plan de Desarrollo

La cadena de acontecimientos políticos que se desarrollaron a raíz de la muerte de Franco, con los sucesivos cambios de gobiernos y de presidentes de los mismos, acarreó también reformas de las estructuras del gobierno y Carlos Arias Navarro en su gobierno de después de tal acontecimiento (diciembre de 1975 a julio de 1976) creó una Vicepresidencia de Gobierno para asuntos económicos, que ocupó el titular de la cartera de Hacienda, eso significó la desaparición del Ministerio de Planificación, quedando como Subsecretaría adscrita a la Comisión Delegada del Gobierno para Asuntos Económicos.

Con el nombramiento de Adolfo Suárez como Presidente de Gobierno no volvimos a oír nada de los planes de desarrollo, pues su concepto de planificación y coordinación gubernamental y del momento era otra.

Fabián Estapé, economista catalán de prestigio, que había sido comisario adjunto del plan de desarrollo, sentenció sobre la planificación indicativa en España "nacida en medio de la mayor pompa y enterrada casi a hurtadillas".

Los trabajos realizados para este plan, en la parte que nos atañe, fueron publicados en 1976 bajo el título de *Documentación Básica del IV Plan de Desarrollo - Cultura Popular* por la Subsecretaria de Planificación de la Presidencia del Gobierno. Como se indica en su introducción, tienen un valor meramente informativo, aunque parte de ellos fueron aprobados por las respectivas comisiones.

El material de trabajo y objeto de la publicación está dividido en dos partes: en la primera, se hace una especie de diagnóstico de la situación de los diferentes sectores a la fecha y en la segunda, se marcan los contenidos de la política cultural con una serie de grandes objetivos como ejes.

La curiosidad que aportaba este trabajo es que ya se encuentran en él líneas políticas y objetivos del patrimonio y los museos, además de incluir el deporte. Parece una premonición del futuro Ministerio de Cultura que tardaría todavía un par de años en aparecer.

FUENTES DE FINANCIACION PREVISTAS

Período 1972-1979
(En millones de pesetas)

PROGRAMAS	Presupuestos Generales Estado	Organismos Autónomos	Corporaciones Locales	Total previsto cuatrienio 1976-79
Archivos, Bibliotecas y Música	1.420	160	120	1.700
Museos y Exposiciones	700	—	100	800
Patrimonio Histórico-Artístico	2.390	—	100	2.490
Tesoro Arqueológico Nacional	490	—	—	490
Edificios y conjuntos de interés histórico-artístico o arquitectónico	1.510	—	—	1.510
Entidades culturales (1)	520	—	—	520 (rebajaron 20 millares)
Acción Cultural de la D. N. de Cultura	200	—	—	200
Acción Cultural del Ministerio del Aire	80	—	—	80
Acción Cultural del Ministerio de Marina	120	—	—	120
Acción Cultural del Ministerio del Ejército	200	—	—	200
Promoción del Libro (1)	530	—	—	530
Promoción del Teatro y otros espectáculos (1)	325	—	—	325
Promoción del Cine (1)	225	—	—	225
Asociaciones Culturales	75	—	—	75
TOTAL	8.785	160	320	9.265 (1)

(1) Del total de estos programas más «Radiotelevisión Española» y «Promoción de la Prensa, Agencias Informativas y NODO» correspondientes al subsector «Medios de Comunicación Social» se previeron minoraciones por valor de 1.500 millones de pesetas que posteriormente no se llevarían a cabo. En cambio en el P.P.I. de 1976 se recogió una reducción por valor de 20 millones de pesetas en «Entidades Culturales», que pasaron a engrosar por esa cuantía los créditos previstos en «Promición del Libro».
Fuente: IV Plan Nacional de Desarrollo.

Independiente de estos planes, que son de amplio espectro tanto en lo territorial como en sus contenidos pues son planes generalitas, en España se producen algunos sectoriales, concretamente el Plan Nacional de Teleclub de los años sesenta -del cual ya he publicado diferentes noticias en otros números de la revista- y una actuación del Estado, normativa que da pie a un plan, desde mi punto de vista: son los Decretos de Creación de Casas de Cultura de 1956 y 1957 en los que se estructura una red, tanto de ámbito de capitales de provincia como de casas de cultura municipales de ámbito menor, lo cual también ha sido tratado anteriormente en esta misma publicación.

Planificación, antecedentes cercanos

En España, los planes estratégicos de cultura, se desarrollan fundamentalmente en los años noventa, los considerados como pioneros son los relacionados normalmente con una ciudad o comunidad autónoma, desde una perspectiva territorial como es su especificidad; no obstante, la planificación cultural en sentido estricto es bastante más antigua en nuestro país como he ido describiendo.

La planificación Cultural en España, que tiene su esplendor ya entrados los años noventa, es heredera, como en casi todos los lugares, de varios hitos que se remontan a la empresa y a las ciudades, en su doble vertiente de empresarial y urbanística-estratégica. Esta planificación territorial, viene motivada por la decadencia económica de los territorios, cuyas causas fueron las crisis fiscales o industriales de los años ochenta. Europa, al igual que había hecho Norteamérica, utiliza este modelo de planificación para ciudades industriales de tradición como: Birmingham, en Inglaterra; Rótterdam, en Holanda y en España, Barcelona o Bilbao. Estas dos pusieron en marcha sus planes estratégicos por motivos diferentes pero en última instancia, iguales: dar respuesta a un tiempo nuevo que comenzaba, pues se estaban produciendo grandes cambios. El caso de Barcelona, recibe el impulso de las olimpiadas y el caso de Bilbao, tiene que dar respuesta a la gran crisis de la industria naval y del acero. Ambos trabajos, que se ponen en marcha no son planes estratégicos culturales, pero recogen ya en sus contenidos medidas que afectan claramente al sector cultural. Igual va a pasar según se vayan haciendo los planes estratégicos de ciudades como Valencia, Málaga, Jerez, Zaragoza o Tenerife, que recogen en sus propuestas estratégicas ideas como: "Zaragoza, ciudad creativa en el arte, el humanismo y la comunicación"; "Valencia, capital milenaria de la cultura europea"; "la estrategia de transformación de Tenerife debe ser eminentemente cultural"; o el primitivo proyecto Pinta que va a realizar Manuel Castells en Sevilla para la Expo 92, en 1988, sobre las 230 hectáreas del territorio llamado "Isla de La Cartuja", que va a dar pie posteriormente al proyecto "Cartuja 93".

Un Plan "curioso" por el punto de partida y el territorio que pretende examinar es el no nato *Plan Cultural para la Provincia de Madrid*[15] comienza su andadura a los primeros meses de 1978 en la Subdirección General de Animación Cultural y en su declaración de principios nos indica "Un plan cultural a realizar en España durante 1978 debe seguir, entre otros, el principio de la animación cultural, es decir, se ha de intentar provocar en las personas a las que vaya dirigido el Plan, un sentimiento de necesidad de bienes culturales. Este enfoque es radicalmente distinto a la imposición de un programa de actividades culturales y al dirigismo cultural".

La propia Subdirección General realiza a través de contactos administrativos un reconocimiento de la realidad en lo que se refiere a operadores y equipamientos del territorio y remarca "El plan cultural que se propone exige la colaboración de todos los organismos públicos con competencias en la provincia: Administración Central, Diputación Provincial y Municipios, fundamentalmente". Al haber intentado conocer la realidad desde los niveles administrativos por medio de escritos nos encontramos que las respuestas, probablemente sin mala intención, están muchas veces desfasadas de la realidad existente pues están de acuerdo con lo archivado en los respectivos expedientes, dándose el caso que a la pregunta sobre la existencia de grupos de teatro el jefe del gabinete técnico de la Dirección General de Teatro, responde con una relación exhaustiva de 122 grupos de Cámara y 57 agrupaciones no profesionales con un abanico de inscripciones que van desde el 2/8/55 de Dido Teatro hasta el taller infantil Teatro, Ritmo y Expresión, inscrito el 19/9/77.

Al llegar al momento de la financiación, y dado que no se puede colegir bien qué tipo de plan

es y si está respondiendo a un proyecto preciso o a una prueba de metodología, se nota una indefinición y un no enfrentarse a ese momento aplazándolo en función de unas etapas que se deben alcanzar "etapa de planificación, etapa de programación y etapa de redacción de las propuestas".

Dentro del plan provincial se contempla, lógicamente, la ciudad de Madrid y se considera que "Madrid capital tiene que ser objeto de un informe especial para redactar un plan de acción cultural".

En las conclusiones provisionales, fechadas en marzo de 1978, se encuentra el desfase de lo que enuncia con lo que se va convirtiendo "Pese a todas sus dificultades es imprescindible organizar un plan experimental de acción cultural para 1978" y en otra vuelve a repetir que deben colaborar todas las Administraciones "con la debida supervisión y coordinación del Gobierno Civil".

El plan por lo que he podido ver no avanzó mucho más, entre otras cosas por su falta de objetivos claros y de dirección técnica, y además, y puede que lo más fundamental, se estaba pretendiendo realizar en el momento que el Ministerio de Información y Turismo se estaba desmontando y emergiendo el nuevo Ministerio de Cultura.

Podríamos considerar que a raíz de las elecciones municipales de 1979 se diseñan diferentes planes de cultura, de ámbito local, en diferentes puntos de España, de difícil información y seguimiento; el motivo de la afirmación anterior es mi experiencia personal y el conocimiento de los que se presentaron en octubre de 1980 a la Diputación de Sevilla por parte de los dos partidos que la gobernaban en coalición PCE y PSOE.

Casi con certeza podemos decir que el primer antecedente de Planificación Cultural de esta década y ya prácticamente un plan estratégico de cultura, aunque sectorial, es el *Primer Plan General de Bienes Culturales* que realiza la Dirección General de Bellas Artes de la Consejería de Cultura de la Junta de Andalucía, dicho plan comenzó sus trabajos en los inicios del año 1987.

El *Plan General de Bienes Culturales* para el período 1989-1995, fue aprobado por el Consejo de Gobierno, mediante acuerdo de 14 de febrero de 1989, y por el Parlamento de Andalucía en la sesión del pleno celebrada los días 20 y 21 de junio del mismo año.

El plan de 1989 sentó las bases de conceptos, hoy plenamente asumidos, como la administración, investigación, protección, conservación, restauración y difusión de los bienes culturales. Los definió como las acciones que forman parte del proceso integrador de la tutela y articuló mediante programas las directrices necesarias para el ejercicio de cada una de ellas, con sus respectivas valoraciones económicas.

En la introducción del documento podemos ver la visión del patrimonio que el Plan manejaba:

> Hoy por hoy el patrimonio histórico es un recurso que fomenta la creación de empleo, favorece la competitividad de la economía, está en la base de nuestra cultura, es un factor de equidad -pues permite desarrollar zonas menos desarrolladas-, incentiva la información y la participación; en suma, el patrimonio histórico es una referencia indispensable para el futuro de Andalucía.

Si bien el plan era sectorial, como hemos comentado, dado el amplio espectro del concepto de "patrimonio cultural" dentro de uno de sus programas se recogían los objetivos, acciones y programas de la música, en general, y del flamenco en particular, que llevarían a cabo los diferentes centros de investigación y documentación, ya creados: el Centro de Documentación Musical de Andalucía, instalado en Granada y el Centro Andaluz de Flamenco, instalado en Jerez de la Frontera; este programa se denominaba Programa de las Instituciones para la Conservación y Difusión del Patrimonio Cultural.

La continuidad del proyecto y su revisión se puso en marcha por Decreto 106/1995, de 25 de abril, en el que se manifestaba el interés por la formulación del Plan General de Bienes Culturales de Andalucía para el periodo 1996-1999 y establecía el procedimiento de redacción inspirado en los principios de participación, coordinación e información. Se redactó un documento de avance que fue aprobado por la Comisión de Redacción en diciembre de 1996, se trabajó firme durante más de un año y el plan fue informado favorablemente por el Consejo Andaluz del Patrimonio Histórico en mayo de 1998. El Consejo de Gobierno de la Junta de Andalucía, en junio de 1998, acordó aprobar el Plan General de Bienes Culturales, en su segundo periodo de vigencia, con la denominación de Plan General de Bienes Culturales. Andalucía 2000.

NOTAS

1. Como había pasado en Francia, que no separa bellas artes de instrucción, convertida en educación nacional en los años treinta hasta 1959, para la creación del ministerio de Asuntos Culturales, cargo que desempeño Malraux.

2. Anes, Gonzalo. Prólogo del libro de Rodríguez Pedro, Conde de Campomanes, *El Fomento de la Industria Popular. La Educación popular de los Artesanos*, Grupo Editorial Asturiano. Oviedo 1991.

3. *Plan de Reforma de los Teatros de Madrid aprobado en 1799, Revista de la Biblioteca, Archivo y Museo* VI (1929), pp. 245-284.

4. Aguilera Sastre, Juan. *Antecedentes Republicanos de los Teatros nacionales: Historia de los Teatros Nacionales 1939-1962;* CDT. Ministerio de Cultura Madrid, 1993.

5. López Tomas J., Plan Financiero de la Republica Española, Talleres tipográficos de Pascual Quiles, Valencia 1931.

6. Solo se cita la aprobación del plan y no se aporta su publicación ni tampoco aparece en los documentos del expediente de la respectiva Comisión de Instrucción Publica, ni en los archivos de Hacienda o el

Aga, siendo, no obstante, citado en diferentes tipos de documentos.

7. Archivo Flores de Lemus, signatura 21-6412, proyecto de ley de autorización al Gobierno para emitir deuda publica para la ejecución del Plan de escuelas.

8. José Miguel Barandiarán Ayerbe (1889-1991), llamado Joxemiel Barandiaran y aita Barandiaran, sacerdote, investigador, lingüista y científico, natural de Guipúzcoa, investigó en antropología, arqueología y etnología. Está considerado como el "patriarca" de la cultura vasca. En 1953, regresa a su Ataun natal y se crea en la Universidad de Salamanca la cátedra de estudios vascos "Larramendi", de la que el padre Barandiarán será el primer profesor invitado. Fue reconocido Doctor Honoris Causa por la Universidad Complutense de Madrid, la Universidad Pública del País Vasco y la Universidad de Deusto.

9. Telesforo Monzón (1904-1981), político y escritor español, nacido en Vergara. Militante del Partido Nacionalista Vasco (PNV), fue ministro de Gobernación de Euzkadi (1936). Exiliado en 1937, En 1946 regresó con el resto de los miembros del Gobierno Vasco a Francia, estableciéndose en París. Monzón permanecería en su puesto del Gobierno Vasco en el exilio hasta 1952 año que rompió con el PNV. Integrado en la coalición Herri Batasuna, fue elegido diputado al Congreso español (1979) y al Parlamento vasco (1980). Escribió diversas obras teatrales y canciones patrióticas, así como el poema *Desde la lejanía (Urrundi)*.

10. Etxe: 1.- Casa en general, alberge, vivienda, habitación a) kultura-etxea: la casa cultural b) postetxe: casa u oficina de correos c) herriko etxea: la casa del pueblo; 2.- armazón a) orgetxea, gurtetxea: cama del carro b) autoetxe: armazón del coche.

11. El PNV, en sus Documentos de la Asamblea Nacional de marzo de 1977, en lo que respecta a planteamiento cultural, dentro de su epígrafe VI Cultura, Pueblo y Partido Nacionalista Vasco, recoge los puntos: 1.- Promoción del euskera. 2.- Gestión popular de la educación. 3.- Control de la cultura, 4.- Fomento de las artes…

12. Elaborado siguiendo las indicaciones del Banco Mundial y del Fondo Monetario Internacional.

13. En octubre de 1928 entraba en vigor el primer plan quinquenal soviético. Tras la segunda guerra mundial, en enero de 1946 se aprobó en Francia el plan llamado de Modernización y Equipamiento; distintos países como Noruega, en 1947, y los Países Bajos, en 1950, pusieron en marcha planes; Gran Bretaña creó en 1962 el Consejo Nacional de Desarrollo Económico.

14. Equipo Mundo, Los 90 ministros de Franco, Dopesa, Barcelona 1970

15. *Anteproyecto de Plan Cultural para la Provincia de Madrid*, AGA, sección Cultura caja 81133

La competencia cultural artística en la educación obligatoria y en la formación inicial del profesorado

Andrea Giráldez Hayes

AUTORA/AUTHOR:
Andrea Giráldez Hayes.

ADSCRIPCIÓN PROFESIONAL/PROFESSIONAL POSTS:
Profesora Titular de Universidad en el área de Didáctica de la Expresión Musical. Escuela Universitaria de Magisterio de Segovia (Universidad de Valladolid). Miembro del grupo de expertos del programa de Educación artística, Cultura y Ciudadanía de la OEI.
Associate professor in the area of the Didactics of Musical Expression. Teacher Training College of Segovia (University of Valladolid). Member of the group of experts in the Organisation of Latin American States' artistic education, culture and citizenry programme.

TÍTULO/TITLE:
La competencia cultural artística en la educación obligatoria y en la formación inicial del profesorado.
Artistic cultural competency in compulsory education and initial teacher training.

CORREO-E/E-MAIL:
agiralde@mpc.uva.es

RESUMEN/ABSTRACT:
El debate sobre las competencias comienza a adquirir cada vez más relevancia en los distintos ámbitos y niveles educativos. Las competencias son consideradas como un componente fundamental de un largo proceso formativo que se inicia en la educación obligatoria y se extiende a la educación superior, relacionando de forma directa la cultura universitaria con el aprendizaje a lo largo de la vida y el mundo del trabajo. Entre las distintas competencias, este artículo se refiere de manera específica a la cultural y artística; una competencia que, aunque mencionada de manera explícita en diversos documentos legales, corre el riesgo de ser infravalorada tanto en el ámbito de la educación general como en el de la formación inicial del profesorado.

The debate over competencies is beginning to acquire an increasing relevance in different educational fields and levels. Competencies are considered a critical component of a long learning process that begins in compulsory education and extends to higher education, directly linking university culture with lifelong learning and the working world. Among the different competencies, this article specifically refers to competency in culture and art, a competency that, although explicitly mentioned in several legal documents, runs the risk of being underestimated in both the field of general education as well as initial teacher training.

PALABRAS CLAVE/KEYWORDS:
Competencias básicas, competencias profesionales, expresión cultural, formación inicial del profesorado.
Core competencies, professional competencies, cultural expression, initial teacher training.

Introducción

La creciente complejidad de relaciones en un mundo interconectado ha puesto de manifiesto la necesidad de revisar los paradigmas en los cuales se sustenta la educación. Las sociedades han sufrido transformaciones radicales en las últimas décadas, especialmente derivadas de la globalización y el desarrollo de las tecnologías digitales. Los modos de hacer tradicionales han variado y, en efecto, el cambio es en sí mismo la característica más evidente de la sociedad moderna. La economía ha cambiado, y con ella el mundo del trabajo. En este escenario fluctuante cabe preguntarnos: ¿qué deberíamos enseñar a los ciudadanos del siglo XXI? Una de las funciones que tradicionalmente ha tenido la escuela y la universidad ha sido la de preparar a los estudiantes para incorporarse en el mercado laboral; pero, ¿de qué trabajo estamos hablando? Se nos dice a menudo que en el futuro habrá nuevas profesiones que hoy ni tan siquiera podemos imaginar, y que en el transcurso de su vida adulta las personas tendrán que cambiar varias veces de trabajo. A su vez, si hablamos de profesiones conocidas con una proyección a más largo plazo, como es el caso de la docencia, sabemos que las demandas profesionales del mañana serán bastante distintas a las del presente. En este escenario, un sistema educativo que pretenda preparar a los estudiantes para la sociedad del futuro debe ofrecerles "recursos transferibles" que puedan ser útiles y renovados a lo largo de la vida. En otras palabras, debe evitar aquellos contenidos o enseñanzas que puedan quedar obsoletos en unos pocos años y, en su lugar, ayudar a desarrollar una serie de competencias de orden superior que puedan ser aplicadas en diferentes contextos, tanto en el mundo laboral como en el personal.

Diversos documentos oficiales, entre ellos la *Recomendación del Parlamento Europeo y del Consejo*, de 18 de diciembre de 2006[1], hacen referencia a aquellas competencias clave, consideradas particularmente necesarias para la realización personal de los individuos y para su integración social, así como para la ciudadanía activa y el empleo en el marco de una sociedad basada en el conocimiento. Una de esas competencias es la **expresión cultural** ("conciencia y expresión cultural" en algunos documentos), denominada **competencia cultural y artística** en la Ley Orgánica de Educación (LOE), aprobada en España en el año 2006. A pesar de que la Recomendación otorga a esta competencia un valor equivalente al del resto, tal como ha sucedido tradicionalmente con las disciplinas artísticas, consideradas marginales o con menor peso o reconocimiento social dentro del sistema educativo, esta competencia corre el riesgo de ser la gran olvidada o, al menos, de quedar en un segundo plano y oculta tras aquellas percibidas como instrumentales, como es el caso de la comunicación en la lengua materna o la competencia matemática. Hacerlo sería un gran error, puesto que, como veremos más adelante, se trata de una competencia fundamental, no sólo por incorporar aprendizajes esenciales para todos los individuos, sino también por su inmenso potencial formativo para integrarse en el mercado laboral y, más concretamente, en el ámbito de las industrias culturales. En este sentido, comprender su verdadero alcance resulta crucial para valorarla en su justa medida.

Partiendo de estas ideas preliminares cabe preguntarnos: ¿qué entendemos por competencia?; ¿qué es la competencia cultural y artística y cuál es su valor, tanto para los futuros ciudadanos como para los profesionales encargados de formarlos? A estos dos interrogantes intentaremos dar respuesta en las páginas siguientes.

¿Qué son las competencias?

Como sucede con muchos términos usados en el mundo de la educación, no existe un consenso a la hora de explicar lo que podemos entender por competencias, puesto que se trata de una noción compleja susceptible de diversas interpretaciones.

El concepto de competencia, definido por el Diccionario de la RAE como la *pericia, aptitud o idoneidad para hacer algo o intervenir en un asunto determinado*, no es nuevo. Proveniente del campo de la lingüística y de las teorías de la comunicación, a comienzos de la década de 1970 pasa al mundo empresarial (vinculado a los ámbitos de la formación y el empleo), usándose para designar aquello que caracteriza a una persona capaz de realizar una tarea concreta de forma eficiente. Desde entonces, el término se ha ido extendiendo de forma generalizada para incorporarse primero a la formación profesional y finalmente al resto de las etapas y niveles educativos. En el ámbito de la educación básica se habla de competencias clave para referirse a "aquellas que contribuyen al despliegue de una vida personal exitosa y al buen funcionamiento de la sociedad, porque son relevantes para las distintas esferas de la vida e importantes para todos los individuos" (OCDE, 2005); el término expresa a menudo una cierta "capacidad o potencial para actuar de manera eficaz en un contexto determinado, capacidad que se apoya en conocimientos, pero no se reduce a ellos" (Perrenoud, 1999).

Por su parte, en el marco del Espacio Europeo de Educación Superior (EEES), se plantea la necesidad de adoptar nuevos enfoques en los programas y en los procesos de enseñanza y aprendizaje con el propósito de conseguir una formación integral de los estudiantes que responda a las necesidades de la sociedad y de un mercado de trabajo cada vez más competitivo y sin fronteras. Desde esta perspectiva, los resultados de aprendizaje se expresan también en términos de competencias transversales y específicas. Las definiciones del concepto de competencia adquieren en este ámbito un matiz similar, entendiéndose como el "conjunto de acciones que el sujeto realiza cuando interactúa significativamente en un contexto determinado" (ICFES, 1999), definición que se resume en un saber hacer en una situación específica o como "un saber hacer complejo, resultado de la integración, movilización y adecuación de capacidades, habilidades, conocimientos y actitudes, utilizados eficazmente en situaciones que tengan un carácter común" (Lasnier, 2000).

Como puede observarse en estas definiciones, una competencia no se reduce sólo a la reproducción de conocimientos acumulados y a la adquisición de una serie de habilidades o destrezas específicas, es decir, propias de una disciplina o materia. Por el contrario, implica la capacidad de enfrentarse eficazmente y dar respuesta a un conjunto de situaciones análogas y complejas, recurriendo a y movilizando conscientemente y de manera rápida, pertinente y creativa saberes, habilidades cognitivas y prácticas y otros recursos psicológicos tales como las actitudes, la motivación o los valores. Dicho de otro modo, la idea de competencia hace referencia a un saber conceptual (aprender a conocer), un saber procedimental (aprender a hacer), un saber actitudinal (aprender a convivir) y un saber metacognitivo (aprender a ser). En este sentido, las competencias vienen a romper la falsa disyuntiva entre la teoría y la práctica, poniendo en tela de juicio el valor del saber por sí mismo que ha determinado y determina las

características de muchos sistemas educativos. La educación ya no se enfoca, entonces, únicamente a la adquisición de conocimientos -que, a su vez, pueden proceder de vías muy diversas y no exclusivamente de los ámbitos escolar y académico-, sino que se orienta al desarrollo de destrezas y actitudes que permitan una participación eficaz en la vida política, económica, social y cultural y que sienten las bases para un aprendizaje permanente a lo largo de la vida. En este sentido, ya no parece suficiente que nuestros estudiantes "sepan" muchas cosas, sino que sean capaces de aplicar los conocimientos en situaciones reales; que sean capaces de integrar lo que aprenden y utilizarlo para resolver las situaciones con las que se encuentran en su vida diaria.

Pero, ¿cuántas competencias necesita un individuo para hacer frente a los desafíos que plantea la sociedad? Y, entre ellas, ¿cuáles pueden considerarse como clave o básicas? Dar respuesta a estos interrogantes fue el objetivo del proyecto DeSeCo (Definición y Selección de Competencias Básicas) del programa de educación que la OCDE inició en el año 1997.

La definición de las competencias básicas

Como se explica en el informe titulado *La definición y selección de competencias básicas* de la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico (OCDE, 2005) al que antes nos hemos referido, sería poco práctico hacer un listado demasiado extenso de todas las competencias que podemos llegar a necesitar a lo largo de nuestras vidas. Por ello, a través del proyecto DeSeCo se identificaron tres criterios para que una competencia pudiese considerarse como clave, fundamental, esencial o básica:

- Que contribuya a obtener resultados de alto valor personal y social.
- Que ayude a las personas a hacer frente a problemas y necesidades relevantes que puedan presentarse en una amplia variedad de contextos (el sector económico, la vida política, el área social, la sanidad, el ámbito de la familia y de las relaciones tanto públicas como personales, etc.). Además, y puesto que las situaciones a las que puede tener que enfrentarse un individuo están sujetas a cambios, una competencia clave debe permitir a las personas actualizar sus conocimientos y destrezas constantemente con el fin de mantenerse al corriente de los nuevos avances.
- Que sean importantes no sólo para los especialistas, sino para cualquier individuo y para la sociedad en su conjunto.

Estos criterios contribuyeron a determinar una serie de competencias genéricas, es decir, no vinculadas a ninguna disciplina y, por tanto, aplicables a una amplia variedad de contextos y situaciones.

A través de la labor desarrollada por distintos grupos de trabajo e informes elaborados en Europa, se llegó a definir una serie de competencias clave que deberían desarrollarse y adquirirse durante el período de la enseñanza obligatoria. Fue el Consejo Europeo de Barcelona (celebrado en el mes de febrero de 2002) el que ratificó la ampliación de la lista de competencias básicas propuesta por uno de los grupos del programa de trabajo *Educación y Formación*

2010 de la Comisión Europea, quedando definidas las siguientes:

- Comunicación en lengua materna
- Comunicación en lenguas extranjeras
- Competencia matemática y competencias básicas en ciencia y tecnología
- Competencia digital
- Competencias interpersonales, interculturales y sociales
- Expresión cultural
- Aprender a aprender
- Espíritu emprendedor.

Dos años más tarde, el *Informe intermedio conjunto del Consejo y la Comisión sobre la ejecución del programa Educación y Formación 2010* (Consejo Europeo, 2004), afirmó, en su punto 4, que el camino de las reformas de los sistemas de educación y formación debía acelerarse. Siguiendo estas recomendaciones y teniendo en cuenta las reflexiones y propuestas realizadas por la OCDE y la Unión Europea, la última reforma del sistema educativo en España, de la que resulta la Ley Orgánica 2/2006, de 3 de mayo, de Educación (LOE) incluye estas competencias básicas[2] entre los componentes del currículo y señala el especial interés de las mismas por su potencial para caracterizar de manera precisa la formación que deben recibir los estudiantes.

De estas ocho competencias nos interesa ahora referirnos a la expresión cultural, denominada competencia cultural y artística en el contexto español, puesto que constituye el tema central de nuestro artículo.

La competencia cultural y artística

Las relaciones entre cultura y educación han ocupado una parte importante de la agenda europea de los últimos años, puesto que se ha tomado conciencia de que el progreso en Europa no depende solamente de la competitividad económica, sino también del éxito en los esfuerzos que se realicen para hacer un uso eficaz de la riqueza cultural del continente a través de sus instituciones educativas.

La importancia de favorecer el desarrollo de la competencia cultural y artística, tanto en la escuela como fuera de ella, en todos los ciudadanos ha sido una preocupación creciente y ha ocupado el centro del debate en diversos congresos y grupos de trabajo europeos e internacionales que, de forma más o menos directa, han contribuido a la definición de dicha competencia.

Entre otras acciones caben mencionar las del Consejo de Europa (http://www.coe.int) que, especialmente desde la década de 1990, ha sido un importante defensor de muchas de las iniciativas culturales y educativas. Su Comité de cultura inició en 1995 un proyecto titulado "Cultura, creatividad y juventud" partiendo de la idea de que:

> "[…] la importancia de la educación artística para el desarrollo integral de los indivi-

> duos y su contribución a la hora de preparar a los jóvenes para que puedan afrontar los desafíos de la sociedad actual, así como el papel secundario de las artes en muchos de los procesos que tienen lugar dentro y fuera de las escuelas de los estados miembro, podrían generar la necesidad de futuros proyectos de investigación y acciones en el ámbito de la educación artística" (Comité del cultura del Consejo de Europa, 1995).

Uno de estos proyectos de investigación fue el coordinado por Key Robinson, quien elaboró un informe titulado "Cultura, creatividad y juventud: desarrollando una política pública" (Robinson, 1999), que en su momento fue una de las primeras síntesis de lo que estaba ocurriendo en Europa en el ámbito de la educación cultural y, por tanto, se convirtió en un punto de referencia para las acciones futuras. En las recomendaciones de este informe se señalaba que:

- Los estados miembros deben desarrollar un servicio cultural central a fin de preparar a los jóvenes para que puedan participar activa y plenamente en el mundo del arte y la cultura de los adultos.
- Las artes y la cultura deben ser reconocidas como una contribución al desarrollo social de los individuos.
- Las artes en el currículum deben recibir un mayor respaldo por parte de las autoridades escolares.
- Los artistas y los expertos en arte deben involucrarse más en la programación de la educación tanto formal como no formal.
- Los indicadores culturales actuales deben revisarse centrándose en los efectos a largo plazo de la participación y el estudio de las artes entre los jóvenes.

A nivel regional, también ha habido un interés renovado por los temas relacionados con la educación cultural. Tal es el caso, por ejemplo, de la Conferencia europea organizada por la Asamblea de Regiones Europeas (AER, www.a-e-r.org) bajo el sugerente título "Homo ludens versus Homo economicus" y celebrada en Budapest en 2003. En esta conferencia se acordó por unanimidad:

- Considerar la expresión a través de las artes y el desarrollo de habilidades artísticas creativas y perceptivas como un elemento fundamental para la existencia humana.
- Insistir en la necesidad de considerar a las artes como un elemento básico para la estimulación de las habilidades innatas de las personas.
- Subrayar que sólo mediante una sólida implementación de la educación artística, y haciendo de ésta la base del aprendizaje a lo largo de la vida, las personas podrán adquirir las habilidades y competencias que necesitan para su vida cotidiana.
- Considerar la educación cultural como una competencia clave en la vida de las personas.
- Observar que las artes no pueden ser consideradas como un lujo, sino como parte de las habilidades básicas que los seres humanos necesitan adquirir en la actual sociedad del conocimiento y para su desarrollo futuro.
- Poner de manifiesto que la adquisición y mejora de las habilidades relacionadas con la

creatividad y la imaginación, la cooperación internacional, la motivación y la auto-confianza son razones de peso para conseguir que las artes lleguen a ser una asignatura central en todos los sistemas educativos.

• Lamentar la desatención de la que son objeto las artes y la cultura en algunos sistemas educativos y exigir una re-evaluación de su lugar y papel en la educación.

Estas ideas fueron retomadas un año más tarde, en la Asamblea de las Regiones Europeas que tuvo lugar en la Tercera Conferencia de los Ministerios de Educación y Cultura, celebrada en Irlanda. Bajo el lema "What Place for Arts in Education? Towards a new pedagogical pattern based on creativity & participation", se volvió a poner de manifiesto la importancia de favorecer la presencia de todas las formas artísticas en los procesos educativos y se hicieron propuestas concretas sobre el modo de conseguir un nuevo equilibrio entre las consideraciones económicas y la realización de las personas. En los debates que tuvieron lugar en esta conferencia destacaron temas tales como la creatividad en la enseñanza, la apertura de las escuelas a la comunidad, la promoción de intercambios interculturales e intergeneracionales o el papel de las instituciones culturales regionales. La conferencia concluyó con una segunda resolución en la que se reiteraba la importancia de la educación artística, no sólo como una vía para el desarrollo integral de las personas, sino también por su potencial para afrontar los procesos de transformación por los que atraviesa la sociedad. Además, el valor de las artes en la educación debería considerarse como intrínseco a la hora de definir y promover las competencias clave necesarias para desarrollar habilidades personales e interpersonales, promover el pensamiento creativo y crítico y mejorar los resultados en otros ámbitos del aprendizaje.

Las acciones mencionadas, que constituyen sólo una muestra reducida de las muchas que se han llevado a cabo, conforman, en cierta medida, la base y los antecedentes de la competencia "expresión cultural" definida en el marco europeo de educación e incluida entre las competencias consideradas como clave o básicas para toda la población. Esta competencia, que como antes hemos explicado se denomina "cultural y artística" en el currículo de la LOE, se define en la *Recomendación del Parlamento Europeo y del Consejo sobre las competencias clave para el aprendizaje permanente* citada al comienzo de este artículo de la siguiente manera:

> "Apreciación de la importancia de la expresión creativa de ideas, experiencias y emociones a través de distintos medios, incluida la música, las artes escénicas, la literatura y las artes visuales. Los principales conocimientos, habilidades y actitudes relacionados con esta competencia son:
>
> El conocimiento cultural, que incluye la conciencia del patrimonio local, nacional y europeo, y su lugar en el mundo. Abarca el conocimiento básico de las principales obras culturales, incluyendo las de la cultura popular contemporánea. Es esencial entender la diversidad cultural y lingüística en Europa y en otras regiones del mundo, así como preservarla y reconocer la importancia de los factores estéticos en la vida cotidiana.
>
> Las habilidades se relacionan tanto con la apreciación como con la expresión: la apreciación y el disfrute de obras de arte y representaciones, así como la auto-expresión a

través de una amplia variedad de medios aprovechando las capacidades innatas de cada individuo. Las habilidades también incluyen la capacidad de relacionar los propios puntos de vista sobre la creatividad y la expresividad con la opinión de los otros y de identificar y procurar oportunidades sociales y económicas en la actividad cultural. La expresión cultural es esencial para el desarrollo de habilidades creativas, que pueden ser transferidas a una amplia variedad de contextos profesionales.

Una sólida comprensión de la propia cultura y un sentido de la identidad puede constituir la base para una actitud abierta frente a la diversidad de expresiones culturales. Una actitud positiva también abarca la creatividad y el deseo de cultivar la capacidad estética a través de la auto-expresión artística y la participación en la vida cultural.

Los ámbitos que abarca esta definición pueden observarse, también, en la siguiente tabla (véase tabla 1) que incluye una relación de los conocimientos, capacidades y actitudes esenciales relacionados con esta competencia.

Conciencia y expresión cultural		
Conocimientos	Capacidades	Actitudes
• Conocimientos básicos de las principales obras culturales, incluida la cultura popular contemporánea, como una parte importante de la historia de la humanidad. • Conciencia del patrimonio cultural nacional y europeo y de su lugar en el mundo. • Conciencia de la diversidad cultural y lingüística de Europa. • Conciencia de la evolución del gusto popular y de la importancia de los factores estéticos en la vida cotidiana.	• Expresión artística a través de distintos medios de expresión aprovechando las capacidades innatas del individuo. • Habilidad para apreciar y disfrutar con obras de arte y actuaciones basadas en una definición general de la cultura. • Habilidad para relacionar los puntos de vista y manifestaciones expresivas y creativas propias con las de otros. • Habilidad para identificar y poner en práctica oportunidades económicas en la actividad cultural.	• Una actitud abierta a la diversidad de la expresión cultural. • Deseo de cultivar una capacidad estética por medio de la expresión artística y un interés continuo en la vida cultural. • Un fuerte sentido de la identidad combinado con un respeto por la diversidad.

Tabla 1: componentes de la competencia "expresión cultural"

Como podemos observar, del análisis de estos conocimientos, capacidades y actitudes se deduce que el alcance de la competencia "conciencia y expresión cultural" es amplio, abarcando no sólo a las artes, sino a otras realidades y manifestaciones culturales y dejando en claro que no se trata sólo de conocer y participar como mero espectador, algo sin duda importante, sino de expresarse a través de los distintos lenguajes artísticos, desarrollar el juicio crítico y compartir las propias opiniones con las de los otros, adquirir un sentido de la identidad a la

vez que un respeto por la diversidad e, incluso, participar activamente en la propuesta y desarrollo de actividades culturales que puedan tener un rédito económico.

En el currículo elaborado por el Ministerio de Educación de España (véanse Real Decreto 1513/2006, de 7 de diciembre, por el que se establecen las enseñanzas mínimas de la Educación Primaria -BOE del 8 de diciembre de 2006- y el Real Decreto 1631/2006, de 29 de diciembre, por el que se establecen las enseñanzas mínimas correspondientes a la Educación Secundaria Obligatoria -BOE del 6 de enero de 2007) esta competencia, denominada "cultural y artística", queda definida mediante el siguiente texto que transcribimos literalmente:

Competencia cultural y artística

Esta competencia supone conocer, comprender, apreciar y valorar críticamente diferentes manifestaciones culturales y artísticas, utilizarlas como fuente de enriquecimiento y disfrute y considerarlas como parte del patrimonio de los pueblos.

Apreciar el hecho cultural en general, y el hecho artístico en particular, lleva implícito disponer de aquellas habilidades y actitudes que permiten acceder a sus distintas manifestaciones, así como habilidades de pensamiento, perceptivas y comunicativas, sensibilidad y sentido estético para poder comprenderlas, valorarlas, emocionarse y disfrutarlas.

Esta competencia implica poner en juego habilidades de pensamiento divergente y convergente, puesto que comporta reelaborar ideas y sentimientos propios y ajenos; encontrar fuentes, formas y cauces de comprensión y expresión; planificar, evaluar y ajustar los procesos necesarios para alcanzar unos resultados, ya sea en el ámbito personal o académico. Se trata, por tanto, de una competencia que facilita tanto expresarse y comunicarse como percibir, comprender y enriquecerse con diferentes realidades y producciones del mundo del arte y de la cultura.

Requiere poner en funcionamiento la iniciativa, la imaginación y la creatividad para expresarse mediante códigos artísticos y, en la medida en que las actividades culturales y artísticas suponen en muchas ocasiones un trabajo colectivo, es preciso disponer de habilidades de cooperación para contribuir a la consecución de un resultado final, y tener conciencia de la importancia de apoyar y apreciar las iniciativas y contribuciones ajenas.
La competencia artística incorpora asimismo el conocimiento básico de las principales técnicas, recursos y convenciones de los diferentes lenguajes artísticos, así como de las obras y manifestaciones más destacadas del patrimonio cultural. Además supone identificar las relaciones existentes entre esas manifestaciones y la sociedad -la mentalidad y las posibilidades técnicas de la época en que se crean-, o con la persona o colectividad que las crea. Esto significa también tener conciencia de la evolución del pensamiento, de las corrientes estéticas, las modas y los gustos, así como de la importancia representativa, expresiva y comunicativa que los factores estéticos han desempeñado y desempeñan en la vida cotidiana de la persona y de las sociedades.

Supone igualmente una actitud de aprecio de la creatividad implícita en la expresión de

ideas, experiencias o sentimientos a través de diferentes medios artísticos, como la música, la literatura, las artes visuales y escénicas, o de las diferentes formas que adquieren las llamadas artes populares. Exige asimismo valorar la libertad de expresión, el derecho a la diversidad cultural, la importancia del diálogo intercultural y la realización de experiencias artísticas compartidas.

En síntesis, el conjunto de destrezas que configuran esta competencia se refiere tanto a la habilidad para apreciar y disfrutar con el arte y otras manifestaciones culturales, como a aquellas relacionadas con el empleo de algunos recursos de la expresión artística para realizar creaciones propias; implica un conocimiento básico de las distintas manifestaciones culturales y artísticas, la aplicación de habilidades de pensamiento divergente y de trabajo colaborativo, una actitud abierta, respetuosa y crítica hacia la diversidad de expresiones artísticas y culturales, el deseo y voluntad de cultivar la propia capacidad estética y creadora, y un interés por participar en la vida cultural y por contribuir a la conservación del patrimonio cultural y artístico, tanto de la propia comunidad, como de otras comunidades.

A pesar de que las distintas definiciones de la competencia cultural y artística parecen lo suficientemente amplias y explícitas, todavía queda un amplio camino por recorrer para conseguir un reconocimiento generalizado de su importancia y la puesta en práctica de los mecanismos necesarios para desarrollarla. Los responsables de la toma de decisiones políticas y educativas deben aún dar pasos importantes para implementar una educación cultural y artística de calidad en las escuelas, defendiendo el papel que la cultura y el arte deberían desempeñar en los programas escolares y estableciendo medios para la evaluación de las políticas y acciones y sus efectos a medio y largo plazo. Cierto es que ya se han iniciado acciones en este sentido, que suponen un impulso para poner en marcha otras similares. Un ejemplo es el *Plan de relance de l'education artistique et culturelle* (FFMJC, 2005) implementado en Francia gracias a un trabajo conjunto entre los Ministerios de Cultura y Comunicación y de Educación Nacional, Educación Superior e Investigación. En este plan, los responsables políticos se movilizaron para establecer relaciones estratégicas con las administraciones locales con el objetivo de reconsiderar algunos de los nuevos desafíos de la sociedad en relación con la educación de los jóvenes. Los acuerdos de cooperación entre los Institutos de formación de maestros (Instituts de formation des maîtres - IUFM) y las Direcciones regionales de asuntos culturales (Directions régionales des affaires culturelles - DRAC) permitieron asegurar una mejor formación para los profesionales encargados de la educación cultural y artística, y la concesión de subsidios a los centros e instituciones culturales promovió el desarrollo de iniciativas educativas en sus programaciones. Se trata de un modelo ejemplar en la promoción de alianzas entre artistas, instituciones culturales y educadores que impulsa de manera especial la formación del profesorado, pieza clave para favorecer el desarrollo de la competencia cultural y artística en el ámbito de la educación general. Esto nos lleva al último apartado de nuestro artículo, en el que intentamos reflexionar sobre cuál es el papel de esta competencia en el contexto de la Educación Superior y, más concretamente, en la formación inicial del profesorado de Infantil y Primaria.

La competencia cultural y artística en el título de grado de magisterio: de las competencias básicas a las competencias profesionales transversales y específicas

El *Proceso de Bolonia*, iniciado a partir del acuerdo firmado por los ministros de educación de

diversos países de Europa en 1999 y conocido como *Declaración de Bolonia*, condujo a la creación del Espacio Europeo de Educación Superior (EEES), dando inicio a un proceso de convergencia con el objetivo de adaptar los estudios universitarios a las demandas sociales, potenciar la movilidad de los ciudadanos, su ocupabilidad y el desarrollo global de Europa. En el marco de las universidades, este proyecto ha implicado la adaptación de los planes de estudio y de las metodologías docentes con el propósito de conseguir una formación integral de los estudiantes atenta a las necesidades de la sociedad y de un mercado de trabajo cada vez más competitivo y sin fronteras. Desde esta perspectiva, los resultados del aprendizaje se expresan también en términos de competencias, como combinación de conocimientos, destrezas y actitudes que describen el nivel o grado de suficiencia con que una persona es capaz de desempeñarlas (González y Wagenaar, 2003).

Estas competencias aparecen en el Proyecto Tuning[3], uno de los principales documentos de trabajo utilizados por la comunidad universitaria para diseñar las nuevas titulaciones de grado, siguiendo las directrices del documento marco para la integración del sistema universitario español en el EEES. Dicho proyecto incluye dos tipos de **competencias**: las **transversales** o **genéricas**, que se definen como los elementos compartidos que pueden ser comunes a cualquier titulación, tales como la capacidad de aprender, de tomar decisiones, de diseñar proyectos, las destrezas administrativas, etc.; y las **específicas**, definidas como las habilidades propias o vinculadas a una titulación confiriendo identidad y consistencia social y profesional al perfil formativo. Con respecto a las primeras, en el caso de los estudios del Grado de Magisterio, la Agencia Nacional de Evaluación de la Calidad y Acreditación (ANECA, 2005), tras un extenso debate generado en el seno de la comunidad educativa, realizó una selección de aquellas competencias que debían estar presentes en los títulos de Grado de maestros de Educación Infantil y Primaria. Estas competencias (véase tabla 2) se agruparon en instrumentales (habili-

Competencias transversales comunes a todas las titulaciones

Instrumentales	Personales	Sistémicas
• Capacidad de análisis y de síntesis • Capacidad de organización y planificación • Comunicación oral y escrita en la lengua nativa • Conocimientos de una lengua extranjera • Conocimientos de informática relativos al ámbito de estudio • Capacidad de gestión de la información • Resolución de problemas • Toma de decisiones	• Trabajo en equipo • Trabajo en equipo de carácter interdisciplinar • Trabajo en un contexto internacional • Habilidades en las relaciones interpersonales • Reconocimiento de la diversidad multicultural • Razonamiento crítico • Compromiso ético	• Aprendizaje autónomo • Adaptación a nuevas situaciones • Creatividad • Liderazgo • Conocimiento de otras culturas y costumbres • Iniciativa y espíritu emprendedor • Motivación por la calidad • Sensibilidad hacia temas medioambientales

Tabla 2: Competencias transversales comunes a todas las titulaciones

dades de desempeño, relacionadas con el manejo de herramientas para el aprendizaje y la formación -capacidades cognitivas, metodológicas, tecnológicas y lingüísticas), personales (habilidades de desempeño, referidas a las capacidades que permiten mantener una buena relación social con los demás -habilidades de interacción social y cooperación) y sistémicas (habilidades de desempeño, relacionadas con la visión de conjunto y la capacidad de gestionar adecuadamente la totalidad de la actuación).
Un somero análisis de las competencias transversales muestra cómo la presencia de elementos vinculados a la competencia cultural y artística es claramente insuficiente, ya que sólo se hace referencia al reconocimiento de la diversidad cultural, a la creatividad y al conocimiento de otras costumbres y culturas.

En cuanto a las competencias específicas, se distingue entre aquellas comunes a todos los perfiles de maestro y las específicas de cada perfil. Aquí también encontramos grandes lagunas respecto a la competencia cultural y artística. Entre 23 competencias específicas comunes, sólo dos guardan alguna relación con la competencia que nos ocupa en este artículo:

3. Sólida formación científico-cultural y tecnológica.
4. Respeto a las diferencias culturales y personales de los alumnos y demás miembros de la comunidad educativa.

Las referencias también son insuficientes en las competencias específicas del grado de maestro en Educación Primaria. Sólo aparecen ocasionalmente en materias tales como la Lengua (p. ej., "conocer las principales obras de la literatura infantil y evaluar las edades a las que pueden ir dirigidas" o "ser capaz de seleccionar un conjunto de obras literarias de trabajo a lo largo de todo el curso, ajustadas al ciclo educativo"), la Geografía e Historia ("Promover el desarrollo de identidad cultural a través del conocimiento histórico y social"), o la Educación Física (p. ej. "Conocer la imagen del cuerpo y el significado de las actividades físicas en su evolución histórico-cultural" o "Conocer y analizar el papel del deporte y de la actividad física en la sociedad contemporánea y reconocer su influencia en distintos ámbitos sociales y culturales") y, obviamente, en las asignaturas de Educación Artística (Plástica y Música) cuya carga de créditos es mínima en el conjunto de la titulación y, por tanto, no asegura el desarrollo y adquisición de la competencia en los estudiantes.

Teniendo en cuenta que la imbricación entre competencias generales y específicas debería garantizar una formación integral en la universidad y, a su vez, posibilitar una estrecha vinculación entre ésta y el ámbito laboral, sería necesario hacer una revisión de los planes de estudio que, partiendo de los documentos de la ANECA y las disposiciones ministeriales, ya han elaborado las universidades (y en muchos casos ya están implantados) para procurar que una competencia fundamental para los ciudadanos del siglo XXI no quede al margen en la formación inicial del profesorado. Después de todo, serán nuestros estudiantes los encargados de favorecer el desarrollo de esta misma competencia en niños y jóvenes una vez que accedan al mercado de trabajo. Para que los futuros profesores puedan ofrecer una enseñanza coherente con los principios que promueve la LOE, es indispensable establecer vínculos explícitos entre los objetivos generales y las competencias básicas que conforman dicha ley y las compe-

tencias profesionales transversales y específicas que los estudiantes deben desarrollar en las facultades de formación del profesorado. La competencia cultural y artística no debe ser entendida sólo como una competencia específica, vinculada a las asignaturas de educación artística, sino como una competencia transversal que garantice la formación cultural de todos los estudiantes.

NOTAS

1. Recomendación del Parlamento Europeo y del Consejo, de 18 de diciembre de 2006, sobre las competencias clave para el aprendizaje permanente. [Diario Oficial L 394 de 30-12-2006]. Resumen disponible en:
http://europa.eu/legislation_summaries/education_training_youth/lifelong_learning/c11090_es.htm

2. Los nombres que reciben estas competencias en la LOE son los siguientes: Competencia en comunicación lingüística; Competencia matemática; Competencia en el conocimiento e interacción con el mundo físico; Tratamiento de la información y competencia digital; Competencia social y ciudadana; Competencia cultural y artística, Competencia para aprender a aprender; Autonomía e iniciativa personal.

3. Tuning Educational Structures in Europe es un proyecto creado por las universidades europeas para responder al reto de la Declaración de Bolonia y del Comunicado de Praga. Uno de sus puntos de referencia fue el consenso sobre los resultados del aprendizaje, las competencias y las habilidades y destrezas que contribuyeran a la creación del EEES. (Para más información, véase
http://www.relint.deusto.es/TUNINGProject/spanish/doc2_fase1.asp).

Referencias bibliográficas

ANECA. (2005). Libro blanco para el título de grado en magisterio. Madrid: Agencia Nacional de Evaluación de la Calidad y Acreditación.

CONSEJO EUROPEO (2004). "Educación y formación 2010. Informe intermedio conjunto del Consejo y la Comisión sobre la ejecución del programa de trabajo detallado relativo al seguimiento de los objetivos de los sistemas de educación y formación en Europa". Diario Oficial de la Unión Europea, 30/4/2004. Bruselas.

FFMJC (2005). "Plan de relance de lèducation artistique et culturelle". En Fédération Française des Maisons des Jeunes et de la Culture. Disponible en: http://www.ffmjc.org/spip.php?article108 [Última consulta: octubre 2009].

GIRÁLDEZ, A. (2007). Competencia cultural y artística. Madrid: Alianza.

GONZÁLEZ, J. y WAGENAAR, R. (eds.). (2003). Tuning Educational Structures in Europe. Bilbao: Universidad de Deusto.

ICFES (1999). Nuevo examen del estado. Propuesta general. Santa Fe de Bogotá: ICFES, 1999.

LASNIER, F. (2000). Réussir la formation par competencies. Montreal: Guérin.
Ley Orgánica 2/2006, de 3 de mayo, de Educación (LOE). Boletín Oficial del Estado del 4 de mayo de 2006.

OCDE (2005). "The Definition and Selection of Key Competencies. Executive Summary". En Organisation for Economic Cooperation and Development. Disponible en: http://www.oecd.org/dataoecd/47/61/35070367.pdf [Última consulta: octubre 2009].

Fédération Française des Maisons des Jeunes et de la Culture. (2005). Plan de relance de l'education artistique et culturelle. Disponible en: http://www.ffmjc.org/spip.php?article108 [Última visita: septiembre 2009].

PERRENOUD, F. (1999). Construir competencias desde la escuela. Santiago de Chile: Dolmen.

Real Decreto 1513/2006, de 7 de diciembre, por el que se establecen las enseñanzas mínimas de la Educación primaria. Boletín Oficial del Estado del 8 de diciembre de 2006.

Real Decreto 1631/2006, de 29 de diciembre, por el que se establecen las enseñanzas mínimas correspondientes a la Educación Secundaria Obligatoria. Boletín Oficial del Estado del 5 de enero de 2007.

ROBINSON, K. (1999). Culture, creativity and the young: developing public policy. Estrasburgo: Consejo de Europa. [También publicado en francés con el título Une politique gouvernementale en faveur de la culture, de la créativité et des jeunes].

RUÉ, J. (2008). Formar en competencias en la universidad: entre la relevancia y la banalidad. Red U. Revista de Docencia Universitaria, numero monográfico 1 "Formación centrada en competencias". Disponible en: http://www.redu.m.es/Red_U/m1 [Última consulta: octubre 2009].

SARRAMONA, J. (2003). L'aportació de Catalunya a la identificació, gradació y avaluació de les competències básiques. Conferencia presentada en el Congrés de competéncies básiques, Barcelona, 26 y 27 de junio. Disponible en: http://www.pangea.org/crpbdln/cd06/eines/cb/documents/Catalunya.pdf [Última consulta: octubre 2009].

EL P2P O LA DEMOCRATIZACIÓN DE LA CULTURA

Javier Lorente Fontaneda

AUTOR/AUTHOR:
Javier Lorente Fontaneda.

ADSCRIPCIÓN PROFESIONAL/PROFESSIONAL POSTS:
Estudiante de Derecho y Ciencias Políticas de la Universidad Autónoma de Madrid.

TÍTULO/TITLE:
El P2P o la democratización de la cultura.
The P2P or the democratisation of culture.

CORREO-E/E-MAIL:
javivilorente@hotmail.com; javier.lorente@estudiante.uam.es

RESUMEN/ABSTRACT:
En las líneas que siguen analiza la relación entre democracia y cultura, tomando en cuenta la revolución que ha supuesto el mundo de internet, especialmente, el intercambio gratuito de archivos a través del "P2P". En mi opinión, como podrá ver el lector, la cultura es un mecanismo fundamental para el avance político. Este carácter transformador que tiene la cultura la convierte en un bien de especial valor, que no ha de confundirse con una mercancía cualquiera.
La propiedad intelectual y la protección de los creadores intelectuales no pueden ser freno de los nuevos avances informáticos, que permiten que la cultura llegue sin costes y sin depender de las leyes de la oferta y la demanda a la ciudadanía. Que la cultura se ramifique a través de la sociedad civil como nunca antes, tiene unas ventajas evidentes para mejorar la calidad de nuestras democracias y para escapar de la alienación a la que la sociedad de consumo nos ha dirigido. Para que lleguen cambios cualitativos hay que confiar en el potencial de cambio de la cultura, e Internet puede contribuir a él.

The following lines analyse the relationship between democracy and culture and takes into account the revolution that the world of the Internet has meant, especially free file sharing through P2P networks. Culture is a fundamental mechanism for political advancement. The transformative nature of culture makes it an especially valuable asset that should not be confused with an ordinary commodity.
Intellectual property and protecting intellectual creators cannot slow down new advances in informatics, which allow culture to be delivered to citizens free of charge without depending on the laws of supply and demand. The unprecedented branching out of culture throughout civil society has several clear advantages for improving the quality of our democracies and escaping the alienation towards which the consumer society is leading us. Culture's potential for change must be trusted to achieve qualitative changes and the Internet can contribute to that.

PALABRAS CLAVE/KEYWORDS:
Democracia, cultura, Internet, gratuidad, propiedad intelectual, ideología, capitalismo, sistema.
Democracy, culture, the Internet, free of charge, intellectual property, ideology, capitalism, system.

1. INTRODUCCIÓN.

El debate sobre la transmisión de archivos en Internet ha sido abordado desde muchos puntos de vista. En general se contraponen los derechos de los autores -propietarios intelectuales, en definitiva-; a los derechos de los usuarios de Internet. Los usuarios sostienen que Internet es un espacio libre de comunicación, y por tanto, también una nueva forma, más libre y gratuita, de intercambiar conocimientos.

Mi interés va más allá. No sólo la contradicción autor-usuario es importante; también (y en ella insistiré de ahora en adelante) es una herramienta para profundizar en la democracia. No sólo para conseguir una *democratización de las democracias* en las que vivimos, sino para conseguir un acceso democrático e igualitario (entiéndanse ambos conceptos como intercambiables en esta ocasión) a la cultura. Por tanto será de especial relevancia el conflicto propiedad-democracia, en referencia a las connotaciones que la cultura tiene en el desarrollo democrático y la importancia de una transmisión gratuita de la misma. La cultura tiene una importante función política que no se puede obviar.

Disgustado por un artículo del diario El País, envié una carta al director[1], publicada el 24 de diciembre de 2008, en el que exponía mi punto de vista sobre el tema en cuestión:

> *En estos días de desidia intelectual nadie ha reflexionado a fondo de lo que supone realmente el intercambio de conocimientos vía Internet.*
>
> *Soy muy joven para haber vivido qué supone la censura; sin embargo, el mercado es muy eficaz en la limitación de los saberes. La censura prohíbe, el mercado descataloga. El sistema P2P ha sido una herramienta útil para salvar la descatalogación de los conocimientos que el mercado ha considerado ineficaces para su objetivo: la maximización de la riqueza sin distribuirla. ¿Cuál es el problema que se objeta desde la clase política? La propiedad intelectual.*
>
> *Propongo a nuestro Gobierno, socialista, que sopese mediante un juicio de proporcionalidad ambos conceptos; de un lado, la democratización cultural; de otro, la propiedad. Me encantaría una reflexión seria sobre el asunto. Lamento que no vayamos a verla.*

La carta -como puede verse- fue bastante breve, y en este artículo tendré la oportunidad de explicar la cantidad de afirmaciones que en ella hago. En primer lugar, la relación entre mercado y cultura; también, la censura tácita de ciertos contenidos; la distribución de la cultura; y, en otro término de cosas, qué supone la cultura para una democracia que se cree avanzada. Para terminar, también propondré una pequeña solución a la que un gobierno de corte socialdemócrata, mínimamente coherente con sus principios, no tendría casi ninguna objeción.

El objetivo del artículo será identificar qué problemas son los que existen con el intercambio de conocimientos gratuitos en Internet, alejándonos de intereses particulares y buscando un mejor acceso a la cultura para todos; entendiendo que la cultura es un motor fundamental

para lograr ciudadanos autónomos y críticos, capaces de transportarnos a sociedades más justas.

II. CULTURA, SOCIEDAD Y MERCADO

1. Capitalismo y cultura

Me parece fundamental relacionar la cultura con el modo de producción capitalista. Es esta relación la que explica qué tipo de cultura se transmite y fundamenta también por qué es necesario un espacio de transmisión cultural alternativo al tradicional, marcado -este último- por las reglas que rigen el mercado.

Desde sus orígenes, el capitalismo ha tratado de crear una cultura que permita la protección de sus intereses económicos. Algunas instituciones políticas de formalidad democrática, como los parlamentos del siglo XIX, también son ejemplos de ello. La creación de una cultura mediática, de masas y artificial, combinada con la difuminación de todo lo que suponga tomar autoconciencia crítica de la situación en que vive la población, ha sido una labor sistémica[2] del capitalismo desde sus orígenes.

Si bien ha sido una cuestión tratada por las escuelas críticas que surgieron -principalmente- tras la Segunda Guerra Mundial, de corte marxista; no sólo el marxismo ha incidido en esta cuestión. Un liberal como Alexis de Tocqueville afirma en su obra cumbre, *Democracia en América,* que "la tiranía de la mayoría actúa principalmente a través de la conformidad social. Así actúa sobre la libertad de prensa, imponiendo una sutil censura, debilitando la independencia de juicio y la capacidad de crítica hasta influir en el carácter nacional […]. De este modo, la tiranía de la mayoría, al quebrantar la opinión disconforme, ejerce una violencia intelectual que engendra un estado generalizado de pasividad y apatía que abre las puertas a una nueva forma de despotismo". (Cita de Helena Béjar, Capítulo V del volumen 3º de Historia de la Teoría Política, coord. Fernando Vallespín, pp. 325 y 326).

Tocqueville ya supo ver la perversión de un sistema que, aunque él consideraba simplemente político, canaliza los intereses económicos de un sector social beneficiado y busca los mecanismos para asegurar su triunfo. La política y la cultura se subordinan a esos intereses, y el mercado es una forma eficaz de lograr esa *sutil censura* que adelantaba el visionario Tocqueville. Y es a esto a lo que Tocqueville -erróneamente a mi entender- llama una *tiranía de la mayoría*: a la imposición de gustos que él, de origen aristocrático, consideraba vulgares y tendentes a la desmovilización política; movilización sin la que no puede existir una democracia mínimamente participativa. El error de Tocqueville es ver el sistema liberal estadounidense como algo espontáneo[3] y no como una subversión de la conciencia de la mayoría a través de una cultura para la masa, dirigida desde la élite. Es más bien, por tanto, una tiranía de la minoría que se reproduce, de forma tan hábil, que da la impresión de ser la mayoría quien impone sus gustos y costumbres a los intelectuales: una minoría. Es la élite capitalista alimentando las dinámicas internas del sistema, interesada en conservar el *status quo*, la que propicia la situación.

John Stuart Mill, en un tono más elitista, pero dejando ver la idea que inicia Tocqueville y que nosotros tomamos ahora, afirmará que "individualidad se opone a mediocridad (entendida como masa, colectivo). La masa es mediocridad colectiva. La superación de la mediocridad sólo se dará cuando los muchos se dejen guiar por los consejos e influencia de los pocos mejor dotados y más instruidos". (Sobre la Libertad, pp. 98-99).

Queda ya claro que no es la mayoría, sino el propio sistema, quien impone una determinada visión de la realidad y la cultura, filtrando cualquier disidencia capaz de amenazar los intereses de un pequeño grupo privilegiado. Se busca que los instruidos sean pocos. La autonomía y la mayoría de edad a la que hacía referencia Kant en "¿Qué es la Ilustración?"[4], esa que no necesita tutores, la que llevará a la emancipación real del ser humano, será siempre impedida. También reconocía Kant que los tutores tratarán de hacer lo posible para que los tutelados sientan la necesidad de su presencia y su consejo para siempre.

Pues bien, es el conocimiento, la cultura la que puede hacer algo para revertir la situación. Así lo vio Antonio Gramsci a principios del siglo XX. Ofuscado por el talante jacobino de la revolución de Lenin, propuso una alternativa para la Europa occidental. La estrategia consistiría entonces en dirigirse a la sociedad civil, por la promoción de un proyecto alternativo que logre ser interiorizado voluntaria y conscientemente, pero nunca impuesto por la fuerza. Así, lo que hay que lograr es una "hegemonía cultural alternativa". Esta hegemonía se consolida sólo "si [el Partido Comunista] eleva a las grandes masas de la población a un determinado nivel cultural y moral, si logra un consenso voluntario, fomentando la participación y avanzando en la perspectiva del autogobierno". (Cita de Ramón Vargas Machuca, capítulo XI del 4º volumen de Historia de la Teoría Política, coord. Fernando Vallespín, pág. 515).

Intento demostrar con las citas que preceden a esta línea, que en la Historia de las Ideas han existido amplias discusiones sobre la vertiente ideológica -en el sentido marxista del término- de la cultura. En definitiva, la cultura hegemónica de un lugar sirve para esconder relaciones de dominación. La asunción de una cultura se impone mediante el mercado o de forma coercitiva, usando al Estado[5].

Concretando la abstracción, la transmisión gratuita por Internet, puede servir para romper la *sutil censura* que impone la oferta y la demanda, y de la que hablaremos después.

Sirva lo dicho para comprender que la cultura no es neutra, tiene una potente carga política. También para hacer notar que existe una cultura impuesta por el sistema productivo, una cadena de valores que se transmiten a través de los conocimientos: omitiendo los incómodos, por un lado; y emitiendo conocimientos que sirvan para tejer una conformidad social que limita la autonomía y el autogobierno de ciudadanos comprometidos.

2. Mercado y cultura: ¿una relación necesaria?

El mercado es, en nuestro sistema de producción, la herramienta para satisfacer las necesidades. Independientemente de la calificación que esas necesidades merezcan, ya sean falsas o

reales[6]. Es el mercado la institución encargada de asignar lo producido a los individuos.

Ahora debemos preguntarnos si cultura y mercado han de estar necesariamente relacionados. Las tesis liberales son proclives a ver que existe una relación no sólo necesaria, sino también positiva. El mercado proporciona los incentivos necesarios para la creación de cultura. Da incentivos privados a los creadores para que continúen con su labor. La producción intelectual se premia con dinero, y, de esta forma, prosigue incesante. La producción crece sin parar. Cuanta más calidad y más dedicación el incentivo será mayor para ajustarse a la dificultad del proceso creador, y se cierra un círculo aparentemente perfecto.

No obstante, los círculos nunca son perfectos en filosofía, y esta visión tiene problemas evidentes. En primer lugar, no se analiza la función ideológica de la cultura ya que los incentivos tratarán de ser mayores en la cultura que no resulte incómoda para el sistema. En segundo lugar, presupone la existencia de individuos racionales y responsables, capaces de escoger la opción que más les conviene (como en el dilema del prisionero). Esto es algo, cuanto menos, discutible, sobre todo cuando la ausencia de una cultura igualitaria dificulta que la información sea simétrica, lo que impide que la toma de decisiones sea racional. Además, el *homo aeconomicus* es más una construcción teórica que una realidad, todo ello sin contar la presión alienante a la que el sistema conduce al ser humano, que impide la elección racional[7].

También se olvida cuál es la misión del creador, del intelectual. Los conocimientos no pueden estar sujetos a incentivos económicos, políticos o sociales. El conocimiento debe fluir libremente a través de la sociedad civil, sin esperar nada más que la trascendencia de quien realiza el esfuerzo de producir conocimiento. La cultura, el arte, los conocimientos no deben ser lucrativos a priori. Cuando la cultura se convierte en simple mercancía, deja de servir a su fin en una sociedad democrática: el mejoramiento intelectual de la comunidad política.

3. El mercado y la limitación de los saberes

Ya se ha dicho que el sistema capitalista busca reproducirse, mantener el *status quo*. Para ello recurre a una herramienta eficaz: el mercado; que se adecúa a un principio económico específico, consistente en el emparejamiento del principio de eficiencia (en el sentido de optimalidad de Pareto) y el paradigma de la competencia (mercado).

El mercado es aquél lugar en el que se transmite información necesaria para el intercambio de productos. El mercado, para los teóricos liberales más radicales es casi perfecto, porque su objetivo es maximizar la riqueza, y siempre cumplirá con esa misión, salvo cuando existan problemas en la información que deriven en los *fallos de mercado*. Es casi un círculo perfecto. El objetivo último, fin de toda la organización económica será la producción, la creación de riqueza, el crecimiento; aunque sin plantearse las cuestiones éticas que ello comporta.

El problema más acuciante es el de la distribución. El mercado, si bien sirve para crear riqueza, no la distribuye. Lo mismo pasa con la producción cultural.

El mercado está sirviendo para crear cantidades ingentes de conocimientos, se producen cientos de miles de álbumes de música, cientos de películas, cientos de miles de libros. Se vende y se compra cultura más que nunca en la historia. El problema está en qué es lo que se vende, qué es lo que se compra, y su función ideológica.

A la cultura se le viene dando desde hace siglos el carácter de mercancía, y como tal, se le aplican las leyes de la oferta y la demanda. *La tiranía de la mayoría* de la que hablaba Tocqueville cumple con su función, y el mercado orienta los contenidos culturales a la satisfacción de los gustos de la mayor parte de la población previamente alienada. La cultura se convierte en un negocio que busca maximizar las ganancias y desaparece el cuidado por la calidad. La cultura deja de ser un desafío intelectual para convertirse en un simple entretenimiento. El sistema cumple con su objetivo alienante de promocionar una sociedad de consumo que impida que los ciudadanos lleguen a su mayoría de edad.

La demanda condiciona los títulos de las librerías y los libros "que no sirven" (para crear riqueza, claro) son descatalogados, relegados a las bibliotecas de algunas universidades. Lo mismo ocurre con la música, aquello que no es rentable, que tiene una baja demanda, es imposible de comprar.

La solución ha venido desde la solidaridad de Internet. En Internet, algunas personas han colgado libros, compact-disc, y películas. La *sutil censura* del mercado ha sido sorteada. He aquí mi primer argumento en defensa de los mecanismos que permiten el intercambio de archivos de Internet.

Un buen contraargumento sería el que hace hincapié en que los contenidos que se descargan no son alternativos. Es decir, que los contenidos que más se transmiten son los mismos que pueden encontrarse en las salas de cine, en las tiendas de música, de libros, o en los grandes almacenes. No obstante, es una puerta para aquella *minoría* que se sienta intelectualmente asfixiada por un mercado que no satisface sus gustos e inquietudes.

Lo que el mercado consigue, en realidad, es crear una sociedad en que existe una minoría-élite intelectual; y una inmensa mayoría que se mueve en una paupérrima situación cultural, y esto se corresponde con la realidad económica que el mercado proporciona a nivel general, no sólo respecto de la cultura. Los contrastes sociales crecen, y los culturales también. El mercado actúa, por tanto, de una forma similar en la transmisión/distribución de la riqueza y de la cultura.

III. PROPIEDAD INTELECTUAL Y CULTURA

Parece innecesario decir que la propiedad es una institución jurídica que pretende proteger la relación entre una persona y algo que considera suyo.

La propiedad fue para el liberalismo decimonónico una forma de proteger el uso y el abuso de un bien. La propiedad intelectual, sin embargo, se diseñó para proteger la efectiva relación

entre el creador y su obra; esto es, para hacer trascender la figura del creador intelectual; hacer pública su figura y proteger las rentas que de su idea se pudieran obtener. El carácter de mercancía queda visible desde este momento.

Hoy, el concepto decimonónico de propiedad ha sufrido la influencia de corrientes socialdemócratas y ha surgido la *función social de la propiedad*. Es esta una limitación que rompe el concepto de derecho absoluto que la propiedad significaba desde el siglo XIX hasta después de la Segunda Guerra Mundial. La propiedad está hoy sometida al interés general y a las necesidades de la sociedad. Así lo reconoce el artículo 33 de la Constitución Española[8]. Obviamente, este precepto tiene un límite. El sistema productivo que se desarrolla en España es el capitalista, y la protección de la propiedad estará siempre asegurada. Las limitaciones que acarrea la función social de la propiedad nunca deben transgredir el núcleo duro del derecho a la propiedad: la rentabilidad del bien, de lo contrario hablaríamos de expropiación. La cosa afectada por la función social no puede dejar de ser rentable, si no, el derecho se convertiría en carga, algo que carece de sentido. En nuestro caso, el hecho de que se permitan descargas a través de Internet no hace que desaparezca la rentabilidad de la creación, sino que disminuya el beneficio. Me parecen, por tanto, constitucionales las descargas de conocimientos en Internet. Se entiende como parte de la función social de la propiedad intelectual.

Parece coherente hacer un juicio de proporcionalidad entre el beneficio que supone al creador intelectual su obra, y el beneficio que puede suponer la gratuidad de la misma a la sociedad en su conjunto. Se trata, como dije en su momento, de aunar intereses y optar por la solución más razonable.

Algunos países, como Francia, han decidido imponer una censura directa a los contenidos gratuitos que Internet ofrece. En otros, el camino a seguir parece ser el mismo. En estos casos, la protección de los creadores intelectuales -de todos- está situándose por encima de los intereses de la sociedad, y de la propia calidad democrática de los países.

Estoy de acuerdo en que ha de protegerse al creador intelectual, siempre habrá que preservar la unión entre obra y creador. Esa es la más importante protección que ha de tener. Lo que no hay que proteger, a mi juicio, es que el creador se convierta en comerciante de su obra, que especule con sus creaciones, *que se le archive en copias y no en originales*. Es posible que sin ese beneficio económico ingente que algunas creaciones ocasionan, disminuya la producción, pero es posible también que aumente la calidad de las producciones. Y es posible, además, que la gratuidad de los conocimientos convierta a las clases menos acomodadas en clases cultas conocedoras de su realidad y capaces de escoger la opción política que más pueda favorecerlas.

Parece constitucional, proporcionado, y justo optar porque se mantenga el acceso libre y gratuito a la cultura a través de Internet. Los creadores ganarán menos dinero, y los usuarios se enriquecerán intelectualmente. Sí que es, sin embargo, contraria a los postulados que rigen el sistema, basados en la acumulación de riqueza, en la alienación y en la limitación de la autonomía política de los ciudadanos.

IV. DEMOCRACIA: CONCEPTO Y REQUISITOS

Hay muchos conceptos de democracia. Trataré de exponer el más sencillo, puesto que el artículo sólo pretende ilustrar la relación que la cultura tiene con los regímenes democráticos occidentales y cuál debe tener. La democracia es un sistema de toma de decisiones que implica la participación de todos los miembros de la comunidad política. Robert Dahl[9] decía que la democracia debía tener tres requisitos:

"*Hay algunos criterios que deben ser satisfechos por el proceso de gobierno de una asociación [a la que se compara con un gobierno democrático] […].*

a) Igualdad del voto.
b) Inclusión de los adultos.
c) Control de la agenda.
d) Comprensión ilustrada".

La existencia de cualquiera de los dos primeros criterios tomados por R. Dahl no es algo polémico; la igualdad de voto e inclusión de toda la comunidad política en la toma de decisiones son dos criterios indiscutibles en nuestros sistemas occidentales. Sin embargo, la comprensión ilustrada y el control de la agenda por parte de los ciudadanos, especialmente de los ciudadanos insertos en las clases más populares, son criterios que no se ven satisfechos en ninguna de nuestras democracias, aunque no son consideradas por la literatura como *defectuosas*[10].

Es la cultura la que proporciona ambas cualidades. De un lado, la cultura favorece el entendimiento -la comprensión ilustrada, que dice Dahl- y de otro, favorece una movilización y una participación que da autonomía y permite que los ciudadanos controlen la agenda y también la manipulación interesada que de los políticos hacen los poderes económicos.

Parece que *el acceso a fuentes alternativas de información* que R. Dahl entiende como uno de los requisitos fundamentales de un régimen democrático, está limitado por el propio sistema. Es preciso saltar esa contradicción y es el intercambio de archivos a través de Internet el que puede parchear las deficiencias políticas de las democracias occidentales.

Es en este sentido en el que el P2P puede servir al mejoramiento de la calidad democrática de las democracias occidentales. El intercambio de conocimientos vía Internet, favorece el acceso a conocimientos que saltan la *sutil censura* del sistema, a los que podemos denominar alternativos. Esto favorece una mayor autonomía respecto de una mayoría social acomodada en su alienación. El Internet y un acceso a contenidos e información alternativos favorecen la democratización cultural, un acceso democrático a cualquier contenido, además de una democratización de los propios regímenes democráticos.

La democratización cultural permite acceder a un concepto cívico de democracia, concepto que, al igual que el comunismo, no deja de ser un ideal al que aproximarse y una motivación que invita a la movilización. Esta visión cívica y republicana de la democracia depende de una

'*voluntas civica*' que no es más que una mera suposición. En el marxismo ocurre lo mismo, el comunismo no deja de ser una construcción teórica improbable que depende de lazos de solidaridad voluntarios. No obstante, pone en camino al ciudadano, y con él a las clases sociales.

V. CONCLUSIÓN

La solución propuesta, a partir de un marco teórico y unas premisas argumentadas en los primeros puntos del artículo, es no poner fronteras a las descargas que se hacen en Internet de carácter gratuito. Mi opción pasa por que los creadores intelectuales reciban menos por sus creaciones (a nivel económico, se entiende) y que los ciudadanos puedan acceder a más conocimientos -tanto por la gratuidad de los mismos como por el acceso a contenidos descatalogados-. Esto propiciará un ligero y progresivo aumento de la cultura de los ciudadanos, sobre todo, de aquéllos que no encuentran en el mercado lo que desearían; y todo ello nos llevaría a una mejora de la democracia; primero, en un plano subjetivo (desde los ciudadanos) y eso influiría en niveles objetivos (el sistema en sí).

He intentado dar una visión de la cultura y de su función política distinta a la que los medios de comunicación convencionales realizan en el día a día. La última crítica que hacía en mi carta era, precisamente, la falta de debates serios sobre los asuntos que nos afectan a todos. La discusión política se centra muchas veces en disputas entre partidos, alejándose de las preocupaciones reales del ciudadano. Con la propiedad intelectual y todos los debates en torno a la SGAE, al *canon digital*, etc., se ha seguido una pauta peligrosa: no entrar en el fondo de la cuestión. Una pauta que, por ser normal, no debería convertirse en parte del imaginario político de la comunidad.

He tratado de no alimentar la corrección política más allá de los límites impuestos por la educación, el respeto y la tolerancia. Sé que en muchos puntos he transgredido las tesis más comúnmente aceptadas por la literatura, pero la corrección política no es más que otra de las caras de la *sutil censura tocquevilliana* que yo tanto he criticado.

Espero que mi intervención sirva como un grano de arena para que las discusiones se dirijan al fondo en los asuntos que diariamente nos entretienen.

13 de septiembre de 2009

BIBLIOGRAFÍA GENERAL

- VVAA, BATLLE, B. (comp.) (1992) "Diez textos básicos de las Ciencias Políticas", Barcelona, Ariel.

- DEL ÁGUILA, R.; VALLESPÍN, F.; DE GABRIEL, J. A.; GARCÍA GUITIÁN, E.; Rivero, A. (1998) "La democracia en sus textos", Madrid, Alianza Editorial.

- VALLESPÍN, F. (Ed.) (1995) "Historia de la Teoría Política", Madrid, Alianza Editorial. Principalmente, volúmenes III, IV y VI.

- MILL, J. S. (1997) "Sobre la Libertad", Madrid, Alianza Editorial.

- ADORNO, T. Y HORKHEIMER, M. (1998) "Dialéctica de la Ilustración. Fragmentos filosóficos", Madrid, Trotta.

NOTAS

1. Puede verse la carta en la siguiente dirección:
http://www.elpais.com/articulo/opinion/P2P/democratizacion/cultura/elpepiopi/20081224elpepiopi_6/Tes

2. Cuando hablo de *sistema* hago referencia a una realidad que ha sido estudiada por distintas escuelas de la sociología y la ciencia política. Quizá son David Easton -politólogo canadiense- y Gabriel Almond -politólogo estadounidense- los teóricos más destacados en la aplicación de la Teoría de Sistemas a las ciencias sociales. Lo más relevante es que el sistema político se retroalimenta, representando un circuito de reproducción. Esta teoría es adoptada críticamente por algunos teóricos de la Escuela de Frankfurt, como Herbert Marcuse; y será ese el sentido en que yo utilizaré el concepto 'sistema'.

3. Se me ocurre citar a F. A. Hayek, integrante de la Escuela Austriaca de Economía. Es uno de los máximos representantes de estas teorías sobre la perfección del mercado y la espontaneidad de las instituciones que surgen en torno a él. Para estos teóricos, el principio de eficiencia se impone a través del método prueba-error. Puede verse lo dicho en su obra "La fatal arrogancia: los errores del socialismo", Ed. Unión Editorial: Madrid, 1991.

4. Emmanuel Kant, "¿Qué es la Ilustración?", Alianza Editorial: Madrid, 2006.

5. Will Kymlicka -politólogo canadiense, especializado en el problema de las minorías nacionales- afirma que el Estado coacciona siempre a favor de una determinada cultura. Es interesante su artículo "El nacionalismo liberal", recogido en "Estados, naciones y culturas", Ed. Almuzara: Córdoba, 2004; especialmente, puede verse en las pp. 35-78.

6. Herbert Marcuse es el autor que mejor plasma las ideas que desarrollo en este artículo, principalmente en su magnífica obra "El hombre unidimensional". Su concepción del capitalismo avanzado es sin duda un referente para las Teorías críticas, y en especial para la Escuela de Frankfurt, corriente intelectual que yo retomo en el artículo.

7. La Teoría de la elección racional es también un icono de la política contemporánea, usando un enfoque económico para analizar a los agentes políticos. Según los miembros de esta escuela, los individuos se comportarían de forma similar a los agentes del mercado: los individuos buscan siempre maximizar los beneficios y minimizar los costes. Así desarrollarán intuición y aprenderán a mejorar sus condiciones. Esta

teoría se construye sobre presupuestos que, en mi opinión, son falsos (ej. La naturaleza egoísta del hombre). Anthony Downs o Mancur Olson son autores representativos de esta teoría. Puede comprenderse la línea seguida por la Teoría de la elección racional en: Olson, Mancur, "La lógica de la acción colectiva", en Albert Batlle (comp.) *Diez textos básicos de Ciencia Política* (Ariel: Barcelona, 1992), pp. 203-220.

8. Artículo 33. 1. Se reconoce el derecho a la propiedad privada y a la herencia. 2. La función social de estos derechos delimitará su contenido, de acuerdo con las Leyes. 3. Nadie podrá ser privado de sus bienes y derechos sino por causa justificada de utilidad pública o interés social, mediante la correspondiente indemnización y de conformidad con lo dispuesto por las Leyes.

9. Robert Dahl -politólogo estadounidense- es uno de los politólogos contemporáneos que más han estudiado la democracia, su funcionamiento, etc. Llegó a la cuenta de que no existe una verdadera democracia en ningún lugar del mundo, por ello llamó a las democracias occidentales: *poliarquías*. Creo que su estudio de qué es una democracia es representativo para exponer mis argumentos. Dahl, R.: "*La democracia. Una guía para ciudadanos*" (Madrid: Taurus, 1999)

10. El concepto de democracia defectuosa se debe al análisis de las nuevas democracias surgidas a partir de la desintegración del bloque soviético y de la adopción de modelos políticos y económicos occidentales en las Repúblicas del Este. Analizando estos países, se llegó a la conclusión de que sus democracias eran insuficientes. Es representativo el siguiente artículo: Merkel, W. y Croissant, A., "La democracia defectuosa como régimen político", en R. Máiz (ed.), *Construcción de Europa, Democracia y Globalización* (Santiago: Universidad de Santiago, 2001).

El periodismo musical en la era del clic, el blog y el link

Nando Cruz

AUTOR/AUTHOR:
Nando Cruz.

ADSCRIPCIÓN PROFESIONAL/PROFESSIONAL POSTS:
Periodista musical. En las dos últimas décadas ha colaborado en emisoras (Radio Ciutat Vella, Catalunya Cultura, iCat FM) y canales de televisión (Canal 33, BTV) aunque ha desarrollado la mayor parte de su carrera en la prensa escrita. Actualmente escribe en El Periódico de Cataluny' y la revista musical Rockdelux, entre otros medios.

TÍTULO/TITLE:
El periodismo musical en la era del clic, el blog y el link.
Musical journalism in the click, blog and link era.

CORREO-E/E-MAIL:
nando.cruz@terra.es

RESUMEN/ABSTRACT:
Amenazado por una triple crisis, parece que la única salida del periodismo escrito -y entre ellos, el musical- es dirigirse hacia la edición electrónica. El blog ha provocado una democratización de la escritura musical, al tiempo que se vulgariza y se advierten las primeras renovaciones formales del medio.

Threatened by a three-fold crisis, it seems that the only way forward for written journalism -including musical journalism- is to focus on online publishing. Blogs have led to a democratisation in musical writing, while vulgarising it and foretelling the first formal renovations of the medium.

PALABRAS CLAVE/KEYWORDS:
Crítica musical en Internet, escritura digital.
Music criticism on the Internet, digital writing.

Una tapita de historia del periodismo

En 1860, en plena guerra de Secesión estadounidense, alguien muy astuto y previsor decidió que los corresponsales debían estructurar sus crónicas de forma que la información más urgente ocupase los primeros párrafos y la menos relevante llenase los últimos. Así, si el ejército cortaba la línea telegráfica a media comunicación lo más importante de la noticia ya habría llegado a las redacciones y se podría transmitir a los lectores. A esa forma de estructurar la información se le llamaría pirámide invertida.

Un siglo y pico después la prensa escrita es un producto de consumo masivo en una sociedad atenazada por una abrumadora oferta de todo y una estresante falta de tiempo. Así, la pirámide invertida ha sido progresivamente sustituida por el concepto de lectura ágil. La gente ya no tiene tiempo ni ganas de dedicar hora y media a profundizar los contenidos de un periódico así que de aquellos artículos extensos y profundos se ha pasado a un ideal de información troceada que el lector puede picotear en unos minutos y consumir con la sensación de que se ha puesto al día.

Potenciada implacablemente por maquetadores y diseñadores, los auténticos mandamases de la prensa moderna, la ley de la lectura ágil se ha impuesto, con diferentes grados de intensidad, en la mayoría de cabeceras. El resultado son artículos cada vez más cortos, con imágenes cada vez más grandes, ladillos para oxigenar el texto, despieces para facilitar la digestión de la información… La prensa sensacionalista y la deportiva han explotado al máximo esta tendencia, pero son los diarios gratuitos los que han llevado la práctica hasta el extremo. Saben que la gente tirará el periódico al cabo de veinte minutos (de ahí surgió el nombre de alguna publicación) así que se consideran obligados a no robar demasiado tiempo al lector.

Y es que si durante décadas el gran sueño de un periódico era ganarse el respeto del lector e integrarse en su vida, hoy parece que el gran reto es acompañarlo de camino al trabajo, servirle una docena de píldoras informativas y desaparecer sin dejar rastro. Es justamente en este momento en que impera un modelo de información breve y vistosa cuando el lector inicia el exilio hacia internet y los medios de información se expanden en la red.

La crisis existe: de hecho, es triple

No es por asustar, pero el periodismo musical vive amenazado por una triple crisis. La primera es la de la económica mundial que ya ha forzado a los grandes periódicos a reducir plantillas, recortar páginas y, en algún caso, eliminar sus antaño boyantes suplementos culturales; es que está mermando los ingresos publicitarios procedentes de empresas también en horas bajas. La segunda se deriva de la propia decadencia de la prensa escrita, consciente de que su supervivencia pasa por atraer al público joven (su futuro lector) pero incapaz de hacerlo. Y, por si fuera poco, también hay que añadir una tercera, sectorial de la industria musical, iniciada con el nuevo siglo que ha reducido los ingresos publicitarios de las publicaciones especializadas.

Todo parece indicar que la única salida del periodismo escrito es huir hacia delante, hacia ese entorno algo más costeable que es internet. Y hacia allí se dirige también el musical. No sólo en periódicos y revistas que abren sucursales en el mundo digital, sino desde nuevas publicaciones que nacen en la red, puesto que ese es el único espacio donde podrán establecer conexión con su público potencial (cada vez más desinteresado en el papel y más en la pantalla del ordenador) y, sobre todo, con las generaciones venideras.

Asumámoslo: nada hace pensar que un niño de diez años leerá prensa diaria a los veinticinco. El debate sobre si los medios de comunicación se han de trasladar a la red está ya zanjado. O esto o nada. El soporte de papel seguirá teniendo prestigio e influencia mientras los actuales consumidores sigan vivos. Pero ese horizonte lejano cada vez se acerca más. Apenas hay lectores de prensa escrita de menos de treinta años y esta tendencia está afectando también a las publicaciones especializadas. Quizá no sea tan fulminante el éxodo en la prensa musical, pero ya se acerca. Es sólo cuestión de tiempo.

Del viejo oráculo al joven bloguero

Aunque siempre ha existido esa sensación de desafección entre la crítica y el público (con sensibilidades distintas, gustos opuestos y todos los tópicos que se quieran sumar) ahora hay una sospecha creciente de que el lector ya no necesita al periodista musical. En un momento en que el consumo está más diversificado que nunca, los medios generalistas no dan abasto para hablar de toda la música que se produce. Y desde el momento en que el público puede acceder a la música con gran facilidad la figura del prescriptor queda en entredicho. El aficionado a la música, sobre todo el más joven, bucea por su cuenta en busca de las recomendaciones (y la propia música).

Luis Hidalgo, crítico musical de *El País*, lo tiene claro: *La difuminación del papel de opinador, la gratuidad e inmediatez de la música que hace innecesaria una opinión que uno mismo puede forjarse escuchando el disco por cero euros y la confianza cada vez mayor del público en preceptores que conoce casi personalmente -o a través de la red, que al fin y al cabo es lo mismo- están arrinconando a la prensa*. Y no se corta a la hora de ejercer la autocrítica y teorizar sobre en qué han pecado los medios de comunicación tradicionales que hasta hace sólo unos años eran los oráculos de la prescripción musical: *En creernos imprescindibles, orillar la autocrítica, opinar sin argumentar, carecer de líneas editoriales que resulten comprensibles para el lector y, ya últimamente, banalizar los contenidos cuando deberían haber aumentado su calidad ante el acoso de internet.*

El hecho es que, por mucho que esté contrayendo la crisis a la industria musical, cada vez se produce más música. Y ya ni siquiera las revistas especializadas son capaces de hablar de todos los artistas y, mucho menos, con la supuesta autoridad que confiere el hecho de ser el que los descubre. El melómano más activo ha tomado la delantera a los medios acudiendo a la red (un espacio donde la información circula a mayor velocidad) y, en algún caso, erigiéndose en medio de comunicación desde webs o blogs.

Hoy internet es un hervidero de información. Semanalmente aparecen nuevos portales y blogs. A veces incluso se confunden las identidades, ya que una misma persona puede ser receptor de información e informador. Es en la red donde se están removiendo más las aguas, mientras la prensa tradicional, más allá de abrir su web, no acaba de saber hacia dónde moverse para solventar la creciente pérdida de lectores y, sobre todo, rebatir esa sensación de que el suyo es un formato en vías de extinción.

Es cierto que en la red hay un inmenso número de blogs y webs que se limitan a cortar y pegar textos procedentes de otros medios o, peor aún, de las notas informativas redactadas por las agencias de comunicación de los artistas. Pero no está de más señalar que esta práctica no nació en internet: tiene en los periódicos (especialmente los gratuitos) a unos grandes maestros, pues ellos también han ido sustituyendo progresivamente el análisis por un mecanismo automático de recepción y volcado de informaciones de orígenes escasamente críticos. El frontón sistemático en que se han convertido algunas redacciones (cuyo papel se limita a recibir el teletipo y rebotarlo al lector) ha sido la escuela de estos nuevos pelotaris digitales.

Habrá que ser prudente antes de considerar estas prácticas como periodismo. Pero tampoco lo llamemos periodismo *amateur*, porque el aficionado a la música, al menos el de la era de los fanzines fotocopiados, exhibía un grado considerable de pasión y entusiasmo. En los años ochenta nadie montaba un fanzine para cortar y pegar notas de prensa. Llevaba demasiado tiempo como para acabar llenándolo de opiniones ajenas, no necesariamente compartidas. Ahora, cuesta tan poco abrir un blog que el simple deseo de estar a la última lleva a muchos a nutrirlo de informaciones generadas por otros. Dejémoslo, si acaso, en periodismo *low cost*: barato de producción (no hacen falta títulos universitarios para copiar textos) y barato de consumo (no aporta al lector más que lo que aporte el texto original).

Afortunadamente el periodismo de recorta y pega no es lo único que hay en internet, aunque sí el que más abunda. El *amateurismo* también ha nutrido la red de incontables artículos sobre los grupos más impensables del momento o de las últimas décadas. ¿Un filipino escribiendo sobre nuevas bandas de *noise-pop*? ¿Un ucraniano experto en el sonido Manchester? ¿Una página sobre pop camboyano de los años setenta? Hoy puedes encontrar informaciones de una profundidad impensable en papel escrito, puesto que hay gente dispuesta a escribir sobre artistas cuya aportación jamás hubiese merecido más de un párrafo en la enciclopedia musical más sesuda.

Las personas que redactan esos artículos son esos entusiastas de la música que hubiésemos querido encontrar en una tienda de discos cuando teníamos dieciocho años para que nos hubiesen orientado sobre qué discos valía la pena comprar. Ellos nos hubiesen ahorrado malgastar miles y miles de pesetas en discos que hoy ni recordamos haber comprado. Hoy no los encontrarás en la tienda porque compran por internet (si compran), pero sí te proporcionan esa valiosa información desde sus ventanas digitales. Y lo hacen con un tono apasionado y coloquial que quizá no encontramos en ese periodismo tradicional obsesionado en abarcar mucho y que aprieta poco.

De todos modos, una cosa es una información y otra es un informador. Los artículos quedan en la red, pero no todas las personas que escriben se toman esta actividad con disciplina. Podríamos decir que se abren blogs y webs a tanta velocidad como se abandonan. (Según *blogger*, la herramienta de *Google* para crear blogs, España es el cuarto país con más blogs después de Estados Unidos, Brasil y Turquía). Por ello, tendemos a valorar más positivamente los que certifican su vocación con cierta continuidad en el tiempo y regularidad al incorporar nuevos textos. En cierto modo, estamos mostrando más respeto por el bloguero aficionado cuanto mayor grado de profesionalidad detectamos en él. Curiosa paradoja, ¿no?

Rigor, pasión, inmediatez, profundidad y otras unidades de medida

Es ya un hecho que el impulso inicial del joven consumidor de música que quiere informarse de algo va a ser acudir a la red, no al quiosco. Pero, en realidad, el salto del papel a internet no supone más que un cambio de soporte. Nada más. Lo que ocurre es que el periodismo musical, como sector precario que es, siempre ha trabajado con presupuestos muy limitados. La inmensa mayoría de contenidos son comentarios de productos proporcionados por la industria musical y entrevistas (breves, telefónicas y, últimamente, por e-*mail*). Nunca ha habido presupuesto para corresponsalías, enviados especiales, periodismo de investigación ni nada parecido. Y siendo internet un espacio donde da la sensación de que todo se puede hacer con cuatro duros no parece que las inversiones para desarrollar un periodismo más elaborado vayan a llegar pronto ni tarde, sino nunca.

Ante esta falta de medios, el periodismo profesional sólo puede apelar al rigor y la capacidad de análisis de sus redactores. Son valores a los que el periodismo aficionado suele anteponer un grado mayor de pasión y, sobre todo desde internet, más velocidad de respuesta. De hecho, la inmediatez se ha convertido en el gran arma del periodismo musical en la red, pero no está de más preguntarse qué fue de los filtros y controles de calidad, tan denostados por ralentizar la capacidad de reacción de la prensa tradicional y tan necesarios para garantizar una información veraz. La ansiedad por hablar de algo antes que otro merma el tiempo de análisis de la música, altera el criterio de evaluación y obliga a adquirir hábitos propios de la radio: cazar la exclusiva, lanzarla y que sea el oyente quien opine.

Velocidad y análisis son dos conceptos que no suelen funcionar bien juntos. Y es que en este soporte donde todo sale barato lo que vale más dinero es el tiempo: tiempo para plantear el enfoque del artículo, tiempo para documentarse, indagar y entrevistar a quien haga falta, tiempo para redactar sin automatismos, tiempo para comprobar los datos vertidos... Todo esto lleva tiempo y, por lo tanto, cuesta dinero. No es extraño que el periodismo cultural de nivel sólo esté al alcance de medios poderosos y aún ambiciosos. El diario inglés *The Guardian*, por ejemplo, es capaz de enviar a un periodista a visitar los estudios de cinco artistas para discutir cómo las tendencias del mercado afectan su creación. No hay *links*, no hay corta-pega, no hay propaganda. Sólo varias semanas de trabajo después de un buen rato pensando una perspectiva periodística interesante y, al final, una ficha con la hora y fecha de la exposición que reúne a los artistas en la Tate Modern.

Casualidad o no, cuando Robbie Williams publica su nuevo *single* la web de ese periódico no publica automáticamente la misma nota que pudimos leer en miles de webs y que hacía referencia al regreso del cantante "en mejor forma que nunca". Allí se analiza la canción y se pone en tela de juicio si realmente Williams está "en mejor forma que nunca". Y tampoco es casualidad que las réplicas de los lectores a la crítica que haya hecho el periodista sobre la canción sean bastante más reflexivas e inteligentes que las sandeces que acostumbran a alimentar el apartado de intercambio de pareceres de la mayoría de webs (ya no digamos los foros).

Estamos ante un envidiable ejemplo de cómo un periodismo serio contribuye a que el lector se forme un criterio y pueda opinar articulando frases e ideas coherentes. Pero también estamos ante una excepción. Ni los medios digitales ni el lector ni tan siquiera los artistas ven todavía la red como un canal suficientemente serio. Por ahora, lo que manda en internet es, por un lado, un periodismo más superficial, mecánico y diríase que propagandístico, y, por otro, uno más vocacional, apasionado y no profesional. ¿Es eso todo a lo que puede aspirar el periodismo musical en el siglo XXI?

Nuevos modelos de redacción

Más allá del libre acceso a este nuevo canal y de la democratización de la práctica informativa, que hoy está al alcance de cualquiera que tenga un ordenador y conexión ADSL, hay que tener en cuenta que el periodismo musical ha migrado hacia internet en un momento en que se ha asumido ya que la gente lee poco. Como decía al principio de este artículo (tan ajeno a la estructura de la pirámide invertida), la norma de oro del gremio es el texto corto, vistoso y fragmentado. Y si a eso añadimos lo incómodo y cansino que resulta leer en un ordenador, da la sensación de que el margen de evolución formal del periodismo en la red va a ser bien escaso.

Sin embargo, ya ha habido cambios en el modo de estructurar y presentar la información en la red. El desdoblamiento del redactado en ramificaciones ha sido quizá la gran innovación formal. Haciendo *clic* con el cursor sobre palabras señaladas podemos trasladarnos a otras páginas de internet que nos permite profundizar en un concepto o sujeto. Eso implica que ya no es necesario introducir toda la información en un mismo artículo. Podemos dejarlo al margen y que sea el lector quien acuda a él si lo desea.

Y el periodismo musical está exprimiendo esta técnica al máximo. Ya no se trata de desviar al lector hacia otros textos que le ayuden a reforzar un concepto (algo así como la versión moderna de las notas a pie de página) sino que se le puede dirigir a artículos que el autor ni siquiera ha redactado e incluso insertar imágenes en movimiento o fragmentos del disco que se está tratando. Por primera vez, el análisis del objeto (el artículo) y el objeto del análisis (la música) se sitúan en un mismo plano. Éste es otro cambio fundamental en el estilo de redacción del periodista musical en la red. En muchos casos, de hecho, sustituye a la propia redacción de textos...

Podríamos comparar estas ramificaciones o enlaces como aquellos despieces de los artículos

de prensa escrita que complementan la información principal y que se empezaron a introducir décadas atrás para oxigenar y dinamizar la lectura. La diferencia es que aquellos no implicaban pasar de página y estos, sí. De hecho, muchas ramificaciones a las que apunta el texto principal conducen a textos con nuevos *links* que conducen a otros contenidos que a su vez dan acceso a otros artículos. Ese tránsito que unas veces enriquece la lectura y otras nos despista de lo que habíamos empezado a leer es lo que llamamos "navegar por la red". Pero a veces, se parece más a rebotar de lado a lado sin control como una bola de *pinball* para acabar agotado ante una página final sin fuerzas para volver a la página inicial.

El *link* se ha convertido en el elemento clave del periodismo musical en la red, puesto que nos permite pasar del texto a la música o las imágenes de forma inmediata, lo cual juega muy en detrimento del texto, claro está. Y es que a partir de ahora la información ya no es escrita, sonora o visual, sino que puede ser las tres cosas a la vez. Hoy las webs de cualquier medio de comunicación, ya sea un periódico, una emisora de radio o un canal de televisión, contienen información de los tres tipos y tienen un aspecto muy similar entre sí. Cualquier portada de web contiene un manojo de titulares distribuidos para ser leídos en vertical de arriba a abajo.

Y no hablemos ya de los blogs, cuya estructura es siempre muy similar y cuyo aspecto tampoco varía demasiado. El formato del fanzine del siglo XXI es francamente uniforme: un titular más poético o informativo en función de las intenciones éticas y estéticas del bloguero, una imagen (una fotografía promocional del grupo o la portada de su disco), un párrafo o dos describiendo el producto y un *link* que te conduce a una escucha en *streaming* o incluso a la obtención gratuita del disco. Siendo internet un espacio donde la libertad de movimiento es máxima, resulta paradójico que todos los blogs parezcan cortadas por los mismos patrones, ¿no? Pero aún resulta más sintomático advertir cómo los blogueros han asumido con religiosidad que su labor es conducir al lector hasta el objeto de su interés: el disco.

El disco está aquí al lado

Si algo ha transformado, o debería transformar, de forma radical el modo en que la prensa musical se dirige al lector es el hecho de que hoy éste tiene la música tan cerca como la información. Y eso es algo que nunca había ocurrido. Por primera vez en la historia, el periodismo musical se mueve en un espacio en el que la música y la información sobre ésta están a la misma distancia del receptor. Haciendo clic te informas sobre el disco, haciendo clic lo compras, haciendo clic lo escuchas. El gesto es exactamente el mismo. Eso debería obligar al periodista musical a reconsiderar el sentido de su trabajo y si debe modificar el modo en que se dirige al lector. Esta circunstancia altera de raíz el sentido mismo del periodismo musical.

Ya ha habido cambios en el modo en que el periodista aborda los contenidos. El primero de ellos, sobre todo en la red, parece ser suprimir la valoración. Multitud de blogs se limitan a informar de la existencia de un disco y añadir un *link* a la página web del artista o a un portal desde el que descargárselo. Podríamos asumirlo como una reacción ante aquel periodismo tan opinante y tan poco informativo: el oráculo desaparece y el bloguero simplemente te señala dónde está el disco para que luego el lector se forme su juicio. Si esto es un nuevo periodis-

mo se parece terriblemente a algo que había existido toda la vida y que se llamaba radio: un espacio donde el locutor presentaba una canción y luego la pinchaba para que se escuchase. Y la radio musical nunca destacó por su capacidad de análisis.

La pieza periodística que te cautiva, te atrapa y te guía sin que apenas te des cuenta (lo que conocíamos como periodismo musical hace apenas quince años) no parece tener espacio ni sentido en un medio como internet, donde lo que manda es la inmediatez. Aquí la literatura reflexiva es sustituida por textos breves y funcionales o simples titulares bajo el cual hay el link que te lleva directamente al disco. Esto ya no es periodismo *low cost*; más bien es un *take away*. Habrá quien diga que este es un ejercicio de libertad que consiste en dejar que el lector decida por sí mismo. Quizá, pero entonces eso ya deja de ser periodismo y pasa a ser un dispensador de contenidos.

A lo mejor ya es tarde para preguntarse por qué incluso los medios de comunicación más poderosos han ido reduciendo la cuota de análisis periodístico y apostando más por ofrecer directamente los contenidos musicales. Se regalan discos los domingos, se sortean entradas para fidelizar al lector, se cuelgan videoclips en las webs... Proporcionar la música es más barato que ejercer una labor de análisis sobre ella. Y, además, da la sensación de que así se está ofreciendo algo más al lector. Se impone la idea de que lo que quiere el público es el producto. Se arrincona el espíritu crítico. En cierto modo, los grandes medios de comunicación están aprendiendo a jugar al mismo juego que los jóvenes portales con escasos presupuestos.

Entonces, ¿hay futuro o no?

¿Ese es el futuro del periodismo musical? Y, en tal caso, ¿sirve para algo? ¿No debería desaparecer, ahora que la información es accesible a todo el mundo? Quizá lo que ya no tiene sentido es un periodismo estrictamente informativo, pero el buen periodismo musical, nunca fue sólo eso. Ignacio Julià, director de la revista musical *Ruta 66* no tiene la menor duda: *Sólo la tecnología progresa, la expresividad humana es siempre la misma. Lo importante es que el crítico sepa comunicar lo que la música le hace sentir, las soterradas emociones que despierta. Cuando eso se hace bien, no sólo complementa la audición y comprensión de la música, sino que se erige en un placer intelectual por sí mismo. Hoy y dentro de cien años.*

Un dilema similar atenaza desde hace tiempo al mundo de la enseñanza. En pleno auge de las enciclopedias de libre acceso, se está replanteando qué enfoque debe tener la educación. Los profesores se sienten desubicados ante el creciente uso que hacen sus alumnos del ordenador para localizar por su cuenta la información que necesitan. Florence Devouard, portavoz francesa de Wikipedia, plantea una reflexión interesante al respecto: (Los profesores) *Tienen que ir pensando en cambiar su papel en el estrado. En el futuro el suyo será más un rol de acompañamiento, de guía, de mediación con el conocimiento, de entrenamiento del espíritu crítico.*

Hacer de guía del melómano, orientarlo en su conocimiento, entrenar su espíritu crítico... No parecen objetivos menores, ¿verdad? Habrá quien opine que el periodista musical ha dejado

de tener sentido en nuestro tiempo: si el público puede conseguir toda la música que quiera, ¿para qué necesita alguien que le recomiende la que merece la pena? Pero también hay voces que claman justo lo contrario: ahora que el público puede acceder a toda la música del mundo, ¿no es más necesaria que nunca cierta orientación? Igual no está de más tener prescriptores de confianza a los que acudir en medio de este maremágnum de archivos sonoros, webs y blogs...

Nos han servido en bandeja el canal más veloz, versátil, barato y democrático jamás soñado. No hay nada como internet para teorizar, debatir, contraponer, profundizar, plantear y rebatir. Disponemos de un espacio infinito y sin coste adicional. Sin embargo, nunca como ahora se habían escrito textos tan cortos, ni se había asumido como punto de partida que la información debe ser esquemática y funcional. Si nos limitamos a utilizar la red como quien lanza ramas al río para ver cómo se las lleva la corriente no estamos dándole un uso demasiado enriquecedor. Si nos dejamos llevar y nos convertimos en meros generadores de refritos al final acaba ganando la carrera quien genere más cantidad de residuos o quien lo haga a más velocidad. Quizá, entre todos, estamos desperdiciando una oportunidad única de reformular el periodismo musical en esta era del clic, el blog y el link.

Los soportes cambian pero el objetivo final del periodista musical debería seguir siendo el de siempre, el mismo que tiene cualquier otro comunicador: ganarse la confianza del lector. Claro que eso exige dedicación y constancia. Eso lleva su tiempo.

27 de octubre de 2009

http://www.usosculturalesuniversidadesandaluzas.es/

El monográfico que hoy presentamos es el fruto del trabajo y la cooperación de las diez Universidades Públicas Andaluzas desarrollado conjuntamente, desde la plataforma del Observatorio Cultural del Proyecto Atalaya.

Este trabajo, considerable en extensión, ha tenido como objeto de estudio tanto a la comunidad universitaria, como las poblaciones de aquellas ciudades en las que se ubican los campus universitarios.

El estudio sobre los usos, hábitos y demandas culturales ha producido cuatro monografías:

1. Usos, hábitos y demandas culturales de los jóvenes universitarios andaluces.
2. Usos, hábitos y demandas culturales de los profesores e investigadores universitarios andaluces.
3. Usos, hábitos y demandas culturales del personal de administración y servicios de las universidades andaluzas.
4. Usos, hábitos y demandas culturales de los municipios andaluces con campus universitario.

El trabajo de investigación ha estado teñido de la perspectiva cuantitativa y se ha desarrollado en el periodo 2006-2009 sobre la base un cuestionario estructurado, orientado a la obtención de información de carácter primario, que ha sido retocado y ajustado, corrigiendo errores y adecuándolo al objeto de estudio de cada momento. Un cuestionario que ha sido el elemento sustancial de las encuestas personales.

Un cuestionario que ha permitido recoger información, después plasmada en las cuatro publicaciones sobre las características sociales y demográficas de la población objeto de estudio en cada caso. Su amplitud ha permitido obtener datos sobre los hábitos de consumo cultural tradicionales y de nueva generación. Así estos trabajos contienen referencias a la lectura (frecuencia de lectura, tipos de lectura, profesional o no profesional en su caso), lectura de prensa y revistas. Uso de la radio y la televisión, programas y tipo de programas. Hábitos relacionados con la asistencia al Cine, al visionado de películas en formato cinematográfico o en formato casero. Asistencia y preferencias de teatro. Música, consumo de programas y de estilos de música. Uso de Internet y nuevas tecnologías de la comunicación. Sin olvidar por la importancia que tienen en las sociedades contemporáneas la practica deportiva, el deporte y las actividades relacionadas con el ocio.

La orientación del trabajo ha estado marcada, para la elaboración de propuestas y actividades dirigidas a la satisfacción de necesidades de consumo de productos culturales. Por ello, los esfuerzos de la investigación se han dirigido a detectar el tipo de demanda de los consumidores y usuarios, sus gustos y preferencias.

El producto que aquí presentamos, constituye un hito en la investigación sobre usos, hábitos y demandas culturales por varios motivos.

En primer lugar, sin ser el más importante, me gustaría destacar la colaboración en este proyecto de todas las Universidades Públicas Andaluzas sin excepción, así como de los profesores e investigadores andaluces que han intervenido desde el primer estudio sobre los jóvenes universitarios, hasta el último sobre los Municipios andaluces con campus universitario.

En segundo lugar, este proyecto ofrece una fotografía de la realidad social andaluza que, sin ser completa y exhaustiva, permite tener una base de datos importantísima para los investigadores de cualquier disciplina interesados por el fenómeno de la cultura en las sociedades contemporáneas.

En tercer lugar, ha proporcionado una base de datos abierta e incomparable que permite aventurar nuevas investigaciones sobre consumo cultural.

En cuarto lugar, destacar que la suma de la investigación sobre los usos, hábitos y demandas culturales, la experiencia del trabajo de los técnicos culturales y de la reflexión de todos los que hemos intervenido sobre los resultados obtenidos, ha permitido identificar tendencias sobre los gustos y preferencias de la población en relación a las actividades culturales.

La investigación sobre usos, hábitos y demandas culturales sirve para muchas más cosas:

Para diseñar, construir y poner en practica políticas culturales proactivas

Para atender y prestar servicios, y fidelizar a los consumidores de cultura con hábitos muy reafirmados

O para encontrarle a cada producto el destinatario que mejor lo pueda disfrutar, y con mayor margen de satisfacción

Los resultados de la investigación sobre usos, hábitos y demandas culturales tiene un largo recorrido y está a la espera de una mayor explotación de sus datos.

Para finalizar, indicar que las publicaciones resultantes de este trabajo contienen una síntesis de la totalidad de información obtenida a lo largo de estos años. Su utilidad y práctica la tendrán que determinar los usuarios e investigadores, ya sea a través de su consulta en formato tradicional, en papel, o través de la Web, donde están insertadas las cuatro monografías a disposición de cualquier lector. Y cómo no, también, a través de este resumen realizado exprofeso para la revista PERIFéRICA.

Jacinto Porro Gutiérrez

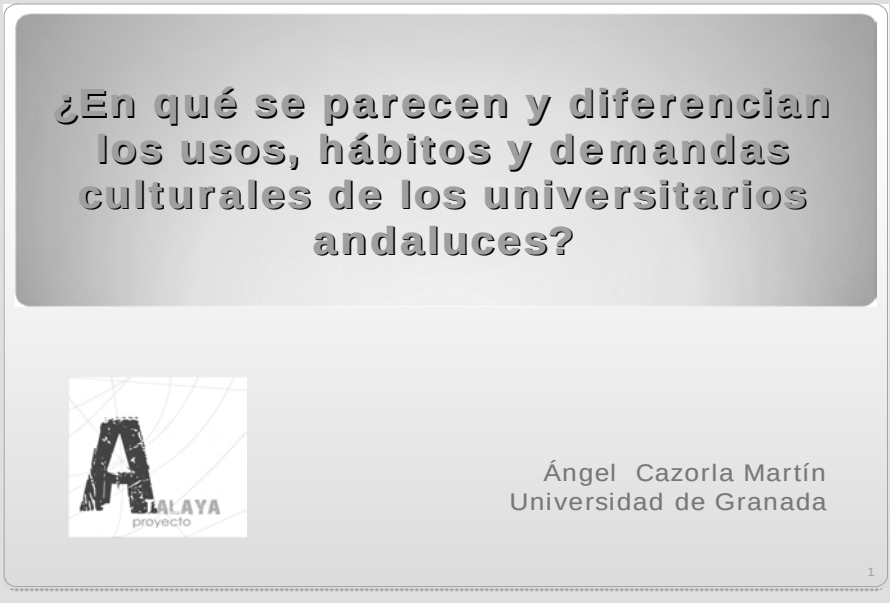
Introducción gráfica

¿En qué se parecen y en qué se diferencian?

Ángel Cazorla

AUTOR/AUTHOR:
Ángel Cazorla.

TÍTULO/TITLE:
¿En qué se parecen y en qué se diferencian?
In what they look alike, in what they differ?



Variables sociodemográficas

Esperiencia previa

Estatus

Lectura de libros no profesionales

Gustos de lectura

PREFERENCIAS LITERARIAS

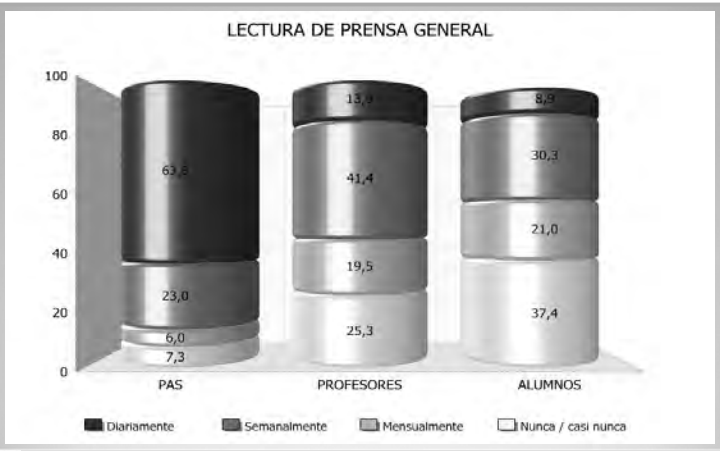
PAS
Novela histórica
Best Seller
Literatura española

ALUMNOS
Best Seller
Literatura española
Novela histórica

PROFESORES
Literatura española
Literatura extranjera
Best Seller

Lectura de revistas no profesionales

Lectura de prensa general



Media de libros leídos en el último año

Asistencia a bibliotecas

Media de visionado de televisión

Gustos TV

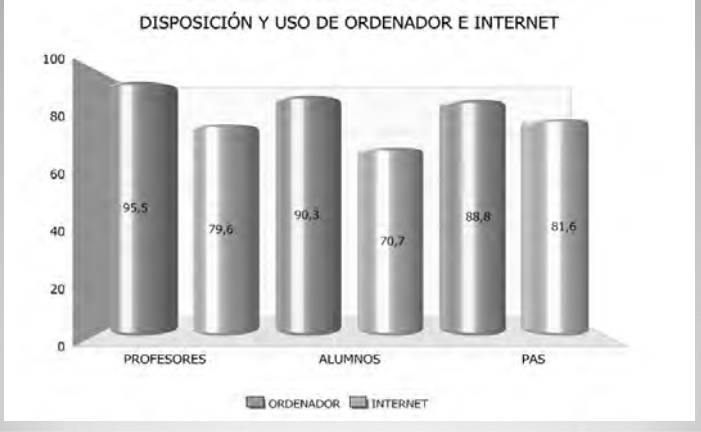
PREFERENCIAS TELEVISIVAS

PROFESORES
Informativos
Películas
Series
Divulgación

PAS
Informativos
Películas
Series
Concursos

ALUMNOS
Informativos
Películas
Series
Musicales /Deporte

Disposición y uso de ordenador e internet

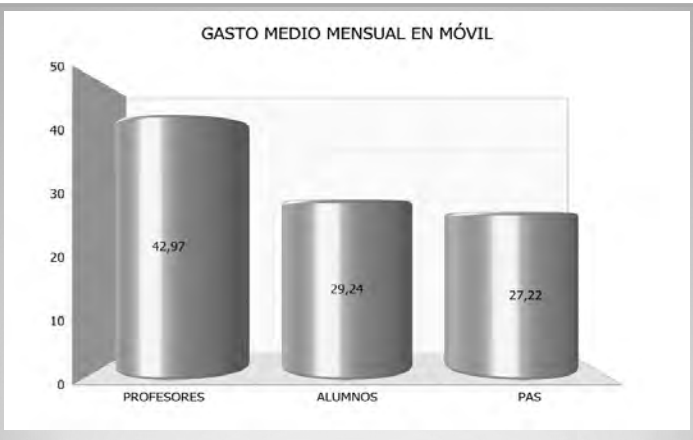


Usos internet

USO DE INTERNET

	SEGMENTO		
	ALUMNOS	PROFESORES	PAS
Correo electrónico	74,5	88,1	84,0
Estudiar (apuntes, informes, documentación)	63,0	76,0	30,0
Chats o messengers, blogs u otros	60,6	12,6	13,4
Bajar música o películas	50,1	16,0	24,6
Juegos o entretenimiento	9,4	1,4	8,5

Gasto medio mensual en móvil

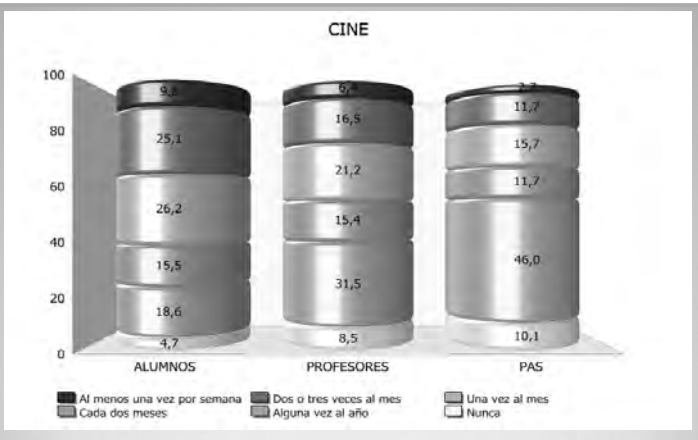


Gasto medio mensual en móvil

USO DEL MÓVIL

	SEGMENTO		
	ALUMNOS	PROFESO	PAS
Llamar / recibir llamadas	96,6	98,2	97,9
Enviar / recibir mensajes	92,3	62,3	65,2
Realizar fotos	32,4	10,0	22,8
Descargar melodías / tonos	6,8	,6	2,1
Descargar logos / imágenes	4,2	,2	,9
Consultar información en Internet	1,5	1,2	1,5

Frecuencia de asistencia al cine

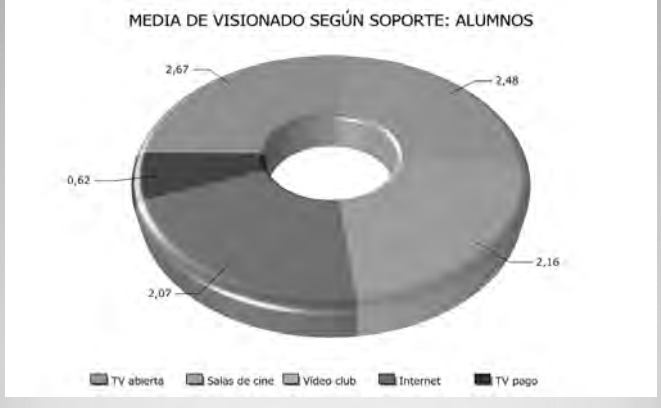


Gustos cinematográficos

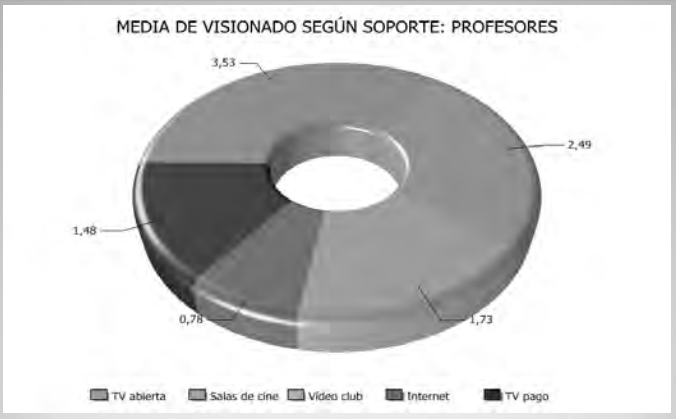
PREFERENCIAS CINEMATOGRÁFICAS

	SEGMENTO		
	ALUMNOS	PROFESO	PAS
Cine americano	69,7	63,0	68,4
Cine español	54,6	48,1	56,1
Cine europeo	32,2	44,7	37,8
Otras nacionalidades	6,7	8,7	7,4

Media de visionado por soporte (por cada 10 unidades)

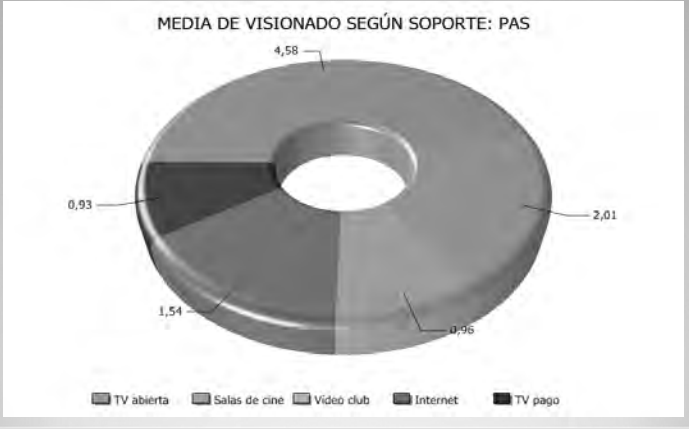


Media de visionado por soporte (por cada 10 unidades)



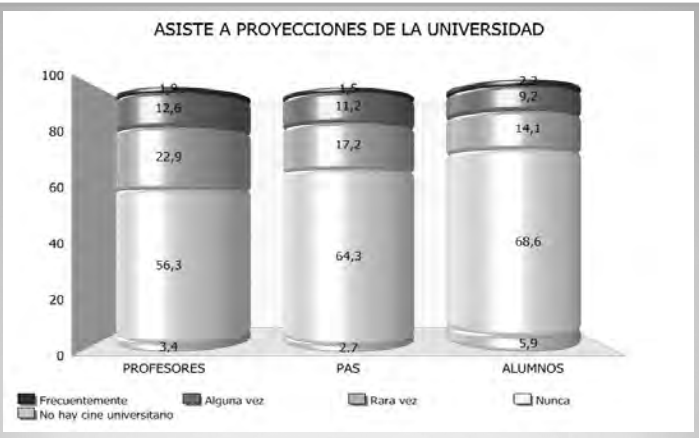
¿En qué se parecen y diferencian los usos, hábitos y demandas culturales de los universitarios andaluces? 18

Media de visionado por soporte (por cada 10 unidades)



¿En qué se parecen y diferencian los usos, hábitos y demandas culturales de los universitarios andaluces? 19

Asistencia a proyecciones de la Universidad

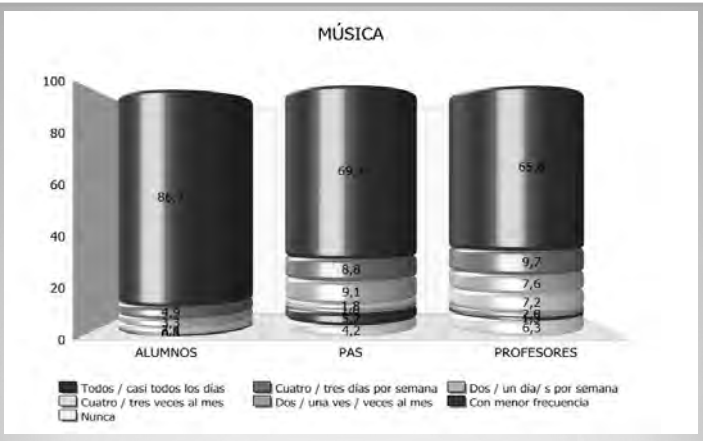


¿En qué se parecen y diferencian los usos, hábitos y demandas culturales de los universitarios andaluces? 20

Valoración media de las proyecciones de la Universidad

¿En qué se parecen y diferencian los usos, hábitos y demandas culturales de los universitarios andaluces? 21

Música



Gustos músicales

PREFERENCIAS MUSICALES

PROFESORES
Clásica
Rock español
Pop internacional
Jazz

PAS
Pop español
Pop internacional
Canción melódica
Clásica

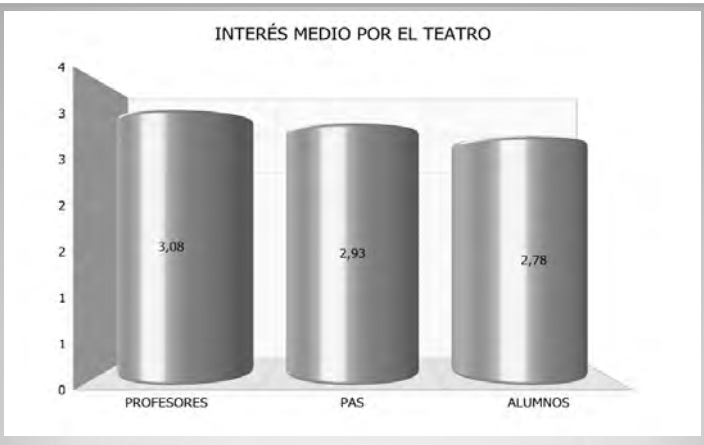
ALUMNOS
Pop español
Pop internacional
Rock español
Rock Internacional
Hip Hop

Dispositivo

DISPOSITIVO PARA OIR MÚSICA

	SEGMENTO		
	ALUMNOS	PROFESO	PAS
Aparato de radio o TV	30,1	42,6	42,3
Reproductor MP3 / MP4	32,6	9,2	12,9
Equipo de música	14,6	20,6	16,4
Discos, CD´s o DVD´s	9,1	15,1	13,3
Ordenador	12,9	11,7	11,6

Interés medio por el teatro



Práctica deportiva

PRÁCTICA DEPORTIVA

	SEGMENTO		
	ALUMNOS	PROFESORES	PAS
Sí	51,6	57,6	54,4
No	48,4	42,4	45,6

Deportes practicados

DEPORTES MÁS PRACTICADOS

	SEGMENTO		
	ALUMNOS	PROFESORES	PAS
Footing	16,5	14,2	11,1
Gimnasio	13,0	15,9	19,7
Natación	7,2	14,4	10,5
Fútbol	15,8	3,6	4,2
Fútbol sala	14,2	4,6	3,7
Ciclismo	4,4	10,0	11,0

INTERÉS Y REALIZACIÓN DE ACTIVIDADES CULTURALES

	SEGMENTO		
	ALUMNOS	PROFESO	PAS
Obra de teatro	19,4	8,9	7,2
Escribir libros	7,6	32,5	3,9
Actividades musicales	16,5	9,8	5,9
Pintar (Cuadros)	13,3	9,3	8,6
Escultura	4,2	2,8	2,4
Cine/ Cortometrajes	7,1	4,0	3,2

Ocio y gasto en cultura

TIEMPO SEMANAL DE OCIO

PROFESORES	48.56
ALUMNOS	35.49
PAS	14.31

GASTO MEDIO MENSUAL EN CULTURA

	Media
PROFESORES	107.91
PAS	70.89
ALUMNOS	27.02

GASTO MEDIO MENSUAL EN CULTURA POR UNIVERSIDAD

	Media
Universidad Pablo de Olavide	85.37
Universidad de Málaga	75.61
Universidad Internacional de Andalucía	69.77
Universidad de Granada	67.79
Universidad de Cádiz	54.32
Universidad de Sevilla	49.18
Universidad de Almería	48.39
Universidad de Huelva	43.93
Universidad de Jaén	37.26
Universidad de Córdoba	31.00

VALORACIÓN MEDIA DE LA OFERTA CULTURAL UNIVERSITARIA

	Media
PAS	5.96
PROFESORES	5.68
ALUMNOS	4.99

VALORACIÓN MEDIA DE LA OFERTA CULTURAL POR UNIVERSIDAD

	Media
Universidad Internacional de Andalucía	6.30
Universidad de Granada	6.27
Universidad de Cádiz	5.64
Universidad de Málaga	5.60
Universidad Pablo de Olavide	5.60
Universidad de Huelva	5.57
Universidad de Jaén	5.54
Universidad de Sevilla	5.41
Universidad de Almería	4.94
Universidad de Córdoba	4.69

FIN

Ángel Cazorla Martín
Universidad de Granada

32

¿Para qué sirven los estudios de usos, hábitos y demandas culturales en la práctica profesional?

Daniel Mantero Vázquez

AUTOR/AUTHOR:
Daniel Mantero Vázquez.

ADSCRIPCIÓN PROFESIONAL/PROFESSIONAL POSTS:
Universidad de Huelva.

TÍTULO/TITLE:
¿Para qué sirven los estudios de usos, hábitos y demandas culturales en la práctica profesional?
What are studies on cultural demands, customs and habits useful for in professional practice?

CORREO-E/E-MAIL:
mantero@uhu.es

RESUMEN/ABSTRACT:
Sobre la importancia e interés para los gestores culturales de la realización de estudios sobre los hábitos y demandas culturales, así como sus consultas. Estas herramientas ofrecen numerosa información que ayudarán, siempre que se vayan actualizando periódicamente, a poner en marcha apuestas culturales acordes a la evolución de las tendencias detectadas en dichos análisis sociológicos.

This paper addresses the importance and interest of cultural managers in conducting studies on cultural habits and demands, as well as on their consulting. These tools provide a wide range of data that, whenever they are periodically updated, will help launch cultural commitments in accordance with the evolution of the trends detected in these sociological analyses.

PALABRAS CLAVE/KEYWORDS:
Gestión cultural, programación cultural, extensión universitaria.
Cultural management, cultural programming, university extension.

Los estudios de "usos, hábitos y demandas culturales…", como herramientas en sí, no sirven para nada si no se usan.

Probablemente haya quienes posean los cuatro ejemplares de los que consta el estudio perfectamente precintados con el embalaje plástico que nos proporcionó la imprenta a la que encargamos su impresión[1]. Este tipo de gestores pueden fácilmente decir, con gran conocimiento de causa por cierto, que estos estudios no son útiles para nada, que son un gasto innecesario fruto de nuestras ganas como miembros del Proyecto Atalaya de liderar proyectos de poca utilidad.

Sin embargo, se ha demostrado muchas veces que estos estudios son extremadamente valiosos en el campo de la gestión cultural. No seré yo quien siente cátedra acerca del uso que haya que darle a los mismos, porque para ello hay profesionales mucho mejor cualificados que yo, simplemente comenzaré proponiendo un símil que puede ayudarnos a entender el concepto: la aspiradora es también una herramienta muy útil, pero si no se usa es un trasto grande, incómodo y pesado que ocupa mucho espacio.

Los estudios de usos, hábitos y demandas culturales solo nos sirven si somos capaces de comprobar que las conclusiones a las que llegan obedecen a unas acciones que nosotros lideramos como agentes culturales.

Existen estudios, como el Anuario de la Sociedad General de Autores de España (SGAE), que se centran en el consumo cultural: cuántos libros se leen o cuántos cd se compran, pero que obvian otros datos por alguna inexplicable razón, como por ejemplo, cuánta música se descargan de Internet (bueno, en el caso de la SGAE las razones son más que conocidas), o en qué formato se escuchan. Esos datos son recogidos en nuestro estudio, que es más cercano, más actual y más independiente.

Podemos saber, gracias a estos estudios, no sólo cuántas veces van al cine en un mes, sino la tendencia religiosa de los mismos, con quien o quienes conviven durante el curso, o su tendencia política. Esto convierte a nuestro estudio en una novedosa herramienta, que, como la aspiradora que antes mencionaba, hay que saber manejar, si no, no deja de ser también un libro voluminoso en nuestra estantería favorita.

Igualmente añadiré, antes de pasar a comentar mi experiencia de uso, que para que el trabajo realizado tan eficaz y eficientemente por los equipos de sociólogos de las universidades públicas andaluzas sea una herramienta perdurable en el tiempo, se precisa una actualización periódica de los mismos cada equis años, pues, al igual que otro tipo de estudios, nos serviría para conocer la evolución de las tendencias culturales que nosotros intentamos, como gestores, poner en marcha basándonos en sus conclusiones.

1. Cómo usamos los gestores culturales universitarios el Estudio de Usos

La aparición de la primera edición del estudio, concretamente el de alumnos, que a priori era

el que más nos interesaba, nos dejó bastante satisfechos. Estudiar la comunidad universitaria por sectores nos llevaba inevitablemente a elegir al alumnado como primer gran campo objeto de estudio.

1.1. Datos precisos: Al grano

Durante años se ha hablado mucho acerca de tendencias, influencias, modas… acerca del uso que hacen los jóvenes de la cultura, pero por primera vez podemos ponerle nombre y, lo más importante, datos a esas antiguas conjeturas.

Ahora podemos saber, con una precisión decimal que, por ejemplo, el 26,4 % de los universitarios andaluces va al cine una vez al mes, y a la vez saber que sin embargo un 68,6 % no va nunca jamás a proyecciones en la Universidad. Por fin conocemos datos cuantitativos que nos permiten, por primera vez, estudiar contenidos transversales, filtrarlos, cruzarlos o analizarlos por separado. Ya no nos dicen: a los alumnos les gusta el cine, sino que nos dicen que les gusta, pero van poco a las salas porque su gasto medio en cultura no supera los 12 euros, cantidad incompatible con las entradas, la coca-cola y las palomitas de cada sesión. Y, por entonar el mea culpa… ¿por qué un alumno dice que va una vez al mes al cine, usa mayoritariamente su ordenador para ver películas, no va nunca a nuestras proyecciones? Las nuestras suelen ser gratuitas… ¿Cuál es el problema entonces? ¿El horario, las salas… o la oferta de exhibición?

Saber sacar conclusiones es nuestro trabajo, por eso los datos que nos ofrece el Estudio son valiosísimos. Como programadores culturales, estos datos nos sirven como punto de partida para iniciar proyectos, bien sea satisfaciendo las preferencias culturales y necesidades de consumo (de grupos aficionados a un determinado estilo), o bien creando de forma proactiva tendencias nuevas, a modo de apuesta de futuro.

Si el 41 % de los estudiantes escucha principalmente pop nacional y extranjero y un 15 % hace lo mismo con el rock, es lógico pensar que programas como Campus Rock, o su hermano onubense Cantero Rock deben estar presentes en toda programación, pues abarcan unos estilos que ya , de por sí, sabemos que funcionan. Más de la mitad de los jóvenes escuchan principalmente la música que les ofrecemos, por tanto el éxito está garantizado.

Pero qué pasa cuando, por ejemplo, programamos un festival de música étnica. Según los datos que tenemos, ¿quiénes son los que mayoritariamente escuchan ese tipo de música? Solamente un 3,4 % de los encuestados. Sin embargo la función de nuestros servicios es la de ampliar el conocimiento de distintas formas de cultura a nuestro público objetivo.

Una interpretación común de los mismos nos diría que, a la vista de estos datos, es evidente que hacemos bien teniendo una programación con uno o dos conciertos al mes de pop/rock, y con un ciclo anual de un par de días como mucho de Música Étnica.

1.2. Recurriendo a la estadística

La estadística es aburrida, pero muy útil. Los datos que incluyen los estudios son novedosos y nunca se nos habían presentado de forma tan clara y concisa.

Por ejemplo: Los universitarios andaluces están situados estratégicamente en el centro ideológico. Del 1 al 7, la media de los estudiantes es del 3,57. ¿Podemos entonces esperar rechazo en propuestas muy progresistas o muy conservadoras? Probablemente no, porque la moderación ideológica permite que entren todo tipo de propuestas.

Los efectos de una determinada estrategia cultural pueden verse reflejados fácilmente en este estudio. Los datos extraídos de asistencia y participación en las actividades pueden aportarnos datos muy valiosos acerca de tendencias. Estas tendencias, a veces, se muestran de forma más que evidente en los datos, mientras que otras veces hay que saber leer entre líneas. Los profesionales debemos saber buscar la información e interpretarla.

De esta forma surgen datos evidentes acerca de nuestras virtudes y nuestros defectos. Sabremos si las propuestas que realizamos llegan a los interesados. Por ejemplo, si anualmente organizamos siete Presencias Literarias, y el estudio dice que la comunidad universitaria propone como acción futura más actividades con presencia de autores, nos da que pensar dos cosas: una, que las salas se nos han quedado pequeñas, que se abarrotan todas las sesiones y se queda gente fuera; o bien, dos, que no se han enterado de nuestra oferta. Lamentablemente, y eso lo saben bien mis compañeros, la respuesta no es la uno, que es la que desearíamos, sino la dos.

Curiosamente también nos encontramos con datos inexplicables, como que la inmensa mayoría de profesores manifiesta leer habitualmente libros no profesionales en su día a día, mostrando un gran interés por la literatura (según los datos del Estudio), pero jamás son vistos en dichas Presencias Literarias.

El debate eterno entre los gestores: Qué hacemos, porqué lo hacemos, para quién lo hacemos, es algo que seguiremos manteniendo en el futuro, pero ahora podremos decir que tenemos datos de todo ello.

1.3. La importancia de la comunicación

La comunicación de las actividades se ha convertido en nuestra lucha diaria. ¿Cómo hacer llegar la información a una comunidad universitaria sobre-estimulada en muchos aspectos, bombardeada de información por todas partes, y con un cada vez mayor consumo de cultura en el ámbito privado? Tras años y años de enormes pegadas de carteles, tan dañinos para el medioambiente como progresivamente inútiles, los cauces de información deben cambiar. Ahí aparece el estudio de Usos y Hábitos. En el año 2007, tras ver los resultados obtenidos en la primera edición del Estudio, decidimos implantar un sistema de envío de información gratuita de alertas culturales vía SMS, al comprobar que el 99,5 % de los universitarios portan su telé-

fono móvil durante todo el día, y que era mucho más consultado que, por ejemplo, el correo electrónico. La solución fue reducir la tirada de cartelería tradicional y con ese ahorro económico invertir en una plataforma de envíos de SMS. Los resultados han sido espectaculares.

Igualmente, saber que el uso del correo electrónico está completamente extendido entre la comunidad universitaria ha hecho que, por ejemplo, hayamos cambiado la modalidad de entrega de obras en los certámenes literarios, pasando del mítico "copia por quintuplicado" al envío de obras por correo electrónico. Se ahorran costes, se amplía la participación, y se salvan de la tala algunos árboles; algo es algo.

Este tipo de información es relevante si sabe usarse en determinados momentos. Quizás no tengamos necesidad de hacerlo nunca, pero es bueno saber que existe un documento real, actual y fiable que nos muestra la radiografía de la comunidad universitaria.

2. Pero, ¿cómo actuar ante la evidencia mostrada por el estudio si nuestras directrices no se cambian tan fácilmente?

Una vez que sabemos que la herramienta es útil, que hay conclusiones que nosotros hemos detectado y que éstas pueden ayudarnos a mejorar nuestros procesos de trabajo, ¿qué hacemos con ellos?

Como norma general, el trabajo lo desarrolla el técnico de cultura de una determinada institución. Sobre él o ella, jerárquicamente, tiene a un director, un concejal o un vicerrector que es el que, en cierto modo, impone una línea programática o estratégica en la acción cultural. Este hecho puede influir en la manera en la que demos uso al Estudio de Usos, puesto que nuestras acciones, derivadas de sus conclusiones, no siempre podrán ser llevadas a cabo.

Pongamos un ejemplo: el Estudio de Usos demuestra un nulo interés, ni demanda alguna, sobre un aspecto de la cultura por parte de nuestra comunidad universitaria; sin embargo, las directrices de la institución marcan lo contrario.

La Universidad de Huelva dispone de un prestigioso Ciclo de Música Antigua, compuesto por cinco recitales y dos conferencias en dos meses y medio de programación. Sin embargo, según los cuatro estudios de usos realizados, el consumo de música antigua en la comunidad universitaria es prácticamente inexistente, ya que tendríamos que irnos a un sector muy determinado, el de los profesores de más de 65 años, para encontrar quien escucha habitualmente este tipo de música en un porcentaje que no puede denominarse marginal. Por situarnos, jarchas mozárabes, repertorio medieval del siglo X al XV… es la música que escuchan habitualmente menos del 2 % de la comunidad universitaria, y eso gracias a que el 10 % de estos profesores dicen escucharla a menudo.

Podríamos entonces hacernos la pregunta: ¿Estamos actuando correctamente con la programación de este tipo de ciclos? ¿Cuál es nuestra función, la de potenciar nuevos cauces de expresión, apostar por el vetusto modelo de cultura de elite ya consolidada, o simplemente de-

bemos dar a nuestro público objetivo lo que demanda?

La respuesta está cargada de matices y cada gestor puede dar la suya propia. Unos opinarán que hacemos bien en programar una música que no atrae aparentemente para nada a nuestra comunidad, aunque otros dirán que quizás esa propuesta sea excesiva. De los estudios se desprende que no existe demanda de este tipo de música. Cuando se pregunta qué actividad propondría para su realización, nadie propone de forma específica la música antigua. Pero la programamos.

Por tanto, este modelo es inevitablemente común, y es nuestro deber como gestores el hacer ver que no es del todo correcto. Si la dirección de un servicio de cultura impone una programación que no responde a los criterios antes mencionados, y no hacemos uso de los datos que de los estudios de usos se desprende, poco podemos hacer por justificar acciones futuras basadas en los mismos.

Lo ideal es que el programador use la herramienta, pero también que tenga claros los objetivos de la organización. Si tenemos que limpiar la casa y tenemos la aspiradora, pero nos obligan a no usarla y limpiar con una escoba, estamos fallando en el proceso, y los resultados tarde o temprano pasarán factura.

Lo ideal es que la dirección de un servicio sea consciente (a través del gestor cultural que maneja la información) de las evidencias que nos muestran los estudios, para no cometer errores, y actuar en consecuencia. Y, en muchos casos eso se resuelve dejando programar al profesional, que es lo menos habitual, pero lo más práctico la mayoría de las veces.

Pongamos otro ejemplo. El Ayuntamiento de una ciudad con campus, por ejemplo, Baeza, pide a la Universidad de Jaén que organice un festival de música al aire libre durante el verano. Les da igual el contenido, simplemente lanzan la idea para dinamizar las noches de verano… con un presupuesto que han reservado para ello.

Tan sólo con acudir al apartado de esta ciudad dentro del estudio correspondiente (Cuarto trabajo, Usos, Hábitos y Demandas culturales de las poblaciones con campus), podemos encontrar los siguientes datos a tener en cuenta:

- Rango de edad predominante. El 37,8 % tiene entre 30 y 49 años. Este dato te puede indicar que hay ciertos estilos musicales que pueden tener más aceptación que otros, y un detalle tan simple como saber que la mayoría del público puede permanecer de pie durante los mismos.

- Preferencias de audiencia televisiva. Un 85 % no se pierde el telediario y un 59 % lee a diario la prensa local. Por tanto, ¿convendría insertar un avance publicitario en la edición local de noticias de Canal Sur, por ejemplo, o en la sección provincia del Ideal de Jaén?

Otro dato más, no debemos programar el comienzo de los conciertos hasta bien acabado los

informativos, a eso de las 21:30 horas.

- Internet. El 78,7 % tiene Internet en casa, y el 81,5 % lee el correo electrónico a diario. ¿Cómo llegar hasta ellos si disponemos de una base de datos? Fácil en los tiempos que corren.

- Preferencias musicales. He aquí el dato más importante a priori. ¿Qué estilo programar? Según los datos, los espectáculos más frecuentes son los de pop/rock. ¿Será porque les gustan más o porque es lo más habitual de programar? Que el 96,5 % de la población no haya asistido nunca a un concierto de jazz puede obedecer a que no les haga ni pizca de gracia, o que simplemente nadie se atreva a programarlo. Quizás debiéramos probar… Volvemos así al dilema antes mencionado: ¿satisfacer o motivar?, ¿reacción o proacción?

De los datos que se extraen de cada estudio podemos hacernos una idea de si nuestras propuestas van a encontrar un receptor hostil, o por el contrario van a tener el seguimiento y apoyo de un público que disfrute de la misma. Como en la mayoría de las cosas, la información nos da poder.

Quizás se echa en falta si acaso un item más a los estudios, pues conocemos los usos que realizan de la cultura, los hábitos y las demandas, pero también nos gustaría conocer en mayor profundidad las preferencias. Por ejemplo, que solamente un 3,4 % de los encuestados manifieste que la música que escuchan es el jazz no quiere decir forzosamente que a los universitarios no les guste. Este tipo de música no es música de masas, ni se tiene la costumbre de escucharla diariamente. No por eso deja de interesar al público. Si nos quedamos con el frío dato del 3,4 %, quizás descartemos esta expresión musical en el ejemplo de la programación para Baeza, pero nos quedará la duda de saber si hemos desaprovechado una buena oportunidad para hacer disfrutar a los asistentes y hacer nuevos adeptos al jazz.

3. El Estudio de usos, hábitos y demandas aplicado a la Universidad de Huelva

La programación cultural de la Universidad de Huelva se basa en cuatro pilares fundamentales: música, artes escénicas, literatura y artes plásticas.

Actualmente tenemos un programa de música pop/rock independiente similar al que existe en Cádiz, Campus Rock. Los estudios de Usos han demostrado que un 56% de los alumnos de la Universidad de Huelva escuchan mayoritariamente, como hemos comentado antes, pop y rock, tanto nacional como internacional. De esa afición por la música popular contemporánea surge la presencia de un programa como nuestro Cantero Rock, que cumple con esa misión de ofrecer a la comunidad universitaria lo que demanda.

Sin embargo, la selección de grupos no se realiza de forma arbitraria. La elección de bandas y solistas denominados "independientes" implica que la mayoría son artistas que no circulan normalmente por los circuitos comerciales, o cuyas propuestas están cargadas de contenidos diferentes al simple entretenimiento. La respuesta del alumnado, que en un principio se mos-

tró reacio, es cada vez mejor, siendo ahora una pieza indiscutible de nuestra programación. Un vicerrector de Extensión, la primera vez que fue a un concierto de Cantero Rock me dijo al terminar: "*El concierto ha estado bien, pero sentado en la última fila, solo veía calvas*". El tiempo y la mejora de la comunicación de los conciertos ha subsanado esa ausencia de alumnos, que ahora son mayoría.

Otro tema distinto ocurre con los casos ya mencionados del jazz y las músicas minoritarias. Anualmente la Universidad de Huelva programa un ciclo de jazz y blues denominado Noctámbula. Cuando iniciamos el ciclo, en el año 2003, no sabíamos cómo iba a reaccionar nuestro público potencial. Aunque no existía el estudio cuantitativo que estamos estudiando, "suponíamos" que ni el jazz ni el blues eran la preferencia de nuestra comunidad universitaria. Sin embargo, el éxito fue rotundo, principalmente en gente de fuera de la universidad, que busca en nuestra propuesta rellenar el hueco que existe en la ciudad de Huelva. Bien, pensamos, hemos cubierto el aforo de las salas, pero, ¿dónde está nuestro público objetivo?

En el año 2006 salió el primer estudio de usos y demostró que el 3,3 % de los estudiantes escuchaba jazz como música diaria. El dato, que puede parecer insignificante, nos dio alas para seguir trabajando, y hoy podemos decir que en la edición de 2008 tuvimos más de un 50 % de asistencia de estudiantes a las sesiones de Noctámbula.

Con esto queremos decir que los datos sirven tanto para satisfacer la demanda cultural como para buscar filones en los que ofertar una determinada tendencia, poco a poco. Si los datos demuestran que ya funciona, se ofrece, y si no funciona pero merece la pena intentarlo, se hace, porque con el tiempo los porcentajes de afinidad seguramente suban. Parafraseando a los jesuitas que nos amenazaban con la regla en el colegio cuando pequeños: hay que sembrar para recoger. Y si no estamos por la labor de sembrar, los datos, al menos, nos sirven para corregir sin que nadie se de apenas cuenta.

El teatro es una disciplina artística íntimamente ligada a la tradición universitaria desde hace décadas. Sin embargo, no termina de despegar el interés por el mismo. De hecho, todavía un 50 % de los estudiantes universitarios andaluces muestran un interés nulo por el arte de Talía, y no pisa una sala nunca. A pesar de todo, las aulas de teatro siguen funcionando, año tras año. No hay ni una sola universidad que prescinda de ellas.

En la Universidad de Huelva antes programábamos teatro. No solo durante el Encuentro Anual de Teatro Universitario sino como una actividad más, con periodicidad mensual. Tuvimos que dejar de hacerlo, pues la actividad salía muy cara y la participación era escasa, excepto, claro está, cuando se programaba teatro local.

Los estudios nos demostraron que el interés por el teatro es bajo como espectador, pero sin embargo el alumno universitario, en un 24,5 % desea participar en una obra de teatro. Estas paradojas son las que te muestran estudios como este. La solución fue reducir la exhibición, y potenciar la formación teatral. Funcionó, tal y como predecía el estudio de usos.

4. A modo de conclusión

La gestión cultural vive en permanente evolución. Nosotros los gestores no podemos imponer nuestro concepto de acción cultural universitaria tal y como la concebimos en nuestra época de estudiantes. Aunque la media de edad de los técnicos andaluces es de alrededor de 40 años, y no hace tanto que abandonamos las aulas, es un hecho evidente que muchas cosas han cambiado en los intereses de la comunidad universitaria. No podemos simplemente exportar nuestro modelo, sino adaptarnos a una realidad cambiante, cuyo espejo lo podemos encontrar en estos estudios de usos, hábitos y demandas culturales que estamos estudiando.

La actualización de los mismos se hace tan necesaria como la consulta previa antes de iniciar ninguna acción nueva, para estudiar su viabilidad, su grado de posible aceptación, o para redefinir el target que debemos conseguir.

En una sociedad tan cambiante, en la que la información llega tan rápido, si no estamos permanentemente actualizados, corremos el riesgo de perder el tren.

NOTAS

1. Atero Burgos, Virtudes (et al.): *Usos, hábitos y demandas culturales de los jóvenes universitarios andaluces*: Observatorio Cultural del Proyecto Atalaya. Sevilla, Dirección General de Universidades, 2006.

Investigación cuantitativa y cualitativa

Los estudios de usos y motivaciones culturales por cantes de ida y vuelta

Pedro Jesús Luque Ramos, Antonio Palomo Monereo y Manuel Pulido Martos

AUTORES/AUTHORS:
Pedro Jesús Luque Ramos, Antonio Palomo Monereo y Manuel Pulido Martos.

ADSCRIPCIÓN PROFESIONAL/PROFESSIONAL POSTS:
Universidad de Jaén.

TÍTULO/TITLE:
Investigación cuantitativa y cualitativa: los estudios de usos y motivaciones culturales por cantes de ida y vuelta.
Quantitative and qualitative research: studies on cultural motivations and customs related to Latin American-influenced flamenco songs.

CORREO-E/E-MAIL:
pjluque@ujaen.es

RESUMEN/ABSTRACT:
Esta aportación se presenta como un nexo que vincula y da continuidad a las actividades de investigación relacionadas con diversos aspectos del comportamiento de consumo cultural universitario que se vienen realizando desde el Observatorio Cultural del Proyecto Atalaya. En concreto, los estudios revisados son los que se agrupan bajo la denominación genérica Proyecto USOS; así como, el que lleva por título *Estudio cualitativo de motivaciones culturales de los estudiantes universitarios*; que se encuentra actualmente en período de ejecución. Dada la complejidad inherente al comportamiento de consumo cultural y a las distintas facetas que pueden estar implicadas en el mismo, argumentamos en pro de la conveniencia de partir de metodologías cuantitativas y cualitativas que permitan enriquecer el conocimiento que se tiene del objeto de estudio.

This paper provides a link and continuity to research activities related to several behavioural aspects of university cultural consumption that have been carried out by the Cultural Observatory of the Atalaya Project. Specifically, the studies under review are those grouped under the generic denomination of Proyecto USOS, as well as the study entitled A Qualitative Study of the Cultural Motivations of University Students, which is currently underway. Given the inherent complexity of cultural consumption behaviour and the different facets that may be involved in it, the paper argues in favour of using quantitative and qualitative methodologies as springboards that enable the knowledge gleaned from the object of study to be enriched.

PALABRAS CLAVE/KEYWORDS:
Estadísticas culturales, indicadores culturales, planificación cultural.
Cultural statistics, cultural indicators, cultural planning.

En el presente artículo se describen los estudios que se vienen llevando a cabo desde el Observatorio Cultural del Proyecto Atalaya más directamente relacionados con ciertos aspectos relacionados con el consumo cultural: en concreto se alude al *Proyecto Usos, hábitos y demandas culturales*… (en adelante, *Proyecto USOS*; o, simplemente *USOS*) así como al *Proyecto estudio cualitativo de las motivaciones culturales de los estudiantes universitarios*. Ambos son concebidos como formando parte de un mismo proceso o línea de investigación.

Desde que se pusieron en marcha los distintos estudios concernientes a esta línea de investigación, las personas que, de una forma u otra, venimos participando en ella hemos tenido la oportunidad de disfrutar de múltiples retos derivados de tal puesta en marcha. Esos retos han sido de naturaleza diversa, pero hemos querido detenernos fundamentalmente en uno: el que tiene que ver con una de las necesidades expresadas en el texto del *Proyecto USOS*. Tal necesidad aparecía en el epígrafe "Idea Fuerza" del mencionado proyecto con el escueto, pero contundente, mensaje: "pasar de los indicios a las evidencias". Este reto, de algún modo, puede ser considerado como uno de los hilos conductores del conjunto de estudios de la línea de investigación; por ello es, precisamente, también el hilo conductor, a la par que leitmotiv, de la descripción de los estudios que aquí presentamos.

Para satisfacer la necesidad de pasar de los indicios a las evidencias, el Observatorio Cultural del Proyecto Atalaya ha formado un equipo multidisciplinar e interuniversitario. En tal equipo estamos personas de las diez universidades públicas de Andalucía, de otros organismos así como de empresas privadas. Nuestra formación académica es diversa, como diversa es también nuestra membresía a distintos sectores profesionales (personal docente e investigador, personal de administración y servicios, representantes universitarios del Proyecto Atalaya así como por profesionales externos a la universidad).

Puestos ya en antecedentes de quiénes somos y a dónde vamos, pasamos ya a describir el proceso de investigación en el que estamos involucrados. Como venimos diciendo la necesidad de partida era una, pero tratar de lograr alcanzar los objetivos derivados de la misma implicaría, al menos, recorrer dos caminos: el diseño y ejecución de estudios que se realizasen desde premisas propias de la metodología cuantitativa, por un lado; y, por otro, el diseño y ejecución de estudios que se realizasen desde premisas propias de la metodología cualitativa. Esos caminos tienen que ver con el reconocimiento de que los aspectos investigados en el *Proyecto USOS* y los investigados en el *Proyecto estudio cualitativo de las motivaciones culturales de los estudiantes universitarios* son de naturaleza diversa. En efecto, la naturaleza diferente de los objetos de estudio abordados desde las dos metodologías garantizaría, de otra parte, el enriquecimiento que se tiene del objeto de estudio. Además de obtenerse beneficios de las posibles complementariedades sobrevenidas del empleo combinado de ambas.

Exponemos, a continuación, algunos detalles que caracterizan o han caracterizado el trecho, dispar, recorrido en ambos caminos con el objeto de proporcionar, además, una breve pero esperamos que adecuada idea de la línea de investigación en su conjunto. Dado que los trabajos realizados con metodología cuantitativa han dado resultados que ya son públicos, en la presente exposición se presta mayor atención a lo relacionado con el estudio cualitativo; sir-

va, pues, esta aproximación también a modo de anticipo de los resultados de los estudios en ejecución. Por razones fundamentalmente de carácter "afectivo-emocional" detalladas en el último apartado de este artículo. A los caminos citados los hemos dado en llamar: "cantes de ida", haciendo alusión a los estudios realizados con metodología cuantitativa; y, "cantes de vuelta", en referencia a los estudios que se están desarrollando en la actualidad con metodología cualitativa.

Investigación cuantitativa, ya realizada ("cantes de ida")

El pasar de los indicios a las evidencias implicaba desde un primer momento que en los distintos sondeos del *Proyecto USOS* los esfuerzos se iban a dirigir fundamentalmente a acabar con la situación de vacío estadístico mencionada en la fundamentación de los mismos. En tal fundamentación se evidenciaba, asimismo, que el sector de la gestión cultural universitaria estaba ante una situación de ausencia de datos. Con el encargo, pues, de producir información sensible de interés para tales sistemas de gestión cultural se han acometido las distintas oleadas o sondeos del *Proyecto Usos*. De modo pormenorizado los mismos serían, enumerados en orden cronológico de realización: *Usos, hábitos y demandas culturales de los jóvenes universitarios andaluces; Usos, hábitos y demandas culturales de los profesores e investigadores universitarios andaluces; Usos, hábitos y demandas culturales del personal de administración y servicios de las universidades andaluzas*; y, por último, *Usos, hábitos y demandas culturales de los municipios andaluces con campus universitario*.

En el conjunto de todos ellos la demanda manifestada desde los sistemas de gestión marcaba como prioridad la perentoriedad de contar con datos o estadísticas que proporcionaran a tales sistemas un primer acopio de información que de algún modo pudiese ser reinterpretado, entre otras utilidades, en sus procesos cotidianos de toma de decisiones. En la obtención de tal información, dada la naturaleza del encargo descrito, lo más adecuado era partir de una metodología de carácter cuantitativo que, además, emplease como técnica fundamental de recogida de información el cuestionario.

En función de las características poblacionales diferenciales de cada una de las oleadas, el cuestionario de partida fue readaptándose. No obstante, el conjunto de los mismos quedaría estructurado en bloques similares. Para no hacer demasiado prolija esta exposición y dado que los distintos cuestionarios bases están ya publicados también, se enumeran con carácter ilustrativo aquí los bloques relativos al cuestionario empleado en el Sondeo PAS: 1) Datos sociodemográficos; 2) Hábitos de lectura; 3) Televisión y radio; 4) Ordenador e Internet (Nuevas Tecnologías); 5) Cine; 6) Música; 7) Teatro; 8) Actividades deportivas; 9) Otras actividades relacionadas con la cultura; 10) Ocio; 11) Gasto en cultura; 12) Artes escénicas; y, 13) Otros datos.

En tales bloques, de modo general, la temática planteada tiene que ver con diversos aspectos relacionados con el consumo cultural. En su mayor parte, la información solicitada y recogida era de clara naturaleza cuantitativa y hacía referencia, por ejemplo a: frecuencias de uso o de asistencia a eventos, lugares, convocatorias…; jerarquizaciones de preferencias; solicitudes de

información expresas para conocer posibles demandas de los encuestados relacionadas con los diversos productos culturales; tipologías de consumo con relación a prensa, radio televisión; o, géneros creativos más frecuentados, entre otros. En su conjunto los distintos, aunque similares, instrumentos empleados contenían en torno a 70 apartados. Se quiere llamar la atención, empero, sobre el hecho de que un buen número de tales ítems implicaban, a su vez, desarrollos de aspectos diversos que con frecuencia también eran numerosos. Por lo que, de hecho, puede considerarse que esos ítems estaban compuestos por múltiples ítems. Por otro lado, sin entrar a caracterizar a fondo las muestras sondeadas en las distintas oleadas, queremos destacar que en torno a 16 000 estaría el número total de personas encuestadas.

La cantidad, valorando aquí el volumen total de personas encuestadas o la amplitud de las cuestiones tratadas, entre otros elementos; así como la calidad, valorándose ahora la adecuación de los diseños muestrales utilizados o la ejecución satisfactoria de los distintos trabajos de campo, entre otros elementos; permiten que la mirada interpretativa sobre los resultados obtenidos pueda hacerse desde distintos y múltiples puntos de partida. Hasta el momento, y al ritmo en que se iban finalizando los distintos sondeos, las primeras aproximaciones a los resultados se han ido recogiendo en cuatro volúmenes publicados, en formato tradicional y en formato CD, con edición a cargo del Grupo Editorial Liberman, la Dirección General de Universidades de la Consejería de Innovación, Ciencia y Empresa de la Junta de Andalucía y el Servicio de Publicaciones de la Universidad de Cádiz. En la actualidad, además de en tales formatos, sendos volúmenes pueden consultarse en http://www.usosculturalesuniversidadesandaluzas.es/. En estas publicaciones los resultados obtenidos se han analizado de modo general, para el conjunto de la muestra de Andalucía; y, de modo pormenorizado y diferencial para cada una de las universidades o municipios estudiados. En ambos casos, los principales resultados hallados para cada uno de los bloques temáticos eran analizados fundamentalmente de manera "individualizada" para cada sondeo realizado; es decir, los análisis más frecuentes abarcaban exclusivamente los límites marcados para una muestra determinada, por ejemplo PDI; y, para una universidad determinada, por ejemplo la Universidad de Jaén.

Ahora, finalizadas ya la totalidad de las oleadas previstas, y más allá de esa primera explotación anteriormente descrita; se realiza la aproximación a los resultados contenida en este especial *USOS* publicado por *Periférica*. En esta otra "vuelta de tuerca", la explotación que se realiza tiene que ver con una perspectiva "transversal". Dicho de otro modo, se revisan los distintos bloques temáticos de modo que para el análisis de los mismo se tienen en cuenta ahora los datos obtenidos para cada bloque en los cuatros sondeos del *Proyecto USOS*.

Pero esto no se tiene por que acabar aquí con los análisis ya publicados. Con independencia de que en el seno del equipo de investigación se aborden análisis ulteriores, desde el Observatorio Cultural del Proyecto Atalaya se entiende que el proceso de explotación no terminaría tampoco ahí. Como ya quedaba recogido en el texto de los primeros borradores de *USOS*: "El estudio no finalizará con su publicación ya que puede llegar a convertirse en un banco de datos al servicio de la sociedad". Por ello se anima a investigadores, o a otros perfiles profesionales, a "explorar" y "metaexplorar" las distintas bases de datos resultantes del *Proyecto USOS*. Con esa intencionalidad el conjunto de las bases de datos generadas están disponibles en el

enlace ya citado, http://www.usosculturalesuniversidadesandaluzas.es/.

Investigación cualitativa, en desarrollo ("cantes de vuelta")

Dar satisfacción a la necesidad de "pasar de los indicios a la evidencia" implica recorrer, además del ya descrito, otro camino: abordar el comportamiento de consumo cultural desde premisas propias de la investigación cualitativa. En efecto, desde un principio los miembros del equipo de investigación, alentados por el Observatorio Cultural del Proyecto Atalaya, teníamos en mente la realización de este tipo de acercamientos. La necesidad del mismo quedó patente por una anécdota que se repitió, con ciertas variaciones, en el transcurso de la realización de los distintos trabajos de campo del *Proyecto USOS*.

Tal anécdota nos la hicieron llegar los encuestadores y la resumimos a continuación. Las personas encuestadas, transcurridos ya algunos minutos del proceso de entrevista, se derrumbaban. Y, por ejemplo, ante la formulación del punto *¿con qué frecuencia va al cine?* se tomaban una pausa mayor y más reflexiva. Ante la mirada expectante e intrigada del encuestador, tomaban aliento y comenzaban a hablar pero sin mencionar una mera cifra o adscribirse a un determinado intervalo de frecuencia, esto era lo que se les solicitaba habitualmente para dar cuenta de los objetivos del sondeo en cuestión. De modo que, insistimos; mirando a los ojos del encuestador, algunas de las personas que amablemente accedían a participar en el sondeo, iniciaban monólogos titubeantes. A continuación, a modo de ejemplo, ofrecemos dos recreaciones de lo referido por los encuestadores:

> Sabes, es que yo antes iba más al cine. Pero, sabes, desde que estudio fuera casi que, como no dispongo de mucho dinero, eh… eh… me administro. Pero no te creas, estoy al tanto; entre los colegas nos bajamos las pelis…

> "Al cine… ¿al cine dices? Con lo que me gustan a mí las buenas películas. Pero es que ahora no puedo. ¿Escuchas? Ya está el niño llorando… Y dónde está mi pareja, dónde… te preguntarás. Trabajando. Y lo más gracioso de todo sabes lo que es… Con las ganas que teníamos de ir juntos al cine, antes, cuando… eh… éramos novios. ¿Al cine? Pero si… es que yo… yo también trabajo. Eso sí, hay que ¡… con los turnos cambiados y, dime, quién ¿quién? se hace cargo de…

Con este modo quizás un poco heterodoxo de ilustración damos ya por sentado que las premisas asumidas por los miembros del equipo de investigación y de los responsables del Observatorio Cultural del Proyecto Atalaya, tienen que ver con "pasar de los indicios a las evidencias" partiendo también desde perspectivas metodológicas cualitativas que nos permitieran "escuchar" con algo más de calma lo que las personas, por ejemplo, valoran para finalmente participar, o no, en las actividades culturales.

Así que, formalizado el nuevo reto-encargo, en el equipo de investigación comenzamos en 2009, pues, a recorrer el camino que, entre otros, se iniciaba con el objetivo de indagar en las motivaciones subyacentes al comportamiento de consumo cultural. El objetivo de la investigación ganaba en dificultad. En efecto si decimos que la motivación de un modo genérico es de carácter complejo, poliédrico y subjetivo como es la de la motivación del comportamiento

de consumo cultural. Describimos, a continuación, las características básicas de este otro "camino-proyecto" que debíamos recorrer-ejecutar para tratar de llevar a buen puerto la encomienda, una vez más la reproducimos, de "pasar de los indicios a las evidencias". Para ello en primer lugar describimos lo fundamental del "encargo"; y, posteriormente, esbozamos las claves desde las que es reinterpretado tal encargo por nosotros, los miembros del equipo pertenecientes a la Universidad de Jaén.

Delimitando el nuevo encargo: 'Estudio cualitativo de motivaciones culturales de los estudiantes universitarios (Motivaciones que acercan la cultura a los jóvenes universitarios).Ya el propio título del proyecto pone en antecedentes de que nos "enfrentábamos" a una tarea de naturaleza distinta, pero complementaria, a la acometida en el *Proyecto USOS;* complementaria, por profundizar en otras facetas del comportamiento de consumo cultural, que las revisadas en *USOS*. Nuestro interés se centra ahora en las motivaciones de los universitarios para asistir, o no, a las actividades culturales. En efecto queremos conocer las motivaciones que hacen que las personas tomemos la decisión de no asistir, o sí, a una actividad cultural.

Como se indica en el propio título, la población objeto de análisis se circunscribe al colectivo de los estudiantes universitarios. Por su parte; los bloques temáticos a explorar son: 1) Teatro; 2) Cine; 3) Música; 4) Exposiciones de arte; 5 Danza; 6) Conferencias de divulgación; 7) Cursos de verano; 8) Actos literarios; y, 9) Premios y concursos. Respecto de tales bloques temáticos, en los resultados del estudio esperamos obtener información de aspectos relacionados con la motivación que presumiblemente tendrán que ver con gustos, accesibilidades, precios, presencia o ausencia de elementos sociales, naturaleza colectiva, o no, de las actividades, condiciones físicas o ambientales de los espacios destinados a las actividades… Pero además estaremos atentos a otros elementos no previstos que emerjan en el desarrollo de los grupos de discusión. En definitiva, previstos o no, esperamos encontrar elementos que puedan aportarnos, al menos, algunas claves que nos ayuden a comprender mejor por qué los jóvenes universitarios participan, o no, en las actividades culturales promovidas por las universidades andaluzas.

Poniendo en marcha el proyecto: Apuntes desde la Universidad de Jaén. El estudio cualitativo proyectado es concebido como un espacio de participación en el que los universitarios conversarán acerca de ciertos aspectos centrales relacionados con la motivación, o no, que subyace al hecho de participar o asistir a determinadas propuestas culturales ofertadas por la universidad. Con el fin exclusivo de ganar en claridad expositiva en la descripción que se hace a continuación del diseño del estudio, hemos considerado que tal diseño se articula en torno a: a) El método y las técnicas empleadas; b) Los participantes; c) El contenido; y, d) Los resultados.

a) *El método y las técnicas empleadas*. Para recoger la información de interés se realizarán cuatro grupos de discusión. La técnica del grupo de discusión permite una adecuada recepción de los discursos y repertorios interpretativos relacionados con cuestiones complejas como las que se abordan en la investigación presente. El clima social distendido en el que transcurrirán las sesiones se caracterizará por la "no directividad" en la conversación; pero, al mismo tiempo, por la necesidad de abordar el conjunto de los bloques temáticos considerados. El

contexto ideado ha de proporcionar una oportunidad inmejorable para que, en el transcurso de las interacciones entre los componentes de los distintos grupos de discusión, emerja información rica en matices y de interés para comprender mejor la realidad social e individual estudiada.

b) *Los participantes*. La participación en los grupos de discusión implica un primer paso de identificación e incorporación de personas que, por ejemplo, por su comportamiento exhibido en el pasado puedan aportar información estratégica sobre los temas tratados. En la elección e incorporación de los participantes será decisivo también el carácter de los mismos como "informantes clave" de segmentos sociales. En este sentido la elección de los mismos se basará en un proceso de "muestreo intencional". Con estas directrices fijadas para la conformación de los grupos de discusión se pretende, en cierto modo, asegurar en lo posible la presencia de las distintas afinidades poblacionales que puedan estar contenidas (campus, género, lugar de residencia habitual…) en los distintos segmentos preestablecidos. En este sentido resulta crucial para los objetivos del estudio contar con la presencia de la mayor cantidad posible de afinidades estudiantiles presentes en dichos segmentos.

Los grupos poblacionales, pactados en la formalización del encargo se configuran en función de dos ejes: alta o baja participación en las actividades de interés para el presente estudio y adscripción a unas u otras ramas de conocimiento de las consideradas por el Ministerio de Educación. De este modo, finalmente la segmentación de los cuatro grupos de discusión a realizar es la que sigue: 1) Estudiantes con alta participación en las actividades tratadas que pertenezcan a las ramas de conocimiento propias de Humanidades y Ciencias Sociales y Jurídicas; 2) Estudiantes con baja participación en las actividades tratadas que pertenezcan a las ramas de conocimiento propias de Humanidades y Ciencias Sociales y Jurídicas; 3) Estudiantes con alta participación en las actividades tratadas que pertenezcan a las ramas de conocimiento propias de Ciencias Experimentales, Ciencias de la Salud y Enseñanzas Técnicas; y, 4) Estudiantes con baja participación en las actividades tratadas que pertenezcan a las ramas de conocimiento propias de Ciencias Experimentales, Ciencias de la Salud y Enseñanzas Técnicas.

c) *El contenido*. Un determinado campus universitario puede venir caracterizado por elementos propios que pueden ayudar a una mejor comprensión de los bloques temáticos establecidos; sin embargo, tales elementos podrían mostrarse "inocuos" en la comprensión de dinámicas propias de otro campus. Los contenidos que emerjan en el transcurso de los grupos de discusión, aunque puedan ser en ciertos casos comunes, reflejarán la particular idiosincrasia de las distintas colectividades presentes en cada campus. Con este fin, los contenidos son propuestos a los estudiantes participantes en el estudio según un guión semiestructurado en el que los hitos más relevantes propios de cada uno de los bloques temáticos "corren de su cuenta". Es decir, se dejará suficiente margen para que se permita que las posibles diferencias derivadas las distintas particularidades pueda, en su caso, explicitarse. No obstante, en el guión previsto se recogen determinados aspectos relacionados con la motivación que, en el caso de no presentase de modo espontáneo en los discursos que emerjan, puedan finalmente ser indagados por el moderador de los grupos de discusión.

Se hace referencia ahora a las dos entrevistas que se tiene previsto realizar en la ejecución del estudio porque las mismas se relacionan precisamente con hacer un cierto pilotaje del guión.

d) *Los resultados*. La grabación en video digital de las sesiones facilita el proceso de codificación, análisis e interpretación de la información recogida. Dicho proceso de codificación, análisis e interpretación de la información vendrá, asimismo, facilitado por el uso del software de análisis cualitativo ATLAS.ti. Este programa simplifica la labor de segmentación de los documentos primarios, ayuda en la codificación o categorías en las que se incluyen los fragmentos de entrevista con características similares y permite la elaboración de informes que incluyen redes o gráficos con las relaciones entre los códigos resultantes. Además con el empleo del programa citado se ve facilitada la labor de organización, búsqueda y recuperación de la información; especialmente cuando se trabaja con un gran volumen de información como en el caso del estudio en desarrollo.

Al emplear este software, el análisis de los resultados vendrá orientado por las conceptualizaciones implícitas. De modo que el producto resultante de la realización del estudio contendrá tantas gráficas como bloques temáticos considerados. La interpretación de dichas gráficas, que contienen las distintas redes producidas, se hará en términos de los nodos o códigos así como de las líneas que conectan los códigos, puesto que las mismas representan las relaciones establecidas en el análisis.

Los estudios de *USOS* y "motivaciones culturales"

Apuntamos escuetamente tres reflexiones que pensamos pueden contribuir a una mejor caracterización de las investigaciones desarrolladas así como de ciertas premisas que orientan de modo general el desarrollo de las mismas.

Desde el Observatorio Cultural del Proyecto Atalaya, los estudios referenciados en este documento, se enmarcan en una concepción reactiva de cultura. Esto es, se ha de contar con público. En la fundamentación del *Proyecto USOS* se afirma: "Sin público los proyectos culturales carecen de sentido". Las derivas de esta concepción reactiva de cultura para los sistemas de gestión cultural universitaria son estratégicas; y, en buena medida, se relacionan con cuestiones concernientes al marketing. Cobra, pues, especial sentido las posiciones desde las que se asumen las diferencias entre marketing tradicional y marketing cultural. A su vez el reconocimiento de esas diferencias se habrá de relacionar con posiciones desde las que se sostiene que el consumo cultural es sustancialmente diferente de otros tipos de consumo. En este contexto contar con estudios como los aquí descritos que abordan específicamente comportamientos de consumo, o de no consumo, cultural así como las motivaciones para el comportamiento de consumo, o de no consumo; quedan revalorizados de cara al desarrollo de, entre otros, estrategias de mercado personalizadas para los sistemas de gestión cultural universitaria.

Desde luego sin poderse hablar de lo que se conoce como Investigación-Acción participativa, cabe mencionar cierto impacto, consecuencia del mero desarrollo del proceso de investigación, sobre la propia realidad estudiada. Los estudios llevados a cabo implican, en mayor o

menor medida, la implicación ciudadana; de esto no cabe duda. Pero, además parece haber señales de que el desarrollo del *Proyecto USOS* producía en algunos participantes cierto ejercicio de introspección-retrospección que iba más allá de un mero recuerdo de datos susceptible de ser acomodado en las alternativas de respuesta previstas. Dicho de otro modo, algunas personas encuestadas, debido a la propia naturaleza de las cuestiones planteadas; reconocían explícitamente que al hacer revisión de su comportamiento cultural reciente se producía cierta tensión cognitiva hacia la (re)revisión de los propios esquemas. Incluso tal (re)revisión podía llevar a la formulación de propuestas de cambio. Este hipotético cambio individual con el que especulamos ahora puede, siendo quizás algo pretenciosos, conllevar que se facilite el cambio cultural y ¿por qué no? el cambio social. Esto redundaría, aunque reconocemos que el mero hecho de investigar comportaría como mucho impactos levísimos, en lo recogido en la fundamentación del *Proyecto USOS*: "Las diez universidades del sistema universitario público andaluz estamos convencidas que del rompecabezas formado por las fotos de nuestras diez universidades puede surgir la radiografía certera de cómo somos, paso previo ineludible para ser mejores".

Hacemos de nuevo mención de los retos que nos proporciona la línea de investigación descrita. Queremos destacar uno que nos planteamos para el futuro y que a nosotros nos parece particularmente importante: evolucionar en la comunicación recíproca entre el equipo de investigación, en su conjunto; y los sistemas de gestión de las actividades culturales universitarias, en su conjunto. De ese modo se produciría un mejor ajuste demandas-investigaciones en el sentido de lo expresado el *Proyecto USOS*: "La orientación del trabajo ha estado marcada, para la elaboración de propuestas y actividades dirigidas a la satisfacción de necesidades de consumo de productos culturales, por la demanda de información de los técnicos de cultura de las universidades".

...por cantes de ida y vuelta

Para finalizar desvelamos las motivaciones que nos han llevado a titular nuestra aportación como lo hemos hecho. Es decir, ¿por qué por cantes de ida y vuelta? Pero antes de contestar a esa pregunta queremos formular otra y responderla ¿Por qué la metodología cuantitativa, la ida; y, la metodología cualitativa, la vuelta? El que lo cuantitativo sea la ida y lo cualitativo la vuelta tiene que ver exclusivamente con el desarrollo cronológico en el que se están desarrollando los estudios. Nada tiene que ver, pues, con la pregunta ¿qué fue primero?: ¿la gallina? ¿el huevo? Desistimos, por tanto de entrar en ¿debates? que tienen como fondo establecer si primero fue la gallina o lo fue el huevo. Es decir, desistimos de entrar en debates que tienen como fondo dar respuesta a ¿qué metodología debe utilizarse en primer lugar? ¿Es que, necesariamente deben emplearse ambas? y si es así ¿es que deben emplearse en un orden predeterminado e inamovible?

Ahora sí ¿por qué por cantes de ida y vuelta? En la elección del título convergen diversos motivos; o sea, *tocamos* diversos *palos*. Hemos querido hacer por tanto un guiño múltiple. En primer lugar a *Periférica*; por ser la ciudad que es, la ciudad en la que se publica. Vaya también por la Universidad de Cádiz y por su Servicio de Publicaciones: por comprometerse en el apo-

yo y publicación no sólo de *Periférica* sino también de lo realizado en el marco del *Proyecto USOS*. En segundo lugar, vaya el guiño al propio Observatorio Cultural del Proyecto Atalaya, coordinado por la Universidad Internación de Andalucía pero también, de nuevo, por la Universidad de Cádiz. En tercer lugar, vaya el guiño como muestra de hibridación entre ciencia y cultura; o, de otro modo, hemos querido evocar, al describir productos de marcado carácter académico como los estudios aquí descritos; con la esencia de una manifestación cultural a su vez hibridada como son los "cantes de ida y vuelta". En cuarto, y ya por último, vaya el guiño para la totalidad de los miembros del equipo del *Proyecto USOS*, para todos los que tienen algo que ver con el Observatorio Cultural del Proyecto Atalaya y, cómo no, para todos los miembros de los distintos sistemas de gestión de las actividades culturales de las diez universidades públicas de Andalucía. Este parte del guiño múltiple se relaciona con la ilusión para un futuro en el que los estudios emprendidos tengan continuidad y se consolide la estructura de investigación. Ello posibilitaría para estos trabajos atraer la esencia misma propia de los "cantes de ida y vuelta": la transformación continua, el mestizaje fruto de las "idas y vueltas" y un conocimiento cada vez más comprehensivo de las cuestiones que nos convocan. Pero más importante que todo esto, posibilitaría que pudiésemos seguir teniendo motivos y oportunidades para seguir en contacto la totalidad de las personas que estamos, de un modo u otro, recorriendo estos caminos de ida y vuelta.

El consumo de Cine y Teatro de los municipios andaluces con campus universitario

Jesús Sabariego

AUTOR/AUTHOR:
Jesús Sabariego.

ADSCRIPCIÓN PROFESIONAL/PROFESSIONAL POSTS:
Técnico del Vicerrectorado de Participación Social de la Universidad Pablo de Olavide.

TÍTULO/TITLE:
El consumo de Cine y Teatro de los municipios andaluces con campus universitario.
The consumption of film and theatre in Andalusian municipalities with university campuses.

CORREO-E/E-MAIL:
jsabar@upo.es

RESUMEN/ABSTRACT:
El presente artículo está basado en las conclusiones del trabajo "El consumo de cine y teatro", elaborado por Juan Miguel Gómez Espino, profesor de la Universidad Pablo de Olavide, que tuvo lugar en una de las sesiones del curso "Usos, hábitos y demandas culturales de los municipios andaluces con campus universitario", de la 60ª edición de los cursos de verano de la Universidad de Cádiz, el pasado 10 de julio de 2009. Se parte de la constatación de una necesidad en las actividades de extensión en las universidades andaluzas. A saber, la utilización de herramientas para conocer, reconocer y recoger las distintas realidades de dichas poblaciones. Sus hábitos, modos de vida, necesidades y demandas; así como los equipamientos y recursos de los que las propias universidades disponen.

This article is based on conclusions of the study The Consumption of Film and Theatre written by Juan Miguel Gómez Espino, a professor at Pablo de Olavide University, which took place during the July 10, 2009 session of the course entitled Cultural Demands, Habits and Customs of Andalusian Municipalities with University Campuses during the 60th season of summer courses at the University of Cadiz. The starting point is the discovery of a need in extension activities at Andalusian universities, i.e., the use of tools to ascertain, recognise, and cover the different situations in these municipalities: habits, ways of life, needs and demands, as well as the equipment and resources that the universities themselves have at their disposal.

PALABRAS CLAVE/KEYWORDS:
Cine en la universidad, teatro en la universidad, cultura en la universidad.
Film at universities, theatre at universities, culture at universities.

Introducción

Esta recensión se refiere a la presentación de las conclusiones del trabajo "El consumo de cine y teatro", sobre la síntesis elaborada por Juan Miguel Gómez Espino, profesor de la Universidad Pablo de Olavide, que tuvo lugar en una de las sesiones del curso "Usos, hábitos y demandas culturales de los municipios andaluces con campus universitario", de la 60ª edición de los cursos de verano de la Universidad de Cádiz, el pasado 10 de julio de 2009.

En este curso se presentaron las conclusiones arrojadas por la investigación sobre los usos, hábitos y demandas culturales de las poblaciones andaluzas en cuyos territorios se asientan campus universitarios, a través de una encuesta que se ha realizado simultáneamente en las diez universidades, en una ola anual, con el objetivo -entre otros- de conocer aquellas, para dotar a las instituciones universitarias de herramientas y recursos que orienten las políticas de extensión a la satisfacción de las mismas. La investigación la han desarrollado las universidades de Andalucía, participando la Universidad Pablo de Olavide a través del trabajo del mencionado profesor, junto a Inés Martínez Corts[1], también profesora de esta universidad, con la coordinación general de su Vicerrectorado de Participación Social, bajo responsabilidad de la Vicerrectora, la profesora doctora Rosalía Martínez García y la coordinación técnica de la Unidad de Promoción Social y Cultural.

La "idea fuerza" de esta investigación, como recoge la publicación que citamos al pie, parte de la constatación de una necesidad en las actividades de extensión en las universidades andaluzas[2]. Una idea que podemos relacionar con los profundos cambios que la tradicional concepción de la extensión universitaria viene sufriendo en los últimos años,[3] unida estrechamente a la exigencia de actualización de ésta por parte del proceso de convergencia europea del espacio universitario (el llamado *Plan Bolonia*), donde se pone meridianamente de manifiesto la importancia estratégica de la extensión para dicho proceso, como vía hacia la excelencia en la sociedad del conocimiento, a través de diferentes cuestiones como son las políticas de buenas prácticas, el compromiso social de las universidades, la transferencia social del conocimiento y la responsabilidad social de las universidades. Un proceso de convergencia y una actualización de los postulados, contenidos, objetivos y misión de la extensión universitaria que debe basarse y gestionarse, en la globalización; con la integración de escalas locales, regionales e internacionales en la sociedad-red; en una interacción participativa socialmente, con especial compromiso y atención a aquellos colectivos y personas excluidas o en riesgo de exclusión; con la riqueza, diversidad y heterogeneidad de territorios, poblaciones y municipios en los que "viven" y "son vividos" los campus de las universidades andaluzas, y de cuya "vida" forman parte aportando cultura, valores, proyectos, ideas… Codesarrollo en definitiva, lo que requiere herramientas para conocer, reconocer y recoger las distintas realidades de dichas poblaciones. Sus hábitos, modos de vida, necesidades y demandas; así como los equipamientos y recursos de los que las propias universidades disponen, y que en el caso del Proyecto Atalaya, establece un paradigma pionero en ese sentido.

Los usos y hábitos de consumo de cine y teatro

La presentación realizada en este curso contó con un alumnado mayoritariamente proveniente de los diferentes campus de la Universidad de Cádiz pero con amplia representación de los diferentes grados, planteándose una intervención abierta y participativa, tomando de partida la síntesis realizada por el profesor Juan Miguel Gómez Espino y los datos recogidos por la investigación de Atalaya, de cara a reunir propuestas y sugerencias del debate que éstos podían motivar, para incorporarlas a éste. Al final, en la mañana siguiente -sábado, 11 de julio- hubo una mesa sobre la necesidad de incorporar perspectivas metodológicas cualitativas en el futuro y trabajar con cuestiones específicas referidas a la específica configuración de los campus, la movilidad y el acceso a éstos, el reconocimiento, mediante créditos de la asistencia y/o participación a/en actividades culturales, etcétera.

Al comienzo de la presentación se abordaron las problemáticas metodológicas de la investigación, referidas a la recopilación y análisis del material y la documentación de carácter secundario; así como para la obtención de información de carácter primario. Todo ello se hizo gracias a la utilización de técnicas cuantitativas a través de la realización de entrevistas y un cuestionario estructurado con visitas personales en hogares con cuotas de género, grupos de edad y distrito (conforme a rutas que tengan en cuenta horarios y otros aspectos) de una duración de media hora a desarrollar en las poblaciones indicadas.

Cine

Los datos relativos al consumo de cine de la síntesis elaborada por Gómez Espino revelaban que, el cambio en los soportes audiovisuales y el desarrollo de las tecnologías en este terreno se traduce en un cambio en los hábitos y usos, ocupado ampliamente por el ámbito doméstico, con un descenso progresivo de las audiencias y la asistencia a las salas de cine, que ha aumentado exponencialmente en la última década paralelamente a la reducción del numero de éstas y el aumento de las multisalas o multicines o la aparición de multisalas en centros comerciales.

Simultáneamente a la manera de consumirlo, en relación al desarrollo de las nuevas tecnologías, el cine y su industria han sufrido una transformación que ha particularizado su tradicional universalidad, de los formatos, modos y patrones normalizados por la industria y una gran parte de la crítica se pasa a un modelo versátil, heterogéneo que permite la producción y difusión de contenidos audiovisuales a bajo coste y donde el rol tradicional de espectador ha pasado al de productor y realizador de contenidos. Ejemplos de ello son el éxito de webs de contenidos audiovisuales a la carta donde se pueden "colgar" desde capturas y clips ajenos a producción propia[4] o los festivales de formatos de cortometraje en internet[5].

Los resultados de la encuesta muestran que la asistencia al cine se relaciona con las siguientes variables: por un lado, la edad, ya que el público que asiste a las salas está compuesto en gran parte por jóvenes; por otro, las variables social y económica y la formación, siendo mayor el porcentaje de asistencia entre personas con más formación y recursos.

En las preferencias en cuanto al tipo de cine dominan claramente las producciones norteamericanas "hollywoodienses",[6] aunque el cine español tiene un eco importante entre la población universitaria, principalmente entre el alumnado.

Teatro

Del mismo modo, aunque con una mayor incidencia negativa en el saldo estadístico ofrecido por la investigación en relación al cine, la asistencia al teatro de la población de municipios con campus universitario ofrece menores resultados que entre la población universitaria, donde es mayor la asistencia entre el alumnado que entre otros sectores.

A pesar de ello, el teatro es una actividad valorada de forma muy positiva, principalmente entre el alumnado y el personal docente e investigador (PDI), aunque para el caso del teatro, a diferencia de lo que ocurría en el cine, el interés aumenta con el aumento de la variable edad.

La participación en actividades teatrales supone un dato de cierta relevancia entre la población joven -en torno al 15 %?, y, principalmente entre el alumnado universitario ?casi el 20 % de la población encuestada, aumentando hasta casi el 28 % aquellos a los que les gustaría participar en actividades teatrales.

Conclusiones

A lo largo de la misma se estableció un debate en el que surgieron algunas cuestiones importantes que quedan recogidas en esta recensión de manera sucinta a modo de guión de ideas para futuros encuentros:

Cine

- Reconversión de los sectores artístico-culturales (industrias culturales, masificación) aliada a los cambios en las tecnologías de la información (TIC) y la comunicación (desmaterialización de soportes y espacios, espacios virtuales on-line, etcétera).
- Crisis del sector y auge de la producción independiente y de la autoproducción, nuevos formatos…
- Variables estratégicas (edad, socio-culturales) y la prevalencia del cine de consumo masivo norteamericano.
- Oportunidad de las universidades, aliadas a las TIC, para la difusión y producción alternativa e independiente.

Teatro

- Crisis del sector y auge de la producción y salas de exhibición independiente, ligadas al teatro universitario.
- Variable estratégica (edad).

• Datos de participación en actividades teatrales propias muy destacados, por encima de la asistencia.
• Actividades teatrales muy bien puntuadas entre los/as universitarios/as.
• Al igual que en el cine, en el teatro las cifras de asistencia y participación son más positivas que las de la población en general de los municipios con universidad/es.

NOTAS

1. Cf. VVAA, *Usos, hábitos y demandas culturales de los municipios andaluces con campus universitario*, *Observatorio Cultural del Proyecto Atalaya*, Cádiz, Universidad de Cádiz, Servicio de Publicaciones, 2009. Los análisis de Gómez Espino y Martínez Corts se centraron en las poblaciones de los municipios de Alcalá de Guadaira y Dos Hermanas (Sevilla), territorios y poblaciones de estrecha vinculación con la Universidad Pablo de Olavide.
Existe también una versión en internet, que está disponible en: http://www.usosculturalesuniversidadesandaluzas.es/Usos%20POBLACIONES/Pag%20POB/Pag%20POB.htm, tomada el 18 de septiembre de 2009.

2. Textualmente, "Necesidad de pasar de los indicios a las evidencias". Cf. *Usos, hábitos*…, 2008, p. 9.

3. *Vid*. Declaración de Alicante de los Vicerrectorados de Extensión de las Universidades Españolas, adoptada por la Conferencia de Rectores de las Universidades de España (CRUE) en 2002, disponible en:
http://www.cervantesvirtual.com/servlet/SirveObras/05813950811326817610046/p0000001.htm, tomada el 18 de septiembre de 2009. Asimismo, la Declaración de La Rábida de Extensión Universitaria, de 2009. Disponible en: http://www.uca.es/web/actividades/atalaya/index_html, tomada el 18 de septiembre de 2009.

4. Uno de los ejemplos universales es "youtube". Disponible en www.youtube.com, tomado el 18 de septiembre de 2009.

5. En España, un ejemplo notable es el festival de cortometrajes en internet Notodofilmfest, que está en su séptima edición y recibe trabajos de corta duración de todo el mundo. Disponible en: http://www.notodofilmfest.com/, tomado el 18 de septiembre de 2009.

6. La propia industria de Hollywood se haya en un proceso de transición a la búsqueda de nuevos mercados y modos de producir más baratos. Ejemplo de ello es el reciente éxito de la oscarizada producción "Slumdog Millonaire", dirigida por Danny Boyle y producida en India -el mayor mercado nacional cinematográfico del mundo-, al estilo y con los medios de las producciones de Bollywood y las declaraciones de grandes productoras y realizadores de EEUU de trasladarse a aquel país para rodar sus próximas producciones.

Usos y hábitos de lectura en torno a la universidad en Andalucía

Clementina Rodríguez Legido

AUTORA/AUTHOR:
Clementina Rodríguez Legido.

ADSCRIPCIÓN PROFESIONAL/PROFESSIONAL POSTS:
Departamento de Sociología. Universidad de Sevilla.

TÍTULO/TITLE:
Usos y hábitos de lectura en torno a la universidad en Andalucía.
Reading customs and habits at Andalusian universities.

CORREO-E/E-MAIL:
legido@us.es

RESUMEN/ABSTRACT:
En este artículo se presentan los resultados obtenidos sobre usos y hábitos de lectura en las diez universidades andaluzas. Los estudios se han desarrollado entre los estudiantes, profesores, Personal de Administración y Servicios (PAS) y población de ciudades con campus universitario, entre los años 2005 y 2008.

This article presents the results obtained on reading customs and habits at ten Andalusian universities. The studies were conducted between 2005 and 2008 among students, professors, administrative and service staff (PAS) and the population in cities with university campuses.

PALABRAS CLAVE/KEYWORDS:
Conocimiento, edición en España, edición en Andalucía, barómetro de lectura.
Knowledge, publishing in Spain, publishing in Andalusia, reading barometer.

En este artículo se presentan los resultados obtenidos sobre usos y hábitos de lectura en una serie de estudios realizados en las diez universidades andaluzas; estos estudios han abarcado una perspectiva cultural más amplia, siendo la lectura uno de sus principales componentes. Los estudios se han desarrollado en cuatro colectivos vinculados, directa o indirectamente con las universidades de nuestra comunidad autónoma; estos colectivos han sido: estudiantes, profesores, Personal de Administración y Servicios (PAS) y población de ciudades con campus universitario. El primero comenzó en el año 2005 y el último finalizó en el 2008.

La lectura, desde sus múltiples perspectivas adquiere especial relevancia en el ámbito universitario, no sólo como herramienta para transmitir y elaborar conocimiento sino como portadora de una actitud vital que implica mantener la mente abierta, alerta y libre. Por todo ello, puede considerarse como una de las facetas más importantes del desarrollo intelectual del hombre; como señala José Antonio Millán[1], "permite no sólo la construcción del conocimiento sino también su comunicación".

La lectura debería abordarse desde una concepción más amplia que la interpretación del material impreso; la tecnología está modificando el soporte del lenguaje escrito y en consecuencia influirá sobre sus usos y modificará los hábitos lectores. De hecho, en la actualidad, la mayoría de la documentación es ya digital, desde las revistas científicas hasta las comunicaciones del mundo laboral y de la información, pasando por las normativas reguladoras de los órganos ejecutivos y de gestión, tanto públicos como privados. Sin olvidar la llegada al mercado de los denominados libros digitales.

España sigue estando en los lugares más bajos de lectura de los países de nuestro entorno[2] y aunque según datos de la Federación de Gremios de Editores de España (FGEE)[3] el incremento de ventas de libros ha sido un 10 % el pasado año, en nuestro país se sigue leyendo poco.

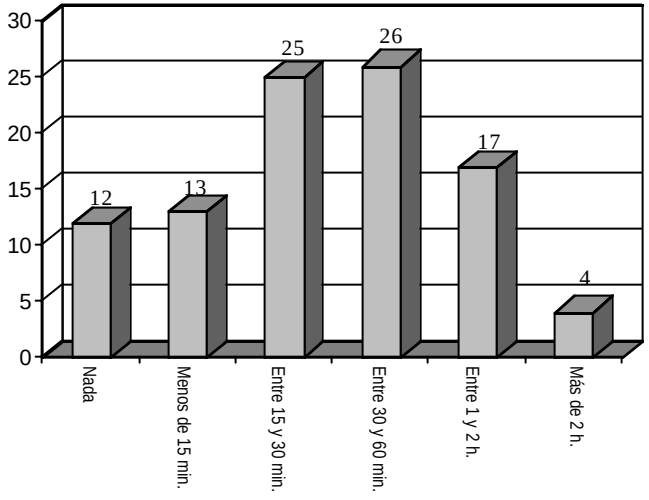
Los cuatro colectivos estudiados presentan, entre sí, una gran diversidad de hábitos en torno a la lectura; esta diversidad está ligada al tipo de actividad desarrollada. Por este motivo los datos se van a mostrar de manera independiente para cada uno de ellos. No obstante, una mirada general sobre el conjunto, indica que el colectivo con mayor interés por la lectura es el de los profesores. Si bien es cierto que este resultado es previsible, no lo es tanto el que los estudiantes tengan valores similares a los de la población general, los más bajos de los cuatro colectivos.

Los estudiantes universitarios de Andalucía lo que más leen es la prensa general, siendo los periódicos gratuitos los preferidos. Este tipo de lectura lo practican frecuentemente (al menos un día a la semana), cerca del 70 %. Además de la prensa, el 55 % se considera "lector frecuente" de libros no académicos. Sin embargo, es destacable que un 29 % de los estudiantes se encuentren en la categoría de los que leen menos de una vez al mes. Este dato debería llevarnos a una reflexión de cómo se está estimulando la lectura en la niñez y la adolescencia.

En el gráfico uno se muestra el tiempo que dedican los estudiantes a leer al día; como puede apreciarse, la representación ofrece una distribución normal (estadísticamente hablando) es

decir, la mayoría de los estudiantes leen entre 15 y 60 minutos; siendo escasos los valores extremos, esto es, los que leen nada o menos de 15 minutos y los que leen más de dos horas. De nuevo destaca el dato del 12 % que no dedica tiempo a leer algo no relacionado directamente con los estudios que realiza.

Gráfico 1
Tiempo (minutos al día) dedicado a leer, libros no académicos, entre los estudiantes universitarios andaluces (%)



Según datos del anteriormente citado informe europeo, Cultural Statistics (Eurostat), España es el país, del grupo de los ocho, que dedica menos cantidad de tiempo a leer diariamente. A la lectura, como actividad principal, dedican de media 15 minutos, seguida de Italia con 18, Francia con 23 o Alemania con 38; el país que más tiempo dedica es Finlandia con 46 minutos. Seguramente sería procedente hacer una reflexión sobre los resultados del Informe PISA[4] en la Educación Secundaria en Europa y la dedicación a la lectura; no debe ser casualidad que Finlandia obtenga los mejores resultados en conocimientos y España los peores (Andalucía, especialmente).

Por sexo, las mujeres dedican más tiempo a leer que los hombres. El 29 % de las universitarias andaluzas declara leer todos los días libros no académicos; en el caso de los varones este porcentaje es del 24 %.

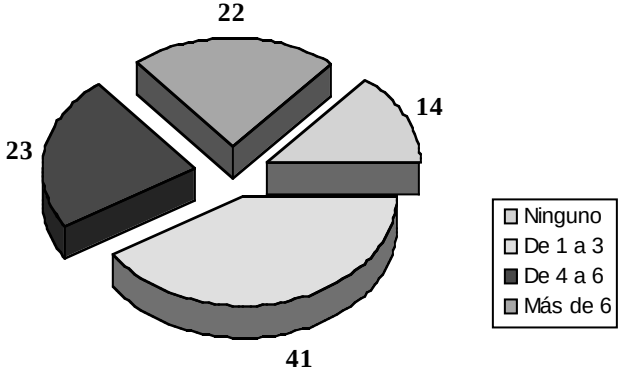
Acorde con el tiempo dedicado a la lectura se obtiene el número de libros leídos en el último año (Gráfico dos); la media es de 4,7 libros. Casi uno de cada cuatro estudiantes ha leído más de 6 libros al año y el 64 % ha leído, como mínimo, 4. De nuevo llama la atención que el 14 % no haya leído ninguno en el último año.

El número de libros leídos por los estudiantes universitarios de Andalucía es inferior a la media nacional; según el citado informe de la Federación de Gremios de Editores de España, la media para nuestro país es de 8,7 libros al año.

Los libros más leídos son los *superventas*, les siguen la novela histórica y la literatura española moderna. Las diferencias entre sexos son muy escasas.

Por lo que se refiere al colectivo de los profesores no es sorprendente encontrarse con que los valores de lectura más altos se concentran en el grupo de los que leen todos los días. En este caso lo que más leen son libros profesionales. Sin embargo, nos vamos a centrar en la lectura de los libros no profesionales, es decir los dedicados al ocio y entretenimiento.

Gráfico 2
Número de libros, no académicos, leídos al año entre los estudiantes universitarios andaluces (%)



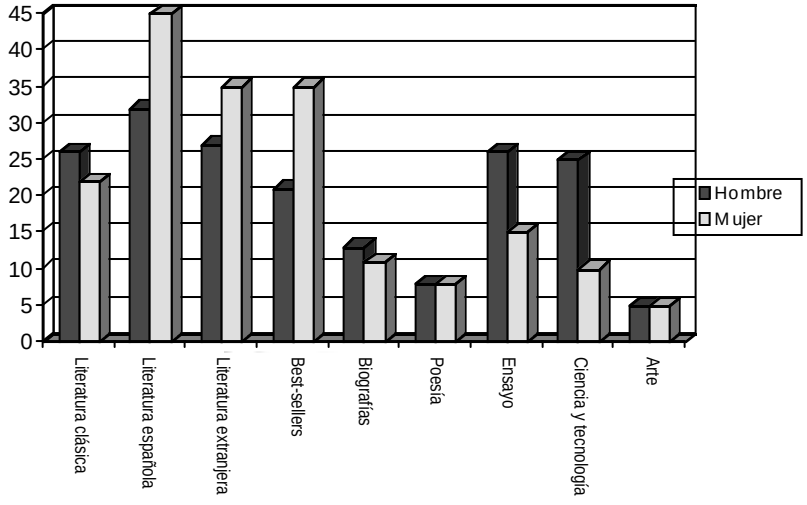
La media de libros leídos en el último año es, para los profesores de las universidades andaluzas, de 9,3 (libros no profesionales); en el caso de los libros profesionales el número asciende a 12,3.

El tiempo medio de lectura es de más de dos horas diarias. No se han observado diferencias importantes por sexo, aunque sí por edad: los profesores leen más (lectura no profesional) a partir de los 50 años. El que lean más a medida que aumenta la edad es una característica que se circunscribe a este colectivo, ya que tanto en el PAS como en población general, los que más leen son los que tienen entre 40 y 60 años.

También se observan diferencias según el área de conocimiento, de tal manera que los de humanidades leen más que los de enseñanzas técnicas.

El tipo de lectura, no profesional, elegido por los profesores se centra en la literatura, los *best-sellers*, el ensayo y la ciencia y tecnología. Sin embargo, existen importantes diferencias según el sexo; como puede observarse en el gráfico tres, las mujeres prefieren la literatura, tanto española como extranjera y los *best-seller*, y los hombres eligen la literatura, incluida la clásica, el ensayo y la ciencia y tecnología. Estos datos parecen indicar que las mujeres prefieren para su lectura no profesional, libros más desenfadados.

Gráfico 3
Libros (no profesionales) más leídos entre los profesores según sexo (%)



La influencia de la edad subraya la revalorización de lo clásico. El arte, la poesía, el ensayo, las biografías y la literatura clásica son las lecturas más apreciadas por los profesores de mayor edad.

La lectura de revistas no profesionales indica que la mayoría de ellos y de ambos sexos, eligen en primer lugar, los suplementos literarios de prensa y de viajes, luego las mujeres prefieren las del hogar, decoración y salud y belleza; y los hombres, las de informática y economía y las de finanzas. La estratificación por sexo pone de nuevo de relieve, los diferentes gustos y necesidades de entretenimiento de las mujeres y los varones; como en el caso de los libros, las mujeres seleccionan lecturas más ligeras. Este hecho, que se manifiesta en la sociedad con mayor contundencia, debe llevarnos a reflexionar sobre las diferencias de género aún en colectivos, como el de los profesores de universidad, en donde existe, no sólo una mayor homogeneidad en la formación y la actividad profesional sino un mayor acercamiento al mundo de la cultura.

Por edad, los profesores más jóvenes se interesan más por las publicaciones relacionadas con los viajes, la música, los ordenadores y los suplementos de juventud.

Sobre la lectura de prensa, señalar que la mayoría de ellos lo hacen todos los días y optan, en primer lugar, por *El País*, seguido de la prensa local, *El Mundo*, la prensa gratuita y el *ABC*.

El tercer colectivo que forma parte de estos estudios es el Personal de Administración y Servicios (PAS). En este caso, al igual que entre los estudiantes, los lectores más frecuentes son los de la prensa general; el 87 % la leen al menos uno o dos días a la semana. Prefieren, en primer lugar, la prensa local, seguida de la gratuita y de *El País* (50 %, 45 % y 42 %, respectivamente).

Por lo que se refiere a la lectura de libros no profesionales, más de la mitad (58 %) se considera lector frecuente (al menos un día a la semana); uno de cada cuatro no lee nunca o casi nunca.

Por lo que respecta al número de libros leídos en el último año, la media está en 6,3; el tiempo dedicado cada día es cerca de una hora (55 minutos). Cuando se estratifican estos datos por sexo se puede observar que no existen diferencias entre los hombres y las mujeres en cuanto al número de libros leídos. Sobre el tiempo dedicado a la lectura se ha de señalar que los hombres leen cinco minutos al día más que las mujeres.

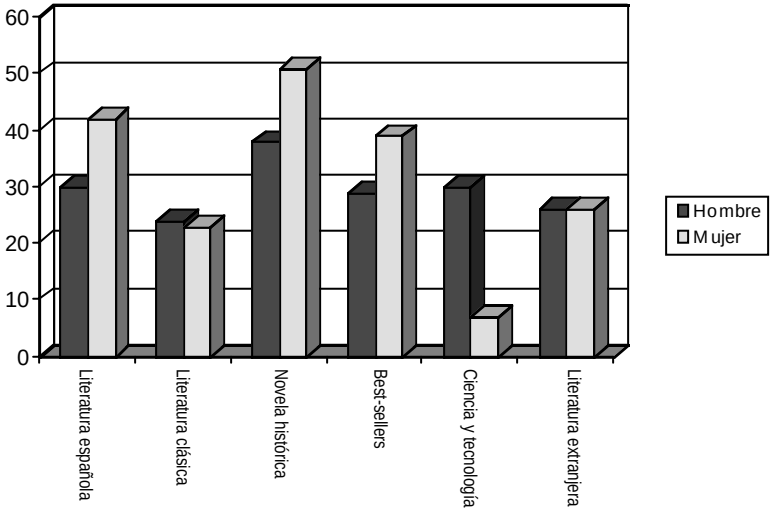
Por edad, los que menos leen son los más jóvenes: entre los menores de 35 años la media de libros leídos en el año baja a 5. Los que más leen son los comprendidos entre los 45 y 50 años (6,8).

El tipo de lectura no profesional preferida por este colectivo es, para las mujeres, la novela histórica, seguida de la literatura española y de los que pertenecen a listas de los más vendidos; para los hombres las preferencias son las mismas en los dos primeros puestos, pero en el tercero seleccionan libros de ciencia y tecnología (Gráfico 4).

La estratificación por edad indica que la novela histórica es la preferida por todas las edades y su preferencia va aumentando con la edad.

Sobre el tipo de revistas no profesionales, las más leídas son las de viajes, decoración, suplementos literarios, salud y belleza, naturaleza y corazón. Por sexo, apenas se aprecian diferencias en las de viajes, suplementos literarios y naturaleza; sin embargo, las diferencias son muy notables en las de decoración, salud y corazón. Estas últimas claramente preferidas por las mujeres. De nuevo se pone de manifiesto que las mujeres gustan, para su entretenimiento, lecturas más superficiales que los varones.

Gráfico 4
Libros (no profesionales) más leídos entre el PAS según sexo (%)



Y por último se presentan los datos sobre lectura del cuarto colectivo que ha formado parte de estos estudios, el de la población de ciudades con campus universitario; este colectivo es el más externo a la universidad pero se consideró importante conocer la influencia de las universidades en sus usos, hábitos y demandas culturales, y en este caso concreto en los vinculados a la lectura.

Lo que más se lee en Andalucía es la prensa general; más de la mitad de la población lo hace, al menos una vez a la semana. El tipo de prensa elegido es mayoritariamente prensa local, seguida de la gratuita y a cierta distancia se encuentra *El País*, seguido del *ABC* y de *El Mundo*.

En cuanto a los libros de entretenimiento cabe destacar que la población andaluza se divide en dos partes casi iguales: los que leen frecuentemente (desde todos los días hasta una vez a la semana) y los que no lo hacen nunca o casi nunca (44 % y 50 % respectivamente).

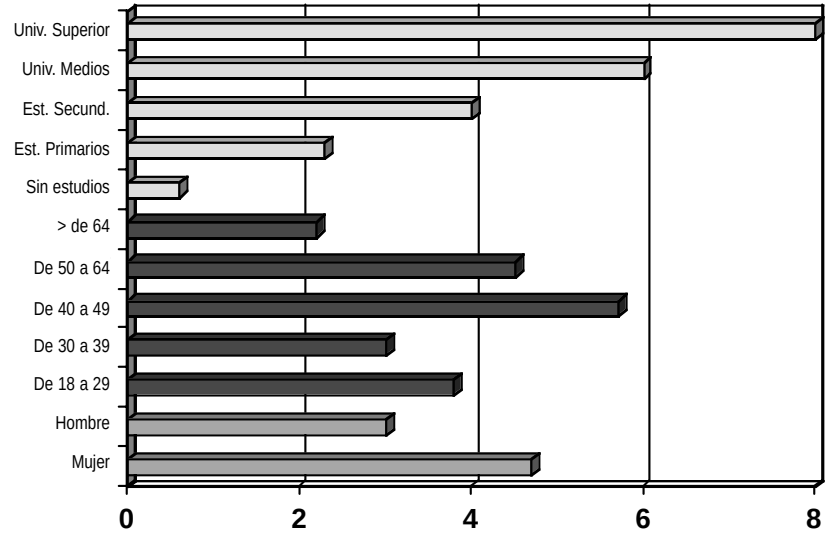
El número de libros, no profesionales, leídos en estas poblaciones es de 4,2 de media. Este dato es similar al obtenido entre los estudiantes e inferior al del PAS (dos libros menos al año) y al de los profesores (cinco libros menos al año).

En el quinto gráfico se muestra el número de libros leídos en el último año según el sexo, la edad y el nivel de estudios. Una primera visión del gráfico nos indica que las mujeres leen más que los hombres (4,5 y 3,8 respectivamente). Este dato también es coincidente con el obtenido a nivel nacional en el ya citado Barómetro de Hábitos de Lectura y Compra de Libros de la

Federación de Gremios de Editores de España (FGEE) (2008). Por grupos de edad, cuando más se lee es entre los 40 y los 50 años, con una media de 5,5 libros al año; el siguiente grupo más lector es el comprendido entre los 50 a 64 años con 4,8 libros. Estos dos grupos de edad se encuentran, pues, por encima de la media. Los que están por debajo de la media andaluza son los mayores de 64 años (3,1) y los menores de 30 (3,4). Este último dato no deja de ser preocupante teniendo en cuenta que las condiciones que favorecen el acercamiento a la cultura y a la lectura en particular, han mejorado notablemente en nuestro entorno; en consecuencia debería ser este sector de población el que presentara mayores índices de lectores.

En lo que respecta al nivel de estudios, cabe señalar que el número de libros leídos aumenta a medida que lo hace este nivel; de tal manera que los que más leen son los que tienen estudios universitarios superiores (10 libros al año) y los que menos, aquellos que no tienen estudios (0,6 libros al año). La media del conjunto de la ciudades universitarias coincide con los estudios secundarios (4 libros al año).

Gráfico 5
Número de libros leídos en el último año. Poblaciones con campus universitario.



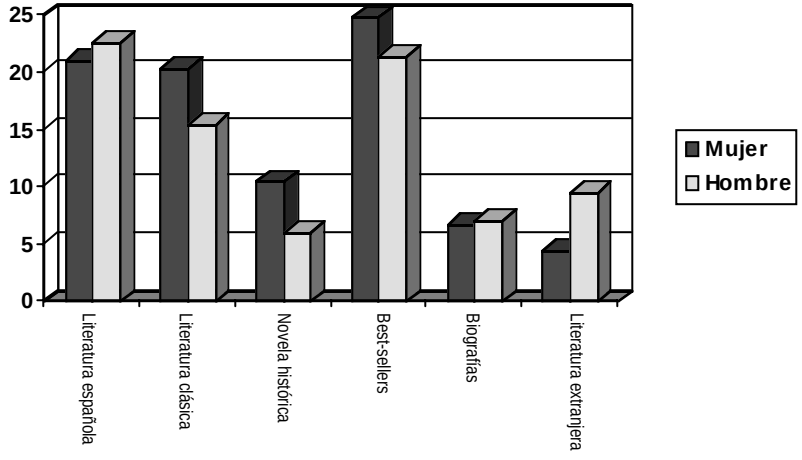
Cuando se estratifica el número de libros leídos según el nivel de ingresos también se encuentra relación; de tal manera que aquellos que más ganan son los que más leen; lo contrario también es cierto. Los que tienen unos ingresos comprendidos entre los 4.500 y 6.000 euros

leen una media de 9,6 libros al año y los que ganan menos de 1.200 euros, 3,2 libros.

En cuanto al tiempo dedicado a la lectura, en Andalucía se lee, de media, 47 minutos al día, cuatro minutos menos que la media nacional según la FGEE. Las mujeres dedican algo más de tiempo a leer que los hombres (48 frente a 45 minutos). Sin embargo, por grupos de edad, las diferencias son muy escasas. Por nivel de estudios vuelven a aparecer diferencias, de tal manera que se dedica más tiempo a leer a medida que aumenta el grado de estudios conseguido. Los que tienen estudios superiores dedican, de media, 77 minutos diarios; los que tienen menos estudios dedican 12.

En el gráfico número seis se muestran las preferencias de lectura no profesional según sexo.

Gráfico 6
Libros más leídos entre la población según sexo. (%)



El tipo de lectura preferido por la población de ciudades universitarias es por este orden, los *best-sellers*, la literatura española y la literatura clásica. En esta elección coinciden los hombres y las mujeres. Sin embargo, conviene destacar que son las mujeres las que, en mayor medida eligen los libros de gran divulgación, la literatura clásica y la novela histórica; los hombres, por el contrario, prefieren más la literatura española, y en menor medida, la extranjera. Por edad las diferencias encontradas son muy pequeñas.

Para terminar, es relevante indicar que las revistas no profesionales más leídas son las del corazón, mayoritariamente seguidas por las mujeres. A mucha distancia se encuentran los suplementos literarios, en este caso leídos por igual por hombres que por mujeres. Ya en lecturas más minoritarias, los hombres eligen más las revistas del automóvil, las de viajes, las de natu-

raleza y las de arte.

A modo de conclusión sería interesante hacerse eco de la reflexión de José Antonio Millán sobre la importancia de la lectura para la colectividad[5]: "*La sociedad, en su conjunto, tiene que defender la práctica de la lectura, porque nos jugamos, no sólo la pervivencia cultural sino la entrada en la sociedad del mañana*".

NOTAS

1. Millán, J. A. (2003). La lectura y la sociedad del conocimiento. La factoría. nº 19.

2. Eurostat (2007). Cultural statistics. European Comisión. Luxembourg.

3. Federación de Gremios de Editores de España (FGEE) (2008). Barómetro de hábitos de lectura y compra de libros. http://www.federacioneditores.org/0_Resources/Documentos/NP_Lectura_2008_v2.pdf

4. PISA 2006 (2007). Programa para la Evaluación Internacional de Alumnos de la OCDE. Ministerio de Educación y Ciencia. Madrid.

5. Millán J. A. (2003). La lectura y la sociedad del conocimiento. La factoría. nº 19.

EXPERIENCIAS

AUTORA/AUTHOR: Virginia Luque Gallegos.

TÍTULO/TITLE:
Córdoba como territorio y reto cultural. Luces y sombras.
Cordova as a territory and a cultural challenge. Lights and shadows.

CORREO-E/E-MAIL: viluguita@yahoo.es

RESUMEN/ABSTRACT:
Córdoba se enfrenta al reto europeo de la capitalidad cultural en el año 2016 como territorio de gran potencialidad de recursos, una importante y creciente inversión pública en los últimos años, y ante la paradoja de un débil y desarticulado tejido empresarial cultural, con perspectivas desalentadoras de crecimiento y consolidación. A través de un análisis del territorio desde los marcos determinantes de actuaciones, indicadores económicos y el contacto directo con emprendedores culturales mediante cuestionarios y entrevistas, se ha intentado radiografiar las posibilidades, oportunidades, necesidades y carencias del medio y los agentes que la constituyen.

Cabe preguntarse cuál va a ser el papel que agentes y emprendedores desempeñen a corto y medio plazo, una vez que la ciudad ha mejorado su fisonomía gracias a los incentivos que la han dotado de nuevos equipamientos, entornos urbanos y sobre todo, tras haberse esforzado en el logro de eventos reconocidos que la han hecho más competitiva culturalmente. A ello se une la disyuntiva de la financiación y funcionamiento de las nuevas infraestructuras ante un panorama donde la creciente fuga de inversores y de creadores hacia destinos profesional y económicamente más atractivos, configuran la realidad cotidiana ante la crisis financiera global.

Cordova is facing the European challenge of being a cultural city in 2016 as a territory with a great potential for resources, major and growing public investment in recent years and the paradox of a weak and disarticulated cultural business network with discouraging perspectives of growth and consolidation. Through an analysis of the territory based on determinant action frameworks, economic indicators and direct contact with cultural entrepreneurs through questionnaires and interviews, an attempt has been made to map the possibilities, opportunities, needs and deficiencies of the medium and the agents that constitute it.

It is worth wondering what role will be played by agents and entrepreneurs in the short and mid-term, after the city has improved its physiognomy thanks to incentives that have endowed it with new facilities and urban environments and above all, after the efforts made to achieve recognised events that have made it more culturally competitive. This is joined by the quandary of financing and the functioning of the new infrastructures in a scenario in which the growing drain-off of investors and creators towards more professionally and economically attractive destinations configures the everyday reality in the face of the global financial crisis.

PALABRAS CLAVE/KEYWORDS:
Recursos culturales, inversión pública, análisis del territorio, alternativas, emprendimiento cultural.
Cultural resources, public investment, territorial analysis, alternatives, cultural entrepreneurship.

Córdoba como territorio y reto cultural

Luces y sombras

Virginia Luque Gallegos

I. MARCO ADMINISTRATIVO
INVERSIONES PÚBLICAS Y TRANSFORMACIÓN URBANA

I.1. Antecedentes
Del Plan Urban Ribera a la Fundación Córdoba Ciudad Cultural

Desde hace menos de una década, Córdoba dio el salto a la modernidad a través de fuertes inversiones públicas materializadas en planes especiales, incentivos empresariales, restauraciones del patrimonio, creación y musealización de nuevos equipamientos en turismo cultural, así como una mejora infraestructural.

Si el tercer milenio se abría con el soterramiento de los terrenos de RENFE cosiendo ambos lados de la capital, la iniciativa comunitaria Urban financiada con FEDER logró reactivar urbanística y socioeconómicamente la Ribera: zona suroriental del casco histórico a fin de dignificar el espacio público reduciendo su marginalidad.

Al término del Plan Urban Ribera, el Plan de Excelencia Turística aportó a la ciudad más de cinco millones de euros entre los años 2001-2004. Enmarcado dentro del Plan Integral de Calidad Turística Española (2000-2006), a través de un convenio de colaboración entre el Ayuntamiento de Córdoba, la Consejería de Turismo y Deporte de la Junta de Andalucía, el Ministerio de Economía y la Confederación de Empresarios de Córdoba (CECO), persiguió la mejora competitiva de la ciudad como destino turístico cultural de primer orden.

Una partida presupuestaria se destinó al llamado turismo patrimonial reincidiendo en la restauración de inmuebles históricos, iluminación de monumentos, sistemas de señalización de bienes culturales, producción de itinerarios y adecentamiento del conjunto histórico. Y sobre todo, las

acciones repercutieron en la adjudicación de obras y servicios a empresas constructoras, productoras audiovisuales, compañías de teatro así como agencias de diseño local.

Durante dicho cuatrienio, la ciudad comenzaba además a redactar su II Plan Estratégico con la apostilla: La Estrategia Integrada. Córdoba 2010.

Formulado teniendo en cuenta la opinión de expertos y de ciudadanos alistados en foros de impulsión, sirvió como horizonte hacia la carrera a la capitalidad cultural europea en el año 2016.

La verdad es que si la mayor parte de estas estrategias no se han cumplido a pocos meses del horizonte 2010, lo cierto es que todos los esfuerzos del II Plan Estratégico se han centrado en la creación de la Fundación Córdoba, ciudad Cultural. Constituida por el Ayuntamiento de Córdoba, la Diputación Provincial de Córdoba, la Junta de Andalucía y la Universidad de Córdoba, ante el objeto general de desarrollar e impulsar manifestaciones culturales en la ciudad de Córdoba, y difundir la cultura de la ciudad en el mundo y especialmente en el ámbito de la Unión Europea, todavía queda por saber en qué medida las iniciativas empresariales y culturales de la ciudad pueden tener perspectivas de participación respecto a la carrera hacia el 2016 y su propia fundación.

I.2 El entorno del Río y el Sector Sur como nuevo espacio cultural de la ciudad

Las riberas del río Guadalquivir y el sector sur de la ciudad constituyen el eje urbano donde se concentrará la mayor parte de inversión urbanística y remodelación de áreas para uso cultural y labor social en los próximos años.

La orilla derecha del Guadalquivir constituye el cierre del antiguo recinto amurallado del sector meridional de Córdoba remontado a la época imperial romana.

Entre los años 2003-2009 la Consejería de Obras Públicas y Transportes ha establecido en el nexo: puente romano, puerta del puente, Calahorra y entornos, un plan de siete actuaciones que han permitido configurar el eje monumental sur de la ciudad frente a la orilla izquierda fluvial cuyos solares constituyen la ciudad del mañana.

Juan Cuenca, el prestigioso arquitecto del Equipo 57, ha buscado devolver a este emblemático enclave, su esplendor pasado además de activarlo cultural y turísticamente. En el solar anexo, junto a la puerta del puente emergerá el futuro Centro de recepción de visitantes, un emblemático edificio de nueva planta que albergará el centro de atención tu-

rística y la sede del Consorcio de Turismo.

El propio río también ocupa otro apartado de actuaciones en este caso procedentes del Ministerio de Medio Ambiente dentro del programa A.G.U.A. Actuaciones para la Gestión y Utilización del Agua.
Los diarios locales señalan un programa de interpretación del entorno fluvial denominado "Caminos del Guadalquivir" que persigue la recuperación de los molinos hidráulicos de su cauce, así como el acondicionamiento de deportes náuticos en una zona del río.

El nueve de septiembre de 2008 se ponía la primera piedra del futuro Centro de Creación Contemporánea de Córdoba, en el parque de Miraflores, margen izquierda del río como buque insignia de la vanguardia andaluza. El museo contará con una superficie de más de doce mil metros cuadrados con diferentes patios, en torno a una calle principal que, a modo de zoco árabe, dará paso a los diferentes talleres, laboratorios y espacios de producción e investigación.

Infografía de la fachada del Centro de Creación Contemporánea. C.4. Fuente. Consejería de Cultura.

Ha sido diseñado para albergar, soportar y fomentar las prácticas artísticas más contemporáneas en un contexto cultural cada vez más digital. Su arquitectura permitirá a productores, mediadores, programadores culturales, investigadores, artistas, activistas y teóricos reunirse, intercambiar ideas y participar en proyectos individuales o colectivos. Dispondrá de una mediateca-centro de documentación, auditorio, aulas, laboratorios audiovisuales y de hardware, talleres, un paseo interior y amplios espacios expositivos susceptibles de unirse entre sí hasta configurar una única gran sala de 900 metros cuadrados. Su puesta en marcha asimismo constituye uno de los principales del Plan Estratégico para la Cultura en Andalucía (PECA), que propiciado desde la Consejería de Cultura establece las líneas generales de actuación para el periodo 2008-2011.

Se trata una de las apuestas que desde 2001 han causado polémica en

la ciudad y que no termina por despegar. Un gran espacio multiusos ubicado en el meandro del Guadalquivir fue encargado a Rem Koolhaas, reputado arquitecto de cuyo estudio se han generado conocidos proyectos en Pekín, Seattle u Oporto.

Su propuesta consistía en un edificio de gran espectacularidad en la ribera izquierda del río que liberaba su meandro a modo de escenario. Destinado a centro de congresos, la potente inversión de casi doscientos millones de euros y las propias complejidades financieras de las empresas constructoras terminaron por demorar en casi una década el proyecto y modificarlo con respecto a la idea originaria.

Las últimas noticias atisban el horizonte de su licitación y ejecución definitiva en torno al 2012 con una inversión final de setenta millones de euros de los que más de la mitad serán aportados por el consistorio local.

El Palacio del Sur supone en la actualidad un nuevo proyecto que ha cambiado con respecto a la idea inicial en la que el palacio de congresos descarta la zona hotelera y comercial prevista, a cambio de incrementar la capacidad del auditorium hasta las dos mil localidades.

La orilla izquierda del Guadalquivir tiene su origen urbano desde hace más de medio siglo, cuando el Obispo Fray Albino creó una asociación benéfica en 1947 con el objetivo de proporcionar viviendas dignas a más de dieciséis mil familias que vivían en situaciones muy precarias. Barrio actualmente afectado por la marginalidad, altos índices de exclusión social, bajos niveles de renta y degradación urbana, el sector sur, próximo a la zona de expansión cultural en donde en poco tiempo se ubicará el Centro de Creación Contemporánea, Palacio del Sur y Museo de Bellas Artes ha sido beneficiado con un plan de fines sociales y culturales.

Tomando como referencia la cultura como motor de desarrollo económico y cohesión social, surge el Plan Urban Sur que se suma a la estrategia de ordenación territorial de considerar al Guadalquivir como elemento vertebrador de la ciudad histórica y nuevo desarrollo urbano con el adecentamiento y remozamiento de treinta y cinco espacios públicos y medidas de reactivación económica del barrio.

Veinte millones de euros aportados por los Fondos Europeos de Desarrollo Regional y el consistorio, no solo irán destinados a una mejora del entorno urbano y de las condiciones de residencia de sus habitantes sino que primarán estrategias de formación, incentivación comercial y social hasta el año 2013.

En referencia a la cultura, el programa estrella consiste en la creación de un centro multicultural para la formación y las artes que se ubicará

en la antigua escuela de magisterio. Dotado de una sala de exposiciones, auditorio, centro de formación y un taller de producción artística, dispondrá un vivero para la generación de empresas culturales actuando como centro de servicios de empresas culturales.

Aparte de la transformación del entorno del río, Córdoba verá además renovados varios equipamientos culturales en los próximos dos años. Así el Museo Arqueológico Provincial inaugurará sus obras de ampliación con una sala de acogida, nuevos espacios expositivos, talleres, una tienda y una biblioteca especializada, musealizando y señalizando los restos del teatro romano, fosilizados en el propio edificio.

La inauguración la sede institucional y Centro de Gestión Integral del Conjunto Arqueológico Madinat al-Zahra, supondrá también un incremento considerable de visitas.

Pensando no solo en la afluencia turística sino en la población local, la Gerencia de Urbanismo de Córdoba, mediante la financiación del fondo anticrisis de la Junta de Andalucía persigue convertir al templo romano en un aula abierta sobre el pasado imperial de la ciudad, a través de una pasarela que permitirá caminar por el yacimiento y comprender el sentido del espacio a través de un sistema de paneles didácticos. La sinagoga, será también objeto de musealización al haberse adquirido el inmueble anexo. Una vez finalizada la intervención arqueológica de dicho solar queda por hacer el plan director, suponiendo la redacción y la ejecución de la musealización del inmueble a través de la creación de un centro de interpretación.

II. ANÁLISIS DEL MEDIO

a) Nodo geográfico de posicionamiento y conexión

Córdoba, goza de una posición estratégica desde la antigüedad teniendo excelentes conexiones ferroviarias en alta velocidad y por carretera con el resto de España como nodo con otras capitales andaluzas, Madrid y Barcelona. Sin embargo, el transporte aéreo sigue siendo una deuda pendiente para la capital y la provincia.

La carencia de una terminal adecuada que prestigie un turismo cultural competitivo y de calidad, se convierte en un problema endémico que va restando valor a la ciudad de cara a la competitividad de destinos cercanos como Granada, Sevilla o Málaga, evitando la pernoctación de los visitantes.

b) Sexto destino de Turismo cultural del país

Córdoba ocupa el sexto lugar del turismo cultural en el país estando por

detrás de Madrid, Barcelona, Bilbao, Sevilla y Granada. Según estimaciones de la Consejería de Turismo a través de su Unidad Estadística, más de un millón de visitantes eligieron la provincia como destino vacacional en el año 2006 siendo en su mayoría españoles, andaluces, franceses y alemanes.

Pero para un futuro desarrollo coherente es necesario proceder a resumir el perfil de la oferta, delinear sus contornos y volúmenes y ofrecer un producto turístico claro y diferenciado respecto a las otras ciudades del mismo contexto geográfico-histórico.

Según los últimos datos del Observatorio Turístico en el año 2006 los monumentos de la capital han visto incrementar sus niveles de afluencia en un 4,76 por ciento destacando la Mezquita Catedral con más de un millón de visitantes anual, seguida de la Sinagoga y el Alcázar de los Reyes Cristianos.

c) Potencial patrimonial

En el ámbito del patrimonio tangible, Córdoba capital constituye indudablemente la fuerza motriz siendo su conjunto histórico declarado patrimonio histórico de la humanidad por la UNESCO desde 1994. Los principales instrumentos administrativos de protección como el Catálogo General de Patrimonio Histórico Andaluz a nivel autonómico y el Plan Especial de Protección del Conjunto Histórico incluyen un número importante de inmuebles protegidos con las siguientes categorías:

El Conjunto Histórico de Córdoba contiene 248 bienes patrimoniales protegidos de los que 86 son monumentos declarados o incoados BIC, 7 genéricos y 4 específicos en el Catálogo General del Patrimonio Histórico Andaluz.

A su vez 87 monumentos tienen la categoría AI y BI según el Plan Especial de Protección del Conjunto Histórico.

Si hiciéramos una subdivisión por tipologías patrimoniales donde abundan yacimientos, restos arqueológicos y vestigios de murallas, monumentos civiles, monumentos religiosos o espacios de singularidad histórica, la ribera occidental y la judería concentran el mayor número de negocios orientados al turismo por proximidad a la tríada Mezquita-Alcázar de los reyes Cristianos-Sinagoga.

Sin embargo los barrios de San Pedro, San Nicolás, San Pablo o San Miguel debido a la cercanía del centro urbano adquieren una connotación más comercial, administrativa de negocios y de abastecimiento.
En ellas se ubican la mayor parte de los equipamientos culturales de la ciudad: museos, teatros, centros de exposiciones y salas de arte, carac-

terizándose además de disponer de plazas, y espacios abiertos donde se desarrollan grandes eventos como el Festival de la Guitarra, Cosmopoética: Poetas del Mundo en Córdoba, Concurso Nacional de Arte Flamenco, Eutopía: Festival de la Creación Joven o la Noche Blanca del Flamenco.

El buen estado de salud que presentan la mayor parte de los bienes protegidos se debe no solo a la fuerte inversión autonómica y municipal en intervenciones, restauraciones y adecentamientos sino por la acción de los programas de las escuelas taller y casas de oficio que vienen operando desde la década de los noventa.

La mayor parte de los templos religiosos de la ciudad han sido cuidadosamente restaurados, más recientemente la iglesia de la Compañía, la ermita de la Alegría, la iglesia de San Agustín y la parroquia de San Lorenzo que con un presupuesto de un millón de euros retomaba su antiguo esplendor al recuperar uno de los conjuntos murales de pintura de estilo italogótico del siglo XV único en Andalucía.

El Patrimonio etnológico supone otro valor añadido al reforzar la identidad simbólica y social de la provincia. Oficios históricos como las artes de la joyería y el cuero se mantienen en la capital mientras que la tradición agraria del medio rural ha dejado múltiples edificaciones como molinos o cortijos relacionados la explotación olivarera, vinícola o la dehesa. Las fiestas y celebraciones tradicionales constituyen una referencia colectiva a la par que incrementa el número de visitantes. Este es el caso del mes de mayo con el Concurso de Cruces y el Festival de los Patios que suponen lleno absoluto en plazas hoteleras.

Para concluir la exposición acerca del patrimonio etnológico conviene no olvidar la pervivencia de las iniciativas económicas mantenidas a lo largo del tiempo. Así, la actividad forestal de Sierra Morena, incluye saberes en la posibilidad de explotación de sus recursos silvestres para uso farmacéutico, dietético o cosmético así como el aprovechamiento de recursos cinegéticos, la caza del ciervo o jabalí en zonas de monte. De igual manera, la actividad minera ha constituido una de las actividades tradicionales generando un patrimonio material así como un conjunto de saberes, técnicas y formas de vida.

Pese a los importantes avances que la ciudad ha ido obteniendo desde el punto de vista patrimonial y del turismo cultural, quedan desde nuestro punto de vista aspectos a considerar, pendientes de ser tenidos en cuenta:

1. Revitalización de bienes contemporáneos

Inmuebles, obras y vanguardias del siglo XX sitúan a Córdoba en un es-

pacio de interés eclipsado por su magnificencia romana y medieval. La minusvaloración hacia edificios y conjuntos de gran valor que hoy día todavía no cuentan con protección suficiente, deberían ser objeto de políticas específicas que supongan usos adecuados y una explotación sostenible que vertebre el territorio.

2. Coordinación administrativa

El patrimonio hibrida competencias de distintas administraciones en materia de protección, catalogación y difusión que no suelen coincidir en las mismas sinergias. La existencia de un organismo árbitro y regulador de dichas relaciones aligeraría el proceso administrativo a la vez que fomentara un dinamismo empresarial de las sociedades que concurrieran a concursos de proyectos.

3. Financiación limitada

Conservar y poner en valor gran parte del patrimonio requiere de inversiones elevadas mayormente procedentes de la administración. Se da por tanto la necesidad de atraer financiación privada desde el apoyo de las instituciones públicas con medidas fiscales y administrativas más ligeras.

4. Sistemas de interpretación patrimonial

Algunos bienes culturales todavía adolecen de sistemas de accesibilidad interpretativa adecuada habida cuenta de que no existe un único perfil de turista cultural y que sus exigencias son cada vez mayores. Esta situación debe hacer replantearnos la diversificación de herramientas de interpretación y la modernización de medios.

5. Recuperación del patrimonio viario

La provincia de Córdoba dispone de una red importante de caminos rurales y senderos naturales de gran trascendencia histórica: caminos medievales, redes ferroviarias, calzadas romanas, vías pecuarias, antiguas carreteras en desuso que deberían ser sometidas a un plan integral de conservación, recuperación y deslinde. Su aprovechamiento como itinerarios culturales de carácter verde, alternativo y ecológico supone una demanda cultural que con éxito se ha llevado a cabo en otras comunidades autónomas; caso de la Vía de la Plata, rutas de Don Quijote o el Camino de Santiago.

d) Valor social

Los cordobeses tienen una intensa vida social existiendo una importante tendencia al corporativismo y asociacionismo. Su participación en el

desarrollo del sector cultural puede resultar relevante siempre y cuando formen parte de una estructura organizativa y diseminada que suponga una catalización entre la administración pública, el cliente y la industria cultural. Conviene no olvidar que la provincia integra la mayor red de museos locales de Andalucía.

e) Sobrepeso de la gestión pública frente a la privada

La mayoría de las instituciones culturales de la provincia (fundaciones, empresas públicas, consorcios, áreas, asociaciones) son de propiedad y gestión públicas; de manera que el poder de decisión y ejecución reside en la administración municipal y provincial. El excesivo intervencionismo del consistorio local de la capital con una fuerte inversión en grandes eventos en la carrera hacia la capitalidad cultural de 2016 apenas da paso a la iniciativa privada a la que según algunos informantes "se le considera incluso como competidora".

Por tanto, hoy por hoy la iniciativa privada todavía es muy baja, estando desalentada por bajos niveles de rentabilidad y una falta general de confianza lo que limita el surgimiento de actividades que podrían ayudar a extender las infraestructuras y los proyectos culturales.

f) Nuevas fórmulas empresariales. Clusters culturales

La mayoría de nuestros entrevistados coinciden en que el desarrollo de la provincia y sobre todo de la capital estriba la consecución de planes específicos que tengan como centro y motor la propia cultura entendida en el sentido estricto del término y no de manera distorsionada.

Los parques industriales de servicios culturales suponen nuevas experiencias en el sector que aplican la teoría y práctica de los parques tecnológicos a fin de potenciar el desarrollo cultural y económico de un territorio. Para ello resulta necesario estimular y multiplicar el sistema productivo determinando qué empresas pueden abastecer las necesidades del cliente cultural o del turismo cultural (servicios culturales, artesanías, delicatessen, librerías, merchandising) y así incrementar el impacto positivo sobre el territorio.

g) Potencial creativo y fuga de capital humano

Un alto número de artistas, pintores, escritores viven y trabajan en Córdoba pero no han tenido la oportunidad de ser conocidos. Los creadores culturales, sobre todo en las artes plásticas, escénicas, audiovisuales están obligados a irse a otros lugares para ser reconocidos. Fugas de cerebros, personas jóvenes de alto nivel educativo hacia destinos económicamente más fortalecidos, dejan un vacío que va repercutiendo a medio plazo en el desarrollo cultural.

h) Mejora de la cualificación de los recursos humanos

Los empleados y empresarios del sector cultural requieren una cualificación continua y específica. De hecho, no se constata un reconocimiento de la profesionalidad en el sector cultural y los niveles de instrucción todavía no son bastante altos, un indicador que ampliamente han demostrado los estudios sobre prácticas culturales. Los profesionales han tenido que reciclarse o formarse en otras provincias españolas y otros centros europeos.

i) Desconocimiento provincial sobre las industrias culturales

A consecuencia de una falta de regulación y definición tanto del sector como de los subsectores apenas hay información estadística y económica específica ni instrumentos que permitan un sondeo de los indicadores culturales a nivel cultural por lo que se hace precisa la implantación de una cuenta satélite u observatorio cultural con el objetivo de llevar a cabo tareas de investigación sobre el mercado a nivel local y provincial.

j) Patrocinio y mecenazgo

Los empresarios culturales suelen coincidir en las dificultades financieras a las que ven sometidas sus actividades ante una dependencia crucial de clientela administrativa y de subvenciones públicas. Resulta pues apremiante hallar nuevas fuentes de financiación para reducir el esquema tradicional de dependencia hacia un único proveedor de fondos públicos cada vez menos disponible.

Por tanto, se hace necesario pensar en mecanismos de canalización de propuestas que permitan a las empresas culturales poder moverse con mayor eficacia, estableciendo relaciones duraderas y recíprocamente ventajosas con entes proveedores.

III. AGENTES Y EMPRENDEDORES CULTURALES EN LA PROVINCIA DE CÓRDOBA

A la hora de analizar el tejido empresarial de la cultura en la provincia de Córdoba resulta llamativa la escasez de estudios globales sobre el sector ante la abundancia de documentos y estudios sobre políticas de empleo y mercado de trabajo.

Por tanto se traslada a pequeña escala, la tendencia nacional y autonómica de la dispersión de datos estadísticos y específicos del sector cultural dificultando más si cabe nuestro objetivo principal.

Habiendo tenido noticia de que una consultora local efectuó un extenso análisis prospectivo de la industria creativo-cultural para el Proyecto

Lunar Córdoba en el año 2007, decidimos contactar con el organismo público responsable. Finalmente sólo nos pudo facilitar algunos datos numéricos y una clasificación por sectores.

De manera que, finalmente, se ha recurrido a las escasas fuentes precisas que disponemos, la entrevista de expertos y a la encuesta de una muestra de empresas vía telefónica o e-mail para contrastar, precisar o reafirmar no solo datos cuantificables sino cualificables que nos ayuden a diagnosticar las oportunidades, fortalezas, debilidades y amenazas de un sector emergente todavía débil, desarticulado y desuctructurado en un territorio de fuerte potencialidad de recursos y grandes inversiones que suelen recaer directamente en el medio y no tanto en el fomento empresarial.

Bien es sabido que la Consejería de Innovación Ciencia y Empresa puso en marcha el Proyecto Lunar: primer programa de apoyo integral a emprendedores de la industria creativo-cultural andaluza que ha permitido desarrollar una campaña para la captación de emprendedores que deseen abordar proyectos empresariales viables, implantando medidas de apoyo y servicios especializados.

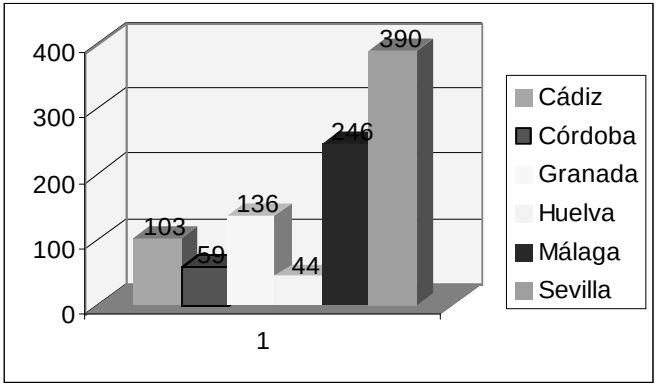


FIGURA 1. Número de iniciativas empresariales en el sector creativo-cultural adscritas al Proyecto Lunar hasta el primer trimestre de 2009. Distribución por provincias. Fuente. Fundación Red Andalucía Emprende. Elaboración propia.

Al año de su funcionamiento (2008), el Proyecto Lunar ha considerado viables técnicamente un total de ocho proyectos empresariales, en la provincia cordobesa impulsados por doce emprendedores.

El gráfico nos muestra a qué gran distancia se halla Córdoba con respecto a las cinco provincias restantes en cuanto a la presentación de iniciativas. Sevilla y Málaga, aún teniendo en cuenta las diferencias demográficas y el peso de la población joven, encabezan la lista.

A ellas le sigue Granada y después Cádiz, pero resulta llamativo que la provincia cordobesa ocupe el penúltimo lugar, lo que pone de manifiesto el escaso espíritu emprendedor de la misma.

La edad media de sus promotores ronda los 35 años, cuentan con experiencia previa en sus respectivos sectores de actividad y en su mayoría son licenciados en Bellas Artes, Geografía e Historia, Historia del Arte, etcétera.

Entre los nuevos proyectos se encuentra una compañía teatral que trabaja con risoterapia; una iniciativa para trasladar perfomance al espacio agrario; una compañía de teatro musical; una empresa para integrar el arte y la escultura en el diseño de mobiliario urbano y otra para sacar el arte a la calle sin necesidad de visitar los grandes espacios artísticos.

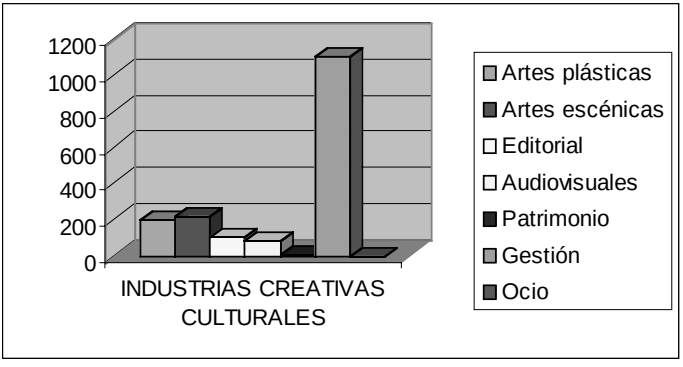


FIGURA 2. Número de empresas culturales en la Provincia de Córdoba. Fuente. Proyecto Lunar 2008. Fundación Red Andalucía Emprende. Elaboración propia.

Independientemente del apoyo a las nuevas empresas, el Proyecto Lunar, ha podido configurar, gracias al estudio de prospección realizado en el año 2007, una especie de mapa creativo de la ubicación de las empresas en la capital.

Puede deducirse que existe "un núcleo cultural o distrito creativo" en las áreas más potentes y de mayor atracción turística del conjunto histórico.

Se trata del eje Corredera-Compañía-Mezquita Catedral, donde se concentran noventa empresas culturales y cuarenta y cinco equipamientos de base creativo-cultural.

De igual modo, ha ejecutado un estudio prospectivo en la provincia a fin de localizar qué empresas se habían implantado anteriormente y a qué sector pertenecen.

Atendiendo a los resultados de la gráfica, facilitados por el Proyecto Lunar como datos de prospección de las industrias culturales de Córdoba, llama la atención el alto número de empresas relacionadas con la Gestión Global en relación de la Cultura: 1103. Le sigue y a gran distancia el sector de las Artes Escénicas con un cómputo de 220 sociedades. No olvidemos que la Escuela de Arte Dramático cordobesa tiene

especial prestigio a nivel nacional de cuyo seno han nacido actores y artistas que han fundado compañías en su mayoría teatrales como Uno Teatro, Mutis Producciones o Teatro Avanti.

Poca diferencia existe entre el número de empresas de artes escénicas con respecto a las Artes Plásticas y de Diseño. A pesar de las vicisitudes de este sector, las galerías del arte y el potencial creativo de la provincia siguen abriendo brecha hallando mercados.

El libro no pasa precisamente por un momento demasiado propicio a pesar del respaldo de las subvenciones públicas. Ciento tres editoriales cordobesas constituyen una cifra moderada en una época en las que las fórmulas de fusión parecen la solución más apropiada para su supervivencia. Este es el caso de la gran editorial de la provincia o incluso una de las más relevantes de Andalucía: Almuzara que terminó aglutinando a otros sellos como Berenice, Tecnobook o Arcopress.

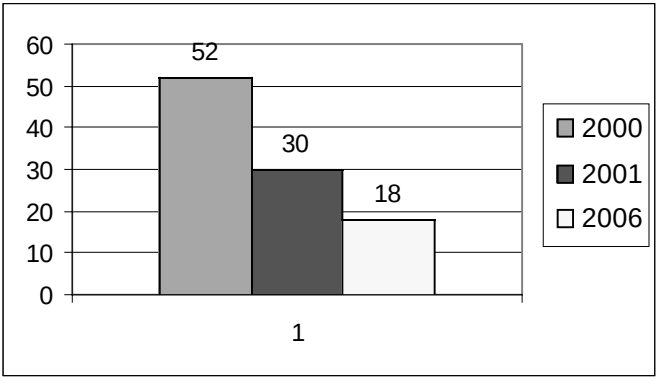


FIGURA 3. Relación entre porcentaje de empresas culturales en la provincia de Córdoba y año de creación. Fuente: Proyecto Lunar 2008. Fundación Red Andalucía Emprende. Elaboración propia.

El sector audiovisual con ochenta y cuatro empresas, dispone de una cifra considerable teniendo en cuenta que la concentración de este sector suele ubicarse en las cercanías de los dos núcleos geográficos informativos de Andalucía, (Sevilla y Málaga). Conviene destacar el esfuerzo y respaldo institucional local y provincial a la animación audiovisual con la asociación Animacor que nace con el objetivo de iniciar, impulsar y desarrollar dicha industria en Córdoba y Andalucía.

Solo doce empresas relacionadas con el patrimonio tienen su sitio paradójicamente en la provincia cuya capital goza del reconocimiento de Patrimonio de la Humanidad por la UNESCO. La mayoría de ellas se dedican a la actividad arqueológica y restauración como Arqueoterra o Arqueoqurtuba, sometidas actualmente a un proceso de mayor recesión ante el parón de la fiebre del ladrillo. La mayoría de las empresas suelen ser de reciente creación coincidiendo con la bonanza económica de la última década. De manera que si un 52 % fueron creadas antes del año 2000, un 30 % lo hicieron en el año 2001 reduciéndose

casi a la mitad las surgidas en el año 2006.

Por lo que respecta al turismo cultural un 31,1 % se constituyeron entre 1999 y 2004 mientras que las sociedades más antiguas que tienen más de diez años engloban el 60 %.

La forma jurídica predominante de la industria cultural provincial es la sociedad (76 %) frente a un 23 % de empresas unipersonales destacando los hombres frente a las mujeres en su liderazgo como directores, encargados o administradores generales.

En cuanto a la formación académica hay escasez de titulados superiores y especializados, ya que según datos facilitados por el Proyecto Lunar, el sector cultural-creativo de la provincia está en manos de empresarios que no suelen tener estudios universitarios.

Solo un 13 % si gozan de una titulación oficial universitaria, cifra que suele contrastar con la información existente en el subsector del turismo cultural. En este caso la formación académica de estos empresarios es elevada, un 76 %.

En cuanto a la pregunta de qué si Córdoba es un lugar para invertir en la cultura, la mayoría de los encuestados suele responder afirmativamente a pesar de los inconvenientes a los que se enfrentan los empresarios culturales:

> La cultura por sí misma ?nos dice uno de nuestros informantes- es un sector complejo donde no hay que mirar rentabilidad a medio plazo, ni siquiera a largo plazo porque requiere dosis de optimismo, dedicación y buena voluntad ya que a simple vista tradicionalmente no ha sido considerada un sector donde invertir...
>
> La provincia y la capital son espacios complicados para invertir pero ofrecen indudablemente oportunidades de trabajo, creación. No suele haber conocimiento de incentivos y ayudas y para invertir hace falta valentía y capacidad de riesgo…
>
> Emprender en cultura en Córdoba requiere sobredosis de optimismo y cierto grado de valentía y fortaleza -concluye un empresario-. La provincia dispone de infinidad de recursos pero se necesita capacidad financiera y sobre todo de conciencia. El problema estriba en que la administración pública y la sociedad no entiende todavía qué es un emprendedor cultural. Existe un intervencionismo público y masivo local de la cultura que no da tregua a la iniciativa privada y que incluso la ve como una competidora o usurpadora del tejido.

En cuanto a las adversidades que los emprendedores culturales se en-

cuentran, destaca la escasa financiación de ayudas al sector y la demora de pagos procedentes de empresas o clientes públicos. Si la crisis financiera internacional ha hecho mella en el subsector patrimonial arqueológico, no ha afectado tan de lleno en el turismo cultural, si bien algunas sociedades de artes escénicas de la provincia se han visto obligadas a cerrar:

> La recesión obliga a demoras de pagos importantes por parte de los proveedores y las constructoras -comenta un informante cuya empresa arqueológica sufre los embates del momento-. La situación de recesión ha obligado a minimizar costes por lo que hemos tenido que llegar a cerrar la otra delegación de la empresa con sede en Sevilla y proceder al despido de una nueva contratación orientada a la documentación arqueológica y la difusión…

> El problema que presenta la industria cultural no se basa únicamente en la insuficiencia financiera sino en la rentabilidad de la actividad que se emprenda. Si no es rentable el negocio, a corto o medio plazo, no tiene sentido la inversión. ¿Quién se atreve a invertir en alguna actividad o servicio que no tenga suficiente demanda y demasiada oferta?

> Algunas administraciones no han determinado medidas eficaces en la gestión y distribución de ayudas europeas para generar riqueza. Se han desaprovechado grandes oportunidades que podían haber incidido en el fortalecimiento, dinamismo y consolidación del sector.

Nuestros informantes también reflexionan sobre soluciones de mejora y fortaleza de la industrial cultural. Hay quienes consideran el fomento de la cultura emprendedora en los planes educativos una contribución primordial en la generación de futuros empresarios. En poco tiempo la sociedad exigirá disponer una visión anticipadora en todo sector productivo ante los desafíos de la competitividad de manera que la mejora de instrumentos en la comunicación interinstitucional y la creación de un nuevo engranaje que respalde al emprendedor cultural se atisba como uno de los principales retos a los que la cultura y la ciudad tendrán que enfrentarse.

IV. CONCLUSIONES

A modo de diagnóstico, fruto del análisis abordado en el marco de las inversiones, el estudio del territorio como continente y contenido cultural, los indicadores facilitados y el contacto con una muestra de agentes y emprendedores de la provincia, se deduce lo siguiente:

- Córdoba es un territorio cultural con recursos aún por explorar pero dominado por una dependencia excesiva de la iniciativa pública.

La atomización en la gestión de competencias, requiere la necesidad de nuevos modelos arbitrarios que coordinen, fomenten y dinamicen el tejido productivo cultural.

• El incremento de los niveles de afluencia turística en un 4,76 por ciento con más de un millón de visitantes anuales responde no solo a su atractivo patrimonial, buena imagen y servicios de calidad sino a la fuerte inversión pública en intervenciones, planificaciones, restauraciones y adecentamientos. Dichos beneficios repercuten no tan directamente en sectores culturales sino en áreas transversales como empresas turísticas y hosteleras. Córdoba también ha sabido generar branding bajo el lema de la interculturalidad y la convivencia convertido en paradigma internacional en las relaciones con el mundo árabe y reforzado recientemente con el discurso de Obama en el Cairo.

• La excesiva subordinación de las subvenciones y clientelas públicas por parte de los emprendedores culturales invita a pensar en nuevas fuentes de financiación ante una visión todavía endogámica, anquilosada y poco innovadora de la cultura como fuente de empresarial de empleo y riqueza. La escasa participación a las convocatorias de fondos europeos existentes (25 %) tanto a nivel público como privado para financiar actuaciones diversas, denota el bajo grado de aprovechamiento de los recursos comunitarios.

• Apoyo institucional reciente hacia el emprendimiento cultural a través de iniciativas como el Proyecto Lunar y el CADE (Centro Andaluz de Desarrollo Empresarial) con el objetivo de fomentar la creación de sociedades a través de planes de viabilidad, formación, seguimiento y sistemas de preincubación e incubación de empresas. Sin embargo deben plantearse nuevos modelos o mecanismos que permitan a las empresas culturales respaldo para poder moverse con mayor eficacia, estableciendo relaciones ventajosas con proveedores mejorando su autonomía. A su vez, podrían estudiarse fórmulas de mejora de instrumentos en la comunicación interinstitucional con el empresariado cultural hallando sinergias que rompan con la habitual tendencia endogámica.

• La creciente fuga de potencial creativo e intelectual hacia destinos con mayores y mejores condiciones profesionales pone de manifiesto la temporalidad de la actividad empresarial cultural con un tejido en la provincia todavía indefinido, desestructurado y desarticulado.

Aunque la crisis financiera ha hecho mella en empresas de restauración, arqueología y en algunas compañías teatrales, no ha incidido con tanta virulencia en las artes plásticas ni el turismo cultural.

Son las artes audiovisuales y el diseño las que presentan mayores perspectivas de futuro.

Córdoba, 2 de Octubre de 2009.

BIBLIOGRAFÍA

ARNÁIZ DE LAS REVILLAS GARCÍA, A. (2007) "Empleo y cultura". I Jornadas de Industrias Culturales en Andalucía. Pág. 127-148. Sevilla. Junta de Andalucía, Consejería de Cultura.

AYUNTAMIENTO DE CÓRDOBA. (2002). Córdoba Tercer Milenio : 2º Plan Estratégico de Córdoba. Córdoba. Oficina de Proyectos Estratégicos.
(2006). Informe Sobre Los Equipamientos Culturales de Córdoba. Córdoba. Puntoreklamo.

BONET I AGUSTÍ, L. (2005) "Luces y sombras del patrimonio cultural como yacimiento de empleo". Boletín del Instituto Andaluz del Patrimonio Histórico, nº 54, Pág. 37-57.

CONSEJERÍA DE CULTURA (2007). Plan Estratégico de la Cultura en Andalucía. [en línea] [Fecha de consulta: 22/06/2009]
http://www.juntadeandalucia.es/cultura/peca/publico/index.jsp

CONSEJERÍA DE EMPLEO-FUNDACIÓN ANDALUZA FONDO DE FORMACIÓN Y EMPLEO. (2007). Caracterización General de la Industria Cultural en Andalucía. Sevilla.

CONSEJERÍA DE INNOVACIÓN, CIENCIA Y EMPRESA (2007). Proyecto Lunar. [en línea] [Fecha de consulta: 20/06/2009]
http://www.proyectolunar.com/proyectolunar/

ESECA. Sociedad de Estudios Económicos de Andalucía, S.A. (2004). Estudio de necesidades laborales del tejido empresarial de la ciudad de Córdoba, Ayuntamiento de Córdoba.

ESECA. Sociedad de Estudios Economicos de Andalucía, S.A. (2007). Observatorio Turístico de Córdoba, Córdoba. Ayuntamiento de Córdoba.

ETXEBARRÍA ETXEITA, M. (2000). "Gestión Cultural Pública. Entrando en el nuevo Milenio". Revista Periférica. Nº 1. Pág 43-63. Cádiz. Ed. Vicerrectorado de Extensión Universitaria. Universidad de Cádiz.

GEFRÉ, X. (2005) "El empleo y las profesiones del patrimonio en Europa". PH Boletín del Instituto Andaluz del Patrimonio Histórico, Nº54, p. 87-95.

GÓMEZ DE LA IGLESIA, R. (2000) "Empresa y gestión cultural: Una pareja de hecho". Revista Periférica. Nº 1. Pág. 64-76. Ed. Vicerrectorado de Extensión Universitaria. Universidad de Cádiz.

GONZÁLEZ-PÁRAMO MARTÍNEZ-MURILLO, J. (2007). "Fomentando la cultura

económica y financiera". I Jornadas de Industrias Culturales en Andalucía. Pág. 63-77. Sevilla. Junta de Andalucía, Consejería de Cultura.

GONZÁLEZ QUIRÓS,J.L. (2004). "Unas notas sobre la gestión de la cultura y la innovación cultural". Periférica: Revista para el análisis de la cultura y el territorio, Nº 5, pags. 25-38

HARO BAILÓN, J. (2007). "El sector financiero y las industrias culturales andaluzas. I Jornadas de Industrias Culturales en Andalucía". Pág. 57-63. Sevilla. Junta de Andalucía, Consejería de Cultura.

LARA DE VICENTE F, LOPEZ-GUZMAN GUZMAN, T.J.(2004) "El turismo como motor de desarrollo económico en ciudades patrimonio de la humanidad". PASOS Revista de Turismo y Patrimonio Cultural, Vol.2 pp.243-256.

LÓPEZ DE AGUILETA, I. (2000).Cultura y ciudad. Manual de política cultural municipal. Gijón. Ediciones Trea, S.L.

MESTRESS, A. CASACUBIERTA, M. (2004) "Aspectos genéricos y conceptuales sobre Planificación Estratégica y Gestión Cultural". Periférica: Revista para el análisis de la cultura y el territorio, Nº 5, pags. 66-88

MINISTERIO DE CULTURA. (2008). Anuario de Estadísticas Culturales [en línea] [Fecha de consulta: 30/06/2009] http://va.www.mcu.es/estadisticas/MC/NAEC/2008/PresentacionAnuarioEC2008.html.

OLMOS, H y SANTILLÁN GÜEMES, R. (COMP.) (2004) .El Gestor Cultural. Ideas y experiencias para su capacitación. Buenos Aires. Editorial C.

RODRÍGUEZ ROMÁN,J. (2007) "La innovación y las industrias culturales". I Jornadas de Industrias Culturales en Andalucía. Pág 117-127. Sevilla. Junta de Andalucía, Consejería de Cultura.

SÁNCHEZ MALDONADO, J. (2007) "Algunas consideraciones sobre la economía de la cultura y las industrias culturales". I Jornadas de Industrias Culturales en Andalucía. Pág. 31-45. Sevilla. Junta de Andalucía, Consejería de Cultura. 2007.

SÁNCHEZ MARTÍNEZ, J. A, (2005) "Territorio, patrimonio y empleo: una visión local ante el estado de la cuestión global", en Boletín del Instituto Andaluz de Patrimonio Histórico, nº 54, pág. 60-70..

TASSARA ANDRADE, P. (2002) "Programas de Desarrollo Rural y Patrimonio: el Impacto de los Fondos Europeos en Andalucía". VI Jornadas Andaluzas de Difusión de Patrimonio Histórico. Pág 79-92. Sevilla. Consejería de Cultura.

VARELA, X. (2003) "Marketing y cultura: Dos campos aprendiendo a convivir". Periférica: Revista para el análisis de la cultura y el territorio, Nº 4 , págs. 83-97.

Virginia Luque Gallegos. Córdoba. 1973.

Master en Arquitectura y Patrimonio y Postgrado en Interpretación del Patrimonio y Turismo Cultural, se dedica profesionalmente desde hace una década a la Consultoría y Formación en Patrimonio y Turismo Cultural. Su ámbito de trabajo se ha centrado en la interpretación y planificación de ciudades, monumentos y conjuntos históricos, la autoría y edición de diversas publicaciones y la creación de productos de última generación orientados a la Difusión del Patrimonio. Ha trabajado para la Dirección de Bienes Culturales de la Junta de Andalucía en proyectos sobre patrimonio intangible de Andalucía y Marruecos así como la en la musealización y divulgación de espacios monumentales arqueológicos. Combina su actividad en torno a la comunicación y producción cultural con la formación habiendo siendo Promotora y Docente del I Taller de Empleo sobre Cultura, Desarrollo y Territorio en Córdoba.

Historiadora de formación y vocación, investigadora incansable sobre al-Andalus y el mundo árabe, también coordina un grupo de investigación impartiendo y asistiendo continuamente a foros, congresos en Gestión Cultural y Cooperación.

AUTOR/AUTHOR: Eduardo Serrano Muñoz.

TÍTULO/TITLE:
La territorialidad de La Casa Invisible.
The territoriality of La Casa Invisible.

CORREO-E/E-MAIL: tatotete@gmail.com

RESUMEN/ABSTRACT:
Una breve exposición de la trayectoria y avatares de la Casa Invisible de Málaga, en el edificio ocupado el 11 de marzo de 2007 por parte de los invisibles con el fin de que sirviera de espacio para la creación social y cultural autónoma. Pero que más allá de lo anecdótico y noticiable de fenómenos como este, por cuanto son actos de vulneración de la legalidad vigente en lo que atañe a la propiedad privada (bien que consistentemente legitimados, y más en tiempos como el nuestro), interesa destacar el desencadenamiento de unos procesos con una profundidad insospechada, que es lo que se trata de poner de manifiesto en el artículo a través de la exploración de su dimensión territorial, más allá de lo propiamente social; en concreto, la relación con el medio físico, en este caso un edificio y su entorno urbano, y la pareja aparición de una materia que podríamos decir constituye el medio territorial de los ecosistemas de la subjetividad de sus habitantes.

This paper is a brief exposition of the history and difficulties of La Casa Invisible in Malaga, a building occupied on March 11, 2007 by a network of local citizens and artists so that it could serve as a space for autonomous cultural and social creation. Yet, beyond the anecdotal and notability aspects of phenomena such as these, insofar as they are acts that violate the law in force in terms of private property (although consistently legitimised, and even more so in times such as ours), it is of interest to emphasise the triggering of several processes with an unsuspected depth, which the article attempts to demonstrate by exploring their territorial dimension beyond strictly social aspects: specifically, the relationship with the physical medium, in this case a building and its urban setting and the parallel appearance of an issue that could be said to constitute the territorial medium of the ecosystems of its inhabitants' subjectivity.

PALABRAS CLAVE/KEYWORDS:
Ciudadanía, Ecología generalizada, Centros sociales ocupados, Arquitectura.
Citizenry, widespread ecology, occupied social centres, architecture.

La territorialidad de La Casa Invisible

Eduardo Serrano Muñoz

En el principio, como le sucede a cualquier cosa de este mundo, era poco más que caos y ruido, un rumor sordo pero cada vez más fuerte, como un jadeo por la falta de aire. Lo invisible pugnaba por salir a la luz. Gente joven, pero madura ya, para la que sentirse creativos es una necesidad vital, como el respirar. Ese deseo les hizo conocerse, juntarse, hablar en la precariedad de los márgenes.

Hacía tiempo que la cultura había sido adoptada como la nueva consigna para lanzar Málaga a los puestos *top* de las ciudades competitivas. Málaga ponía su magnífico clima, su escenario urbano reinventado, su condición de cuna del Artista, y hasta su hospitalaria gente. Y el contenido cultural de cualquier tipo, espectáculo, evento, exposición, muestra, congreso, festival... también era cosa resuelta: de su selección, promoción y presentación se ocupaban expertos y profesionales del marketing de lo urbano propio del ocio y el turismo. En una palabra, la cultura era entonces *lo que se da a ver*, lo que viniendo de fuera o de un pasado concienzudamente maquillado se ofrece en libros, revistas, folletos, carteles, campañas publicitarias carísimas.

Como toda producción, la de la cultura conviene que quede oculta, que no aparezca ni quien la crea ni quien se apropia de ella. La cultura como las demás mercancías sólo debe aparecer como advenimiento inmaculado. Y si esa cultura ya está hecha y se puede importar, mucho mejor; los currantes, ya se sabe, siempre dan problemas.

Obvio es decir que en esas circunstancias estaba más que justificado para los expertos en política cultural la conveniencia de ignorar a los invisibles. Pero éstos en un golpe audaz se hicieron con uno de los edificios más singulares del centro histórico, destinado precisamente por el ayuntamiento a espacio para jóvenes emprendedores culturales. Así fue la ocupación de Nosquera 9 y 11, el nacimiento de la Casa Invisible.

Mas he aquí que el alcalde, refrenando las ansias de los guardianes de la visibilidad, no secundó el primer intento de desalojo, atendió lo que decían los invisibles y esperó hasta que éstos le presentaron en muy poco tiempo un proyecto cultural con el suficiente interés como para no ser ignorado; tal vez utilizable en la oferta de Málaga para la capitalidad cultural de 2016. Empezaron las negociaciones.

Una cuestión afloró pronto: no es lo mismo la ocupación ilegal del edificio municipal que el proyecto cultural de los ocupantes, de los invisibles. Éste podría muy bien tener lugar en cualquier otro espacio de la ciudad. Los invisibles debían abandonar, por tanto, el edificio ocupado.

¿Por qué se negaron rotundamente a desalojar la Casa Invisible sus habitantes? En una de las reuniones con el ayuntamiento el que os relata esta historia dijo, más o menos lo siguiente: "Porque el edificio y sus habitantes son cómplices, hay una alianza entre ambos. Y prueba de ello es que los que allí entramos hace unos meses no somos los mismos ahora; como la Casa Invisible que ahora habitamos es diferente a aquel edificio que ocupamos un 11 de marzo".

Para alguien habituado a pensar en términos de objetos cerrados, permanentes y separados unos de otros, o también para quien no existe sociedad sino individuos, éste era un argumento extraño, extravagante, por supuesto rechazable. Y efectivamente la realidad de los hechos le dan la razón, lo social es cada vez más una suma de individuos encerrados en sí mismos, de cuya propia suerte son los únicos responsables, invitados permanentemente (dicen que por su bien) a comportarse de acuerdo con los principios de la competitividad, lo cual asegura la máxima eficiencia, que a su vez se traduce en esa abundancia de productos y servicios que hacen más fácil la vida de esos mismos individuos.

Perfecto si no fuera por los efectos colaterales, esos que también suelen quedar invisibles: la soledad cada vez mayor de todos y todas, la destrucción de los vínculos sociales que proporcionaban aquello que la mayoría no puede adquirir y, por supuesto, lo que las mercancías no pueden sustituir, es decir casi todo lo importante.

Es cierto que desde siempre ha habido un temor entre los que ocupan posiciones de poder de que "los de abajo" espontáneamente se junten, intercambien ideas, información, instrumentos, de que lleguen a compartir deseos, medios y objetivos. Muy patente ya en el siglo XIX en que era obsesión reducir la capacidad social y política de las clases trabajadoras, rompiendo los lazos iniciáticos adulto-niño, la transmisión automática de habilidades, la libertad de movimientos y de agitación, tal como lo analiza magistralmente Jacques Donzelot[1] (1998: 80).

De ahí las enormes suspicacias de los que deciden, tanto en las instituciones, como por encima de ellas sobre el hecho de que los ciudadanos comunes se autoorganicen y adquieran autonomía con recursos propios. Y lo peor es el indeterminismo ¿Qué son capaces de hacer? ¿Qué harán? ¿Qué podrán los cuerpos cuando se junten?

Más inquietante aún puede ser esa insólita alianza entre personas y cosas, como por ejemplo ocurre con los ocupantes de un edificio y ese mismo edificio, entre habitantes y habitación, entre invisibles y Casa Invisible. Es como si habláramos de personas humanas y personas no humanas ¡Vaya ejemplo peligroso para otras y otros que empiezan a pensar de tan extraña manera! Pero otra vez con el agravante, para hacer todavía más preocupante el asunto, de que no se trata de objetos (separados, estables, etc.) sino de procesos. Y de procesos, es de temer, no lineales: transfor-

maciones, mutaciones, emergencias. En efecto, lo confirmamos: no somos los mismos... aunque como dice Manuel Delgado, *aquí estamos, aquí otra vez, vosotros ahí, nosotros aquí, como siempre*.

De eso tiene gran parte de culpa el edificio, desde que "llamó a los invisibles", desde el momento en que se ofreció como espacio reconocible de encuentro entre las que estaban dispersas y alejadas; espacio de descubrimientos entre personas que antes no se conocían; espacio de intercambios de materias reconocibles o misteriosas, de afectos y pasiones. Espacio de presencia de los cuerpos y de su comunicación especifica, imposible de suplir mediante móviles, chats, emails, blogs... lenguajes del cuerpo, ver y ser visto, hablar y escuchar, tocarse.

Experimento: Juntemos en un recinto cerrado algunos seres vivos de diversos humores o colores, aunque no sean muchos: algo siempre ocurrirá, algo inesperado muchas veces, desde el fracaso y muerte de todos hasta una sociedad nueva, lo que llamamos ecosistema.

Pero también fijémonos que el espacio en que hemos hecho el experimento no es indiferente: tamaño, recursos, energía, luz, todo eso empuja a unos contra otros, hace que su densidad sea crítica, que se produzcan arrejuntamientos, mezclas, simbiosis, hibridaciones, cambios de estado. Igualmente no es indiferente la temporalidad: en este experimento hay que dar tiempo al tiempo, dar lugar a una duración que podrá ser larga o corta, resultando en una linealidad subvertida porque acabará agujereada por rupturas, zarandeada por oscilaciones, plegada por recursiones, escindida por bifurcaciones, siempre diferente y singular aunque repitamos el experimento mil veces.

Y finalmente algo todavía más fuerte, el propio sustrato, ese que dábamos como contexto neutro, inerte, indiferente, acabará siendo trasformado, se-

rá un agente más, con su vida propia que no será la de los bichitos y plantitas que pueblan eso que antes era simple espacio contenedor y ahora es otra cosa: hábitat.

Los que ocuparon y ocupan la Casa Invisible se han transformado, se han convertido en sus habitantes. Y habitar según Heidegger es equivalente a construir: la habitación, pero también ellos mismos, autoconstrucción. El edificio de Nosquera 11 ha cambiado también, mínimamente reparado, esforzadamente mantenido con medios modestos, poco más que las manos y sencillos materiales; pero cuidado y mimado. Amado.

Ahora también fachada que muestra ufana ante la ciudad de Málaga otras maneras de vivir y ser ciudadanos. Y otra cosa más que muchos han descubierto en este proceso: que también son practicantes del cuidado mutuo y por tanto son *cuidadanía*.

Más todavía que en el experimento mencionado como parábola, lo que sucede dentro de la Casa Invisible afecta a su contexto urbano y social. Son transmitidas al exterior elevadas temperaturas de ese horno calentado por las reacciones exotérmicas entre moléculas radioactivas de deseo. Se producen reacciones en cadena en cualquier lugar.

Pero ¡ay! el enrarecido y frío aire exterior hace que aun siendo los efectos potenciales y posibles muchísimos, los reales sean desiguales e insuficientes. Hace falta mucho esfuerzo, mucha inteligencia y corazón para llegar a todas partes. Aun así la Casa Invisible es ya un referente fundamental de la vida social y cultural de Málaga. La expectativa de que fuera una fábrica de creatividad local se ha cumplido con creces, aunque en direcciones no siempre coincidentes con las del proyecto inicial. Además las actividades y eventos dirigidos al ciudadano son impresionantes en cantidad y calidad, superando ampliamente la oferta de cualquier otra entidad local.

En una reciente entrevista[2] de Constantin Petcou a Toni Negri éste señalaba la importancia de las "*´soft´ or ´weak´ forms of solidarity*" sobre las que madura la conciencia de la propia condición de cada uno y cada una, así como su expresión política. El hecho de compartir tareas y rutinas, urdiendo de un modo imperceptible una trama de relaciones sociales, es cosa trivial pero a la vez constituye el soporte fundamental para lograr una autonomía personal y colectiva que nada tiene que ver con la solvencia económica; se trata de la condición imprescindible para que

haya una autotransformación, dado que se hace necesariamente con el otro. El mismo Constantin Petcou y otros miembros del equipo *Atelier d´Architecture Autogérée*[3] (AAA) exponían recientemente, en su intervención en el curso de las jornadas sobre Gobernanza Cultural que tuvieron lugar en la Casa Invisible, la experiencia personal de comprobar cómo personas en principio sin una conciencia política desarrollada se convertían en militantes activos en el curso de la realización colectiva de tareas manuales, de gestión, etc.; trabajos sencillos y muy variados encaminados al aprovechamiento y disfrute de espacios públicos sin uso mediante ingeniosos dispositivos hechos con vegetación y materiales baratos y que de esta manera volvían a formar parte de la vida de la comunidad, de lo común sin dueño.

Bien puede decirse que tal proceso se da con intensidad en la Casa Invisible, un devenir social que por ser autoconsciente es *político*... Y que también, ahora en su dimensión de subjetividad social autoconsciente, es *cultura*.

El habitar activo de la Casa Invisible ha tenido una expresión especialmente destacable en un invento de segundo orden, ¡justo como puede hablarse de las manifestaciones culturales en relación con la vida social, también fenómenos de segundo orden. Se trata de un conjunto de ideas que darían paso a una actuación de rehabilitación, concebido como proceso y no como objeto, en el que el proyecto no sería más el típico documento técnico y administrativo cerrado (ver cuadro comparativo en el anejo que acompaña a este texto), situándose a la vez en tres ámbitos tecnológicos diferentes: el de lo social como proceso transparente y participativo; el de la cibertecnología, usando un instrumento típico de la web 2.0, un wiki de acceso abierto; y el propio del saber arquitectónico. En ese momento y mediante el razonamiento más respetable desde el punto de vista de los códigos dominantes, fue refutado frontalmente el perenne argumento de que una cosa era la estancia en el edificio ocupado irregularmente y otra el proyecto cultural. He aquí que el habitar de modo activo, es decir *construyendo* (en el sentido más tradicional del término) la Casa Invisible demostraba que era parte sustancial, y muy importante por cierto, del proyecto cultural (aunque esto también fuera entendido del modo más convencional).

Por diversas circunstancias esta potente idea no pasó de ahí. Problemas internos en esa heterogénea y cambiante colectividad de los invisibles, en

cuyo programa figura la práctica de la democracia directa. Con esa premisa fundacional el conflicto no puede ser marginado u ocultado; es más, se trata de interiorizarlo como problema que demanda una solución que no pasa precisamente por la victoria o derrota de nadie (propósito bien difícil por cierto, pero posible porque como Santo Tomás lo hemos visto). La Casa Invisible, pequeña Zona temporalmente autónoma (TAZ en inglés: Hakim Bey[4]) que tiene en sí misma su más preciado enemigo. Comunidad de afectos, imposible sin esa copresencia de los cuerpos y sus pasiones creadoras y destructoras (aunque también tenga su cuerpo virtual en el cibermundo, cruzado igualmente de pasiones).

Es ya archisabido que la creatividad surge del caos, que es su condición. Eso significa riesgo, incertidumbre y llevar en el equipaje un buen número de fracasos y en el alma muchas cicatrices. Entonces lo problemático añade otro motivo para ser encarado, pues no se trata sólo de recuperar la salud física y mental, el bienestar y el buen rollo, sino también de aprovecharlo creativamente para agujerear nuestra opaca realidad.

Málaga, 30 de septiembre de 2009

NOTAS

1. DONZELOT, Jacques (1977). *La policía de las familias*. Valencia: Pre-Textos, 1998.

2. *What makes a biopolitical space? A discussion with Toni Negri*. http://www.eurozine.com/articles/2008-01-21-negri-en.html

3. http://www.echelleinconnue.net/nouvelle_donne/atelier_architecture_autogeree_fr.php

4. El texto de Hakim Bey puede ser consultado en http://usuarios.lycos.es/msrsobrarbe/zona.htm.
También se puede ver sobre el concepto de Zona temporalmente autónoma http://es.wikipedia.org/wiki/Zona_temporalmente_aut%C3%B3noma

Sobre los sujetos y agentes

Actuación arquitectónica convencional	Modo de actuar que proponemos para la Casa Invisible
Tarea exclusiva de un grupo reducido de ciudadanos reconocidos como expertos; sólo los promotores pueden influir sobre tal proceso	Tarea de una comunidad con gran riqueza de especialidades diferentes
Separación entre los que saben y los legos	Todos saben y todos son también ignorantes; la cuestión es el intercambio de conocimientos y habilidades
El proyecto es una propiedad intelectual sujeta a estrictos condicionantes legales de reproducción y utilización, definidas en el régimen del copyright	El proyecto es un procomún, una propiedad que no es ni privada ni pública, sino de todos, con condiciones de reproducción y utilización de acuerdo con el régimen de copyleft
Existe una estricta definición de funciones sociales, por un lado la actividad de los agentes (promotores y técnicos-autores) y por otra la pasividad de los receptores (usuarios futuros)	El usuario es un ciudadano activo, al mismo tiempo productor y receptor, mientras que los técnicos, expertos en un saber especializado, entran en un proceso de aprendizaje y continúa reformulación de su propio saber
Sólo los promotores y los técnicos o autores se benefician de tal proceso, en cuanto adquisición de conocimiento nuevo, manifestándose en el enriquecimiento de los modelos proyectuales propiedad de los técnicos	El proceso proyectual es la ocasión para crear sociabilidad; se trata de un catalizador de procesos sociales. El conocimiento adquirido adopta la forma de una nueva capacidad estratégica de la colectividad implicada en dicho proceso

Sobre el proceso proyectual

Actuación arquitectónica convencional	Modo de actuar que proponemos para la Casa Invisible
El proceso de redacción culmina en un proyecto único (ineludiblemente necesita una licencia de obra mayor)	Se despliega en una serie sin fin predeterminado de pequeños documentos (puede realizarse en muchas de sus fases con licencias de obra menor)
A partir de una definición previa de necesidades según estándares propios de un hipotético ciudadano medio, en realidad producto del imaginario de los profesionales, pertenecientes en su mayoría a la clase media	Las necesidades aparecen e informan el proyecto a medida que la actuación material se lleva a cabo; ésta (y con ella el mismo proyecto) continúa mientras haya necesidad de adaptación a los requerimientos de los habitantes (es decir, toda la vida)
El modelo de la tecnología directa define un proceso cerrado (caja negra)	La combinación de tecnologías directa e inversa producen procesos abiertos y transparentes
La magnitud del esfuerzo empleado y de la documentación realizada hacen muy costosos los procesos de revisión	La fragmentación de fases de pequeña entidad y coste facilitan los procesos reversibles y proporcionan plasticidad y capacidad de adaptación
Hay una estricta separación entre medios y fines u objetivos, entre método y contenido específico de cada proyecto	El proyecto como instrumento o medio es ya un fin en sí mismo, desde el momento en que está cargado de subjetividad y sociabilidad humanas; el método se construye a la vez que el contenido
Se supone que las necesidades de los nuevos usos y la rentabilidad de la operación son en general incompatibles con el edificio existente lo que conduce a su sustitución, sólo atemperada por las limitaciones normatvas, habitualmente dirigidas a conseguir una escenografía urbana tipo parque temático	Las posibilidades de uso de los espacios habitables de los edificios antiguos son a menudo insospechadas; el aprovechamiento de las condiciones propias de esos edificios surge a menudo en el curso del acomodo espontáneo de los usuarios, de un proceso de habitación, entendido como "diálogo" vivo entre los habitantes y el lugar de habitación

	Actuación arquitectónica convencional	Modo de actuar que proponemos para la Casa Invisible
El proyecto desde el punto de vista ontológico	El proyecto es un objeto (material y discursivo) macroscópico y pesado	El proyecto es una multiplicidad de objetos de pequeño tamaño por lo que puede ser definido como un proceso más que como un objeto
	El proyecto es un modelo, un constructo teórico de validez supuestamente universal	El proyecto es una singularidad irreductible, del mismo modo que la casa, es decir la habitación más sus habitantes componen una realidad única
Economía de la actuación	Gasto concentrado e importante tanto para honorarios del proyecto como para la ejecución de la obra	El gasto se reparte a lo largo de las pequeñas actuaciones
	Existe la tendencia a incrementar la edificabilidad del edificio original, resultado de una mentalidad supeditada a la premisa de la actividad económica siempre en expansión y a la necesidad de maximizar la rentabilidad por encima de otras consideraciones no económicas	Si se asume con que físicamente lo que tenemos es suficiente, de que el gasto del edificio original ya está amortizado, de que no necesitamos lujos ni ostentaciones, de que las externalidades sociales, económicas y medioambientales es muy irresponsable obviarlas, la contención en la intervención aparece como una decisión acertada
Economía de la actuación	La fase de redacción y aprobación del proyecto están fuertemente separadas de la realización de la obra: el proyecto sobredetermina la obra	Proyecto y obra son polos de un proceso recursivo en donde se condicionan recíprocamente
	La actuación se hace de una sola vez y por la envergadura de las operaciones y requerimientos de los medios utilizados se hace incompatible con el uso del inmueble	Al llevarse a cabo de un modo paulatino y por segmentos del edificio, así como por la utilización de medios manuales la ejecución de la obra es compatible con la utilización del resto de dependencias

Eduardo Serrano Muñoz

Nacido en Toledo 1950 y residente en Málaga. Arquitecto (E.T.S.A. Madrid)

Ejercicio libre de la profesión de modo discontinuo entre 1975 y 1991, trabajando en planeamiento, gestión urbanística, proyectos de urbanización y paisajismo, más algunos proyectos de edificación: en Madrid, La Línea y Málaga. En México D.F. (1976-1978), trabajando para COPEVI en proyectos de vivienda popular (autoconstrucción). Y como contratado por los ayuntamientos de Estepona, La Línea y Málaga, también de manera discontinua, entre 1980 y 1998 (año de la jubilación), desempeñando similares trabajos más lo relativo al desempeño de la función pública como técnico municipal.

Involucrado en la docencia: actividades puntuales en Arquitectura de Sevilla (cursos 1997 al 2000 y 2005 al 2008) y Geografía de Málaga (cursos 1996 al 1999 y 2001-2002); colaboración continuada en Arquitectura de Granada (cursos 1997 al 2008). Miembro del Grupo de Investigación IN-GENTES de la Universidad de Sevilla.

Autor de unos 15 artículos en Revista *aperiódica de arquitectura Rizoma* de Málaga (de la que es cofundador y codirector), artículos de opinión en la prensa local de Málaga y en revistas de arquitectura de ámbito nacional. Autor de diversos capítulos en los libros *Málaga de ciudad a metrópolis* (Asociación Provincial de Promotores y Constructores, 2002); 020404 *Deriva en ZoMeCS* (2004) y Nerja paisaje ZoMeCS (2005), ambas editadas por el colectivo Rizoma; y en *La economía de la provincia de Málaga* (Cajamar, 2007); colaborador en la edición de *Fadaiat: libertad de movimiento - libertad de conocimiento* (2006).

Autor de la tesis doctoral *Territorios y capitalismo* (Granada 2006).

Miembro del grupo Rizoma desde sus inicios en 1994 y cofundador y patrono de Rizoma Fundación.

Actualmente colaborador habitual en las actividades de la Casa Invisible y de la Universidad Libre y Experimental de Málaga.

AUTOR/AUTHOR: Jordi Oliveras.

TÍTULO/TITLE:
Indigestió. Buscando otro modo de pensar la música.
Indigestió. Seeking another way to conceive music.

WEB: http://www.indigestio.com

RESUMEN/ABSTRACT:
El presente artículo nos habla sobre la organización profesional *Indigestió*, creada con la intención de hacer de puente entre los grupos musicales incipientes y los organismos públicos. Está especializada en atender los procesos musicales y es capaz de gestionar las actividades y servicios adyacentes.

This article addresses the professional organisation known as Indigestió, which was created in order to serve as a bridge between incipient musical groups and public authorities. It specialises in attending to musical processes and is capable of managing adjacent activities and services.

PALABRAS CLAVE/KEYWORDS:
Nativa, Idees per la música, Hipersons.
Native, ideas for music, hypersounds.

Buscando otro modo de pensar la música

Indigestió

Jordi Oliveras

Indigestió es una organización dedicada al soporte y dinamización de la cultura musical teniendo en cuenta lo local y cercano como punto de partida. No se trata de dinamización cuantitativa sino cualitativa. Nuestro objetivo no es que haya más artistas, mayor consumo de discos y conciertos, más salas, o que la gente pueda recitar de memoria una lista más larga de músicos. De hecho, en ocasiones nos preguntamos si el discurso del decrecimiento económico, que nos resulta interesante, debería ser aplicado también a la cultura. Hablamos de cultura musical con otra medida. Lo que sí pretendemos es que haya más artistas con capacidad de conmover, programaciones de conciertos y música grabada sugerentes y con capacidad para transformarnos, y una sensibilidad para escuchar música más acorde con una sociedad libre.

El mercado no puede ser el organizador de toda nuestra cultura. Las necesidades de su engranaje no siempre son beneficiosas. Necesita convertir en tangible lo intangible, su prisa y voracidad se convierten en costumbre, y cierran puertas y limitan caminos para la cultura. Por otra parte, el estado, al menos esta es nuestra visión, no compensa esta situación. Su sumisión al mercado, combinada con su afán por usar la cultura en beneficio de sus necesidades ornamentales y legitimadoras, lastran el papel que podría hacer con otro planteamiento más utópico.

Por esto pensamos que son necesarias organizaciones como la nuestra, cuanto menos dependientes del mercado mejor, que atiendan a las posibilidades de crecimiento cultural, con conocimiento de lo universal pero partiendo de dinámicas sociales cercanas y palpables, para no perdernos en el consenso amorfo. Organizaciones que traten también de ejercer un papel crítico cuando sea necesario, y de preservar el rol de la cultura y su desarrollo.

La persecución de este objetivo se ha concretado de distintas maneras desde que empezamos, hace quince años. En la actualidad lo hacemos combinando propuestas de reflexión, comunicación y soporte a la creación. Reflexión, mediante encuentros en tertulias, foros y grupos de trabajo; comunicación, editando la revista *Nativa* y los libros *Idees per la música*; y soporte a la creación, a través de encuentros musicales y conciertos que agrupamos bajo el nombre *Hipersons*. Creemos que trabajar en estos tres niveles es una buena base para evitar caer en zonas donde no querríamos estar: por un lado, la especulación intelectual estéril y sin contacto con la realidad; por el otro, el activismo acumulativo, continuista y acrítico.

indigestió

Quiénes somos y de dónde venimos

La indigestión viene desde el principio. Es normal en estos casos empezar respondiendo a la pregunta de quiénes son los actores del proyecto. Y ya desde este punto tropezamos con alguna dificultad para explicarnos. Quizás sea una dificultad común. No somos pocos los responsables de proyectos culturales que dudamos sobre la base social de los mismos más allá de nuestra iniciativa personal. No tiene por qué tratarse de una duda egocéntrica. Cuando no hay un libro de socios no es fácil responder (¡y ni así cuela!). Siempre hay motivos para suponer lo uno y lo otro. Motivos para decir que el proyecto no existiría sin la amalgama de energías de distintas personas que han coincidido alrededor de esta idea, y motivos para decir que no existiría sin la persona o personas, que lo impulsan. Creo que cuanto más intangible es el patrimonio del proyecto, y cuanto más inmerso se encuentra en el mundo de las redes, mayor es esta duda.

Pues bien, huyamos del dilema y vayamos a los hechos. De *Indigestió* podemos decir que empezó en 1994, por iniciativa de Jordi Oliveras y Noemí Rovira, animadores socio-culturales, que decidimos aprovechar un fenómeno que desde hacía tres años habíamos visto crecer y contribuido a generar, desde los lugares donde trabajábamos. Se trataba de una doble circunstancia. Por un lado, la proliferación creciente de grupos de música formados por jóvenes, que pedían apoyo para su actividad, y, por el otro, el interés que había en algunas administraciones locales -en concreto, la diputación de Barcelona, el ayuntamiento de la ciudad, y algunos ayuntamientos del entorno metropolitano- por el soporte a la música emergente (aunque entonces todavía no se había puesto de moda esta efervescente expresión, y se hablaba simplemente de música de base). Había la posibilidad de hacer de puente entre estas dos realidades, creando una organización profesional, especializada en atender los procesos musicales, y capaz de gestionar las actividades y servicios que se iban generando, y lo hicimos.

Como profesionales, queríamos ganar autonomía -ser nuestros propios jefes- y tener un papel más activo en el desarrollo de nuestros proyectos. A principios de los noventa, los tiempos apuntaban hacia la sustitución de una profesión tan positivamente ambigua como era la animación socio-cultural por algo más prosaico que se identificó como gestión cultural. Nosotros queríamos seguir pensando. Así que creamos una organización para que ello siguiera formando parte de nuestro trabajo. Desde entonces, Jordi Oliveras ha sido el elemento permanente del proyecto, y han pasado distintas personas por el núcleo profesional de la organización. Nunca hemos sido menos de dos ni más de tres, trabajando en este núcleo.

También contribuyen e influyen en el desarrollo de la propuesta un amplio círculo de colaboradores. Hablamos de una media aproximada de unas cincuenta personas que colaboran, haciendo de consejeros, de redactores de textos, introductores a tertulias o otras funciones. Se trata de valiosas aportaciones, muy puntuales en el tiempo pero llevadas a cabo por personas que mantienen con el proyecto relaciones muy fieles y permanentes a lo largo de estos quince años de funcionamiento.

Además, dadas las características de la propuesta, también hay que tener en cuenta la influencia en la historia de *Indigestió* de las administraciones locales, y la de los artistas y entorno musical en general.

En el primer caso, algunas dinámicas a la deriva de la política cultural,

en el fondo demasiado dependiente de la personalidad de sus responsables y de los distintos discursos de moda, genera mucha dificultad para trabajar a largo plazo. Pero también hay que reconocer que el apoyo de la administración pública al proyecto, y en particular el de algunas personas y equipos, asumiendo como beneficiosas nuestras "rarezas", nos ha permitido durar todo este tiempo.

En cuanto al movimiento alrededor de la música, sin duda nos han influido la evolución artística de toda una generación de grupos con los que interactuamos desde los años noventa, y sus seguidores, el surgimiento de algunos colectivos que llevan a término sus actividades con impulsos no exclusivamente mercantiles, con los que nos relacionamos, y la evolución de algunos periodistas y su modo de comunicar, entre otros.

Es por el peso de estos círculos ajenos al núcleo gestor, y por nuestro compromiso con ellos, por lo que nos parece difícil precisar quién es *Indigestió*. No se trata de relaciones empresa-clientes. Hablamos de relaciones de colaboración livianas y sutiles, pero complejas. De compromisos no formalizados pero estables. Por esto es difícil señalar los límites, lo cual es una situación coherente con el planteamiento del proyecto, que tiene su parte agradable pero que al mismo tiempo conlleva algunas dificultades para demostrar la solidez del proyecto.

Qué hacemos. Una idea, distintas acciones

La idea de hacer algo útil que influenciara nuestro entorno cultural, y vivir de ello, ha sido la constante del proyecto. Ha influido en su desarrollo una cierta relación de amor-odio con las instituciones públicas locales. Por un lado, procedíamos del sector público de los años ochenta, aunque fuera desde los niveles más cercanos a la base y menos estructurados profesionalmente, y nuestra capacitación e ideología estaban claramente orientadas a entender la cultura como elemento de crecimiento colectivo, cosa que no coincidía con los impulsos del mercado. Por el otro, fuimos viendo como toda una generación de gestores culturales del entorno público fue perdiendo sus complejos, o, según se mire, renunciando a sus valores iniciales, y acercándose de un modo cada vez más acrítico a este mercado, y a una idea de la cultura que no iba más allá de la búsqueda de prestigio (algo así como un sustituto de la nobleza perdida).

Es así como con el tiempo fue tomando fuerza nuestra definición como organización profesional no-lucrativa dedicada a la cultura, alejándonos, por ejemplo, de la posibilidad de ser una empresa de servicios subsidiaria del sector público. No en vano, una de las acepciones de nuestro nombre se refiere a la búsqueda de independencia en la gestión.

Durante los años noventa, el primer objetivo de *Indigestió* fue el soporte a los jóvenes músicos que hacían música en nuestro entorno, principalmente en el ámbito del pop-rock. La situación era más o menos así: los medios de comunicación públicos habían contribuido a popularizar lo que se llamó *rock català*, que era algo así como música americana pero cantada en catalán, con mayor proyección fuera del cinturón de Barcelona que en él, que es donde actuábamos nosotros.

Mientras, en Barcelona, había una gran inquietud por hacer música en muy diversas direcciones estilísticas, por parte de muchos grupos, con niveles de calidad variables, y recibiendo una atención escasa por parte de medios, programadores y ciudadanía. Barcelona, quizás por el hecho de encontrarse en su momento de apertura a los circuitos internacionales, miraba hacia otra parte. A nosotros nos parecía que había que reivindicar la atención sobre estos grupos, no tanto porque nos parecieran maravillosos -había de todo- como por el sólo hecho de proceder de nuestro entorno. Nos parecía importante que desde ahí también se emitiera música.

Lo hicimos diseñando, contribuyendo a generar, y gestionando algunos proyectos públicos. Interrock y el espacio musical La Bàscula, en Barcelona; la sección frontera del festival Altaveu, en Sant Boi del Llobregat, o el espacio para grupos noveles del Mercat de Música Viva de Vic, entre otros.

Quizás la acción que tuvo mayor repercusión en esta etapa inicial fueron los escenarios para grupos locales que durante algunos años ideamos y pusimos en marcha desde el proyecto Interrock dentro del marco del festival BAM, que se realizaba durante la fiesta mayor de Barcelona. Abigarradas programaciones de grupos noveles en infraestructuras modestas, que sirvieron de plataforma para conocer a muchos grupos, que han quedado en la memoria de algunos como espacios informales, con algo de magia, y llenos de vida y descubrimientos.

Pronto nos dimos cuenta de varias cosas.

La primera, que el apoyo a los artistas no podía ser paternalista ni chovinista. Nos parecía negativo para todo el mundo que un grupo fuera ensalzado justo cuando empezaba a aprender a tocar y componer. Nuestra realidad musical como país es pobre, y el proceso de maduración de una formación, ya de por sí trabajoso en cualquier sitio, es especialmente lento aquí. Sobredimensionar proyectos en estado embrionario puede colar y generar un buen negocio, pero frustra las expectativas del público más inquieto, limita la evolución del público menos implicado, y corta la evolución de las inquietudes artísticas originarias de estos proyectos, tanto como puede cortarla la ausencia absoluta de atención.

Segunda, que apoyar a los artistas para que hicieran una carrera comercial no era nuestra misión. El centro de nuestra atención tenía que ser las relaciones alrededor de la música, la sociedad como ecosistema que produce y utiliza la música, y no la música como negocio. Las propuestas artísticas brillantes y exitosas podían ser un resultado de estos procesos pero no su principal finalidad.

A partir de ahí nuestro trabajo empezó a orientarse en múltiples direcciones: comunicación, formación, reflexión... y no sólo la selección y programación de músicos. Surgió la necesidad de entender mejor como funcionaba aquello que buscábamos. Y también se diversificaron los destinatarios de nuestras acciones: gestores, comunicadores, público en general...

Fue partiendo de este giro cuando tomaron cuerpo acciones que en un principio eran complementarias, y ahora son el centro de nuestra actividad. Algunas modestas publicaciones que impulsamos al principio, para compensar el silencio de los medios de comunicación masivos, evolucionaron hasta la revista *Nativa*, que ahora sirve como marco desde el que buscar otras formas de hablar de música, punto de encuentro de voces muy dispares (músicos que escriben brillantemente, académicos que "salen" de sus aulas, lectores que demuestran que pueden dar respuestas elaboradas si se les hacen las preguntas adecuadas...), espejo donde la gente de cierto entorno se ve reflejada a sí misma, y periscopio desde donde avistar otras realidades. Aunque *Nativa* es bimestral y ya hace un tiempo que dejó de estar pendiente de las exigencias de la actualidad, a través de la colección de libros *Idees per la música*, de la cual hemos editado cuatro números, realizamos un paso más en la línea de recoger y poner orden en nuestras inquietudes.

El Fòrum de *Indigestió* y las tertulias son espacios que organizamos con varias ideas de fondo: promover el conocimiento entre gente interesada en la música que, por circunstancias del medio, no suelen coincidir, favorecer otros modos de hablar de la música, distintos de los tópicos habituales, capitalizados por la economía de la música y la moda, establecer enlaces entre el conocimiento práctico y el teórico, y hacer todo esto orientados a dar forma al conocimiento colectivo y favoreciendo la construcción de este conocimiento común mediante la participación.

Finalmente, *Hipersons* es el resultado de nuestra tradición de trabajo con músicos. Se trata de conciertos que realizamos concentrados en un festival en noviembre, y también otros que organizamos a lo largo del año. Hemos pasado de crear plataformas para dar a conocer a grupos de la ciudad a plantear nuestro trabajo como colaboraciones con ellos, para dar impulso a iniciativas artísticas y planteamientos musicales que quizás no tomarían forma si dependen de otros agentes. Lo hacemos simplemente por promover una actividad musical no centrada en la idea de producto, sino en los procesos.

Debate sobre nuestro modelo de gestión

Nuestro proyecto ha funcionado los últimos cuatro años con un presupuesto anual aproximado de 80 000,00 €, de los cuales el 75 % procede de subvenciones públicas y el 25 % restante de una compleja trama de micro-ingresos. No vamos a entrar en tediosos detalles contables, pero resumiendo diré que este presupuesto no permite la creación de ningún fondo de reservas para los siguientes ejercicios, y que nuestros sueldos son de unos 10,00 € netos por hora trabajada, todas ellas dedicadas a la realización del proyecto. Motivos por los cuales, parece obvio poder afirmar que la nuestra es una organización no lucrativa. Si no fueran suficientes las intenciones, los hechos lo corroboran.

Quizás se pueda discutir el interés público de nuestra actividad o la eficiencia en su gestión, pero creemos que no la ausencia de beneficio en su planteamiento y desarrollo. Pues no es así. Esta cuestión sigue siendo motivo de debate en algunos entornos con los que no relacionamos. Pesa en ello dos factores. En un extremo, el hecho de que algunos no conciben la posibilidad de una actividad no lucrativa pero remunerada. Para ellos parece que estos proyectos sólo pueden desarrollarse desde el voluntariado. En el otro extremo quizás ocurre que la mayoría de los proyectos culturales, aún aquellos que se presentan a sí mismos como negocios, no son concebibles sin ayuda pública. Cosa que a algunos les lleva a pensar que el hecho de que nuestro proyecto sea subvencionado, pero los que trabajamos en él tengamos un sueldo, no nos diferencia de ellos.

El nuestro no es un camino fácil. Trabajar como creativo para una multinacional "que te deja hacer lo que te da la gana" (o al menos "te da una pasta") y a la vez despotricar del estado parece una opción socialmente más aceptada. También lo está buscar una sólida plaza de funcionario en una institución cultural pública, sea para hacer algo interesante desde allí, o para ganar tiempo libre socialmente útil. En cambio, este híbrido entre asociacionismo clásico, militancia cultural y servicio público que buscamos no tiene fácil encaje. Tiene algo de modelo importado de otras culturas (el asociacionismo francés, las potentes iniciativas *non-profit* anglosajonas) que no forma parte de nuestro paisaje habitual. A nosotros mismos nos cuesta mucho construir nuestro discurso. Pero al mismo tiempo hay resultados -la historia ayuda-, algunas intuiciones propias, que nos mantienen en el convencimiento de que vale la pena, y algunos reconocimientos de otros, incluidos algunos casos en los que no se entiende nuestro modelo organizativo pero se reconoce el valor de los resultados. Justamente este año, el Foment de les Arts i el Disseny (FAD), una entidad con prestigio por su labor desde la sociedad civil, ha reconocido nuestro trabajo, cosa que nos ha complacido por venir de quien viene, y que ha compensado otros sinsabores.

Adónde vamos. Retos actuales

Aunque se podría decir que lo nuestro tiene algo de continuado examen de conciencia, y que siempre estamos replanteando lo que hacemos, hay motivo para considerar que nos encontramos en una encrucijada singular, cuyos retos principales son los apuntados a continuación.

Redefinir nuestra opción política y social

Sin duda, *Indigestió* ha participado en la evolución de toda una generación de músicos, y tenemos la esperanza de que las semillas dejadas tengan su efecto multiplicador, más allá de los directamente implicados. Pero con frecuencia nos interrogamos acerca de cual es el sector atendido, y si esto tiene un beneficio para el conjunto de la sociedad. La respuesta benevolente dice que la orientación con la que trabajamos (desmitificadora y cuestionadora de los rasgos más clasistas de la generación pop, ecléctica, no sólo por opción artística, sino también social...) ha de ayudar a este efecto difusor que deseamos. La versión dura dice que la división entre grupos, gremios y clases tiene mucha fuerza, y que nuestra opción ideológica sólo tendrá repercusión y coherencia si nos acercamos a nuevos entornos, más allá del sector con el que trabajamos. Habrá que reflexionar sobre ello, y decidir si hay que cambiar algo en nuestras acciones y orientación.

Redefinir nuestra opción política en cuanto al modelo cultural

Ya ha quedado reflejado que una de las constantes de *Indigestió* es la búsqueda de un modelo de organización que sea útil para la sociedad, trabajando desde una zona diferenciada del mercado y del estado. Algo así como una oenegé (organización no gubernamental) de la cultura. También ha quedado dicho que esta búsqueda es conflictiva, tanto en la reflexión interna -cada vez que hay una nueva idea nos preguntamos si la podrían asumir el entorno público o el privado-, como en la relación con los demás agentes. Principalmente, por ser mayor la cercanía con el entorno público. Ha llegado el momento en que podemos, debemos y necesitamos explicitar nuestro modelo global, nuestro mapa sobre como podría funcionar la cultura, y empezar a trabajar con otros para debatirlo y desarrollarlo. Nunca hemos participado en las organizaciones sectoriales de la música, porque nos sentimos ajenos a sus intereses, pero va siendo necesario que o bien nos integremos en alguna de ellas, o bien promovamos otro modelo de federación para hacer oír nuestra voz en el ecosistema cultural.

Consolidar la base social

Hemos hablado un poco de las particularidades del trabajo en red que realizamos. Hay motivos para suponer que está bien que no haya fron-

teras rígidas entre el interior y el exterior de la organización. Es una situación que diluye nuestro posible protagonismo y por ello puede ser que permita mejores resultados a la hora de difundir ideas y modos de hacer, y también hacer posible la contaminación positiva de la organización por otras realidades. Pero también son fuertes los impulsos para dar mayor grado de formalización a la red. Nos referimos a cosas como formalizar una relación económica -si puede ser, en forma de suscripción- con los lectores, a consolidar una estructura de socios clásica. Estrategias que pueden fortalecer la organización, darle más seguridad y abrirle nuevas puertas. Seguramente el debate sobre los beneficios e inconvenientes de lo formal y lo informal es universal.

AUTOR/AUTHOR: Fundación Imagen 83.

TÍTULO/TITLE:
Photoimagen. Un evento y ahora un centro de la imagen.
Photoimagen, an event and now a centre for images.

WEB: www.photoimagenrd.com

RESUMEN/ABSTRACT:
La fundación Imagen 83 creada por Mayra Johnson celebra el festival de fotografía Photoimagen y nos cuenta la experiencia de exposiciones y eventos paralelos al mismo.

Fundación Imagen 83, which was created by Mayra Johnson, hosts the Photoimagen photography festival. This paper relates the experience of the exhibition and events held in parallel to it.

PALABRAS CLAVE/KEYWORDS:
Fotografía, patrimonio documental, educación y ocio, actividad cultural.
Photography, documentary heritage, education and leisure, cultural activity.

Un evento y ahora un centro de la imagen

Photoimagen

Fundación Imagen 83

En el año 2004, Mayra Johnson, fotógrafa dominicana autodidacta, quien había formado el primer grupo de mujeres fotógrafas dominicanas (1983), crea y dirige la fundación Imagen 83, sin fines de lucro, para el desarrollo y difusión de la fotografía en la República Dominicana (RD).

La idea era crear un espacio dedicado a la investigación, formación y divulgación de la fotografía, así como la realización de un festival de fotografías y otros proyectos especiales, coincidiendo todo en programas articulados para poder desarrollar la fotografía contemporánea con estos espacios de reflexión crítica, no solo para personas interesadas en aprender fotografía, sino, para fotógrafos profesionales que buscan enriquecer su trabajo.

Una reconocida familia dominicana e importante grupo económico del país apoya la idea cediendo en usufructo una hermosa casa del siglo XVI para que alberge el centro, actualmente en el proceso final de restauración.

En estos momentos el proyecto principal de la fundación es celebrar el festival de fotografías de RD, siendo desde el 2006 uno de los eventos culturales de iniciativa privada más importantes del país, celebrado en las dos principales ciudades del país, Santo Domingo de Guzmán y Santiago de los Caballeros.

Más de 150 exhibiciones fotográficas y eventos paralelos como charlas, conferencias, talleres, etcétera, en todos los museos, galerías, centros de artes y espacios alternativos de estas dos ciudades, se han desarrollado en este festival. Cien fotógrafos tanto nacionales como internacionales, desde el 2006, nos visitan dándose cita en septiembre, mes declarado ya, mes de la fotografía y países como España, Cuba, Puerto Rico, EEUU, Francia, Alemania, Nicaragua, Costa Rica, India, Guatemala, Argentina, México, Panamá, Colombia, entre otros, intercambian conocimientos, tecnología y se promueven nuevos talentos además de celebrarse las exposiciones de destacados fotógrafos internacionales y nacionales. En el año 2010, en una renovada edición, España será el país invitado.

En ese mismo año 2010, Photoimagen, el centro, abrirá sus puertas para consolidar el trabajo de la fundación y dar inicio a los proyectos de educación continua para interesados en el arte fotográfico y fotógrafos profesionales interesados en su desarrollo. Además incursionaremos en proyectos sociales realizando talleres de fotografía, integraremos jóvenes de escasos recursos de los barrios aledaños para mejorar su calidad de vida y la de su familia a través del arte y la cultura.

Entre los resultados positivos a partir del 2006, año en que se inicia el festival, destacamos la creación de decenas de cursos informales de fotografía básica para cubrir la demanda e inquietud de cientos de aficionados a la fotografía.

La creación del festival, crear y concebir un centro de documentación, la creación de una biblioteca para acceso del público interesado, la edición de libros, catálogos y revistas, educación continua de la fotografía y sus técnicas, promover y divulgar la fotografía contemporánea dominicana y del Caribe, la creación de la Bienal de Fotografía y el rescate de importantes archivos fotográficos, como una parte de los acervos de

Abelardo Rodríguez Urdaneta, Max Pou, Jueves 68, entre otros, es la difícil pero no imposible misión de esta fundación.

A raíz del éxito de Photoimagen el festival, ganador en el 2007 del premio de la crítica, celebrado por la Asociación Dominicana de Críticos de Arte (ADCA-AICA), como mejor "Proyecto especial", a un arduo trabajo de equipo, entre lo que contamos con Carlos Acero Ruiz como subdirector del evento y director artístico del mismo, Sara Hermann y Myrna Guerrero como curadoras, Mayra Johnson como directora y coordinadora, Grufos, grupo fotográfico de Santiago de los Caballeros y un equipo de personas voluntarias amantes de la fotografía fortaleciendo los vínculos entre todas las fotógrafas y fotógrafos, instituciones públicas y privadas, embajadas, apostando juntos en la promoción y difusión de la creación fotográfica, el surgimiento de los nuevos talentos y las creaciones de autores consolidados como artistas del lente, bajo un esquema de corresponsabilidad y el apoyo de otros organismos de carácter internacional, contribuirá a una difusión más amplia de la fotografía del Caribe y sus artífices.

AUTOR/AUTHOR: Enrique Matheu Recinos.

TÍTULO/TITLE:
Proyecto cultural El Sitio.
The El Sitio cultural project.

CORREO-E/E-MAIL: enriquematheu@gmail.com

RESUMEN/ABSTRACT:
Centro para jóvenes artistas plásticos y de las artes escénicas con el objetivo de difundir la cultura y las artes además de estimular la participación de las personas en la vida comunitaria y la capacitación en expresión artística para niños y jóvenes.

The El Sitio cultural project is a centre for young plastic artists and stage performers and its goal is to disseminate culture and the arts, in addition to stimulating participation in community life and providing children and young people with training in artistic expression.

PALABRAS CLAVE/KEYWORDS:
Diversidad cultural, cultura de la paz, identidad cultural, creación artística, instalación cultural.
Cultural diversity, the culture of peace, cultural identity, artistic creation, cultural facility.

Proyecto cultural El Sitio

Enrique Matheu Recinos

La realidad que los humanos creamos, nace frecuentemente de un sueño, o algunas veces de la necesidad manifiesta de las personas, quiero pensar que El Sitio nació de la "necesidad de ese sueño" y debo reconocer que el camino recorrido hasta hoy rebasó cualquier sueño que sus iniciadores hayamos tenido.

La vida cultural de La Antigua Guatemala ha gozado en los últimos veinte años de un notorio impulso, organizaciones como El Sitio han contribuido decisivamente en este proceso. El impulso a creadores y artistas, el estímulo a la participación comunitaria, la cogestión de programas con entidades nacionales e internacionales han creado las condiciones para lograr ese impulso.

En 1993, El Sitio abrió sus puertas como un espacio para que jóvenes artistas pudieran presentar sus propuestas plásticas para el público que visitaba la emblemática ciudad de La Antigua Guatemala. Pronto, a los dos años, la demanda de los artistas de diferentes ramas de las artes demandaban espacio y oportunidad para expresarse. De esa forma, se ampliaron las instalaciones, creando nuevos recursos para que las artes escénicas encontraran igualmente oportunidades de expresarse.

A partir de 1999, se crea la unidad de proyectos de El Sitio, desde la cual se consolida una biblioteca de consulta con aproximados 10.000 títulos, en temas relacionados con el arte en general, creatividad, sociología, realidad guatemalteca, gestión cultural, etcétera. Se compila considerable material visual para un videoclub y cine foro, y se crea la unidad de investigación y consultoría en campos de desarrollo cultural, creatividad e innovación y gestión cultural.

El proyecto cultural El Sitio es hoy, una asociación privada, de servicio público, no lucrativa, concebida para difundir y promover el desarrollo

cultural, artístico y social de Guatemala.

Nuestra misión es gestionar el desarrollo cultural sostenible y participativo; estimular el espíritu crítico, la creatividad e innovación; promover la diversidad cultural y artística, y establecer vínculos de entendimiento y cooperación con las personas, las instituciones y el movimiento cultural universal.

Estamos comprometidos con la construcción de una sociedad abierta e incluyente, en la que la visión de largo alcance sea la fuente de inspiración para la imaginación creadora y para el pensamiento alternativo, con la persona como eje del desarrollo integral y la participación ciudadana creativa e innovadora, como efectiva forma de incidencia en lo público.

Reconocemos en "lo local", la fuente de sabiduría y referencia de convivencia humana, a través del diálogo intercultural y enfocamos nuestro esfuerzo en la creación de habilidades que permitan a las personas desde su capacidad innovadora, el ejercicio del liderazgo creativo y el protagonismo en su desarrollo integral.

Su trayectoria: Desde 1993, el proyecto cultural El Sitio ha impulsado el desarrollo cultural de los guatemaltecos desde diferentes paradigmas relacionados con lo cultural: el impulso de las propuestas creativas de jóvenes artistas guatemaltecos en las diferentes expresiones de las artes, el estímulo a la participación de las personas en la vida comunitaria, la capacitación en expresión artística para niños y jóvenes, el desarrollo de liderazgo creativo de más de 300 jóvenes en toda la República y en varios países de Centroamérica y el estímulo al espíritu emprendedor a través de la formación y el acompañamiento a empresas y proyectos culturales y creativos.

El Sitio ha incidido directamente en procesos trascendentes de formulación del desarrollo cultural de Guatemala, apoyando a las autoridades del Ministerio de Cultura y Deportes, colaborando con entidades internacionales como UNESCO, Banco Mundial, PAIRCA y SICA, y con los gobiernos de Finlandia y España, entre otros.

Durante los 16 años de trabajo, hemos acumulado, además de la experiencia en esos campos, un potencial humano que está listo para volcar su incidencia en la vida comunitaria de los guatemaltecos.

La propuesta 2009-2014: Consecuente con nuestra misión y filosofía, planteamos esta nueva estrategia de trabajo, entendida como la gestión del desarrollo cultural local que, con visión de mediano y largo plazo, pretende poner en valor todos aquellos aspectos y singularidades que identifican a las comunidades, para fortalecer la autoestima, impulsar el

espíritu de la participación comunitaria creativa y desarrollar en las personas de la comunidad sus capacidades y habilidades para gestionar un modelo propio de desarrollo y la sostenibilidad del programa.

La propuesta de trabajo está fundamentada en la convocatoria a los actores clave de la comunidad, para que desarrollen el liderazgo necesario y a las instituciones de la sociedad civil, para que participen ofreciendo sus propias líneas de acción que complementen la propuesta original.

El trabajo, que se plantea para cinco años, se iniciará con seis comunidades distintas y seleccionadas estratégicamente, de las cuales se espera generar al menos dos réplicas en comunidades cercanas a las originales, en el primer año; tres de cada una en el segundo año; aumentando el programa según la demanda de las comunidades lo requiera.
Se espera convocar a la cooperación internacional y a la cooperación nacional y local y atraer al programa a organizaciones que abran el abanico de oferta de capacitación y fortalezcan la apropiación del programa a nivel nacional.

Como resultado de este programa lograremos significativos avances en la calidad de vida de al menos 60 comunidades después de cinco años. Haremos visibles las bondades del trabajo en alianzas estratégicas en el desarrollo cultural, se habrá generado la convicción de que el desarrollo es también, y fundamentalmente, un compromiso ciudadano y un mérito comunitario.

Se habrá contribuido a la construcción de la paz, la convivencia estimulante desde la diversidad y la inclusión, la consolidación del tejido social de las comunidades y la posibilidad de caminar hacia visiones compartidas de futuro.

El objetivo general es: estimular, a partir de lo local, una sociedad abierta, incluyente y creativa en donde la persona sea el eje del desarrollo y la estrategia será la gestión creativa, participativa e incluyente de las habilidades y talentos de las comunidades para que, desde su sabiduría vernácula y su capacidad innovadora, construyan las bases de la paz, de la armonía social y de una mejor calidad de vida.

Los ejes de trabajo son: el desarrollo comunitario, la formación ciudadana, la gestión participativa y la sostenibilidad del programa local.

Los resultados esperados: El tejido social de la comunidad habrá sido fortalecido y sus habitantes empoderados al reconocerse y valorar su diversidad. Se ha instituido un sistema de reconocimiento comunitario para los ciudadanos, participativos y constructores del bien común. Las iniciativas ciudadanas son motor permanente de la consolidación del desarrollo comunitario. Los valores cotidianos se han rescatado y se vi-

ven habitualmente. El diálogo ciudadano incluyente, como una práctica cotidiana, es favorecido por los nuevos espacios de interrelación comunitaria.

La diversidad es un factor fundamental en las visiones y en los procesos de desarrollo local.

Las personas migrantes están integradas en la comunidad y participan activamente en las redes de cooperación entre comunidades de origen y destino. La mayoría de la comunidad ha sido beneficiada con programas formativos específicos y capacitada para la participación ciudadana, la creatividad social, la gestión cultural y el espíritu emprendedor.

Se han formado equipos de formadores/ facilitadores para dar continuidad al programa formativo. La sabiduría vernácula y la visión creativa del futuro han sido la principal inspiración de los procesos formativos. La oferta de formación se ha visto ampliada con la participación de otras organizaciones.

La comunidad ha creado participativamente y se ha apropiado de una hoja de ruta de su futuro. Los ciudadanos, conocedores de sus derechos y obligaciones, participan activa y cotidianamente en la vida comunitaria.

La brecha digital ha sido disminuida notoriamente y la comunidad goza de acceso a la cultura universal. Las redes de aliados y socios estratégicos para el desarrollo del programa se han consolidado.

El diálogo comunitario, es una realidad cotidiana, en los nuevos espacios comunitarios. Los emprendedores, gestores y líderes comunitarios presentan regularmente propuestas que son apoyadas por la comunidad.

El capital cultural y el tejido social de la comunidad son base fundamental de la autoestima comunitaria. La comunidad comparte una visión de futuro hacia adonde promueve el desarrollo comunitario y el fortalecimiento del tejido social.

El programa se ha enriquecido notoriamente con los aportes de los migrantes. Las experiencias y conocimientos de los migrantes han sido sistematizados y forman parte de capital cultural de la comunidad. La cooperación entre las comunidades de origen y destino de los migrantes, se desarrolla en diversas vías y formas. El desarrollo comunitario se ha fortalecido por los aportes de experiencias de los migrantes y estos están orgullosos y comprometidos con sus orígenes. Los migrantes totalmente integrados en la comunidad, encuentran satisfacción y aportan en la sostenibilidad del programa.

Cada comunidad ha creado e implementa su propio modelo de desarrollo, su programa de formación y gestiona sus objetivos de acuerdo a sus propias estrategias de sostenibilidad. Las comunidades se han apropiado de sus respectivos programas y demandan sus beneficios. La singularidad de los aportes de los ciudadanos ha enriquecido los programas. Otras organizaciones se han unido al programa, aportando nuevas líneas de acción.

La comunidad internacional apoya y sigue de cerca el desarrollo del programa en las diferentes comunidades.

El programa es sustentable y sus resultados invitan a otras comunidades para emularlo.

El programa se ha sistematizado y difundido entre las comunidades y en el país.

La prosperidad de la comunidad es evidente en sus habitantes, en su paisaje urbano y natural y en las instituciones que han creado.

De esta manera El Sitio, que fuera creado por dos personas Scott MacLauchlan y Enrique Matheu Recinos, en una propiedad familiar, ha crecido físicamente, en colaboradores y amigos, y en resultados; hemos atendido a varios miles de artistas y visitantes, incidiendo en los procesos públicos y en la formación de jóvenes, líderes creativos para la construcción del futuro.

Continuamos andando sorprendidos por ese camino, creado en el sueño y que cada día, cada paso nos inspira un sorprendente nuevo sueño.

AUTORAS/AUTHORS: Ana Luz Castillo y Andrea Barrios.

TÍTULO/TITLE:
Arte y expresión con mujeres privadas de libertad.
Art and expression with women who are deprived of freedom.

RESUMEN/ABSTRACT:
El Colectivo Artesana desarrolla una experiencia en una cárcel de mujeres de Ciudad de Guatemala, de expresión y comunicación a través de la poesía, el teatro, la música y la danza. Se pretende, por un lado, desarrollar las capacidades artísticas, expresivas y comunicativas de las mujeres privadas de su libertad y por el otro, promover la reflexión y la crítica a nuestros propios procesos de vida que nos afecta.

Colectivo Artesana is developing an expressive and communicative experience through poetry, theatre, music and dance in a women's prison in the city of Guatemala. On the one hand, it aims to develop the artistic, expressive and communicative skills of women who are deprived of their freedom and on the other, it endeavours to promote reflection on and criticism of the life processes that affect us.

PALABRAS CLAVE/KEYWORDS:
Cultura de la pobreza, exclusión social, derechos de la mujer, animación cultural.
The culture of poverty, social exclusion, women's rights, cultural animación.

Arte y expresión con mujeres privadas de libertad

Ana Luz Castillo y Andrea Barrios

Durante el año 2007, *Casa Artesana*, que más adelante se convertiría en *Colectivo Artesana*[1], se involucra laboralmente con el acompañamiento que el Instituto de Estudios Comparados en Ciencias Penales de Guatemala (ICCPG) brinda en el diseño y ejecución de la campaña mediática "por la dignidad de las mujeres privadas de libertad". Como parte de este acompañamiento, en abril del mismo año se dicta una sentencia histórica para Guatemala: por primera vez, un policía es sentenciado por violación a una reclusa, en este caso, doña Juana Méndez, una mujer indígena monolingüe k'ich'e, de 44 años de edad, con 11 hijos y de condiciones muy pobres, originaria de Uspantán, Quiché[2]. Este acompañamiento y la sentencia condenatoria nos permitieron acercarnos a la realidad que viven las mujeres privadas de libertad como sector de la población guatemalteca altamente estereotipado y marginado y a su vez, fortalecer el compromiso de trabajar en la visibilización y dignificación de esta población de mujeres.

Tras las rejas

La tristeza es amarga y deprimente

Las palabras son eternas y casi siempre mientes

Las miradas un puño de alfileres que te queman

Como consecuencia, en septiembre de 2008, *Casa Artesana* coordinó una actividad artística en el Centro de Detención Preventiva "Santa Teresa" de la ciudad capital, que permitió el acercamiento e involucramiento de las mujeres privadas de libertad con la poesía, el teatro, la música y la danza. Esta actividad nos permitió reiterar la enorme necesidad que existe en esta población de contar con espacios que le permita visualizarse como seres humanas, dignas, con capacidades y potencial personal por desarrollar, con posibilidades de expresión y comunicación, de

creatividad y propuesta. Asimismo, abrió la oportunidad a los y las artistas participantes de trabajar con ellas, escuchar y valorar sus ideas y sentimientos expresados a través del arte y sensibilizarse ante la necesidad de difundir estas voces, que son, por mucho, la voz de la mayoría de las mujeres guatemaltecas.

Colectivo Artesana decidió entonces, desarrollar un proceso que brindara a esta población de mujeres la oportunidad de expresarse y comunicarse a través del arte al que denominamos "Arte y Expresión con Mujeres Privadas de Libertad".

Mirar de cerca...

Las mujeres privadas de libertad conforman un sector de la población guatemalteca altamente marginado, estigmatizado e ignorado. En general, la sociedad tiende a voltear la cara ante las circunstancias que viven estas mujeres. Muchas veces, ni siquiera las mismas organizaciones que luchan por los derechos de las mujeres atienden a esta población. Obviamente, su condición de privadas de libertad responde a que en su mayoría, son responsables de cometer alguna falta o delito por lo que no se pretende absolverlas ni victimizarlas. Sin embargo, es un hecho también que en muchos casos las mujeres delinquen como consecuencia de la situación de violencia, subordinación y opresión en que viven, producto del sistema patriarcal y machista que rige esta sociedad.

Tras las rejas
Quiero recordarte
Y siento mucho miedo de olvidarte
Hay días que me esfuerzo tanto para pensarte

A través de diferentes estudios[3] se ha establecido que en Guatemala las mujeres en general y en especial las privadas de libertad, estamos expuestas a una sistemática negación a nuestro derecho a la justicia (aprehensiones ilegales, sentencias poco fundamentadas, sanciones poco razonables), se vulneran nuestros derechos (abusos, principalmente con violencia sexual) y se observa un sometimiento más severo e implacable contra nosotras.

De acuerdo al compromiso asumido como colectivo, realizamos gestiones para trabajar con la población de mujeres del Centro de Detención Preventiva "Santa Teresa", debido a sus circunstancias específicas:

- "Santa Teresa", por su carácter de prisión preventiva, mantiene un ingreso aproximado de 275 mujeres, en su mayoría menores de 30

años, cuyo tiempo promedio de permanencia es de cuatro meses, con un alto índice de reingreso.

• Las mujeres privadas de libertad sufren de baja autoestima, depresión y estrés, siendo en su mayoría, tranquilas y algunas con algún grado de agresividad[4].

• Existe una normativa que establece la obligación del sistema penitenciario de tender a la readaptación social y la reeducación de los reclusos, debiendo desarrollar programas para el efecto.

• La voz y la expresión de las mujeres privadas de libertad ha sido coartada entre los límites de la cárcel.

Tras las rejas

Pienso en ti mucho más

Aunque siempre te he deseado

Y es extraño porque el mundo entero te desea

El reto y las circunstancias estaban dadas. El proyecto "Arte y Expresión con Mujeres Privadas de Libertad" debía lograr, primero, abrir un espacio dentro del sistema carcelario para el estímulo de la expresión y la creatividad de las mujeres privadas de libertad, utilizando el arte como herramienta; luego, estimular a los y las artistas involucradas a crear propuestas a partir de esta experiencia y por último, sensibilizar al personal y autoridades del sistema penitenciario sobre la situación de las mujeres y sus necesidades.

Reflexión - Expresión a través del Arte

Consecuentes con los fines de nuestro colectivo que buscan el fortalecimiento de la lucha por el respeto de los derechos de las mujeres a través del arte y el reconocimiento del sector artístico como fuerza insustituible para la transformación social, debíamos definir una metodología adecuada para nuestros propósitos. Por un lado, desarrollar las capacidades artísticas, expresivas y comunicativas de las mujeres y por el otro, promover la reflexión y la crítica a nuestros propios procesos de vida dentro de un sistema patriarcal que nos afecta desde el momento mismo de definir nuestra identidad.

Las integrantes del *Colectivo Artesana* y los artistas involucrados, establecimos como base pedagógica para el trabajo los contenidos de la Escuela de Formación Política del Sector de Mujeres[5]. La metodología artística utilizaría dichos contenidos como hilo conductor para planificar y

desarrollar las actividades artístico creativas, partiendo de la reflexión individual y colectiva, entendiendo que nuestro objetivo era estimular un cambio personal en las mujeres participantes que les permita continuar su vida en una situación distinta.

Fundamental para el proceso fue el estudio, reflexión y discusión sobre estos contenidos por los artistas, coordinadoras y colaboradoras del proyecto que iniciamos el proceso desde nosotras mismas. Se seleccionaron y estudiaron los primeros cuatro módulos de los ocho que componen la Escuela de Formación Política, siendo estos:

Módulo I: Mi identidad (¿Quién soy yo? ¿Cómo quiero ser? Identidad asignada, identidad elegida).

Módulo II: Sistemas de opresión (¿Cuál es mi contexto? Sistema de clases, racismo, patriarcado).

Tras las rejas
Te siento tan cerca
Siento tu calor
Aunque estás tan lejos

Módulo III: Efectos del sistema en mi vida (¿Por qué estoy como estoy? ¿Cómo lo sobreviví y lo sigo haciendo? Pobreza, violencia, marginación).

Módulo IV: Mis derechos (¿Quién soy y qué derechos tengo? Análisis desde el ámbito de la intimidad, de lo privado y lo público).

Este espacio de estudio nos dio la oportunidad de reflexionar sobre nuestros propios procesos de vida y cuestionar los prejuicios que nosotras mismas debíamos enfrentar para poder desarrollar el trabajo creativo con las mujeres privadas de libertad, enriqueciendo la planificación de los talleres y disponiéndonos a aprender de ellas de la misma forma que ellas aprenderían de nosotras. El resultado de esta formación es la expresión artística tanto de las y los artistas a través de sus propias propuestas como del grupo de mujeres que participaron en la creación de la obra de teatro, de la pieza de danza, de los poemas y la pintura sobre tela.

Aprendiendo con la práctica

La experiencia se desarrolló a través de dos diferente etapas. La primera, una etapa de acercamiento, de conocimiento mutuo, de diálogo e implementación de actividades artísticas y lúdicas que permitieron des-

arrollar la confianza entre artistas facilitadoras, el equipo de apoyo y las participantes. En esta etapa inició el estímulo a la escritura creativa. Luego, la implementación de 10 talleres de Teatro, Danza y Pintura, de mayo a julio de 2009 que dieron como resultado las propuestas artísticas.

En teatro, el resultado fue la creación de una pequeña pieza sobre los sentimientos y reflexiones de las participantes sobre los temas de identidad elegida, identidad impuesta y claramente, sobre la situación de privadas de libertad en la cual se encuentran. Los referentes teóricos aplicados radican en la unión de algunas técnicas del Teatro del Oprimido de Augusto Boal. En danza, la propuesta escénica elaborada recoge las vivencias, ideas, emociones y sentimientos que las mujeres participantes albergan. Se trabajó con diferentes técnicas de movimiento y con la herramienta conocida como "la línea de la vida", utilizada en psicoterapia o procesos terapéuticos. En pintura, el producto fue una manta de 70 metros de largo que las mismas participantes denominaron *Cadena solidaria de mujeres* y en la cual plasmaron sus siluetas pintadas con los colores y elementos complementarios que expresan sus ideas y sentimientos sobre ellas mismas, especialmente alrededor del tema de identidad asignada e identidad elegida y su visión sobre el futuro, partiendo de frases que ellas mismas elaboraron: "soy esperanza, soy libre", "tiempo de pensar", "quiero vivir, tratar de caminar sin perderme", "quiero sentirme viva", "soy costurera de mi vida". En el ámbito de la poesía y el canto, la participación fue escasa. Sin embargo, algunos poemas fueron escritos por las participantes y a partir de frases elaboradas por ellas mismas en los procesos de reflexión, otros artistas, hombres y mujeres participantes en el proceso, las retomaron para la elaboración de un CD que contiene la expresión poética de mujeres privadas de libertad y de la experiencia de los mismos artistas. Asimismo, se cuenta con un *Manual para el desarrollo de procesos de reflexión-expresión a través del arte*.

Y es tan difícil de creer que tras las rejas yo te he hallado

En un rincón vacío, sucio y olvidado de mi corazón

Y ahí estabas, y ahora me llenas con tu luz

Aunque las condiciones de trabajo en el centro de detención fueron por mucho, adversas a lo deseado debido a que se contaba con un solo espacio para trabajar todos los talleres, las normas de seguridad impedían ingresar los materiales necesarios para los mismos y en diversas oportunidades se impidió el acceso a las facilitadoras y las circunstancias de seguridad de las mujeres ejercían presiones que ocasionaban efectos

anímicos en ellas, se comprobó que quienes facilitan los procesos deben tener una amplia flexibilidad y creatividad para adecuarse a las circunstancias, obteniéndose resultados diferentes pero apropiados a los objetivos propuestos.

¡Entre Sueños y Realidades!

A través del proceso desarrollado, pudimos ratificar nuestro convencimiento de que el arte no es un privilegio de unos sino un derecho de todos y todas. En el caso específico de las mujeres privadas de libertad, el trabajo con el arte les permitió espacios de intimidad en un medio en donde este elemento indispensable en la vida de todo ser humano, ha sido eliminado. Asimismo, les brindó herramientas para desarrollar formas alternativas de expresión que puedan ayudarles a reflexionar sobre su vida pasada, presente y futura y motivarlas a la acción positiva. Estas mujeres deben afrontar el debido proceso y de ser condenadas, responder por las faltas o delitos cometidos. Sin embargo, como mujeres, el sistema debe garantizar el respeto a sus derechos inalienables y brindarles oportunidades para su reinserción social, disminuyendo el índice de reingreso al centro de detención preventiva.

Y es tan irónico que tras las rejas hayas roto
las cadenas
Que de siglos arrastraba

Tras las rejas te encontré, Libertad.

Como organizadoras y participantes del proceso, la experiencia nos abrió la posibilidad de vernos como mujeres en igualdad de condiciones de exclusión, violencia y marginación como resultado del sistema patriarcal predominante en la sociedad guatemalteca, enfrentando nuestros propios prejuicios para superarlos en el diálogo con "la otra".

Desde el *Colectivo Artesana*, nos sentimos satisfechas por el desarrollo de este proceso a partir de la certeza de haber aportado a la vida de diferentes mujeres que hoy manifiestan una forma distinta de verse a sí mismas y las circunstancias que las rodean, de haber sensibilizado a autoridades y personal del sistema penitenciario que actualmente valoran otras alternativas de trabajar con las mujeres privadas de libertad y haber incidido en los y las artistas participantes que a partir de esta experiencia tienen otra forma de entender la realidad de las mujeres privadas de libertad y de las mujeres en general. El poema es de Mimi Pineda, una de las mujeres participantes.

NOTAS

1. *Colectivo Artesana*: organización de mujeres feministas, artistas, promotoras de arte, gestoras culturales y deportistas que trabaja por en el reconocimiento, respeto y ejercicio de los derechos de las mujeres a través del arte, el deporte y otros medios creativos y el reconocimiento del sector artístico como fuerza insustituible para la transformación social.

2. http://www.elperiodico.com.gt/es/20080422/pais/53149/

3. *Mujeres y Prisión*. Instituto de Estudios Comparados en Ciencias Penales de Guatemala. 2003.

4. Ibidem, pag. 70.

5. *Sector de mujeres de Guatemala*: Alianza de 36 organizaciones de mujeres, con 15 años de experiencia de trabajo, que desde el año 2004 implementa la Escuela de Formación Política del Sector como herramienta político pedagógica.

AUTOR/AUTHOR: Rubén Díaz.

TÍTULO/TITLE:
Educación expandida: la Red como fuente de conocimientos.
Expanded education: the Internet as a source of knowledge.

WEB: www.zemos98.org

RESUMEN/ABSTRACT:
Aporta la experiencia piloto que ZEMOS98 llevó a cabo en un centro de enseñanza secundaria. El Banco Común de Conocimientos (BCC) es un proyecto sobre el intercambio de conocimientos. La idea es partir del conocimiento colectivo de los usuarios del banco y hacer un archivo significativo que se potencia a través de las redes digitales.

This paper presents the pilot experience that ZEMOS98 carried out at a secondary school: the Common Knowledge Bank (or Banco Común de Conocimientos - BCC), a project on knowledge exchange. The idea is to use collective knowledge as the springboard for the bank's users and compile a significant file that is potentiated through digital networks.

PALABRAS CLAVE/KEYWORDS:
Educomunicación, intercambio de conocimientos, Banco Común de Conocimientos.
Edu-communication, exchange of knowledge, Common Knowledge Bank.

Educación expandida

La red como fuente de conocimientos

Rubén Díaz

El proyecto del simposio y la publicación *Educación Expandida* surge de nuestro profundo interés por la educomunicación y las dinámicas que inciden en el aprendizaje a lo largo de toda la vida. Estas dinámicas se ven afectadas por una serie de cambios en los procesos comunicacionales, culturales y sociales que ha producido la cultura digital. Con ocasión de la decimoprimera edición de nuestro festival internacional, decidimos programar este proyecto en torno a un *leitmotiv* concreto: la educación puede suceder en cualquier momento y en cualquier lugar, dentro y fuera de los muros de las instituciones educativas, consideradas los espacios oficiales de transmisión de conocimientos, pero que ni mucho menos son los únicos lugares donde se reproducen los procesos de aprendizaje. El proyecto se configuró a partir de tres ejes principales: las conferencias aportarían una visión más general y teórica (Jesús Martín Barbero, Brian Lamb y Ronaldo Lemos participaron como conferenciantes), los proyectos (seleccionados a partir de una convocatoria abierta) representarían aplicaciones concretas desde diferentes personas o colectivos, con objetivos e intereses diversos (entre otros, fueron seleccionados Medialab, Amasté o LaFundició) y, por último, los talleres tratarían de incidir en el territorio y desarrollar una experiencia local. Tres fueron los talleres que se programaron: una introducción al teatro del oprimido con Julián Boal; la Fábrica Expandida se ocupó de reflexionar sobre formatos pedagógicos en espacios no convencionales, como era el caso del CSOA La Fábrica de Sombreros; y, por último, una experiencia piloto que ZEMOS98 propuso al colectivo platoniq.net: usar las metodologías de su Banco Común de Conocimientos en un centro de enseñanza secundaria, el Instituto de Enseñanza Secundaria Antonio Domínguez Ortiz, situado en el Polígono Sur de Sevilla. En este texto, centraremos nuestro interés en este último taller de platoniq.net, presentando a las partes implicadas y aportando las crónicas diarias de la experiencia.

El Banco Común de Conocimientos (BCC) es un proyecto sobre el intercambio de conocimientos. La idea de platoniq.net es partir del conocimiento colectivo de los usuarios del banco y hacer un archivo significativo que se potencia a través de las redes digitales. BCC es un proyecto de referencia para la noción de *educación expandida* porque entiende que el procomún sobrepasa los muros de los espacios oficiales de transmisión de conocimientos, que el aprendizaje es un proceso en colaboración con los otros y que la única forma de aprender es a través de la experimentación y el trabajo en equipo. Por eso BCC es un "laboratorio donde experimentar con nuevas formas de producción, aprendizaje y participación ciudadana". Está muy inspirado en la forma de trabajo de las comunidades de software libre, además de la influencia teóricas de las pedagogías libertarias y escuelas racionalistas anarquistas.

Llegamos al IES Antonio Domínguez Ortiz a través del entonces director del centro, Juanjo Muñoz. Dicho centro está situado en la barriada Martínez Montañés del Polígono Sur de Sevilla. Según el Plan Integral del Polígono Sur, "el barrio está como "encajonado", por un lado por la vía del tren Sevilla-Cádiz; por otro lado, por la carretera de Su Eminencia; y finalmente por las naves de Hytasa. La entrada más abierta del Polígono es la que da al parque Celestino Mutis, frente a la barriada de Santa Genoveva. Esta situación ha hecho que los vecinos y vecinas se sientan un poco aislados del resto de la ciudad". La población total del Polígono Sur supera los treinta mil habitantes según fuentes oficiales, pero es probable que la cifra sea superior e incluso sea casi el doble. El magnífico trabajo que Juanjo y algunos profesores estaban haciendo junto a lo alumnos se podía percibir fácilmente para quien visitaba el blog Iguales en las Tres Mil (http://iguales3000.blogspot.com).

Por nuestra parte, ZEMOS98 es un equipo de investigación interesado en desarrollar proyectos multidisciplinares de manera continua, abierta y colaborativa. Llevamos trabajando desde hace más de diez años desde el Festival Internacional ZEMOS98. Como editores, hemos publicado diversas publicaciones como *Creación e Inteligencia Colectiva* (2005), *La televisión no lo filma* (2006), el catálogo de la exposición comisariada para ZEMOS98 por José Luis de Vicente *Reclaim the Spectrum* (2006), *Cultura digital y comunicación participativa* (2006), *Panel de Control. Interruptores críticos para una sociedad vigilada* (en co-edición con la Fundación Rodríguez) o *Código fuente: la remezcla*, junto a Mar Villaespesa.

El proyecto del BCC en el IES Antonio Domínguez Ortiz comienza en el momento en que ZEMOS98 plantea el reto a platoniq.net y a Juanjo Muñoz: trabajar juntos este proyecto de Banco Común de Conocimiento como aplicación de una metodología de activación y participación de la comunidad educativa para expandir su campo de acción en el ba-

rrio y, desde la periferia, conectar con el centro de la ciudad. Tendrá, entre otros objetivos genéricos, la revalorización de la riqueza cultural, el reaprovechamiento de los recursos del barrio o el aumento de autoestima cultural y crítica a los medios de comunicación ("medios de formación de masas de individuos", en palabras de Agustín García Calvo). La aplicación de los procesos propuestos por BCC en el IES Antonio Domínguez Ortiz se entiende dentro de un contexto, no como intercambio de servicios, sino como un proyecto de creación y cultivo de redes y comunidades. No es una solución, es una de tantas metodologías que se pueden poner en práctica adaptándose a cada contexto.

Se trata de trabajar a nivel micro, tejiendo una red humana que se inspire en las redes sociales de internet que los jóvenes usan cotidianamente y la tecnología, pero sin requerir de ella. En este contexto, el BCC se debería convertir en un banco de valores que conecte a los diferentes agentes activos que sean capaces de dinamizar la actividad y amplificarla en la medida de lo posible.

El BCC actuó en el IES Antonio Domínguez Ortiz como una especie de "ebay físico" (en palabras de Olivier Schulbaum, uno de los miembros de platoniq.net más activos en todo el proceso), donde se pudieran no sólo intercambiar conocimientos, sino también opinar y aportar ideas sobre asuntos públicos, donar tiempo, distribuir el trabajo social: "alumnos, profesores, vecinos, somos los buscadores, somos la red local".

El proyecto implicó todas las fases de un proceso creativo en el que se investiga (documentación y mapeos de las redes sociales que ya existen en el barrio, como asociaciones o centros cívicos que hacen de espacios públicos de interrelación), se produce material (carteles, paneles de información, cápsulas de conocimientos en vídeo, etcétera.) y se comunica (era importante que los más implicados en el proyecto capten la atención del resto, sobre todo de los más jóvenes, nos referimos a los cursos inferiores a 4º de ESO).

ZEMOS98, platoniq.net y un equipo de profesores del IES Antonio Domínguez Ortiz trabajaron desde octubre de 2008 hasta marzo de 2009 en planificar el taller, que tendría una semana de duración en el instituto y sería dinamizado por un grupo motor de estudiantes implicados en el proyecto.

Durante la semana, estuvimos escribiendo crónicas diarias que se publicaron en el blog *Educación Expandida* (http://www.educacionexpandida.org). Este es un resumen de las crónicas diarias de la experiencia de BCC en el IES Antonio Domínguez Ortiz, textos que representan la intensidad con la que se vivieron los avances y progresos de los participantes durante los días de la intervención y que también hace las veces de evaluación del proyecto.

Primera sesión (lunes, 16 marzo 2009)

¿Cuántas veces has sentido que si supieras "algo", ese "algo" podría cambiar tu vida radicalmente? ¿Qué te gustaría saber hacer y no has encontrado quién te lo explique? ¿Cuántas cosas que podrían ayudar a tus amigos sabrías enseñarles? ¿Conoces a alguien que sabe hacer algo "valioso", "curioso", "especial"? Esta crónica versará sobre el arte de escuchar, aprender y compartir en la primera sesión de BCC en el IES Antonio Domínguez Ortiz.

Después de algunos meses de reuniones y muchos preparativos, esta mañana pusimos en marcha esta experiencia de intercambio de conocimientos en el IES Antonio Domínguez Ortiz, de la mano del colectivo Platoniq y su proyecto Banco Común de Conocimientos.

Hemos acondicionado nuestro campamento base en la biblioteca del centro, ordenando las mesas y sillas de forma que pudieran organizarse grupos de trabajo. Su ubicación (en mitad de un pasillo en la planta baja del edificio) es estratégica para que se reconozca por toda la comunidad como la oficina abierta para el intercambio de conocimientos. Comenzamos con una sesión introductoria para los grupos de 4º de ESO y de 1º y 2º de bachillerato sobre qué es Platoniq, qué es BCC y cómo vamos a "cultivar las redes" en el Instituto y el barrio. Olivier Schulbaum (Platoniq) aseguró que esa sería la única sesión de tono "teórico", con el rol tradicional de profesor que habla y alumnos que callan: "se trata de cambiar los roles de alumnos y profesor".

El proyecto BCC aplica la filosofía del copyleft, de las redes sociales o del software libre a la transmisión de conocimientos... Una alumna preguntó si hace falta saber qué es el software libre para entender qué significa el Banco Común de Conocimientos. Olivier ha puesto el ejemplo de la receta del gazpacho: todos sabemos cuáles son sus ingredientes básicos (tomate, pimiento, pan...), pero cada uno hace el gazpacho diferente. Y todos entendemos que la receta no es de nadie, es de todos, aunque cada uno la desarrolle a su gusto. Ésta es la idea importante, aplicada al software o a la cocina. Los conocimientos, de todos y de nadie al mismo tiempo, son una especie de "activos" (como en la bolsa) que tienen un valor. Y ese valor se lo vamos a dar nosotros durante la semana: tenemos también la responsabilidad de decidir qué es lo importante. Y, por encima de todo, está el fortalecimiento de las relaciones que se crean, la red que se teje... ¿Te has parado a pensar lo que puedes enseñar a los demás? Esta pregunta no es fácil de responder para nadie y fue el ejercicio más complicado para algunos de nosotros esta mañana. ¿Qué puedes enseñar a tus amigos? Es más, ¿tienes algún interés en compartir algo? ¿A cambio de qué? ¿Sobre qué tema? ¿Qué puede ser útil para los demás? Tratamos de responder a estas preguntas, sin desatender nuestros intereses y teniendo en cuenta las pregun-

tas que el sistema educativo del instituto no satisface, o que nos gustaría que nos explicasen de otra manera, u otra persona. "Los profesores saben otras muchas cosas que no enseñan".

Nos dividimos en dos grupos, primero sólo 4º ESO y después los de bachillerato. Platoniq propuso elaborar un mapa de las especialidades de cada uno. "Vamos a hacer visibles aficiones, buenas prácticas, intereses, etc". Utilizamos rotuladores y bolígrafos para escribir nuestras demandas (¿Qué quiero aprender?) en post-its de color rosa y nuestras ofertas (¿Qué puedo enseñar?) en post-its verdes. Además, en post-its amarillos, propusimos a otras personas interesantes, con algo que enseñar, de fuera del grupo de trabajo o del instituto (compañeros de otros cursos, familiares, amigos del barrio...).

"Yo comparo BCC con el *Cash Converters*, vendes lo que no te hace falta y compras lo que no le hace falta a otros... Cuando ya sabes algo, no es que no te haga falta, pero no te importa desprenderte de eso y a lo mejor necesitas algo de otra persona que está en la misma situación", explicaba Antonio (2º bachillerato) a sus compañeros...

Pedimos a cada uno que escribiese, al menos, cinco demandas y cinco ofertas de conocimientos. Con un mínimo de dos demandas coincidentes, el grupo empezará a trabajar y buscar dentro de la red del barrio alguna persona que conteste esa petición. Y si ya hay alguien dentro del grupo que puede responder a las demandas, los pondremos en contacto.

El mapa de intereses de cada grupo se materializó en un tablón donde se colocaron los post-its categorizados por temáticas: deportes, tecnología, sociedad, humanidades, cuerpo, etcétera. Mañana continuaremos el ejercicio, con un grupo algo más reducido, el grupo dinamizador, que volverá de nuevo a las clases de sus compañeros para poner en marcha el mercado de conocimientos.

Segunda sesión (martes, 17 marzo 2009)

El objetivo de la jornada de hoy era trabajar con el grupo dinamizador o grupo motor. Para mañana, miércoles, todos debemos ser "expertos" en Banco Común de Conocimientos, debemos saber comunicar el proyecto a los otros grupos, a los profesores, a nuestros amigos y familiares que viven la experiencia desde el instituto, o a quien quiera que sea el que nos pregunte.

Hasta el momento, los conocimientos no han sido tan importantes como el trabajo en equipo, las co-responsabilidades, las nuevas ideas y la organización interna para la comunicación del proyecto. Los alumnos han entrado en la dinámica y el ambiente de trabajo crece a medida

que la motivación aumenta cuando se ven los primeros resultados. Ellos son los responsables de comunicar el trabajo que se está haciendo en la oficina de Banco Común de Conocimientos.

Hemos definido objetivos y tareas. El grupo motor (unas 12 personas, entre 4º de ESO y bachillerato) entrará el miércoles en algunas aulas de 2º y 3º de ESO para buscar los "activos" que interesan recuperar para el banco: (a) qué saben y quieren compartir, y (b) qué quieren aprender.

El trabajo en equipo y el compromiso con cada tarea es fundamental. Se han dividido en grupos de trabajo por afinidades y gustos personales:

Comunicación. Deciden qué frases y palabras clave explican qué es el banco de manera sencilla, clara y directa. Además, elaboran un guión que servirá para organizar el tiempo de exposición de cada clase, qué cosas son necesarias transportar de clase a clase y qué vamos a hacer en cada momento.

Producción y diseño. Deciden los formatos con los que se van a comunicar las ideas: post-its, camisetas, carteles, murales, etc. La célula de producción es el centro de la coordinación y materializa el trabajo de sus compañeros de comunicación.

Audiovisual. Documentará las acciones y expresará, a través de spots o vídeos informativos cortos, las ideas que vengan del grupo de comunicación. Usarán las cámaras de vídeo y fotos de sus propios móviles... Para la realización del spot, hay que trabajar un guión técnico, definir cuáles van a ser los planos a tomar y qué material será necesario pero, sobre todo, pensar qué queremos contar y cómo lo vamos a hacer.

Buscadores. Estos "motores de búsqueda humanos" analizan los datos de ofertas y demandas, cruzándolas y poniendo en contacto a las personas que pueden intercambiar conocimientos.

Tercera sesión (miércoles, 18 marzo 2009)

Jenny estudia 4º de ESO y es una de las alumnas que forma parte del grupo motor, en el que participa muy activamente, dentro de la célula de comunicación que está dinamizando el BCC en todo el centro. A la magnífica disposición de Jenny se suman todos los alumnos del grupo motor para "expandir el intercambio de conocimientos". Cortés (cuya actitud en un principio fue de cierto rechazo porque decía no entender los conceptos teóricos del proyecto) ha puesto todo su empeño en demostrar que sus dotes de "relaciones públicas" (como él mismo se define) son muy válidas para poner en contacto ofertas y demandas de conocimientos.

Nos ha sorprendido la seriedad del trabajo de Raúl, la forma en la que se ha responsabilizado de las salidas del grupo a las clases de otros compañeros, la manera en la que ha hecho de productor-regidor de cada presentación del proyecto, siempre atento a su reloj y al siguiente punto del guión. Joaquín ha estado muy convencido y seguro de sí mismo presentando el proyecto a mitad de la mañana en una clase de 3º de ESO, mientras Jessi repartía post-its verdes y rosas animando a los alumnos a que escribiesen qué podían enseñar y qué deseaban aprender. Estos son sólo algunos ejemplos, seguro que mañana surgirán nuevas historias con Francisco, Antonio, Isaac, Aurori, Alejandro, Rocío...

El trabajo de hoy ha sido muy bien organizado por los participantes del taller. Los tiempos muy marcados, las tareas muy definidas, el guión muy trabajado, todos los materiales y necesidades a punto. Sin embargo, paradójicamente es el día que más me cuesta hacer una crónica de lo que hemos vivido. La ilusión, la motivación, las sonrisas y el buen ambiente son sensaciones muy difíciles de trasladar. Pero también las historias personales de profesores y alumnos, las reflexiones y conversaciones cruzadas o las tensiones (que también se producen) y críticas a la metodología. Todo ello intensificado por los cambios que se han producido en los alumnos. Cambios que se basan exclusivamente en la motivación y el proceso de aprendizaje a través de la comunicación con el otro.

¿Es posible mantener el mismo nivel de trabajo si el proyecto se alarga o se integra en la propia dinámica del centro? ¿Es la motivación la clave para que se entienda que el esfuerzo es un ingrediente más del proceso de aprendizaje? ¿Qué herramientas pueden usar los profesores para comunicarse y motivar más y mejor a sus alumnos? ¿Cómo evitar esa sensación de distanciamiento con gran parte del alumnado durante el resto del año?

Cuarta sesión (jueves, 19 marzo 2009)

Después de preparar todos los materiales y de una visita previa para elegir cuál sería nuestro sitio, salimos del instituto hacia el mercadillo de las Tres mil Viviendas, con la idea de "expandir" el banco hacia el barrio. Los materiales para nuestra visita al mercadillo fueron mesa y sillas para montar el chiringuito, cartelería para hacerlo atractivo e identificable, un megáfono, cartón pluma para pegar las ofertas y demandas, post-its y bolígrafos. Y una cosa más: mucha ilusión por parte de todos. En el mercadillo, cientos de personas venden hoy frutas, verduras, calzado, ropa, material de ferretería, los CD-ROM y demás complementos. La idea del grupo motor era introducirse en este ambiente e incluir, como una "mercancía" más, el intercambio de conocimientos. De nuevo la metodología sería la misma: post-its de colores para que cualquier vecino dijera qué quería aprender y qué podía enseñar.

Algunos alumnos del grupo tienen familia en el mercadillo y fueron ellos los que mediaron para calmar el recelo inicial de la gente. Explicaron el proyecto, quiénes éramos y qué pretendíamos hacer. Uno de los puestos de venta de calzado nos cedió un hueco para colocar nuestro particular chiringuito. Los grupos se disgregaron y el mercadillo siguió su vida de intercambio constante. Habían aceptado un nuevo género, menos tangible: el intercambio de ideas.

Uno de los problemas más importantes del barrio es el absentismo escolar. En el mercadillo vimos a varios alumnos que debían estar en el instituto. Ahora es difícil de valorar, pero puede que el hecho de que esos chavales (y sus padres) vean allí la campaña de escolarización y a un grupo de estudiantes trabajando de esta manera, los anime a pensar que quizás esté bien pasarse más a menudo por la escuela. Pero lo más importante de la jornada en el barrio fue el "brillo en los ojos de la gente" al ver que, aunque normalmente escuchemos lo contrario, quizás nuestra juventud no esté tan mal. Quizás haya que escucharlos porque tienen algo que decirnos. Es posible que nosotros tengamos algo positivo y valioso que enseñar.

Quinta sesión (viernes, 20 marzo 2009)

Hoy hemos llevado a cabo un mercado de intercambio de conocimientos en el propio instituto, que se ha trasladado por el patio, la pista de baloncesto, el gimnasio, el aula de música, la clase de 3º de ESO y el hall del instituto, un mercado ambulante que ha terminado con una comida en la cafetería del propio centro con todos los participantes. Se han aplicado las matemáticas, la física, la música, la mecánica o la educación física a las ofertas y demandas de conocimientos que los buscadores han encontrado durante toda la semana dentro y fuera del centro. Esas ofertas y demandas han sido el resultado de un sondeo que ha valorado qué interesa aprender y enseñar en un acto de reciprocidad, sin más evaluación que la del criterio de cada uno de los participantes y la experiencia, el proceso.

Ha sido una catarsis para todos los participantes, una jornada preparada por el grupo motor para aprender y jugar, organizada para que toda la comunidad educativa disfrute de lo que debería significar la palabra educar. Y lo más interesante es que se han fortalecido vínculos, se han generado nuevas comunidades de intereses, lo intercambiado no ha sido tan importante como los actores del intercambio.

El grupo dinamizador, dividido en las células, anunció en el hall del instituto un cronograma de cuándo y dónde se producirían los intercambios:

Cómo limpiar el carburador de una moto (patio de entrada). Inma, una

profesora muy activa en todo el proceso, quería aprender cómo limpiar el carburador de su moto, una Vespino que cedió para la actividad. Prácticamente todo el instituto se quedó a ver cómo Manuel explicaba cómo hacerlo. Inma se llevó su moto, no sólo con el carburador limpio, sino también con los pilotos intermitentes arreglados. Manuel al principio se mostró reacio a participar, pero se dio cuenta que sus conocimientos en mecánica era valorados y que podía aplicarlos al instituto.

Qué es Tuenti (aula de informática). Cristian es un chico de 14 años que está dentro del Aula de Acogida después de varios años de absentismo escolar. Ofertó sus conocimientos en Tuenti, una red social muy usada por los adolescentes: explicó cómo crearse una cuenta, cómo compartir imágenes, vídeos y comentarios. Esa red social parte de una filosofía como la de BCC, en la que compartir conocimientos y recursos es básico. Artes marciales y filosofía (gimnasio en el exterior). Roberto es el Jefe de Estudios del instituto, es profesor de Filosofía y, además, fue campeón de kárate de Andalucía. Su oferta para el mercado fue enseñar a aplicar la filosofía del kárate a nuestra vida. Isaac, alumno y miembro del grupo motor, complementó la teoría con una clase de boxeo tailandés.

Matemáticas y física aplicadas al baloncesto (pista de baloncesto). Dos profesores del instituto compitieron para ver quién era capaz de aplicar las matemáticas y la física al baloncesto de manera más atractiva para los participantes. Aprendimos cómo formular matemáticamente los botes de un balón y por qué la altura del bote es menor a medida que se repite este fenómeno y, desde la física, cómo se comportan los movimientos rectilíneos y parabólicos del balón al ser lanzado desde la línea de tiros libres, teniendo en cuenta espacio, tiempo y velocidad.

Cómo aprender a tocar instrumentos musicales y crear ritmos (aula de música). El ritmo elegido por el profesor de música para que todos pudiésemos aprender fue el compás de la bulería. Probamos con las palmas, la caja, la guitarra y la batería. Terminamos con una batucada en la que salieron panderetas, tambores, campanillas, etcétera.

Finalmente, nos reunimos todos los participantes en una comida de ambiente muy íntimo. Para el o la que sea muy curioso o curiosa, hay vídeos que atestiguan algunos de los momentos más emotivos. Hemos puesto en marcha una experiencia piloto que nos ha resultado renovadora, refrescante. Hay muchas cosas sobre las que reflexionar, pensar y escribir.

AUTOR/AUTHOR: Ángel Cagigas.

TÍTULO/TITLE:
Universidad Popular Municipal de Jaén. Una experiencia de cultura y participación.
A cultural and participative experience: the Popular Municipal University of Jaen.

CORREO-E/E-MAIL: acagigas@upmj.es

RESUMEN/ABSTRACT:
En este artículo se presentan condensados los dos últimos años de trabajo que han servido para dar un viraje a la gestión de la Universidad Popular Municipal de Jaén, mediante el cual, ha dejado de ser una entidad condenada a su desaparición y se ha convertido en un organismo vivo referente de la formación no reglada que abandera y cataliza buena parte de la actividad cultural de la ciudad de Jaén.

This article presents a summary of the past two years of work, which served to change the tack of the management of the Popular Municipal University of Jaen. The result is that this entity is no longer about to fold and has become a living institution that is a frame of reference in informal education and champions and catalyses a large part of the cultural activity in the city of Jaen.

PALABRAS CLAVE/KEYWORDS:
Universidades populares, gestión cultural, participación.
Popular universities, cultural management, participation.

Universidad Popular Municipal de Jaén

Una experiencia de cultura y participación

Ángel Cagigas

La historia de las universidades populares es ya larga, comienza en París, donde Deherme abre la primera en 1899, y a esta iniciativa pionera pronto la siguen muchas en toda Europa, todas con el objetivo de dar formación a las clases populares, es decir, siguiendo el impulso de distintas iniciativas anteriores como los ateneos o las misiones pedagógicas.

En el caso español, buena parte de esta apuesta llega respaldada por la Institución Libre de Enseñanza de manera evidente pues su ideario la recoge plenamente. La primera iniciativa nace en Oviedo de la mano de Extensión Universitaria en el año1901, y poco más tarde surgen las dos siguientes: Valencia, en 1903, y Madrid, en 1904, ambas gracias al impulso de intelectuales y profesores republicanos ligados a los ateneos en su mayor parte; y estas llamas prendieron en otras ciudades y pueblos, de manera que de forma escalonada fructifican universidades populares por toda la nación, aunque en la mayoría de los casos su fulgor fue reducido en el tiempo.

Durante la Segunda República el movimiento de las universidades populares vivió un resurgir impulsado por el propio gobierno, que las integró en su proyecto educativo. Sin duda, éste fue el momento dorado de estas universidades en España, dándose cierta integración entre intelectuales, profesores y trabajadores en el desarrollo de actividades formativas y artísticas con el objetivo de conseguir la emancipación de la clase trabajadora gracias a la consecución de metas culturales, tan importantes como las económicas y las sociales.

Tal impulso se vio cortado de cuajo con la derrota del gobierno republicano en 1939, pues el gobierno franquista clausura todas las universidades populares, previsiblemente sus objetivos emancipadores no estaban en consonancia con el ideario franquista. No fue sino hasta la reins-

tauración de la democracia cuando se abrió una nueva época para las universidades, que ya no sólo se tomaron como instituciones para la formación de las clases populares sino también como centros impulsores de la cultura en todos sus sentidos. En los primeros años ochenta se inicia la andadura de decenas de universidades populares a lo largo y ancho de nuestra geografía: Gijón, Albacete, Vigo, Valencia, Zaragoza... Y, entre ellas, la de Jaén, que abre sus puertas oficialmente en 1983.

La Universidad Popular Municipal de Jaén (UPMJ) se define como un organismo autónomo municipal con autonomía de gestión y financiera, dedicado a la enseñanza no reglada y a la actividad cultural, ubicado en dos sedes, la central, sita en el ensanche de la ciudad, y la sede Sabetay, en el corazón de nuestro casco antiguo, y dividido en cuatro líneas destinadas a todas las edades: una línea dedicada la formación, con cursos clásicos como los de idiomas, informática o cocina, y otros más actuales como los de sonido, turismo urbano o senderismo; otra línea está dedicada al empleo, con cursos de formación profesional ocupacional destinados a desempleados, y cuenta con las titulaciones de técnico en energías alternativas (solar y eólica), técnico en educación medioambiental y técnico en audiovisuales; hay también una línea de creatividad que reúne cursos sobre artes plásticas (pintura, dibujo, óleo), expresión corporal y artística (danza contemporánea, teatro, flamenco, danza española, bailes de salón, yoga, música, pilates, danza del vientre, tai chi, tango), artesanías (encuadernación, telar, patchwork, restauración, cerámica) y audiovisuales; y una última línea de barrios, a través de la cual se ofrecen todos nuestros cursos y talleres a asociaciones y colectivos para que puedan impartirse en sus propias instalaciones.

Universidad Popular Municipal Jaén

Pero antes de hablar de la realidad actual de la UPMJ es necesario pasar revista, aunque sea someramente, al estado en que estaba este organismo hace tan sólo un par de años. En aquel momento había un estancamiento en cuanto a los cursos y talleres, un alumnado muy envejecido, las actividades culturales brillaban por su ausencia pues habían desaparecido por completo, y existía un conflicto con el personal que había dado lugar a una denuncia contra la anterior dirección por la alegalidad en la que se encontraban los monitores que impartían la docencia de cursos y talleres; y por si esto no fuera bastante, la precariedad en las instalaciones era ostensible, de hecho las propias de la sede Sabetay se habían abierto sin los permisos requeridos y sin la energía eléctrica requerida para echar a andar su maquinaria (calefacción, aire acondicionado, ascensor), y la situación económica era desastrosa, con una deuda de unos 200000 €, deuda incomprensible pues como antes se ha dicho la actividad cultural desde hacía años era casi inexistente.

odo esto era así porque en la mente de los políticos que habían gobernado la UPMJ, tanto del PSOE como del PP, estaba el desmantelamiento de esta institución. No se había dado un paso decidido en esta direc-

ción pues se trata de un organismo con una amplia trayectoria (ya ha cumplido sus primeros 25 años de historia) y muy integrado en la ciudad, con lo cual no había habido un proceder activo sino que se la había dejado languidecer durante años, reduciéndosele progresivamente el presupuesto para condenarla pasivamente a la desaparición.

Nuestro planteamiento general a la llegada a la dirección de la mano de IU fue revertir todo este estado de cosas apostando por la Universidad Popular Municipal de Jaén pues creíamos que podía ser una buena herramienta para reactivar el tejido cultural de la ciudad; pero para eso se necesitaba una UPMJ con un diseño y una programación que pudiesen convertirla en un foco activo de cultura, en un organismo vivo que catalizase la creatividad de los artistas de la ciudad y se erigiese en espacio de encuentro para los ciudadanos. Para todo ello hacían falta ciertos cambios.

Quizás lo principal para que cualquier proyecto funcione y tenga futuro es contar con la colaboración y la complicidad del personal. En este caso contábamos con un plantel global de unas ciento veinte personas entre coordinadores, personal de administración y servicios, y monitores; y en el caso de estos últimos, algunos llevaban trabajando allí desde la creación de la UPMJ hace veinticinco años, pero no tenían ningún contrato en regla, de hecho, como se ha mencionado antes, desde el sindicato CGT se había interpuesto una denuncia contra la anterior dirección.

Al comenzar nuestra andadura en la dirección se retiró la denuncia pues creamos un plan de regularización que ofrecía contratos fijos de trabajo a los monitores que lo deseasen, contratos de los que hasta ahora se han beneficiado casi la mitad y en los dos años que quedan de mandato todos los que lo deseen podrán acogerse a esta modalidad de contrato fijo discontinuo. Además, se reconocieron ciertos derechos al personal de administración y servicios que hasta entonces se les habían negado; y al personal de coordinación se le dio rienda suelta para elaborar proyectos en sus áreas respectivas (formación, FPO, creatividad y barrios). Todo este giro se dio entre los meses de septiembre a diciembre de 2007 e hizo que el personal en bloque se haya entusiasmado con este proyecto y nos haya brindado todo su apoyo.

Una vez que contamos con la colaboración del personal de la casa, era

necesario cambiar la imagen de la institución, que se identificaba con una mezcla de academia barata y talleres para mayores. Para ello se encargó una imagen corporativa nueva a un equipo de diseñadores, que desde entonces se han venido encargando de toda nuestra cartelería, han desarrollado nuestra página web (www.upmj.es) y se han implicado en el proyecto viéndose protagonistas del cambio de esta institución.

En ese momento empezamos a dar un vuelco a la programación con la ayuda de los coordinadores y sin eliminar los cursos y talleres ya instaurados, pues tenían y siguen teniendo su público, ya que la UPMJ sigue siendo un lugar de encuentro para personas que llevaban años asistiendo a sus cursos, hay una población de cierta edad que tiene estos cursos y talleres (encuadernación, patchwork, vidrieras, informática) como un vínculo con el exterior que les permite relacionarse socialmente y mantenerse activos; sin dejar a un lado como digo los cursos y talleres ligados a esta población, se han generado otros relacionados más con la creatividad y las nuevas tecnologías (diseño gráfico, percusión, arteterapia, dirección teatral, reiki, cocina contemporánea, danzaterapia) y dirigidos a un público joven.

Todo esto ha hecho que en dos años se haya registrado una subida espectacular en cuanto a la matriculación, que prácticamente se ha duplicado pues hemos pasado de 3000 a casi 6000 alumnos, sumando los que acuden a nuestras dos sedes, más los del programa de barrios y los de nuestra programación en colegios. Esta afluencia en la matriculación se debe a la apertura de diferentes líneas de trabajo en cuanto a los cursos anuales así como al impulso de los talleres intensivos y monográficos, todo lo cual nos ha permitido captar un público mayoritariamente joven que hasta ahora no estaba integrado en la UPMJ y que se entusiasmó con la publicidad del folleto que presentaba nuestra oferta para el nuevo curso y que generó cierta polémica en la ciudad.

En este sentido, hemos abierto una línea nueva denominada Aula Verde, con el objetivo de dar formación y generar concienciación en el ámbito de lo medioambiental a través de toda una serie de actividades dirigidas a un público variado. Para potenciarla, se crea un logotipo específico e iniciamos actividades y talleres sobre reciclaje, contaminación, senderismo y ciclos de cine, con un énfasis especial en el público infantil; de hecho hemos implantado esta línea en colegios de educación primaria de la ciudad, se trata de una experiencia pionera en la que un organismo encargado de cursos y talleres de formación no reglada como es la UPMJ se hace cargo de horas lectivas en una institución de formación reglada, es decir, se responsabiliza de actividades curriculares en educación primaria.

A la par se empezó a diseñar una programación de actividades que incluyen cine, teatro, música, danza, exposiciones y conferencias, que su-

pusiera un reclamo para el público al que queríamos arrastrar hacia nuestra universidad. Y es importante señalar que esta nueva programación de actividades se hizo de manera participativa, de tal forma que supuso una recogida de propuestas, tanto cursos como actividades, fruto de la apertura de la UPMJ a convertirse en un espacio de expresión para colectivos y personas de la ciudad. Igualmente, al mismo tiempo, se inicia una estrategia de colaboración con agentes externos, que engloba tanto a otros servicios municipales (Concejalía de Juventud o Concejalía de Medio Ambiente) como a entidades ajenas (Escuela Oficial de Idiomas, Andalucía Acoge, ASPACE, Asociación de Autismo y otras), todo lo cual ha dado lugar a un enriquecimiento de la oferta cultural de la ciudad.

A lo largo del curso 2007/2008, a partir de noviembre fundamentalmente, empezamos a generar toda esta actividad, acabamos de diseñar los nuevos cursos y talleres y de pergeñar los distintos ciclos de actividades de manera que en torno a abril de 2008 toda la estructura estaba resuelta. En ese mismo momento, además, ayudamos a generar una publicación privada llamada *Piturda*, que se erigía en agenda cultural de la ciudad, inexistente hasta entonces, y que nos servía como escaparate de nuestro proyecto; el verano de 2008 pasado, programamos ya el siguiente curso, éste que acabamos de terminar, con esa estructura en mente de manera que configuramos una programación estable que mes a mes se apoya en distintos ciclos: en septiembre nos dedicamos de manera íntegra a la danza con *Jaén en danza*; en octubre y noviembre tienen lugar distintas Jornadas sobre *Historia y Memoria, Medio Ambiente y Arte Contemporáneo*, y además, en noviembre se brinda un ciclo pensado para los más pequeños dedicado a los títeres, de título *Titereando*; desde diciembre hasta marzo asignamos una programación que fundamentalmente incluye música y teatro que se desarrolla en nuestro espacio escénico con dos ciclos, De Jaén ni..., consagrados a grupos de la ciudad, y la *Sala Espacio Arte*, para los grupos foráneos; en abril se propone un festival de calle de cultura urbana, *Urbánica*, así como unas jornadas sobre literatura denominadas *Poética*; y en mayo también hay un festival de *Música en la calle*, festival que inunda los espacios públicos de nuestra ciudad con distintos grupos musicales; además, a lo largo del curso, mediante actividades puntuales se conmemoran distintas efemérides, como el día internacio-

nal del teatro, el día internacional de la música, el día contra el maltrato o el día de la mujer. También hay cabida para celebrar distintos certámenes, como el de microcine o el de pintura; así como doble sesión de cineclub todos los martes lectivos.

Por otro lado, se han sacado adelante distintas iniciativas gracias a la participación ciudadana, como un banco del tiempo abierto a toda la ciudadanía en el que se intercambian todo tipo de habilidades o conocimientos con el tiempo como moneda de cambio; una ludoteca de verano, iniciativa que ha logrado que los padres hayan conjugado su vida laboral con su vida familiar pues ha abarcado todo el periodo vacacional de los niños, desde su primer día de vacaciones hasta el último, sin ningún intervalo, con un horario extenso y una programación con actividades fundamentalmente lúdicas (danza, teatro, cocina, excursiones, piscina, cine, manualidades, informática, medio ambiente) que además ha servido para que los niños conozcan los recursos de su ciudad, recursos municipales, en este caso los recursos de la UPMJ; o la edición de una publicación iconográfica fruto del trabajo de distintos profesionales de la fotografía y la historia.

Resumiendo todo lo antedicho en cifras, en este último curso 2008/2009 la UPMJ ha desarrollado unos 400 cursos y talleres, ha contado con unos 6000 alumnos repartidos entre sus dos sedes, sus programas de barrios y la intervención en colegios, y han habido más de 250 actividades (música, cine, teatro, danza, exposiciones y conferencias), lo cual nos muestra unos resultados nada desdeñables.

Ahora bien, todo este cambio no hubiera sido posible sin la existencia de un presupuesto que soportase toda esta actividad, y en este sentido el cambio en el presupuesto de la UPMJ en estos dos años también ha sido importante pues al triplicarse su cuantía se ha pasado de un presupuesto de mínimos a un presupuesto que apuesta por el futuro de esta institución.

Las subidas más sobresalientes se recogen en tres ámbitos: personal, inversiones y actividades socioculturales. En primer lugar, en relación a la ampliación de personal se han hecho distintas contrataciones debido al aumento de actividad de este organismo, además se ha dado estabilidad a los monitores a través de la creación de contratos en la modalidad de fijos discontinuos, y se han reconocido derechos al personal de administración que han dado lugar a mejoras salariales.

En segundo lugar, ha habido un fuerte incremento en lo tocante al capítulo de inversiones que ha pasado de setenta mil euros en 2007 a setecientos cincuenta mil para 2008 y dos millones de euros para 2009, lo que se ha traducido en la apertura de la segunda sede, sede Sabetay de la Judería, y en unas obras que empezarán este invierno para ampliar y adecuar funcionalmente la sede central; este aspecto es importante pues el estado del edificio es muy precario y necesitamos su remodelación y ampliación para tener unas instalaciones con unas condiciones adecuadas y una ampliación de espacios que pueda absorber el incremento en la programación de cursos, talleres y actividades, que de otra manera se quedaría estancado.

En tercer y último lugar, hay que señalar el incremento económico para actividades, que se ha triplicado, llegando a los doscientos cincuenta mil euros. Subida que se traduce en la consolidación de nuestras nuevas líneas de actuaciones culturales, que apuestan por la cultura entendida de una forma no dirigista, horizontal y no asistencialista, y que recogen los proyectos que los creadores de la ciudad nos proponen, además de suministrar una ventana hacia apuestas creativas alternativas. Esta meta es muy importante pues su consecución nos proporciona un soporte social que puede identificarse con nuestro trabajo y apoyar nuestro proyecto.

El resultado de estos dos años de trabajo ha sido enormemente satisfactorio, pues se ha dado un viraje a la gestión de la Universidad Popular Municipal de Jaén, mediante el cual ha dejado de ser una entidad condenada a su desaparición y que ha convertido a la universidad en un organismo dinámico que goza de buena salud, pero todo esto no hubiera sido posible sin los cuatro factores de los que hemos hablado a lo largo de este artículo: presupuesto, personal, participación y proyecto.

A modo de conclusión y como resumen, hay que estar respaldado por un presupuesto suficiente que permita suministrar un soporte material a las iniciativas planteadas. En segundo lugar, se debe contar con la complicidad del personal de la casa que va a procurar el soporte humano a la actividad. En tercer lugar, es muy deseable contar con la participación ciudadana a la hora de programar las actividades pues esto nos facilitará el necesario apoyo del público; y en cuarto y último lugar, es imprescindible contar con un proyecto, en nuestro caso un proyecto que ha permitido convertirnos en un organismo referente de la formación no reglada que abandera y cataliza buena parte de la actividad cultural de la ciudad de Jaén.

Ángel Cagigas
Director de la Universidad Popular Municipal de Jaén

AUTORA/AUTHOR: Sara María Castelló Gaona.
ÁLACE, Asociación de Lengua, Arte, Cultura y Empresa

TÍTULO/TITLE:
LibrOcasión Solidaria.

CORREO-E/E-MAIL: alace@uca.es

RESUMEN/ABSTRACT:
Experiencia de *fundraising* cultural consistente en la recopilación de libros procedentes de las editoriales de diferentes instituciones locales, la constitución de un programa de venta de libros denominado *LibrOcasión* y la donación del dinero recaudado, en este caso a asociaciones de enfermos, o de familiares de enfermos.

The paper presents the experience of cultural fundraising that consists in compiling books from different local publishing institutions, a book sales programme called LibrOcasión and the donation of the money raised to associations for people with illnesses or their families, in this case.

PALABRAS CLAVE/KEYWORDS:
Gestión cultural, organización cultural, trabajo social.
Cultural management, cultural organisation, social work.

LibrOcasión Solidaria

Sara María Castelló Gaona

INTRODUCCIÓN

Leer, aprender, descubrir, pensar, sentir… Libros…

Los libros nos acompañan a lo largo de nuestra vida. En nuestra mesilla de noche, en el cajón del escritorio, en el mueble del salón u observándonos desde estanterías día a día, esperando ser abiertos de nuevo o por primera vez, esperando que llegue su oportunidad para contarnos historias o enseñarnos cosas que no sabemos. Toda la paciencia del mundo encerrada entre dos tapas y hojas impresas. Cajas de libros, estanterías repletas, torres de papel, criaderos de polvo, domicilios de lepismas… ¿Quién no alberga en su casa colecciones infinitas de ejemplares leídos o por leer?

PLANTEAMIENTO DE LA IDEA

Hace unos años el Servicio de Publicaciones de la Universidad de Cádiz encomendó a la asociación Arte, Lengua, Cultura y Empresa (ÁLACE) la labor de hacer un recuento de volúmenes y títulos para refrescar su base de datos. Ese arduo verano de radio, estanterías y escaleras, bases de datos y libros y más libros, nos dimos cuenta de la cantidad de fondo antiguo o, simplemente, material descatalogado, que conformaban una basta colección de libros invisibles que ocupando su espacio esperaban ser pedidos por algún interesado en la materia. Después de algunas conversaciones con el personal del servicio se hizo evidente la necesidad de recuperar el sitio que, antes de nuestra intervención, ocupaban esos libros, así como la de ofrecer la oportunidad de acercar esos títulos al público en general que tenía difícil o ningún acceso a ellos.

FUNDRAISING CULTURAL

Entre los objetivos que marcamos en ÁLACE cuando redactamos sus estatutos, siempre estuvo presente nuestra intención de hacer extensible la cultura y la universidad al público en general, así como la realización de labores sociales utilizando la cultura como instrumento para el desarrollo. Uniendo ambos puntos la solución pasaba por una estrategia de *fundraising cultural*. El *fundraising cultural* quedaría definido como *el conjunto de actividades orientadas a captar y gestionar fondos y bienes de personas, empresas y administraciones públicas, con el objetivo de destinarlas a organizaciones no lucrativas, utilizando la cultura como vehículo para conseguirlo*. También cabrían otras opciones en las que los fondos canalizados de empresas y entidades fueran en sí mismos objetos culturales, pero, en tal caso, hablaríamos de donaciones; o la de captación de fondos para desarrollar actividades que tuvieran carácter cultural en un ente social aunque, en tal caso, hablaríamos simplemente de *fundraising*.

Dejando definiciones a un lado, que por norma general suelen ser objeto de debate, en el momento actual se hacen necesarias estrategias de cambio que nos lleven a entender la cultura desde un punto de vista abierto, colaboradora con fines más allá de los convencionalmente establecidos. Nos encontramos ante nuevos conceptos culturales fundamentados en la diversidad, la participación, la proximidad y la confianza. Con el programa generado se alcanzan varios objetivos que resultan útiles para todos los agentes que participan, siendo totalmente diferentes entre sí y con necesidades dispares:

- Colaborar con la responsabilidad social corporativa de las entidades que participan: Universidad de Cádiz, Ayuntamiento de Cádiz, Diputación de Cádiz, Junta de Andalucía, Bancaja y ÁLACE.
- Contribuir a los fondos de entidades con carácter primordialmente social u organizaciones no gubernamentales, en nuestro caso asociaciones de enfermos como Parkinson-Cádiz, o de familiares de enfermos como Alzhe-Cádiz o Autismo Cádiz.
- Informar sobre la existencia y la labor que realizan estas asociaciones por medio de material informativo ofrecido en el stand y en la rueda de prensa de manera que se contribuya a su beneficio a largo plazo una vez terminada la actividad.
- Dar salida a publicaciones de los diferentes servicios liberando espacio de almacenamiento y redundando en la difusión de ambos.
- Acercar títulos descatalogados o faltos de distribución al público interesados en la materia.

LIBROCASIÓN SOLIDARIA

LibrOcasión Solidaria: programa creado por ÁLACE para obtener fondos dirigidos a organizaciones de ayuda sin ánimo de lucro a través de la venta de libros donados por servicios de publicaciones de entidades públicas o privadas, al precio simbólico de uno o dos euros, comercializados mediante cauces alternativos a los propios de la industria editorial.

El año pasado arrancó la primera edición de *LibrOcasión* Solidaria sustentada con libros de los servicios de publicaciones de la Universidad, Ayuntamiento y Diputación de Cádiz y la colaboración del la Oficina del Bicentenario 1810-1812, la Universidad de Cádiz y el Hotel Atlántico, con fondos dirigidos a las asociaciones Parkinson Cádiz y Alzhe-Cádiz.

La organización del trabajo el primer año fue complicada, ya que al no tener referentes anteriores supuso un esfuerzo para los que desarrollamos el programa: el traslado de los libros amablemente donados por las entidades implicadas a la sede de la asociación y desde allí a espacios públicos durante los cuatro días, el almacenamiento de los mismos, el montaje y desmontaje del stand y la venta de los ejemplares o la difusión de la cartelería. Al realizar la donación íntegra de lo recaudado para las asociaciones de enfermos, ÁLACE asumió el desgaste de sus recursos y requirió la implicación de sus asociados. Afortunadamente, contamos con colaboración: la Oficina del Bicentenario de Diputación hizo una donación económica para sufragar algunos gastos, el Rectorado de la Universidad nos prestó mobiliario y pagó un servicio de seguridad para tener abierto el centro por la tarde, y el hotel Atlántico nos prestó mobiliario para los días en los que ubicamos el stand en el paseo marítimo de la ciudad.

El público que acudió quedó gratamente sorprendido. El primer día las ventas nos sobrepasaron, teniendo que acudir repetidamente a buscar más material a la sede de la asociación. Encontramos a personas que simplemente realizaron una donación sin adquirir ningún libro, otros que pedían información sobre la asociación en cuestión y algunos que pasaban en repetidas ocasiones esperando encontrar títulos nuevos, auténticas joyas literarias perdidas en el tiempo, que salieran de las cajas del almacén.

Resultado: una media de alrededor de 210 euros y 180 ejemplares al día durante los cuatro días que se desarrolló la venta, así como cobertura en medios impresos, radio y televisión.

En este segundo año de *LibrOcasión* se sumó al programa el Servicio de Publicaciones de la Junta de Andalucía, y el de Bancaja, así como el Consejo Social de la Universidad de Cádiz. Se redujeron los días a tres y se optó por destinar todos los fondos a una única asociación: Autismo -Cádiz.

Resultados: una media diaria de alrededor de 250 euros y 230 ejemplares vendidos durante los tres días. La difusión en medios para este año fue abrumadora, radio, televisión y prensa durante los tres días que duró la actividad y el día previo en la rueda de prensa.

CAPITAL SOCIAL

LibrOcasión Solidaria se fundamenta en el capital social que atesora ÁLACE y que hace posible la realización de este programa. Tratar con las personas que trabajan día a día en las entidades, conocer su labor y sus necesidades, tratar con el entorno y empatizar con sus realidades, no es cosa de un día ni de la casualidad. Detrás de todo esto hay una autentica labor relacional en todos los sentidos (con las entidades, con las asociaciones de ayuda a enfermos y con los propios asociados) que toma como eje transversal la cultura para conseguir aunar esfuerzos en pro de un proyecto común que beneficie a todos y a cada uno.

REFLEXIÓN

Ser solidario cuesta a veces muy poco y en *LibrOcasión* quedó ampliamente demostrado. El problema de los bajos índices de consumo cultural no es debido a una sociedad desinteresada por estos temas. Como denotan otras experiencias de ÁLACE, al público en general le gusta leer, ir al cine, al teatro, escuchar música, aprender idiomas… Desciende el número de venta de discos, películas o asistencia a salas de cine, pero en estos momentos la sociedad disfruta de ellos como nunca lo había hecho. La afluencia de personas interesadas que pasaron por el stand en las ediciones de *LibrOcasión*, así como el número de ejemplares vendidos, me plantean que realmente, al público le gusta leer, desea aprender, estar informado y le interesa lo que esos libros le cuentan, pero a veces se necesita un acercamiento diferente: la cultura no puede permanecer rígida e impasible ante esta realidad, no puede quedar en manos de unos cuantos usada como objeto de lujo. Ahora más que nunca se hace necesario una estrategia de cambio capaz de generar nuevas experiencias que supongan la inclusión de la cultura en otros ámbitos diferentes a los habituales dando lugar así a la generación de innovación.

AGRADECIMIENTOS

Por último, quisiera agradecer, desde este espacio periférico dedicado a la experiencia, a todas las personas que se implican en cada una de las ediciones de *LibrOcasión* por hacer posible que esta idea sea una realidad, a todos los lectores que colaboraron con causas sociales importantes y a todas las personas solidarias que hicieron un hueco en sus mesillas de noche, en el cajón de sus escritorios, o en los muebles de sus salones, para acoger un libro que durante algún tiempo había sido invisible.

ANTENAS

Tiempos de cambio en Euskadi

La Comunidad Autónoma de Euskadi ha conocido el cambio político. Tras las elecciones del pasado 1 de marzo por primera vez hay un lehendakari socialista y un gobierno monocolor socialista en minoría con el apoyo del Partido Popular, y por lo tanto la política cultural del Gobierno Vasco está siendo dirigida por un equipo socialista. Esta es la principal novedad de este 2009, pero de cara a realizar la crónica la voy a dividir en tres apartados que son como las tres variables de una ecuación.

Primera variable: la existencia de una política cultural con muchos años de implantación y voluntad de proyección en los próximos años

Como comentaba en la crónica del año pasado los equipamientos dominan el panorama. El Gobierno Vasco saliente en enero de 2009 presentó un Plan de Infraestructuras Culturales para el periodo 2008-2012 (la legislatura terminaba en el 2009), con un presupuesto total de 98 millones de euros de inversión. Dicho presupuesto, al que hay sumar en la mayoría de los casos las aportaciones de otras administraciones como son las diputaciones forales, se centra en 15 infraestructuras y equipamientos culturales entre las que destacan algunas ya conocidas como el Archivo Histórico Nacional de Euskadi, o el Centro Internacional de Cultura Contemporánea Tabakalera en Donostia, que ya ha adjudicado su proyecto de rehabilitación arquitectónica, o el Museo Balenciaga de Getaria. Además, plantea inversiones en proyectos como el Palacio de Congresos y Auditorio de Vitoria-Gasteiz, el Centro Internacional de Títeres en Tolosa, el Centro de Investigación sobre el Patrimonio Cultural o el Museo Vasco de la Historia y la Sociedad.

El Museo Guggenheim Bilbao, icono internacional del valor de la cultura como elemento de desarrollo territorial, cerró el año 2008, año de explosión de la crisis, con una ligera baja sobre los objetivos previstos (un millón de visitantes). El cuadro comparativo con el 2007 es el siguiente:

Año	Total visitantes	% Euskadi	% Estado	T% Extranjeros	% Autofinanciación
2007	1.002.963	6 %	27 %	67 %	68 %
2008	951.369	10 %	24 %	66 %	65 %

Por otro lado, el proyecto del Museo Guggenheim de Sukarrieta, anunciado en el 2008, continua con el proceso de definición artística y arquitectónica, del que no han trascendido grandes noticias, solamente la de que la superficie expositiva del nuevo centro será de aproximadamente 5.000 m2 (la sede bilbaína ocupa 24.000 m2 de los que 11.000 m2 son para uso expositivo). Igualmente no se conoce el estudio de viabilidad del nuevo museo. De todas maneras, hay un cierto nivel de incertidumbre sobre la viabilidad del proyecto teniendo en cuenta la crisis económica y las reticencias al mismo por parte del Gobierno Vasco, tanto anterior como actual.

El Plan Vasco de la Cultura, elemento vertebrador de la política cultural del Gobierno Vasco en la legislatura anterior, ya comenzó a dar sus frutos en el 2007 y continua en el 2008. El recién creado Observatorio Vasco de la Cultura continúa con su trabajo y muestra de ello es la publicación de la primera encuesta sobre "*Hábitos, Prácticas y Consumo de Cultura*", que en líneas generales describe un panorama en el que Euskadi supera la media europea y estatal en el índice de lectura y asistencia al cine y conciertos. La música es la afición preferida de los vascos, que se distinguen por un elevado índice de lectura de prensa diaria.

Como complemento a este trabajo, se ha publicado el estudio sobre "*Oferta de eventos culturales en Euskal Herria, enero-junio 2008*" (no se incluye el cine comercial), que tiene como conclusión más significativa que la música y el teatro dominan la oferta cultural, mientras que la programación de montajes de danza es escasa.

Para finalizar con la primera variable, dos institutos previstos en el Plan Vasco de la Cultura todavía no han comenzado su andadura: el Instituto Vasco de Artes Escénicas, que acumula un considerable retraso y el Instituto Etxepare de proyección exterior de la lengua y la cultura vascas, que está ultimando su puesta en marcha con un "acelerón" de final de legislatura que ha supuesto come-

ter errores administrativos y enrarecer el ambiente en torno a dicho proyecto.

Como se puede apreciar, el nuevo gobierno socialista se encuentra con una situación consolidada y con proyección futura o cuando menos con compromisos económicos de inversión a medio plazo, con su correspondiente gasto fijo a largo plazo.

Segunda variable: la necesidad de que se visualice al cambio político

El nuevo equipo rector del Departamento de Cultura del Gobierno Vasco combina la inexperiencia política, por su carácter de independiente, y de gestión cultural de la Consejera de Cultura Blanca Urgell, catedrática de filología vasca de la Universidad del País Vasco, con la experiencia parlamentaria del Viceconsejero de Cultura Antonio Rivera y con la amplia y reconocida experiencia en gestión cultural de Director General de Promoción Cultural Mikel Toral procedente del ayuntamiento de Bilbao.

En relación con el programa a desarrollar está todavía poco definido, ya que a fecha de septiembre de 2009 todavía el nuevo gobierno no ha presentado su programa de gobierno. De acuerdo con los documento existentes: programa electoral del PSE-EE PSOE, la intervención del lehendakari Patxi López en el pleno de investidura (5 de mayo de 2009) y de la comparecencia de la Consejera de Cultura ante la Comisión de Cultura del Parlamento Vasco (23 de junio de 2009) se puede deducir una voluntad de cambio tanto en las formas "*es el momento de llevar a cabo una administración cultural transparente y democrática*" *(programa electoral), y en el fondo "una nueva política cultural orientada a la consolidación del pluralismo ideológico y político de los vascos y de su igualdad política y social*" (programa electoral).

Mientras el programa electoral plantea numerosas propuestas concretas, tanto de creación de entidades como el Consejo de la Cultura y de las Artes con rango de ley (actualmente existe un Consejo Vasco de la Cultura creado por decreto) o la creación de un Consejo Interinstitucional de supervisión de las inversiones culturales de las Cajas de Ahorro; como planes diversos (Plan de Promoción Exterior de la Escena Vasca) o medidas concre-

tas de todo tipo, la realidad es que la cultura tuvo escasa presencia en la campaña electoral y en los debates entre los diferentes candidatos.

En relación a la política cultural (dejando a un lado las propuestas referidas a la política lingüística y a la radio televisión públicas vascas), el lehendakari Patxi López en su discurso de investidura anunció dos acciones concretas: la puesta en marcha de un Plan Estratégico de Acción Cultural en el País Vasco y la preparación de un Congreso Vasco de la Cultura. Como se puede apreciar se trata de dos acciones de carácter de reflexión y debate.

La Consejera de Cultura en su comparecencia no menciona ninguna de las propuestas del Lehendakari y se centra en apostar por la coordinación interinstitucional frente a la puesta en marcha de más equipamientos, por superar la simple política subvencionadora, por el apoyo a la creación y por una relectura del Plan Vasco de la Cultura en vigor. Además, plantea algunas nuevas iniciativas concretas como el desarrollo de un portal interactivo de la cultura.
Como se ve hay un voluntad de cambio en el discurso, que tendrá que plasmarse en acciones concretas recogidas en el próximo presupuesto.

Tercera variable: la crisis económica

En estos momento es difícil determinar cuál va a ser el impacto concreto de la crisis en los presupuestos del Gobierno Vasco para el año 2010 y siguientes. Cada día las perspectivas de recaudación de las haciendas vascas, base del presupuesto del Gobierno Vasco, son peores. A comienzos de verano del 2009 se habla de una caída de en torno al 20%.

Los discursos políticos tienen su plasmación real en los presupuestos que se aprueban, y por ello esperemos que las palabras de la Consejera de Cultura en su comparencia en el Parlamento Vasco se cumplan: "*defendemos que la cultura tiene un potencial económico que debemos saber aprovechar y optimizar….reivindicamos* (además de papel económico de la cultura), *el papel estratégico y protagonista de la cultura en nuestro País, para despejar las tentaciones habituales en situaciones de crisis económica de comenzar los recortes precisamente*

por este campo, como si fuera , que no lo es, el más prescindible".

En resumen, vienen tiempos de cambio promovidos por un cambio político, que ha basado una parte de sus argumentos en una diferente visión de la política cultural/identitaria, pero que deberá ser consciente de la existencia de proyectos y planes en marcha que incidirán en la plasmación real del cambio y todo ello en un entorno de una crisis económica descontrolada.

Mikel Etxebarria Etxeita
Septiembre 2009

RESEÑAS

Reseñas del CERC

Sección desarrollada por
Diputació de Barcelona.
Oficina d'Estudis i Recursos Culturals

Diccionario crítico de política cultural: cultura e imaginario

COELHO, Teixeira
Barcelona: Gedisa, 2009.
365 p.
ISBN: 978-84-9784-249-5

La política cultural es un ámbito en el que confluyen vertientes de discurso muy diversas, que van de la academia como al ejercicio directo de responsabilidades públicas y empresariales. Esta concurrencia hace especialmente valioso el presente volumen, que bajo el formato de un diccionario ofrece un sistema de comprensión orgánica de la política cultural en la contemporaneidad. Las entradas remiten al lector a distintos aspectos de este relevante campo, con la ayuda de un abundante cuerpo de referencias bibliográficas, y no solamente contienen el significado de la palabra o expresión indicada, también incluyen un comentario crítico sobre el uso que se hace de ella.

El Diccionario crítico de política cultural ofrece también elementos clave en el debate acerca de qué es la cultura y cómo ver la Política Cultural como un sistema ordenado de conceptos y prácticas. Este libro participó en la introducción de los estudios sistemáticos de política cultural en la Universidad de Sao Paulo, Brasil, y es hoy una referencia mundial en su campo, además de que ha sido especialmente revisado por el autor para la edición en castellano de Editorial Gedisa.

Sumario: Prefacio a la edición española; Introducción: 1.Un dominio para la política cultural/ Teixeira Coelho; 2.Estructura y manejo del diccionario/Maria de Fátima G.M. Tálamo; 3.Colaboradores; Diccionario; Anexo1. Cultura es la regla; arte, la excepción; Anexo 2. Política cultural, siglo XXI; Índice de términos y no términos.

Ciudades Creativas. Volumen 1. Cultura, territorio, economía y ciudad

Barcelona: Fundación Kreanta, 2009. 263 p. (Ciudades creativas 1)
ISBN: 978-84-613-2572-6

Una reflexión sobre las relaciones entre cultura, territorio, economía y ciudad. Una invitación al desarrollo del diálogo y debate del sector cultural con los sectores del urbanismo y la promoción económica local. El libro se estructura en cuatro ámbitos temáticos: Cultura y territorio; Clusters urbanos e industrias culturales; El liderazgo de emprendedores y creadores; Arte y espacio público.

Cultura y territorio: la cultura se ha transformado en un elemento central de las políticas territoriales, de la reivindicación de la ciudad como espacio público y del marketing urbano. En este ámbito se analizan los itinerarios y las formas en los que se desarrolla la concurrencia entre la planificación territorial, la planificación cultural y el marketing de ciudad. Clusters urbanos e industrias cul-

turales: el reconocimiento sobre los efectos positivos que la creatividad y la cultura tienen sobre el desarrollo económico local es cada vez más amplio. Estudios y experiencias de diferentes ciudades ponen de manifiesto que hay ciertas pautas de concentración de las industrias culturales (y creativas) en las áreas urbanas de mayor dimensión. El liderazgo de emprendedores y creadores: la captación de talento es condición necesaria para impulsar una ciudad creativa. ¿Cuáles son los factores de atracción de un territorio para captar emprendedores y creadores del sector cultural? ¿Qué condiciona la elección de un territorio por un artista o un empresario de la cultura? Arte y espacio público: de la mano de la administración local el arte contemporáneo está teniendo un protagonismo creciente en los espacios públicos con obras e intervenciones artísticas interactuando con los ciudadanos de a pie. El binomio arte y espacio público se convierte en un claro ejemplo de la necesaria convergencia de la cultura con la arquitectura y el urbanismo.

Sumario: El proyecto de las ciudades creativas/Félix Manito; Ámbito: Cultura y territorio. Introducción/Lluís Bonet; El urbanismo de las ciudades creativas: entre el azar y la necesidad/Jordi Borja; Cultura y desarrollo local: el distrito cultural sistémico/Pier Luigi Sacco y Guido Ferilli; La

cooperación territorial en la región Nord-Pas de Calais y las claves del éxito de Lille 2004/ Donato Giuliani; San Sebastián: ciudad creativa/Odón Elorza; Girona y la cultura. Una aliaza para el futuro/Joan Pluma. Ámbito: Clusters urbanos e industrias culturales. Introducción/Xavier Cubeles; Las ciudades creativas: hurgando en el slogan/ Pau Rausell; Industria cultural, cultura industrial: motores de progreso/Pere Navarro; Apoyo integral a emprendedores creativso en Sevilla: Proyecto Lunas/ Paz Sánchez Zapata y Francisco Álvaro; Industrias culturales y cluster de excelencia urbana. La corona metropolitana de Madrid/Fernando de Yzaguirre García; Ámbito: Liderazgo de emprendedores y creadores. Introducción/Javier Brun; Ciudades creativas: ciudad, talento, innovación. 10 notas a pie de página/Xavier Marcet; ¿Factores "soft" o "hard"? Determinantes para la localización de empresas creativas y del conocimiento en la Región Metropolitana de Barcelona/Montserrat Pareja-Eastaway; Creatividad y liderazgo emprendedor: el caso de Ferran Adrià y el Bulli/Silviya Svejenova y Marcel Planellas; Innovación cultural y cultura para la innovación (La plataforma Disonancias)/Roberto Gómez de la Iglesia; Tournefeuille, la cultura como señal de identidad/François Lajuzan. Ámbito: Arte y espacio público. Introducción/Fina Sitjes; Arte y espacio público: ¿industria, creatividad o crítica?/Josep Maria Montaner; Arte y espacio público: entre lo efímero y lo permanente/Rosina Gómez Baeza; El virus positivo tiene que expandirse. Accidentes parametrizados/Enric Ruiz-Geli; Buscando el norte a través de la creatividad/Ramon Parramon.

A New agenda?: the European Union and cultural policy

NAESS, Hans Erik
London: Alliance Publishing, 2009. 199 p.
ISBN: 978-0-9558804-3-8

Durante las dos últimas décadas, desde la caída del Muro de Berlín hasta la época actual, marcada por los efectos de la globalización, se ha evidenciado que la cultura influye cada vez en mayor medida en las vidas de los ciudadanos europeos. En respuesta a esta realidad la Unión Europea (UE) aprueba en 2007 'Una agenda europea para la cultura en un mundo en vías de globalización', siendo la primera vez que la UE establece una estrategia clara para la cultura y la eleva a la primera división de las políticas europeas. El

autor de esta obra, que abarca desde la filosofía cosmopolita hasta los videojuegos, es el sociólogo noruego Hans Erik Naess y pretende analizar el contenido de esta nueva estrategia, qué novedades y cambios aporta y cómo afecta a las culturas europea y nacionales.

Sumario: 1. Meeting point Brussels; 2. What Europe? Whose Europe?; 3. The European Union in the age of culture; 4. The ambiguity of cultural dialogue; 5. The creative Europe; 6. Culture and foreign policy; 7. EU goes culture...and then what?

Youtube: online video and participatory culture

BURGESS, Jean
JOSHUA, Green
Cambridge: Polity, 2009. XI, 172 p.
ISBN: 978-0-7456-4479-0

YouTube es uno de los sitios web más conocidos y frecuentados del actual panorama de los medios de comunicación participativos en línea, y es la primera y más popular plataforma de videos creados por el usuario. En esta obra los autores, Burgess y Green, explican de qué manera YouTube está siendo utilizado y las implicaciones que ello tiene, así mismo analizan cómo estas nuevos comportamientos se relacionan con las amplias trans-

formaciones que en estos momentos estan experimentando la cultura, la sociedad y la economía. En la obra se examinan de una manera crítica los debates públicos que surgen alrededor de YouTube y se demuestra la importancia de las luchas por la autoridad y el control en el nuevo panorama de los medios de comunicación. Los autores utilizan tanto fuentes teóricas como investigación empírica para analizar cómo YouTube está siendo usado por las industrias de la comunicación, por el público y los productores aficionados y por determinadas comunidades con intereses particulares, y la manera en que estos usos cambian las ideas existentes sobre producción y consumo cultural.

Sumario: 1. How youTube matters; 2. Youtube and the mainstream media; 3. YouTube's popular culture; 4. YouTube popul's social network; 5. YouTube's cultural politics; 6. YouTube's uncertain futures; What happened before YouTube/Henry Jenkins; Uses of YouTube, digital literacy and the growth of knowledge/ John Hartley.

El arte de la escenotécnia: cómo diseñar espacios escénicos de excelencia

ASTIASO, Cayetano
IBÁÑEZ, Dino
TAMAYO, José Luís
Sant Celoni (Barcelona): Bissap Consulting, 2009.
95 p.
(Cuadernos Gescènic; 5)
ISBN: 978-84-935124-6-0

El hecho escénico está condicionado por el espacio en que se desarrolla. Un espacio adecuado permite que una buena propuesta escénica llegue a la excelencia. Un consultor escenotécnico toma el alma de un proyecto escénico y lo traduce en es-

pacio. La escenotecnia es un arte y una técnica. Este libro recoge por primera vez las reflexiones y recomendaciones de tres especialistas de prestigio que contrastan sus experiencias y las sirven en forma de diálogo para involucrar en él al lector.

Sumario: 1. La emergencia de un nuevo profesional; 2. Diez ideas, dos debates, un libro; 3. Una reflexión previa; 4. El edificio debe mandar; 5. La elaboración del proyecto; 6. El arquitecto lo sabrá; 7. El espectador es un héroe; 8. Anexo: Mapa de recintos escénicos y profesionales.

Mercado y consumo de ideas: de industria a negocio cultural

TORTOSA, VIRGILIO (Ed.).
Madrid: Biblioteca Nueva, 2009. 524 p.
ISBN: 978-84-9742-927-6

Ni los pronósticos más oscuros de la Escuela de Frankfurt podían preconizar, cuando plantean el concepto de industria cultural, su nuevo estadio especulativo y financiero, por los efectos de una voraz espiral mercantil instalada en todos los sectores de la cultura, en exacta correspondencia con los demás ámbitos de nuestra realidad. El patrón neoliberal y consumista de la cultura ha ofertado como entretenimiento y ocio lo que buena parte de la historia fuera conocimiento humano y afán de superación o reclamo de un ethos entre el ser humano y su sociedad. Un amplio repaso a los más diversos sectores de la cultura actual a través de sus profesionales convocados para la ocasión diseccionan un amplio espectro de lo que está ocurriendo en este nuevo siglo. Un documento de análisis del estado de la cuestión de la cultura desde cuantos prismas la componen para situarse en un presente (las mayoría de las veces cruelmente) acelerado por la lógica bursátil de los mercados.

Sumario: Preámbulo: Un gusto global/Virgilio Tortosa; I. Cultura y globalización: Estrategias de la cultura/Francisco Jarauta; El consumo de cultura en la era informacional/Joan Oleza; Los orígenes teórico-críticos del concepto "Industria cultural"/Raúl Rodríguez Ferrándiz; El libro como producto financiero/Germán Gullón; El mecenazgo postcapitalista: la enésima crisis de la ficción narrativa de calidad/Covadogna Gemma Fouces González; Estrategias ilusorias en la producción/Diseminación de la cultura literaria en la Europa occidental/José Lambert. II. Literatura y artes: La novela como valor económico y de prestigio de la modernidad/Santos Alonso; Narrativa y entretenimiento: el fenómeno del best-sellerismo/Ramón Acín; El difícil equilibrio de la relación entre industrias culturales y artes escénicas/Guillermo Heras; Lírica en tiempo de consumo/Virgilio Tortosa; Entre el espectáculo y la cultura: el negocio del cine/José Luis Sánchez Noriega; Una poesía sin aura. Política, industria cultural y música popular en la transición española (1977-1987)/Antonio Méndez Rubio; Mercancía y espectáculo: una perspectiva teórica sobre las artes plásticas como industria cultural/Enric Mira Pastor; El arte contemporáneo de feria en feria. El truco más caro del mundo/Laura Revuelta; El diseño gráfico en la encrucijada de la industria cultural/José Manuel Ruiz Martínez; La publicidad como industria cultural/Raúl Rodríguez Ferrándiz ; Arte colaborativo: el sentido de la articulación a través de la experiencia relacional/Jordi Claramente y Javier Rodrigo; III. Crítica y medios de difusión: El caso Echevarría: recuento/Ignacio Echeva-

rría; El periodismo cultural, hoy/ Francisco Rodríguez Pastoriza; Arte contemporáneo, de feria en feria/Laura Revuelta; Ínsula, hoy/ Arantxa Gómez Sancho; El monje que hace al hábito. Crítica literaria y medios de comunicación/Juan Trejo. IV. Edición, producción y gestión: Responsabilidad del editor y poética editorial/Constantino Bértolo; Poesía y mercado/Segio Gaspar; Editar lo representable: una apuesta privada contracorriente/Fernando Bercebal; La producción teatral en la España de hoy/Jesús Cimarro; Cine español: una crisis que no cesa (la producción cinematográfica)/José Antonio Félez; La gestión cultural pública: un análisis en primera persona/ Fabiola Serra; El papel del agente literario del siglo XXI/Anne-Marie Vallat. V. Propiedad intelectual: Cedro: entidad de gestión de derechos reprogràficos/ Antonio Roche Navarro; La propiedad intelectual: de la cultura impresa a la digital/Andrés Boix Palop.

La Economía del espectáculo: una comparación internacional

ELIA, Carlos M. (comp.)
Sant Celoni (Barcelona): Bissap Consulting, 2009.
223 p.
(Cuadernos Gescénic 3)
ISBN: 978-84-935124-9-1

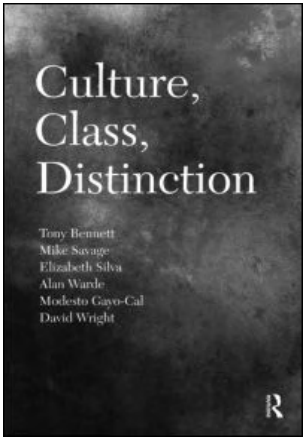
Con el objetivo de avanzar en el análisis de las principales variables explicativas del comportamiento de los mercados escénicos, de la producción y de la gestión escénica, así como de la intervención pública en el sector, los días 6 y 7 de septiembre de 2007 tuvieron lugar en la Facultad de Ciencias Económicas de la Universidad de Buenos Aires una serie de exposiciones públicas y reuniones a puerta cerrada en las que participaron expertos de reconocido prestigio en la materia. De estas reuniones, celebradas en el marco del II Encuentro Internacional sobre la Economía de las Artes del Espectáculo, se han extraído una serie de reflexiones en torno a temas clave de las artes del espectáculo que son las que se recogen en las siguientes páginas.

Sumario: 1. Características económicas dels sector del teatro en España/Lluís Bonet; 2. La situación de las artes escénicas en Uruguay/Gustavo Buquet; 3. Financiamiento público y las artes del espectáculo en los Estados Unidos/Michael Rushton; 4. Los mercados del espectáculo en Argentina: circuitos alternativo, comercial y público/Brenda Berstein y Héctor Schargorodsky; 5. Política tarifaria y democratización de las prácticas culturales en Francia: la prueba de los hechos/Xavier Dupuis; 6. La situación económica cambiante de los artistas del espectáculo/David Throsby; 7. Alternativas para el estudio de la asignación del tiempo de los artistas/Carlos Casacuberta; 8. Política tarifaria y democratización de las prácticas culturales/Omar López; 9. La relacion entre el sector público y el sector privado de las artes escénicas/Cristian Antoine; 10. Análisis de los factores de producción en dos teatros públicos de Buenos Aires: el Complejo Teatral de Buenos Aires y el Teatro Nacional Cervantes/César Palmeiro y Héctor Schargorodsky; 11. El output de las artes escénicas/Carolina Asuaga; 12. El análisis de las modalidades de gestión: una clave para el análisis económico del espectáculo vivo/Xavier Dupuis; 13. Reflexiones compartidas sobre la economía de las artes del espectáculo/ Anna Villarroya; Intervenciones públicas y artes escénicas. Una reseña y tres cuestiones disputadas/Cristian Antoine.

Culture, class, distinction

BENET, Tony
SAVAGE, Mike
SILVA, Elizabeth [et al.].
London: Routledge, 2009.
XVIII, 311 p.
ISBN: 978-0-415-42242-0

Esta publicación, a cargo de un equipo de sociólogos coordinados por Tony Bennett y Mike Savage, está destinada a ser una obra de referencia para todo aquél que busque respuestas sobre



la sociologia de la cultura y los debates en torno a cómo opera el capital cultural en las formas contemporaneas de desigualdad. Si Piere Bourdieu trabajó sobre esta cuestión en la sociedad francesa de los años 60 y 70 del pasado siglo, el presente trabajo localiza su investigación en las prácticas culturales en la sociedad británica actual. Así, este trabajo es heredero del trabajo del autor de La distinción, si bien Bennett y compañía revisan y ponen al día el primero. Y lo hacen partiendo desde el mismo cuerpo teórico y los resultados de su investigación. En la construcción del capital cultural del individuo no sólo su clase socioeconómica es una condición significativa. También la edad, el género y su propio grupo étnico tienen un papel fundamental en el proceso de construcción del capital cultural de la persona. Así, los autores describen y explican de manera sistemática el papel de las prácticas y consumos culturales como mecanismo de diferenciación y división social, económica, étnica y de género en la sociedad británica contemporánea.

Sumario: Introduction; Part I. Situating the analysis: 1. Culture after Distinction; 2. Reserching cultural capital: questions of theory and method; Part II. Mapping tastes, practices and individuals: 3. Mapping British cultural taste and participation; 4. Individuals in cultural maps; Part III. Cultural fields and the organisation of cultural capital: 5. Tensions of the musical field; 6. Popular and rare: exploring the field of reading; 7. A sociological canvas of visual art; 8. Contrasting dynamics of distinction: the media field; 9. Cultural capital and the body; Resumé of part III: tensions and dynamics; Part IV. The social dimensions of distinction: 10. Cultural formations of the middle classes; 11. Culture and the working class; 12. Gender and cultural capital; 13. Nation, ethnicity and globalisation; 14. Conclusion; Methodological appendices.

Burbujas de ocio: nuevas formas de consumo cultural

IZARGA, Roberto
Buenos Aires: La Crujía, 2009. 245 p.
ISBN: 978-987-601-071-9

La distribución de los tiempos de ocio, sobre todo de las personas que habitan en las grandes ciudades, está cambiando. La vida laboral y extralaboral se ha colmado de pequeñas pausas. Las

nuevas generaciones entremezclan producción y entretenimiento de manera muy diferente de las generaciones anteriores. Su mundo está repleto de micropausas que coinciden con el tiempo de ver un video en Internet o consultar un blog. El ocio se ha vuelto intersticial, se escurre entre las tareas para el colegio, en los tiempos de espera, durante los cortos desplazamientos. Con la aparición de estas burbujas de tiempo, los nuevos medios y los dispositivos móviles juegan un rol protagónico en la vida de las personas y en su consumo cultural. La recepción móvil sobre todo favorece el empleo de estas burbujas para acceder e incluso producir y distribuir contenidos que, generalmente, son brevedades.

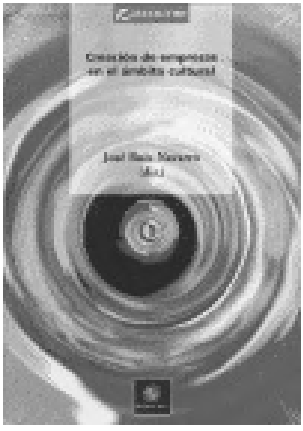
Sumario: 1. Cultura urbana, cultura de la movilidad, cultura global; 2. La sociedad del ocio intersticial; 3. Cuando las burbujas invaden los escritorios; 4. Movilidad y consumo de contenidos; 5. Microcontenidos; 6. Nuevas formas de distribución.

La movilidad de las artes escénicas: obstáculos, retos y oportunidades.

STAINES, Judith (coord.).
Madrid : Fundación Autor, 2009. 499 p.
ISBN: 978-84-8048-795-5

La libre circulación de profesionales, bienes y servicios constituye una de las libertades fundamentales garantizadas por el derecho comunitario. Y es además, un elemento esencial de la ciudadanía de la Unión Europea. El conjunto de estudios, artículos y entrevistas recogidos en esta obra examina diferentes aspectos de la movilidad internacional de los profesionales de las artes escénicas en Europa. El libro contiene lecturas esenciales para creadores y artistas, gestores, promotores, organizadores de festivales y todos aquellos que trabajen en el sector y tengan responsabilidades internacionales o quieran conocer más sobre el tema. Estos textos, disponibles por primera vez en español, resaltan y explican las políticas públicas, los programas, los obstáculos y las condiciones legales y sociales básicas, así como las motivaciones que impulsan a los artistas y creadores a moverse libremente para realizar, compartir y mostrar su obra. Los artículos responden a una iniciativa de la organización On-the-Move, la IETM (red Internacional de las Artes Escénicas Contemporáneas), la Pearle (Liga Europea de Asociaciones Empresariales de Artes Escénicas) y la IFACCA (Federación Internacional de Consejos de las Artes y Agencias Culturales), entre otras, que ha contado con la colaboración de Judith Staines (coordinadora de la presente edición), Richard Polácek y Guy Cools.

Sumario: Prólogo; Capítulo 1. Coproducciones y giras internacionales/Guy Cools; Capítulo 2. Rodar y rodar/ udith Staines; Capítulo 3. De gira por el mundo/ Judith Staines; Capítulo 4. Estudio sobre las trabas a la movilidad en el sector de las artes escénicas en la UE y posibles soluciones/Richard Polácek; Capítulo 5. Guía fiscal y de seguridad social/Judith Staines; Capítulo 6. Programas de movilidad internacional de artistas/Judith Staines; Anexo de entrevistas. La experiencia de 5 artistas.



Creación de empresas en el ámbito cultural

RUIZ NAVARRO, José (dir.).
Madrid: Fundación Autor, 2008. 245 p.
ISBN: 978-84-8048-789-4

En este trabajo se muestran ideas y evidencias de cómo la cultura se convierte en un recurso estratégico en la sociedad del conocimiento, además de describirse los factores que influyen en la génesis de las empresas culturales en España y en su posterior sostenibilidad y crecimiento. Los resultados de esta investigación proceden del análisis cuantitativo de la información obtenida de 396 empresas relacionadas con la cultura encuestadas en España, de la valoración cualitativa de un panel de 40 expertos seleccionados en los ámbitos académico, profesional-empresarial e institucional español y del análisis de otras fuentes secundarias.

La metodología utilizada viene avalada por los dos sólidos marcos conceptuales utilizados: la teoría institucional y la teoría de los recursos.

Sumario: Prólogo; Introducción; Cap.1. Cultura y creación de empresas; Cap. 2. Análisis cuantitativo de la creación de empresas en el ámbito de la cultura en España; Cap. 3. Análisis cualitativo de la creación de empresas en el ámbito de la cultura en España: la opinión de los expertos; Cap. 4. La creación de empresas en el ámbito de la cultura: principales resultados y conclusiones; Anexos: Anexo I. Metodología; Anexo II. Índice de tablas y figuras; Anexo III. Relación de empresas encuestadas; Anexo IV. Panel de expertos; Anexo V. Referencias bibliográficas.

Las ciudades creativas: por qué donde vives puede ser la decisión más importante de tu vida

FLORIDA, Richard L.
Barcelona: Paidós, 2009.
368 p. (Paidós empresa; 111)
ISBN: 978-84-493-2204-4

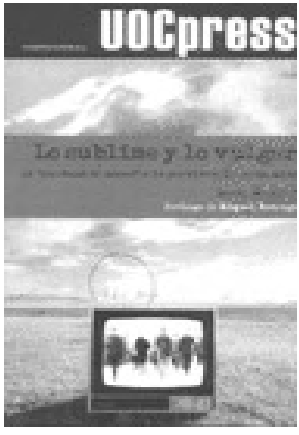
Con este título se presenta la versión en castellano de la obra de gran exito internacional de Richard Florida Who's your city. El autor es uno de los referentes fundamentales en el debate urbano y el papel de la innovación y la creatividad en el desarrollo económico. En la era de la globalización parece una obviedad decir que

no importa dónde vivamos, porque podemos trabajar indistintamente desde un chalet en Aspen, desde una casa en Provenza o desde una oficina en Chicago. Pero según el autor éste es un planteamiento falso. El lugar en el que vivimos afecta a todos y cada uno de los aspectos de nuestra vida: a quién conocemos, los "mercados afectivos" de los que formamos parte y los empleos, redes sociales y carreras profesionales a que tenemos acceso. Las ciudades creativas es el fruto de más de veinte años de investigación y demuestra que el verdadero motor de la economía global es una nueva unidad económica, la megarregión. A la pregunta de cuáles son las decisiones más importantes que hay que tomar en la vida, la mayoría de personas alude a la profesión y a la persona con la que compartirán la vida. Sin embargo, hay otro factor que influye enormemente en nuestra vida y condiciona nuestra vida laboral y personal: el lugar donde vivimos. A pesar de la era globalizada en la que vivimos, la ubicación geográfica es mucho más importante de lo que nunca había sido. Las ciudades cada vez se especializan más, se diferencian. En lo que se refiere a su carácter económico y a su mercado laboral. Esto afecta directamente a la calidad de vida que proporcionan y al tipo de gente que vive en ella. Además, vivimos en una sociedad muy móvil, esto quiere decir que la mayoría de personas tiene la capacidad de decidir dónde quiere vivir.

Sumario: 1.La cuestión del dónde; Primera parte. Por qué importa el lugar: 2. Un mundo puntiagudo; 3. El auge de la megarregión; 4. La fuerza de concentración; Segunda parte. La riqueza de la ubicación. 5. Unos se mueven, otros echan raíces; 6. Fuga de cerebros; 7. Cambio de trabajo; 8. Ciudades estrella; Tercera parte. La geografía de la felicidad: 9. Lugares que irradian felicidad; 10. Más allá de la ciudad de Maslow; 11.Las ciudades también tienen personalidad; Cuarta parte. Dónde vivimos ahora: 12. Tres decisiones importantes; 13. Jóvenes e inquietos; 14. Casados con hijos; 15. Cuando los hijos han volado del nido; 16. Ubíquese;Agradecimientos; Apéndices; Notas; Índice analítico.

Lo sublime y lo vulgar: la "cultura de masas" o la pervivencia de un mito

BUSQUET I DURAN, Jordi
Barcelona: Editorial UOC, 2008. 279 p. (UOCpress: Comunicación 4)
ISBN: 978-84-9788-750-2



Uno de los rasgos más notables del panorama cultural en un mundo globalizado es su carácter cambiante y contradictorio, lo cual contrasta, paradójicamente, con la repetición y permanencia de los discursos relativos a la nueva realidad cultural. El objeto de este libro es analizar críticamente los discursos dominantes sobre la cultura de masas durante el siglo XX con la finalidad de observar sus virtualidades y, muy particularmente, sus carencias y limitaciones. Se trata de desenmascarar el sesgo ideológico de muchos tópicos que se resisten a desaparecer. Lo sublime y lo vulgar no pretende sustituir la crítica sistemática (y de carácter apocalíptico) por el elogio fácil. En absoluto. El libro se concibe como una crítica a la superficialidad de muchas críticas que se refieren, precisamente, al carácter superficial de la cultura de masas. Solamente a partir de dicha crítica se pueden alcanzar posiciones más lúcidas y comprensivas sobre la realidad cultural en la que estamos inmersos y afrontar mejor los retos culturales a los que nos enfrentamos a principios del siglo XXI.

Sumario: Prólogo/Miquel Rodrigo; Introducción. Las tres culturas; 1ª parte. La cultura de masas a juicio: 1. Acusación y defensa de la cultura de masas; 2. Los intelectuales y la cultura de masas; 2ª parte. Los niveles culturales: 3. Las categorías de clasificación cultural; 4. Los niveles de cultura: "masscult", "midcult" y "kitsch"; 5. Nuevas formas de "kitsch": horteras, cursis, "frikis" y fans; 3ª parte. El arte en los tiempos de una nueva mediación social: 6. La industria de la cultura; 7. El arte en la era de la reproductibilidad técnica; 4ª parte. El hombre masa: sujeto pasivo de la modernidad: 8. Las teorías de la sociedad masa; 9. El advenimiento de la sociedad masa; 10. Reflexiones críticas sobre el mito de la "sociedad de masas"; Epílogo; Bibliografía.

Otros documentos y publicaciones de interés:

- **1ª edició del Cercle de comparació intermunicipal d'espais escènics: resultats any 2007**
  Diputació de Barcelona, 2009
- **Equipamientos de proximidad. Oferta de servicios de los equipamientos socioculturales rurales en municipios de menos de veinte mil habitantes de la Provincia de Cádiz.**
  Santiago Moreno Tello. Diputación de Cádiz, 2008
- **Economía creativa como estrategia de desarrollo: una visión de los países en desarrollo**
  Ana Carla Fonseca Reis (coord.). Itaú Cultural, 2008
  Texto completo en pdf : http://www.garimpodesolucoes.com.br/downloads/ebook_es.pdf
- **Espacios y dinámicas interculturales: innovación, participación y proximidad**
  Anna Franzil (coord.); Jude Bloomfield ; Eric Corijn; Daniel Innerarity. Fundació CIDOB, 2008
  Texto completo en pdf :http://www.cidob.org/es/publicaciones/documentos_cidob/dinamicas_interculturales/num_13_espacios_y_dinamicas_interculturales_innovacion_participacion_y_proximidad
- **Fàbriques per a la creació: laboratoris culturals a les ciutats: Fabra i Coats.** Fabra i Coats, 2009.
  Texto completo en pdf: http://www.dansacat.org/arxius/biblioteca/CronicaJornadaFbriquesCreaci.pdf
- **Guía para la evaluación de las políticas culturales locales : sistema de indicadores para la evaluación de las políticas culturales locales en el marco de la Agenda 21 de la cultura**
  Comisión de Cultura de la FEMP, 2009.

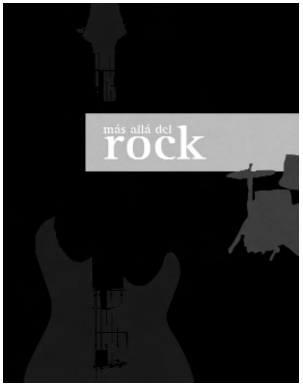
Texto completo en pdf : http://www.femp.es/index.php/femp/areas_de_gesti_n/servicios_locales/educaci_n_deportes_cultura_y_juventud/cultura/documentos_de_inter_s/libro_para_descarga_gu_a_femp_para_la_evaluaci_n_de_las_pol_ticas_culturales_locales

- **G+C : revista internacional de gestión y cultura contemporánea**
  Más información: http://www.gestionycultura.com/
- **Journal of cultural economy**
  Más información: http://www.tandf.co.uk/journals/RJCE

RESEÑAS DE AUTOR

Mas allá del rock

Julián Ruesga/Norberto Cambiasso (editores).
INAEM, Ministerio de Cultura, 2008. 230 p.
ISBN: 978-84-87731-74-7



Este libro, "Más allá del rock", se puede inscribir dentro de la amplia corriente de interés que, desde mitad de los años ´90, se ha creado en torno al rock progresivo -motivada en buena medida por el "éxito" de lo que en ese momento se llamó post-rock. Este renovado interés por el rock experimental y progresivo de los '70 ha venido acompañado de la publicación de diferentes monografías y estudios, una importante presencia en Internet a través de webs, foros y blogs, reedición de discos remasterizados, resurrección y giras de grupos desaparecidos y realización de varios documentales para la televisión en diferentes países, el último de ellos "Prog Britannia", emitido por primera vez el dos de enero de 2009 en la BBC4. Todo ello ha contribuido a la revalorización y recuperación de una música que desde la aparición del punk, en la segunda mitad de los '70, fue denostada por buena parte de la prensa musical arguyendo que era una música intelectualizada y extraña a los valores de espontaneidad, visceralidad y simplicidad del rock. Hasta tal extremo llegó la situación que a comienzos de la década de los '80 casi todos los grupos progresivos del decenio anterior habían desaparecido, transformado su música o sobrevivían en circuitos minoritarios, y una ornada de nuevos músicos estilizaban su herencia convirtiéndola en nuevos géneros: neo-progresivo, New Age, ambient, etc.

Lo que me parece más reseñable de "Más allá del rock" es que se presenta al rock progresivo no como un estilo formal, ni como un género musical, sino como la actitud creativa de distintas corrientes musicales asociadas a la escena rock internacional, caracterizadas por hacer música desde un enfoque claramente experimental y ecléctico y en conexión con la tradición clásica europea, el jazz, las diferentes culturas musicales locales en las que aparecieron y las vanguardias artísticas del siglo XX. También me parece importante destacar el empeño de algunos de los de los autores en reflejar las transformaciones sociales, culturales y tecnológicas que contextualizaron al rock progresivo y marcaron el desarrollo de su música -algo raro en la escritura musical española. Sobre todo es de reseñar que el libro no se preocupe de buscar una definición cerrada que acote la música de la que se ocupa (algo también muy frecuente) y centre su atención en mostrar los procesos formativos, desarrollos y debates en los que se construyeron estas músicas.

Alejandro Niebla

DOCUMENTOS

Declaración de independencia del ciberespacio

JOHN PERRY BARLOW

Gobiernos del Mundo Industrial, vosotros, cansados gigantes de carne y acero, vengo del Ciberespacio, el nuevo hogar de la Mente. En nombre del futuro, os pido en el pasado que nos dejéis en paz. No sois bienvenidos entre nosotros. No ejercéis ninguna soberanía sobre el lugar donde nos reunimos.

No hemos elegido ningún gobierno, ni pretendemos tenerlo, así que me dirijo a vosotros sin más autoridad que aquélla con la que la libertad siempre habla. Declaro el espacio social global que estamos construyendo independiente por naturaleza de las tiranías que estáis buscando imponernos. No tenéis ningún derecho moral a gobernarnos ni poseéis métodos para hacernos cumplir vuestra ley que debamos temer verdaderamente.

Los gobiernos derivan sus justos poderes del consentimiento de los que son gobernados. No habéis pedido ni recibido el nuestro. No os hemos invitado. No nos conocéis, ni conocéis nuestro mundo. El Ciberespacio no se halla dentro de vuestras fronteras. No penséis que podéis construirlo, como si fuera un proyecto público de construcción. No podéis. Es un acto natural que crece de nuestras acciones colectivas.

No os habéis unido a nuestra gran conversación colectiva, ni creasteis la riqueza de nuestros mercados. No conocéis nuestra cultura, nuestra ética, o los códigos no escritos que ya proporcionan a nuestra sociedad más orden que el que podría obtenerse por cualquiera de vuestras imposiciones.

Proclamáis que hay problemas entre nosotros que necesitáis resolver. Usáis esto como una excusa para invadir nuestros límites. Muchos de estos problemas no existen. Donde haya verdaderos conflictos, donde haya errores, los identificaremos y resolvereremos por nuestros propios medios. Estamos creando nuestro propio Contrato Social. Esta autoridad se creará según las condiciones de nuestro mundo, no del vuestro. Nuestro mundo es diferente.

El Ciberespacio está formado por transacciones, relaciones, y pensamiento en sí mismo, que se extiende como una quieta ola en la telaraña de nuestras comunicaciones. Nuestro mundo está a la vez en todas partes y en ninguna parte, pero no está donde viven los cuerpos.

Estamos creando un mundo en el que todos pueden entrar, sin privilegios o prejuicios debidos a la raza, el poder económico, la fuerza militar, o el lugar de nacimiento.

Estamos creando un mundo donde cualquiera, en cualquier sitio, puede expresar sus creencias, sin importar lo singulares que sean, sin miedo a ser coaccionado al silencio o el conformismo.

Vuestros conceptos legales sobre propiedad, expresión, identidad, movimiento y contexto no se aplican a nosotros. Se basan en la materia. Aquí no hay materia.

Nuestras identidades no tienen cuerpo, así que, a diferencia de vosotros, no podemos obtener orden por coacción física. Creemos que nuestra autoridad emanará de la moral, de un progresista interés propio, y del bien común. Nuestras identidades

pueden distribuirse a través de muchas jurisdicciones. La única ley que todas nuestras culturas reconocerían es la Regla Dorada. Esperamos poder construir nuestras soluciones particulares sobre esa base. Pero no podemos aceptar las soluciones que estáis tratando de imponer.

En Estados Unidos hoy habéis creado una ley, el Acta de Reforma de las Telecomunicaciones, que repudia vuestra propia Constitución e insulta los sueños de Jefferson, Washington, Mill, Madison, De Toqueville y Brandeis. Estos sueños deben renacer ahora en nosotros.

Os atemorizan vuestros propios hijos, ya que ellos son nativos en un mundo donde vosotros siempre seréis inmigrantes. Como les teméis, encomendáis a vuestra burocracia las responsabilidades paternas a las que cobardemente no podéis enfrentaros. En nuestro mundo, todos los sentimientos y expresiones de humanidad, de las más viles a las más angelicales, son parte de un todo único, la conversación global de bits. No podemos separar el aire que asfixia de aquél sobre el que las alas baten.

En China, Alemania, Francia, Rusia, Singapur, Italia y los Estados Unidos estáis intentando rechazar el virus de la libertad erigiendo puestos de guardia en las fronteras del Ciberespacio. Puede que impidan el contagio durante un pequeño tiempo, pero no funcionarán en un mundo que pronto será cubierto por los medios que transmiten bits.

Vuestras cada vez más obsoletas industrias de la información se perpetuarían a sí mismas proponiendo leyes, en América y en cualquier parte, que reclamen su posesión de la palabra por todo el mundo. Estas leyes declararían que las ideas son otro producto industrial, menos noble que el hierro oxidado. En nuestro mundo, sea lo que sea lo que la mente humana pueda crear puede ser reproducido y distribuido infinitamente sin ningún coste. El trasvase global de pensamiento ya no necesita ser realizado por vuestras fábricas.

Estas medidas cada vez más hostiles y colonialistas nos colocan en la misma situación en la que estuvieron aquellos amantes de la libertad y la autodeterminación que tuvieron que luchar contra la autoridad de un poder lejano e ignorante. Debemos declarar nuestros "yos" virtuales inmunes a vuestra soberanía, aunque continuemos consintiendo vuestro poder sobre nuestros cuerpos. Nos extenderemos a través del planeta para que nadie pueda encarcelar nuestros pensamientos.

Crearemos una civilización de la Mente en el Ciberespacio. Que sea más humana y hermosa que el mundo que vuestros gobiernos han creado antes.

Davos, Suiza. 8 de febrero de 1996

Fuente: biblioweb

Interlocal

Red Iberoamericana de ciudades para la cultura

Hablar en estos momentos de políticas de cultura local es tener bien presente la necesidad de una estructura que vaya más allá de los límites físicos y geográficos. Es hablar de translocalización, de políticas horizontales en las que los diferentes gobiernos locales puedan relacionarse de igual a igual, del establecimiento de una ciudadanía comprometida y responsable, de la implementación de estrategias de reflexión conjunta, de valorización de las culturas autóctonas, de preservación de las identidades, de fundamentación de la diversidad... Las redes en este sentido, y más concretamente las que participan de los gobiernos locales, son herramientas fundamentales para lograr estos nuevos cometidos dada su capacidad para compartir información y experiencias, para generar respuestas a las demandas ciudadanas y para representar a los actores de la vida cultural ante las diferentes instituciones.

INTERLOCAL surge de esta necesidad, de la obligación inexcusable de intercambiar experiencias sobre gestión y políticas culturales dentro del espacio y las competencias de los gobiernos locales. Una obligación que le estimula para generar nuevos territorios de cooperación, observatorios y laboratorios centrados en la cultura como elemento de impulso transversal e integral. En definitiva: conformar una red de cooperación local-local para el impulso de la cultura como motor de desarrollo.

Para ello se estructura desde las siguientes instancias:

• Un foro bienal de autoridades locales (asamblea plenaria) compuesto por los miembros adheridos y organizaciones y personalidades invitadas.

• Una reunión anual del comité ejecutivo elegido en el plenario y conformado por nueve ciudades más la presidencia.

• Una plataforma digital para la información, la comunicación y la documentación sobre políticas públicas de cultura. www.redinterlocal.org

Además de mantener una colaboración activa y continuada con diferentes estructuras (Agenda 21 de la cultura, CGLU, Observatorio de Cooperación Descentralizada UE-AL, Red Cultura MERCOSUR, SEGIB, OEI...) y de participar y ser invitada a múltiples foros internacionales de reflexión (Conferência Mundial sobre Desenvolvimento de Cidades en Porto Alegre, Simposio Internacional de Políticas Culturales en Córdoba (Argentina), Campus Euroamericano de cooperación cultural, Al-Cultur (Portugal)... O de ser, entre otras acciones, promotores y coordinadores del *Documento marco para la cooperación entre redes culturales euroamericanas*.

Para centrar más su historia, es necesario comentar que la red Interlocal nace de un proceso de vertebración promovido por la diputación provincial de Barcelona (España) y la Organización de Estados Iberoamericanos para la Educación, la Ciencia y la Cultura (OEI), en el año 2000. A partir de esta fecha, se realizan distintos encuentros entre ambas organizaciones y ciudades de Iberoamérica hasta la constitución de la primera edición del foro INTERLOCAL en la ciudad de Montevideo entre los días 25 y 28 de marzo de 2003. Durante este encuentro se conformó el acta fundacional de INTERLOCAL en la que se determinó su estructura y funcionamiento.

Poco a poco se va conformando su estructura (en este momento la red Interlocal está integrada por setenta y ocho ciudades de veinte países iberoamericanos) desde su fundamento filosófico principal: considerar que el objetivo último de las políticas culturales es asegurar un desarrollo equilibrado y sostenible de las personas y de las comunidades, tomando como referencia, entre otras, la directiva aprobada por la Unión Europea a finales de 1996 que considera la cultura como:

• una importante fuente de creación de empleo, generado directa o indirectamente, a través de las actividades relacionadas con la valoración del patrimonio cultural, las industrias y las producciones culturales.

• uno de los factores que determinan la localización de la inversión y que mejora la imagen y el atractivo de un entorno.

• un impulsor para la promoción de integración y cohesión social.

Y, no debemos olvidar, porque la cultura es un elemento de desahogo y enriquecimiento personal que contribuye a la creación de un clima humano de bienestar y confianza.

Como puede verse, desde INTERLOCAL se ha considerado que las metas de desarrollo ciudadano no deben restringirse a las prácticas locales y localistas sino que una apertura a los ámbitos internacionales contribuye de manera eficaz a difundir la cultura local en todo su sentido y a crear un imaginario social rico y ambicioso.

Según estos criterios INTERLOCAL se constituye, bajo el paraguas de la reflexión estratégica, en referencia esencial en cuanto a las políticas culturales locales orientadas al desarrollo y fortalecimiento de los gobiernos locales. Porque estamos comprometidos con los siguientes fines:

• Reconocer el papel que desempeña la cultura en el desarrollo social y ciudadano;

• Fomentar el diálogo intercultural y el intercambio transnacional entre las culturas iberoamericanas y europeas;

• Consolidar el reconocimiento de la cultura como factor impulsor de la economía;
• Impulsar la creatividad y la circulación de creadores, agentes y profesionales de la cultura;

• Promover el establecimiento de buenas prácticas y procesos de formación para el avance técnico y teórico.

Y, sobre todo, porque creemos firmemente en la cooperación para el desarrollo desde criterios de solidaridad, equidad, eficacia, sostenibilidad y corresponsabilidad para alcanzar un aumento permanente de los niveles de desarrollo político, social, económico y cultural en nuestros entornos ciudadanos.

• Las redes, en este sentido y más concretamente las que participan de los gobiernos locales, son herramientas fundamentales debido a su capacidad para multiplicar esfuerzos y, por supuesto, resultados.

Es por ello que se hace cada vez más necesario establecer alianzas que incidan sobre sensibilidades colectivas y que afiancen el espacio público de la cultura. Los gobiernos locales tienen gran responsabilidad en estos quehaceres y es desde los municipios desde donde se pueden definir los nuevos espacios relacionales para esta participación. Las redes, en este sentido, y desde Interlocal así lo consideramos, son herramientas fundamentales debido a su gran capacidad para rentabilizar esfuerzos y multiplicar resultados, unos resultados que terminan materializándose en aspectos concretos como

• la capacidad para compartir información y experiencias,

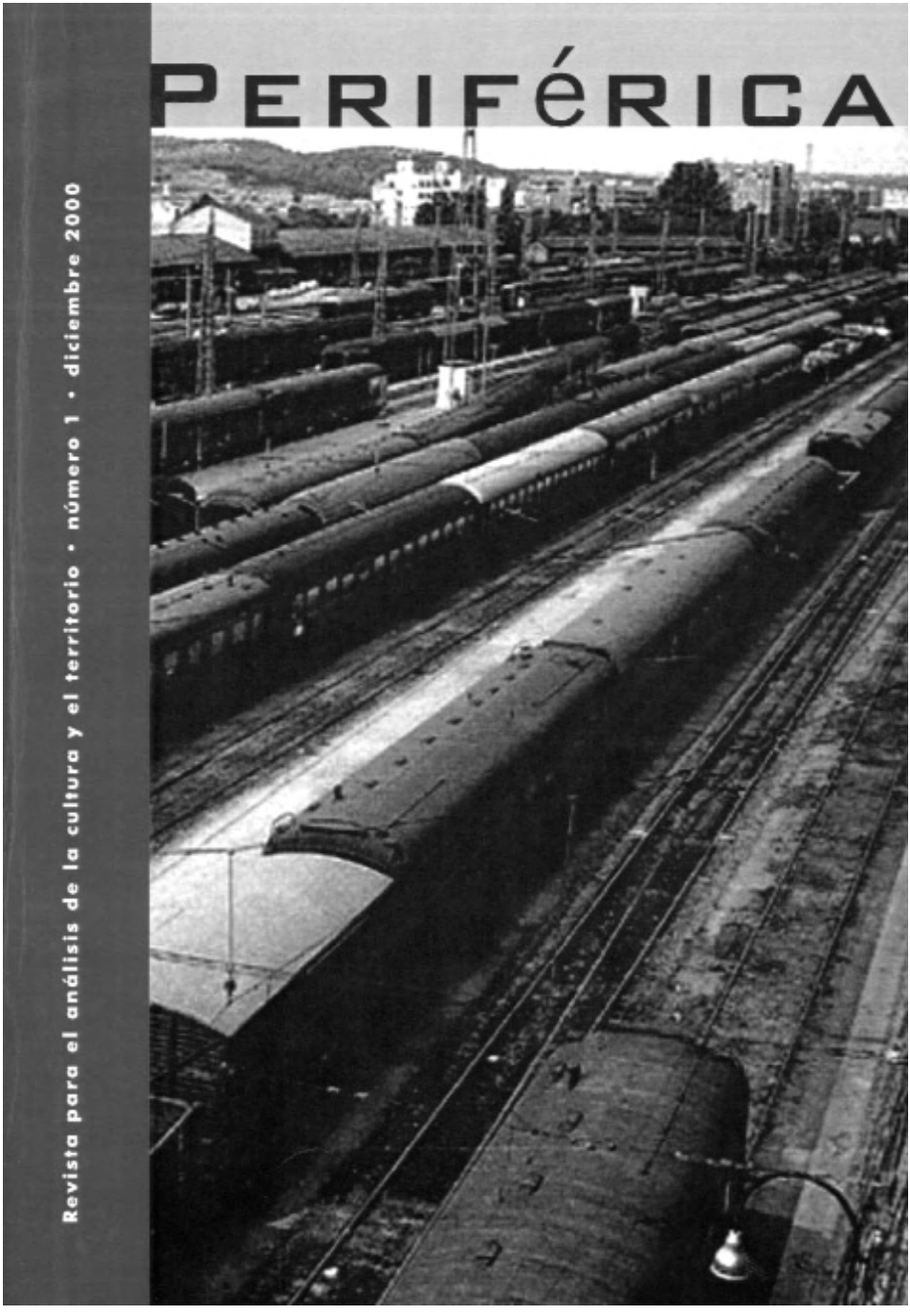
• la capacidad para generar respuestas a las demandas ciudadanas,

• y la capacidad para representar a los actores de la vida cultural ante las diferentes instituciones.

Y precisamente cambiar las políticas culturales de los espacios locales supone, reaprender convivencia, reconfigurar la participación ciudadana, reclamar el carácter público de la cultura, reforzar el capital social, dominar la tendencia al espectáculo, incorporar a la población en las mesas programáticas, recuperar el fenómeno sociocultural, asumir que la cultura se genera en la calle, derrotar el concepto de cultura-beneficencia, reconstruir un imaginario público participativo, estimular las sensibilidades, facultar agentes activos capaces de infiltrarse enérgicamente en la comunidad, estimular el espíritu critico...

Debemos utilizar INTERLOCAL como una nueva manera de construir identidades locales. Porque en realidad los Estados, a pesar de esfuerzos encomiables, se muestran más bien alejados de la realidad cultural y de las diversidades locales, ajenos muchas veces de los múltiples matices a los que se enfrenta una ciudad. Hoy las fronteras son cada vez más líneas imaginarias en mapas convenidos. Y los gobiernos locales son los primeros en apreciar esa tendencia, son los primeros que se ven obligados a asumir este empuje globalizador. Y, no cabe duda, deben asumirlo, deben darle salida no solo desde los referentes económicos y administrativos sino, y muy fundamentalmente, desde los referentes culturales. Los gobiernos locales son los verdaderos protagonistas del desarrollo de nuestros países. Un verdadero entorno colaborativo que proponga y recomiende nuevos modelos y estrategias y, sobre todo, que permita el fomento de valores y de identidades frente a las agresivas tendencias de mercantilización y privatización de la cultura.

Por ello INTERLOCAL pretende ser un claro referente para el enriquecimiento desde la diversidad, un espacio desde el que se pueda reforzar la característica propia de cada una de las comunidades representadas, un espacio en el que se pueda actuar a partir del respaldo de los comunes. Solo así resolveremos uno de los problemas más acuciantes que se nos van a generar en los próximos tiempos: la tiranía del pensamiento único, el atropello de la uniformidad.


PERIFÉRICA
Revista para el análisis de la cultura y el territorio • número 1 • diciembre 2000

Número 1

diciembre 2000

Editorial

Temas

• Crónicas del futuro imperfecto. *Fernando de la Riva*.
• Entrando en el nuevo milenio. *Mikel Extebarría Etxeita*.
• Empresa y gestión cultural. Una pareja de hecho. *Roberto Gómez de la Iglesia*.
• El paso del academicismo a la cultura de masas. Los museos se van a la calle. *Juan Carlos Rico*.
• La función de los agentes culturales. Nuevos escenarios para la reflexión. *Alfons Martinell Sempere*.

Experiencias

• Mi experiencia al frente de la Galería del Museo Cruz Herrera. *Manuel Alés Gómez*.
• Contando un sueño. *Juan María García Campal*.
• El Centro Municipal del Patrimonio Histórico de El Puerto de Santa María. *Mercedes García Pazos*.
• El caso de la Comarca de Sierra Morena Occidental. *Antonio F. Tristancho*.
• La Gestión Cultural a través de un Centro Cívico. *Mª Isabel Sagrera Pérez*.
• La experiencia discográfica y editorial de Acuarela. *Jesús Llorente Sanjuán*.
• imena de la Frontera, de lo único a lo auténtico. *Ildefonso S. Gómez Ramos*.
• La segunda época de la revista Caleta. *José Manuel García Gil*.
• La escena alternativa de los editores independientes. *Uberto Stabile*.

Reseñas de libros

• *Cultura y ciudad,* de Iñaki López de Aguileta.
• *Sueño e Identidades,* de W. AA.
• *Guía Profesional del Jazz en España,* de Fundación Autor y Cuadernos de Jazz.
• *Los Centros Cívicos ante el nuevo milenio,* de Roberto San Salvador y otros.
• *Informe SGAE sobre hábitos de consumo cultural,* de Fundación Autor.
• *Montaje de Exposiciones,* de Juan Carlos Rico.
• *Gestión, producción y marketing teatral,* de Teresa Valentín y Grego Navarro.
• *La industria de la cultura y el ocio en España,* de María Isabel García García y otros.
• *Patrimonio etnológico del Instituto Andaluz,* de Patrimonio Histórico.
• *Nuevos espacios para la cultura en Europa,* de Enric Franch.

Reseñas de revistas

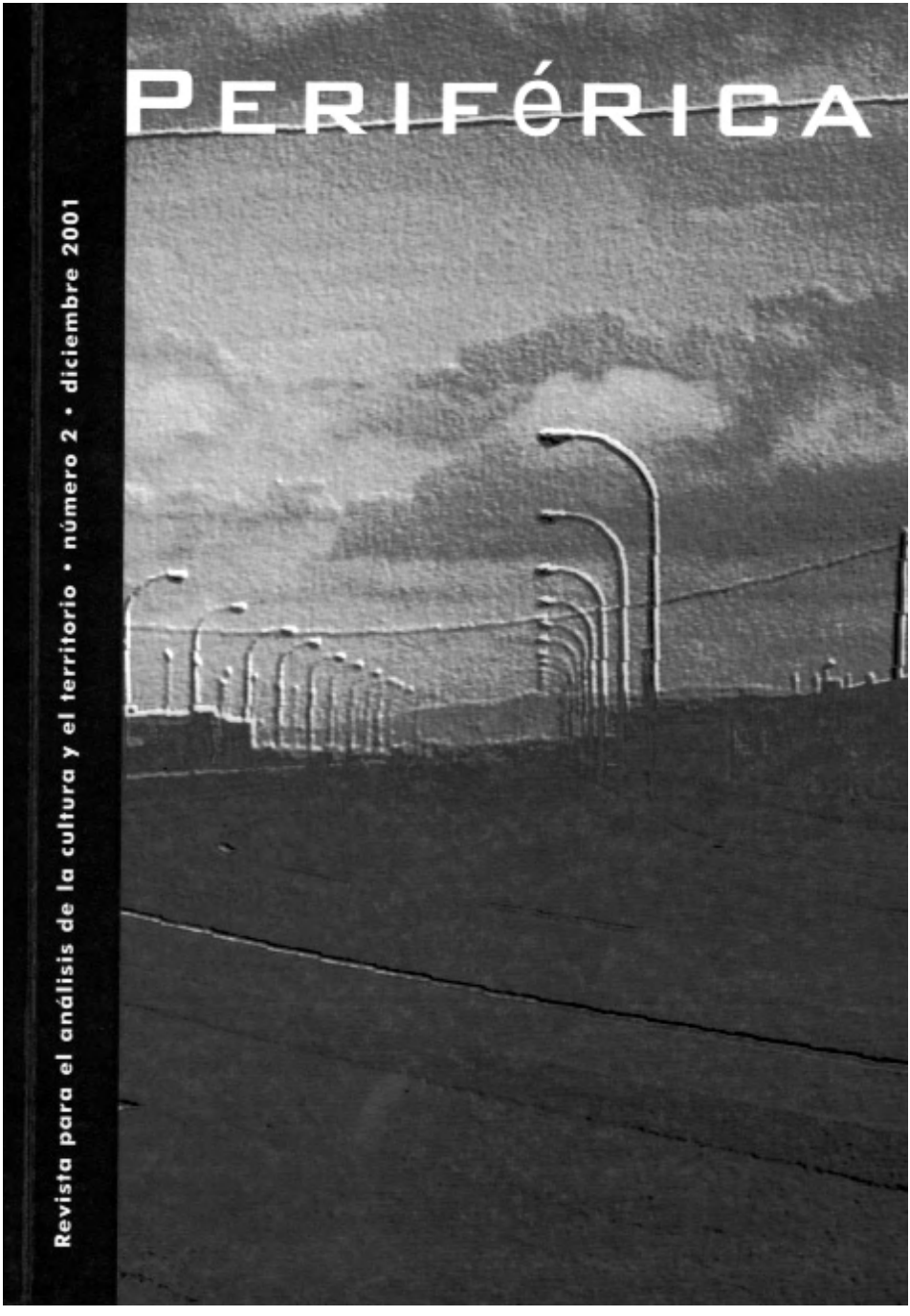
• Banda Aparte. Clarín.

Reseñas de webs

• Centro de Documentación Musical de Andalucía. Hangar.

Reseñas de asociaciones

• CRAC, Centro de Recursos para la Asociaciones de Cádiz y Bahía.
• GECA, Asociación de Gestores Culturales de Andalucía.
• JAMBA, Asociación de Jazz.


PERIFÉRICA
Revista para el análisis de la cultura y el territorio • número 2 • diciembre 2001

Número 2

diciembre 2001

Editorial

Temas

• Más promesas y menos obras... Por unas políticas culturales preformativas. *Eduard Miralles*.
• Los otros. *David Hernández Montesinos*.
• Planificar y evaluar: dos fases indisociables de la gestión cultural. *Lluis Bonet*.
• Las Casas de Cultura. Equipamientos Culturales de Proximidad en España en el Siglo XX. *Chus Cantero*.

Experiencias

• 16 años en la ruta del rock'n'roll. *Ignacio Juliá*.
• 1O años de Extensión Universitaria en la Universitat Jaume I. *Angels López Sierra y Albert López Monfort*.
• Histórico Municipal de Villamartín: un museo comarcal para el siglo XXI. *José María Gutiérrez López*.
• La Universidad Trashumante (Argentina). *Tato Iglesias*.
• La Red de Promotores Culturales de Latinoamérica y el Caribe. *Octavio Arbeláez Tobón*.
• QUAM: Quincena de Arte de Montesquieu. *Anna Palomo*.
• Frontera Sur: un proyecto colectivo al filo del milenio. *Alejandro Luque*.

Reseñas de libros

• *Almanaque. Franquismo Pop*, de Reservoir Books.
• *Los proyectos*, de Carlos Paredes y Fernando de la Riva.
• *Perico "el del Lunar"*, de José Manuel Gamboa.
• *Coerción. Por qué hacemos caso a lo que nos dicen*, de Douglas Rushkoff.
• *Libertad de exposición*, de Francisco Calvo Serraller.
• *Movimientos artísticos desde 1945*, de Edward Lucie-Smith.
• *Gestión de Proyectos Culturales*, de W. AA.
• *Mi vida en el arte*, de Konstantin Stanislavski.
• *¿Nuevas dramaturgias?*, de María José Ragué-Arias.
• *Bendita locura*, de José Ángel González Balsa.
• *Y yo caí... enamorado de la moda juvenil*, de Carlos José Ríos.
• *Apocalipse Show*, de Raúl Rodríguez Ferrándiz.
• *De la Historieta y su uso (1873-2000)*, de Jesús Cuadrado.

Reseñas de revistas

• Cuadernos de Jazz y Más Jazz. Yellow Kid. PH.

Reseñas de webs

• Clubcultura.com. Galería Milagros L. Delicado. W3art.

Reseñas de asociaciones

• Associació de Professionals de la Gestió Cultural de Catalunya.
• Federación Andaluza de Teatro Aficionado.
• ERA. Laboratorio de Arqueología Experimental.

PERIFÉRICA
Revista para el análisis de la cultura y el territorio • número 3 • diciembre 2002

Número 3

diciembre 2002

Editorial

Ideas

• Alineación y ensimismamiento. *José María Parreño*.
• Poder cultural. Poder local. *Consejo Científico Revista PERIFÉRICA*.

Temas

• Se acabó la diversión. La cultura crea y sostiene ciudadanía. *Toni Puig*.
• La gestión del intercambio en las artes. Una revisión de las principales aportaciones. *Manuel Cuadrado*.
• Retos del patrimonio en el siglo XXI: Gestión creativa y desarrollo territorial. *Jordi Padró y Manel Miró*.
• Culture et économie. *Xavier Greffe*.
• Manuel Alés, In memoriam: Mi experiencia al frente de la Galería del Museo Cruz Herrera.

Experiencias

• La actividad de la FEMP en el campo de la cultura local. *Yolanda Barcina*.
• Una década de extensión cultural. *Pablo Sanpedro*.
• Festival Internacional Espárrago. *Francis Cuberos*.
• Hay otros festivales pero están en éste. *Pepe Colubi*.
• En la encrucijada de dos siglos y milenios. *Lecsy Tejeda*.
• El Aula de Literatura José Cadalso. *Juan G. Macías*.
• La aventura de leer. *Elisenda Figueras*.
• Por el camino del Arte hacia el placer de leer. *Mayra Navarro*.
• Une expérience culture et économie: Saint-Malo. *Loïc Fremont*.
• Centro Andaluz de Documentación e Información Cinematográfica. *Federación Andaluza de Cine-Clubs*.
• El nuevo papel de la cultura en la definición de objetivos y estrategias en las ciudades. *Casto Sánchez*.
• La música en el Cádiz de los 60. *José María Santamaría*.

Reseñas de libros

• *Del amanecer a la decadencia,* de Jacques Barzun.
• *Público y privado en la gestión cultural,* de Roberto Gómez de la Iglesia.
• *The Penguin Guide to Jazz on CD,* de Rochard Cook y Brian Morton. :
• *Loops. Una historia de la música electrónica,* de Javier Blánquez y Omar Morera.
• *La regulación de la red,* de Santiago Muñoz Machado.
• *Gestión del patrimonio cultural,* de Josep Ballart y Jordi Juan i Tresseras.
• *Diseño y elaboración de proyectos de cooperación cultural,* de Alfons Martinell Sempere.
• *Visiones del sector cultural en Centroamérica,* de W. AA.
• *El consumo de servicios culturales,* de Manuel Cuadrado García y Gloria Berenguer Contri.
• *André Malraux, una vida,* de Olivier Todd.
• *L'emploi culturel a l'age numérique,* de Xavier Greffe.

Reseñas de revistas

• Rock de Lux. Letras Libres. Ubi Sunt?

Reseñas de webs

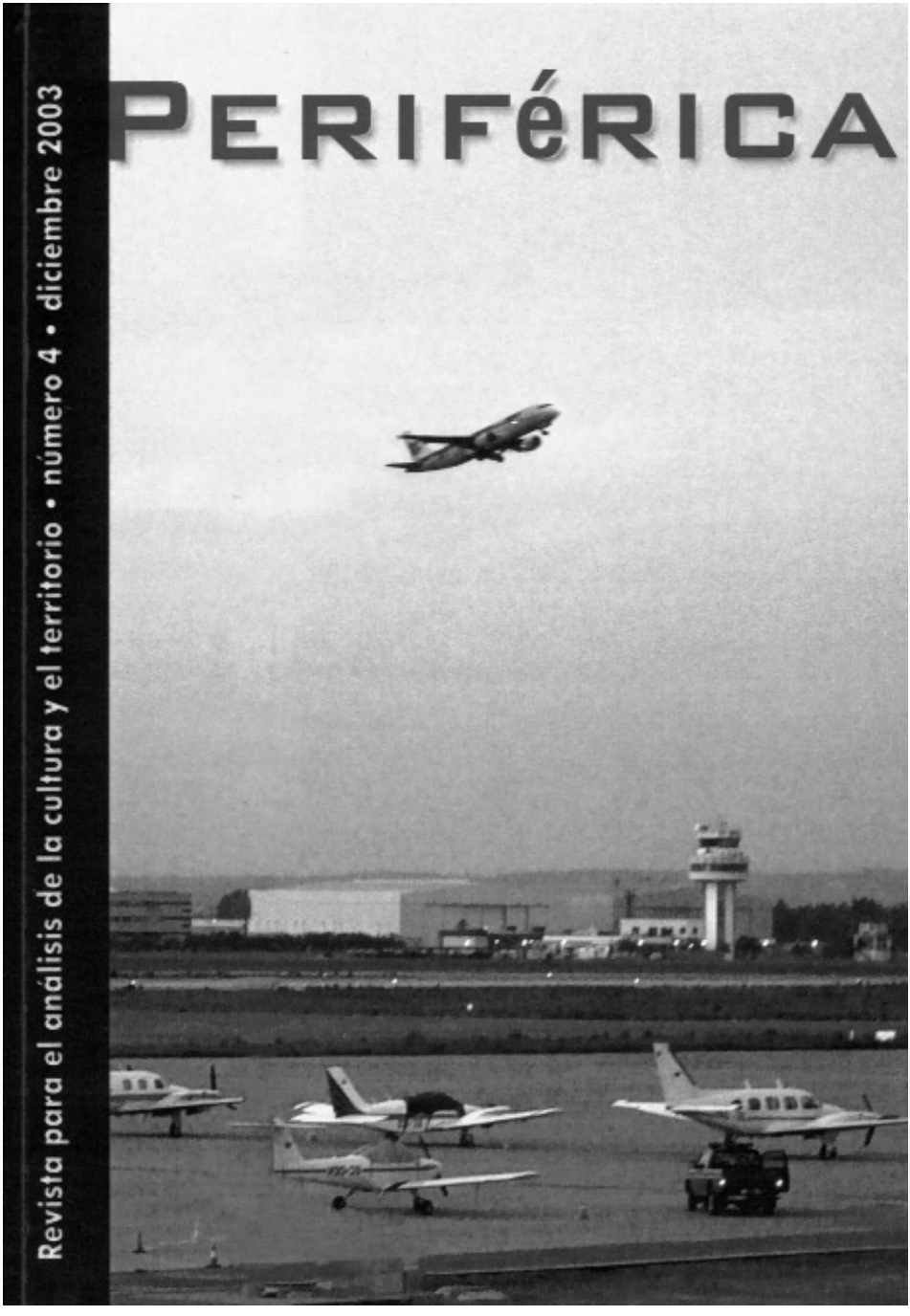
• Galería Benot. Gestión Cultural.org.

Reseñas de asociaciones y empresas

• Oikós. Xabide. GESCCAN. AGCEX.

Documentos

• Pautas para la cooperación institucional en materia de cultura. Comisión de Cultura de la FEMP.


PERIFÉRICA
Revista para el análisis de la cultura y el territorio • número 4 • diciembre 2003

Número 4

diciembre 2003

Editorial

Ideas

• Cultura y política: algunas leyes (de Murphy). *Lalia González-Santiago*.

Temas

• Obra Social/Cultural. Historia y desarrollo. Cajas de Ahorro de Andalucía. *Chus Cantero*.
• Museos y Centros de Arte Contemporáneo en España. Paradoja y contenido. *Manuel Caballero*.
• ¿Es posible evaluar la política cultural? *Albert de Gregorio*.
• Marketing y Cultura: dos campos aprendiendo a convivir. *Ximena Varela*.
• Ciudad Bahía, entre la entelequia y la pragmática. *Esteban Ruiz*.
• Avelino Hernández, In memoriam. *Francisco Gómez*.

Experiencias

• La Guía de estándares de los equipamientos culturales en España. *Pilar Aldanondo*.
• Museo "El Dique". *José María Molina*.
• Que 20 años no es nada... (una experiencia para la promoción del teatro andaluz). *Manolo Pérez*.
• Green Ufos. Una breve historia. *Rafael López*.
• Gijón es una fiesta. *Rafael Marín*.
• La recuperación del legado de la Tía Norica de Cádiz: veinte años después (1984-2004). *Désirée Ortega*.
• Zemos 98: Proyectando desde el suelo (tercera parte). *Pedro Jiménez*.
• Rehabilitación del antiguo Cabildo para Biblioteca Pública de Sanlúcar. *Rafael González*.
• Bibliópolis: el nacimiento de una editorial independiente. *Luís G. Prado*.
• Interpretar patrimonio con teatro. *Pedro J. González*.
• Simplemente Javier. *Alejandro Pérez*.

Reseñas de libros

• *La financiación de la cultura y de las artes,* de E. Harvey.
• *Comunicación y cultura en la era digital,* de Enrique Bustamante.
• *Hacia un nuevo sistema mundial de comunicación,* de Enrique Bustamante.
• *Creación colectiva,* de David Casacuberta.
• *La distribución de música en Internet,* de A. Rebollo.
• *Industrias culturales,* de H. Schargorodsky.
• *La función social del patrimonio histórico,* de J. García y M. Poyato.
• *Términos críticos de sociología de la cultura,* de C. Altamirano.

Reseñas de revistas

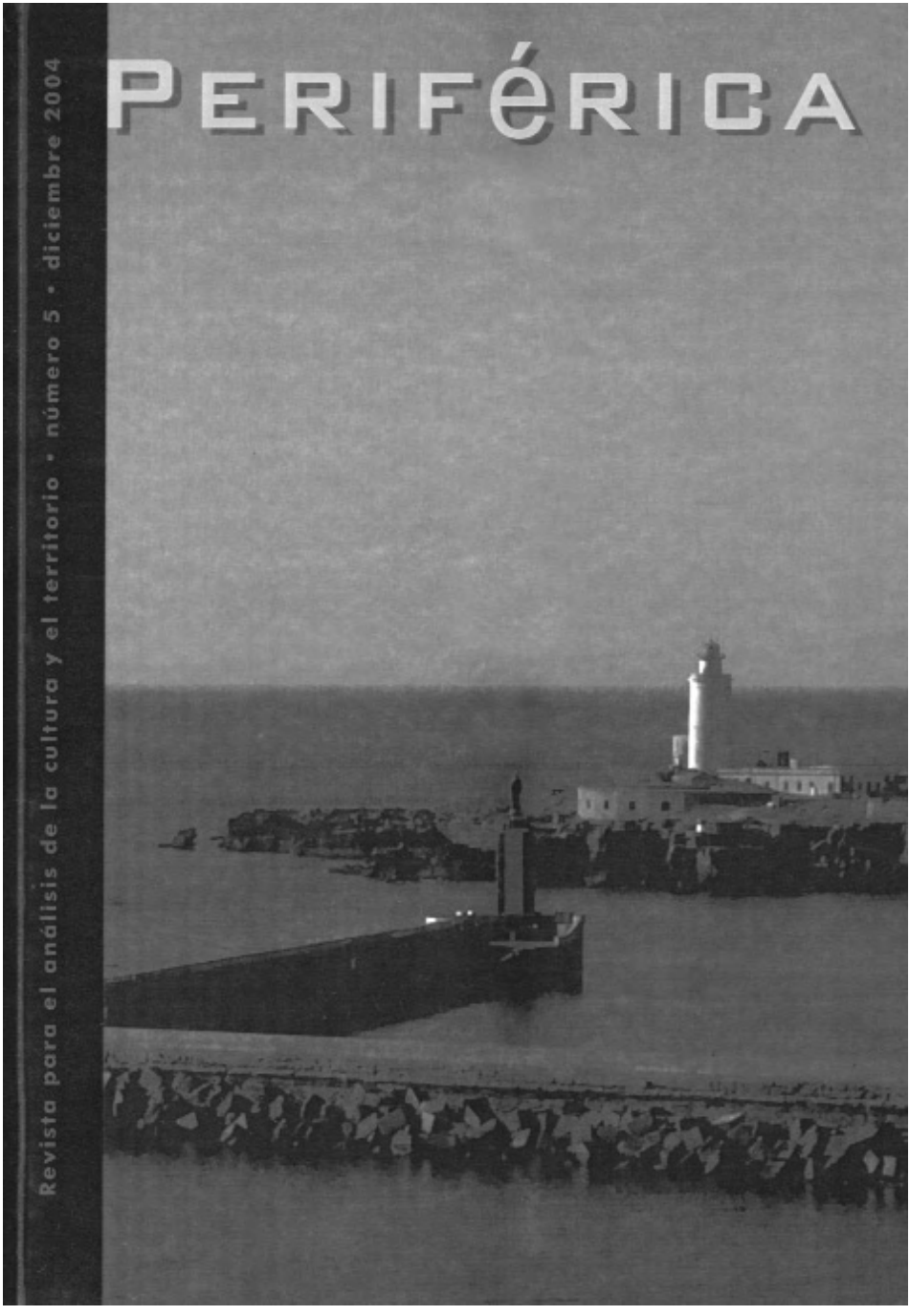
• Parabólica. Cuadernos de Economía de la Cultura.

Reseñas de webs

• On the move. Acronim. Arteguias. Ars Virtual. Festivales.

Portafolio

• Dibujos de José Pérez Olivares.


PERIFÉRICA
Revista para el análisis de la cultura y el territorio • número 5 • diciembre 2004

Número 5

diciembre 2004

Editorial
In memoriam: Eduard Delgado. *José Luis Ben Andrés*.
Ideas
• Mens sana in corpore tullido. *Oriol Rossell*.
• A la búsqueda de un público. *José Manuel Benítez Ariza*.
• Una lectura del Quijote. *Eduard Miralles*.

Temas
• Unas notas sobre la gestión de la cultura y la innovación cultural. *José Luís González Quirós*.
• La protección del Patrimonio a través del porcentaje cultural. *Luis Miguel Arroyo Yanes*.
• La excepción cultural francesa: estereotipo, confusiones, estrategias. *Ferdinand Richard*.
• Aspectos genéricos y conceptuales sobre Planificación Estratégica y Gestión Cultural. *Ángel Mestres*.

Experiencias
• Patrimonio Cultural Universitario. *María Marco Such*.
• Le Méthode des nouveaux commanditaires. *Cècile Bourne*.
• Houston Party Records. *Jaime Hernández*.
• La Cámara Oscura de la Torre Tavira. *Equipo Torre Tavira*.
• Centro de Exposiciones y Estudios de las Colonizaciones de Guadalcacín. *Julián Oslé Muñoz*.
• Neilson Gallery en Grazalema. *Jack Neilson*.
• Primer año académico del Máster en Gestión Cultural de las Universidades de Granada y Sevilla. *Víctor Fernández Salinas y Rafael López Guzmán*.
• Un sistema normalizado de indicadores de gestión aplicable a los Ayuntamientos andaluces. *Antonio M. López Hernández, Andrés Navarro Galera y David Ortiz Rodríguez*.
• La Escuela de Cine de Puerto Real. *José Manuel Tenorio Mariscal*.
• Políticas Culturales Municipales en Carmona. *Carlos Romero Moragas*.
• Cádiz.Doc, Documentales en Red. *Cádiz.Doc*.
• El Museo Taurino de la Diputación de Valencia. *Francesc Cabañés Martínez*.
• Paralelo 36. *Zap producciones*.

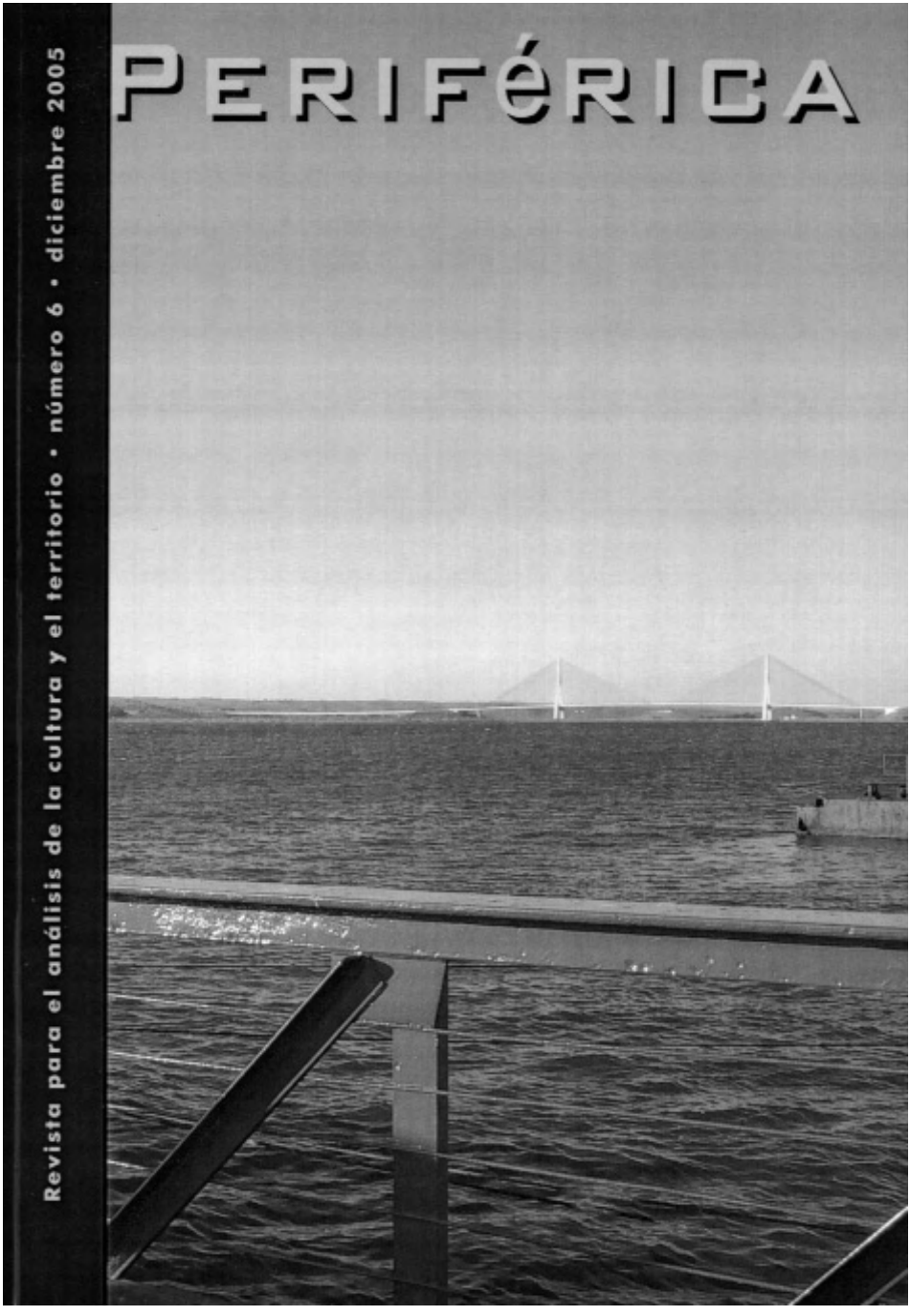
Reseñas de libros
• *Repensar la cultura,* de José Luis González Quirós.
• *Gestión de Salas y espacios escénicos,* de Miguel Ángel Pérez Martín.
• *Cultura y Televisión,* de Francisco Rodríguez Pastoriza.
• *Casos de Turismo Cultural,* de Josep Font Sentias.
• *Gestión del Marketing Social,* de Antonio Leal Jiménez.
• *Diseño y evaluación de Proyectos Culturales,* de David Roselló Cerezuela.
• *Marketing Cultural,* de María José Quero Gervilla.

Reseñas de revistas
• Cultura Moderna. La vaca de muchos colores. Ajoblanco. Reseña. Revista de Historia de El Puerto.

Reseñas de asociaciones
• Centro de Documentación Audiovisual de Jerez.

Documentos
• Agenda 21 de la Cultura. Vigía: Observatorio Cultural de la Provincia de Cádiz. *José Luis Ben Andrés*.

Portafolio
• Dibujos de Fritz (Ricardo Olivera).


PERIFÉRICA
Revista para el análisis de la cultura y el territorio • número 6 • diciembre 2005

Número 6

diciembre 2005

Editorial

Fuera de contexto
- Entrevista a Bertrand Tavernier. *El País Semanal*.
- Roberto Bolaño. *Ed. Anagrama*.

Ideas
- La gestión de las ruinas. *Antonio Orejudo*.
- Los deberes de la Cultura. *Elena Angulo Aramburu*.

Temas
- El Ministerio de Cultura y la política cultural en Francia. *Enmanuel Négrier.*
- La gestión cultural en el espacio europeo de educación superior. *Antonio Ariño*.
- Las misiones pedagógicas. Felipe Barbosa Illescas.
- Cultura y nuevas tecnologías: ¿Hacia unas políticas e-culturales? *Santi Martínez Illa y Roser Mendoza*.
- Equipamientos culturales de proximidad en España en el siglo xx. Los Teleclubs. *Chus Cantero*.
- La cultura comprometida: los derechos y deberes culturales. *Annamari Laaksonen*.

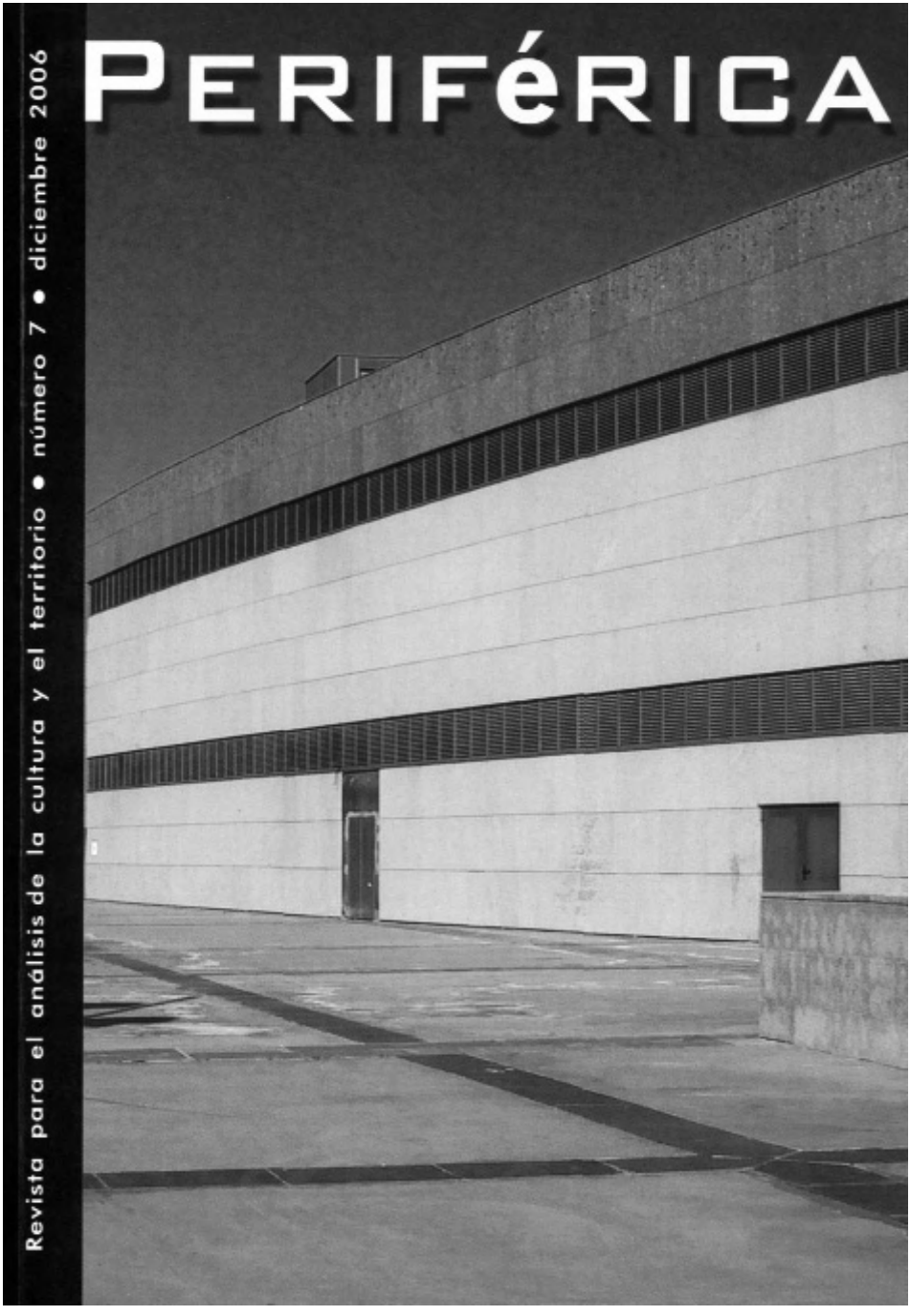
Experiencias
- Proyecto UNÍA, arte y pensamiento. *Isabel Ojeda*.
- ¿Quién necesita a Mozart? Jorge Portillo.
- Nueva algarabía. *Juan José Sánchez Sandoval*.
- El trabajo del comisario de exposiciones. *Juan Ramón Barbancho*.
- La situación de los intercambios culturales en el Mediterráneo Occidental. *Ferdinand Richard*.
- La costumbre de leer. *Fernando Domínguez Bellido, Josefa Parra Ramos y Ricardo Rodríguez Gómez*.
- Freek. *Tali Carreto*.
- Experiencias educativas a partir de la palabra poética. *Miguel Ángel García Argüez.*
- En un banco del jardín. *Rocío Guijallo Millón*.
- Balance de resultados del proyecto Cultur*At. *Julián Jiménez López*.
- El Club de lectura de la Biblioteca Pública Provincial de Cádiz. *Mª José Vaquero Vilas*.
- El caso del Aula Gerión en Sanlúcar de Barrameda. *Ana Gómez Díaz- Franzón*.

Reseñas de libros
- *La Red es de todo,s* de Víctor Marí Sáez.
- *Funky Business,* de Jonas Ridderstrale y Kjell Nordström.
- *Crónicas,* de Bob Dylan.
- *Free Culture,* de Lawrwnce Lessig.
- *Manual de Economía,* de Cultura de Ruth Towse.
- *El Proceso Cultural,* de Joaquín Herrera Flores.
- *Se acabó la diversión,* de Ton i Puig.
- *Industrias culturales y desarrollo sustentable,* de W. AA.
- *La cultura en la era de la incertidumbre,* de Ferrán Mascarell.

Reseñas de revistas
- Cultura Moderna.

Documentos
- Declaración de Madrid. Encuentro Mundial de Ministros de Cultura a favor de la diversidad cultural.

Portafolio
- Dibujos de Manuel Rey Piulestán.


PERIFÉRICA
Revista para el análisis de la cultura y el territorio • número 7 • diciembre 2006

Número 7

diciembre 2006

Editorial

Fuera de contexto
- El mercado influye...
- Durante este verano...

Ideas
- Patrimonio histórico y turismo: un binomio positivo pero insuficiente. *Javier Maldonado Rosso*.
- El Flamenco: un patrimonio patrimonializado. *Enrique Linera*.

Temas
- Una ley en discordia. .*Blas Fernández*.
- Propiedad intelectual y sociedad de la información. *José Justo Megías*.
- Nociones básicas en materia de propiedad intelectual. *Mª Paz Sánchez González*.
- Revistas culturales gratuítas. *Pedro M. Geraldía Sánchez*.
- La cultura comprometida: los derechos y deberes culturales. *Annamari Laaksonen*.
- Una introducción a la convención UNESCO sobre la diversidad cultural. *Luis Miguel Arroyo Yanes*.
- Medir la cultura: una tarea inacabada. *Salvador Carrasco Arroyo*.
- Nueva legislación y nuevas formas de organización en los museos de Andalucía. *Victoria Usero Piernas*.

Experiencias
- ATALAYA, Observatorio universitario andaluz de la cultura. *Enrique del Álamo Núñez*.
- El papel cultural de las librerías. *Pere Duch*.
- Breve visión del asociacionismo universitario: el caso de Ubi Sunt? *Santiago Moreno Tello*.
- La cooperación cultural en mi punto de mira. *Ángeles Peña*.
- Cultura participativa: la experiencia del Círculo de Bellas Artes de Ciudad Real como Consejo Sectorial de Asociaciones Culturales. *Alberto Muñoz Arenas*.
- El club de lectura de la Universidad de Cádiz. *José Fernando Piñeiro Área*.
- Jornadas de Danza en la Universidad de Cádiz. *Carmen Padilla Moledo*.
- La FábriKa: Cultura autogestíonada. *La Asamblea de La FábriKa*.
- Música instantánea. *Willy Sánchez de Cos*.
- Y van para treinta años: Renacimiento, una editorial "literaria". *José Manuel Benítez Ariza*.
- Cambalache Jazz Club: los primeros 20 años. *José Luis García*.
- Proyecto HUMAN: el valor de las Humanidades. *Joaquín Moreno, Alejandra Brome, Javier Grimaldi*.

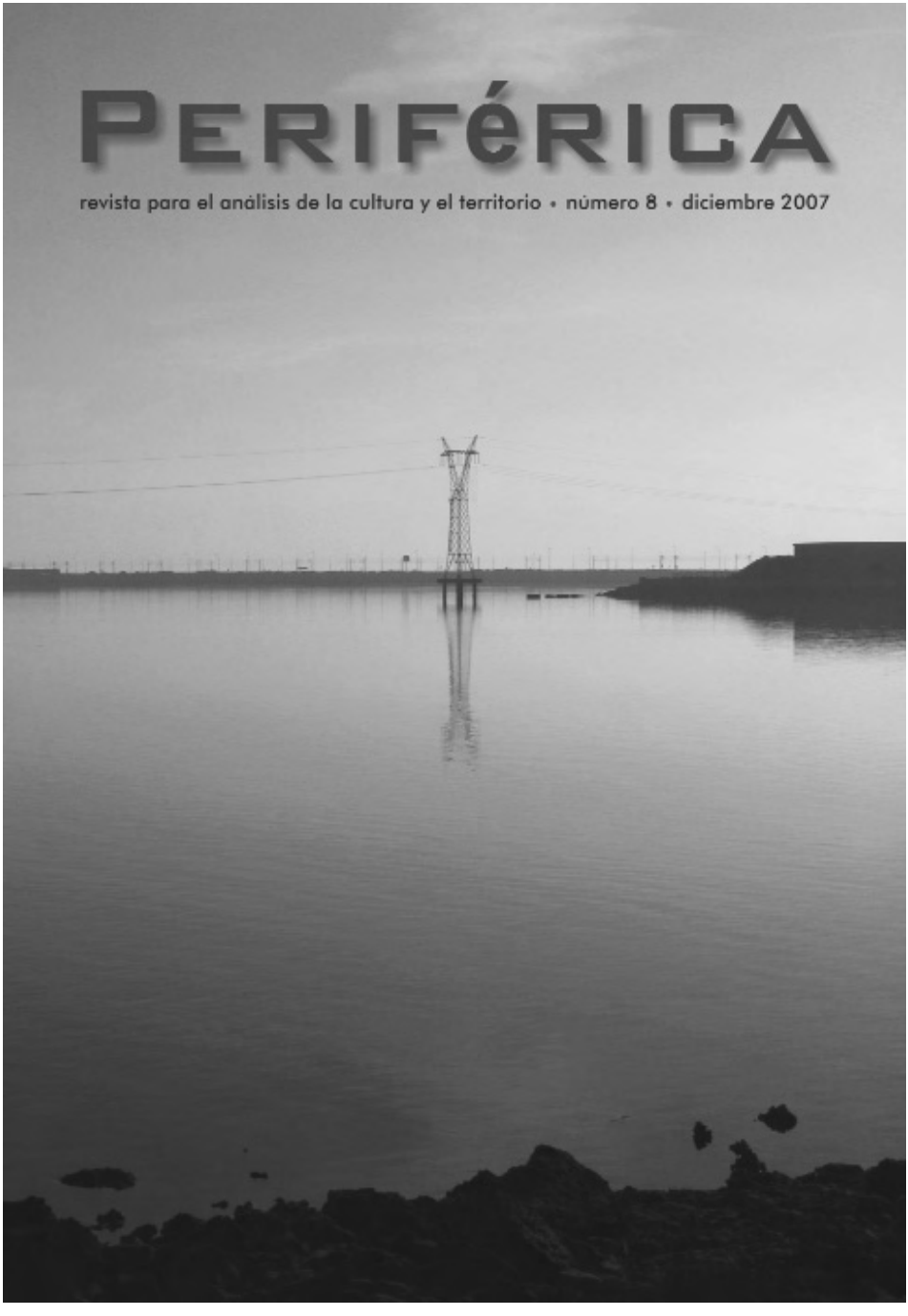
Reseñas de libros
- *Casos de turismo cultural,* de Josep Font Sentias (Coord.)
- *El proyecto Benzú,* de José Ramos Muñoz.
- *El Flamenco en Cádiz,* de Catalina León Benítez.
- *El periodismo cultural,* de Francisco Pastoriza Rodríguez.
- *Marketing del patrimonio cultural,* de Carmen Camarero y María José Garrido.
- *Cuadernos de Investigación de Vigía,* de La Fundación Provincial de Cultura de Cádiz.
- *El Templo del Saber,* de José Luis González Quirós.
- *Re-imagina!,* de Thomas J. Peters.

Reseñas de Revistas
- Ábaco. Pensar Iberoamérica.

Reseñas de Asociaciones
- Asociación Qultura. Asociación Bahía de Puerto Real.

Reseñas de Audiovisuales
- Cambalache Jazz Club.

Documentos
- Convención sobre la protección y promoción de la diversidad de las expresiones culturales.


PERIFÉRICA
revista para el análisis de la cultura y el territorio • número 8 • diciembre 2007

Número 8

diciembre 2007

Editorial

Fuera de contexto

- Pocos parecen advertir…
- Los museos deben…

Ideas

- Una ciudadanía responsable en el contexto de la globalización. *Jacinto M. Porro Gutiérrez.*

Temas

- Regreso al Futuro Imperfecto. *Fernando de la Riva*
- Las últimas tendencias en la creación de Museos. *Florencia Torrego Serrano.*
- Nociones básicas en materia de propiedad intelectual. Mª Paz Sánchez González.
- Museos y centros de interpretación en el ámbito rural. *José Manuel Castaño Blanco.*
- Las exposiciones temporales y el turismo cultural. *Cristina Giménez Raurell y Trinidad Vacas Guerrero.*
- Gestión de portales de museo. *C.Carreras y P. Báscones.*
- Equipamientos culturales de proximidad en España en el siglo XX. *Chus Cantero.*
- Introducción al Copyleft. *Javier de la Cueva González-Cotera.*
- El Reconocimiento de las Redes en el Campo Cultural. *Aleksandra Uzelac.*
- Las actividades de investigación en la Fundación Autor. *Rubén Gutiérrez del Castillo.*

Experiencias

- Ladinamo: Cinco años pidiendo más gasolina. *Víctor Lenore.*
- Las Cartas de Servicios como elementos facilitadores de una nueva cultura del servicio público. *Rosa Gómez , Fº Daniel Moral y Manuel Torralba.*
- La coral polifónica Canticum Novum. *Laura Triviño Cabrera.*
- Interea, un proyecto interuniversitario y de colaboración interinstitucional en Galicia. *Héctor M. Pose.*
- Grupo UCAdanza. *Carmen Padilla Moledo.*
- Organización y funcionamiento de un centro cultural universitario. *Alfredo Luna Briceño .*
- V Campus Euroamericano de la Cultura. Almada, Portugal. Mayo de 2007. *Mar Hidalgo.*
- Amigos de la Música Bahía de Cádiz. *María José Martínez.*
- Los valores que representan las independientes. *Mario Pacheco.*

Reseñas de libros

- *Copyleft. Manual de uso,* de VV.AA.
- *Los nuevos centros culturales en Europa,* de Roberto Gómez de la Iglesia (editor).
- *Memoria 2006,* de la Confederación de cajas de ahorros.
- *La sociedad de la Cultura* de, Arturo Rodríguez Morató.

Reseñas de audiovisuales

- *La liga de los olvidados,* de José Luis Tirado.

Reseñas de Revistas

- Mellotron nº3.

Reseñas de Webs

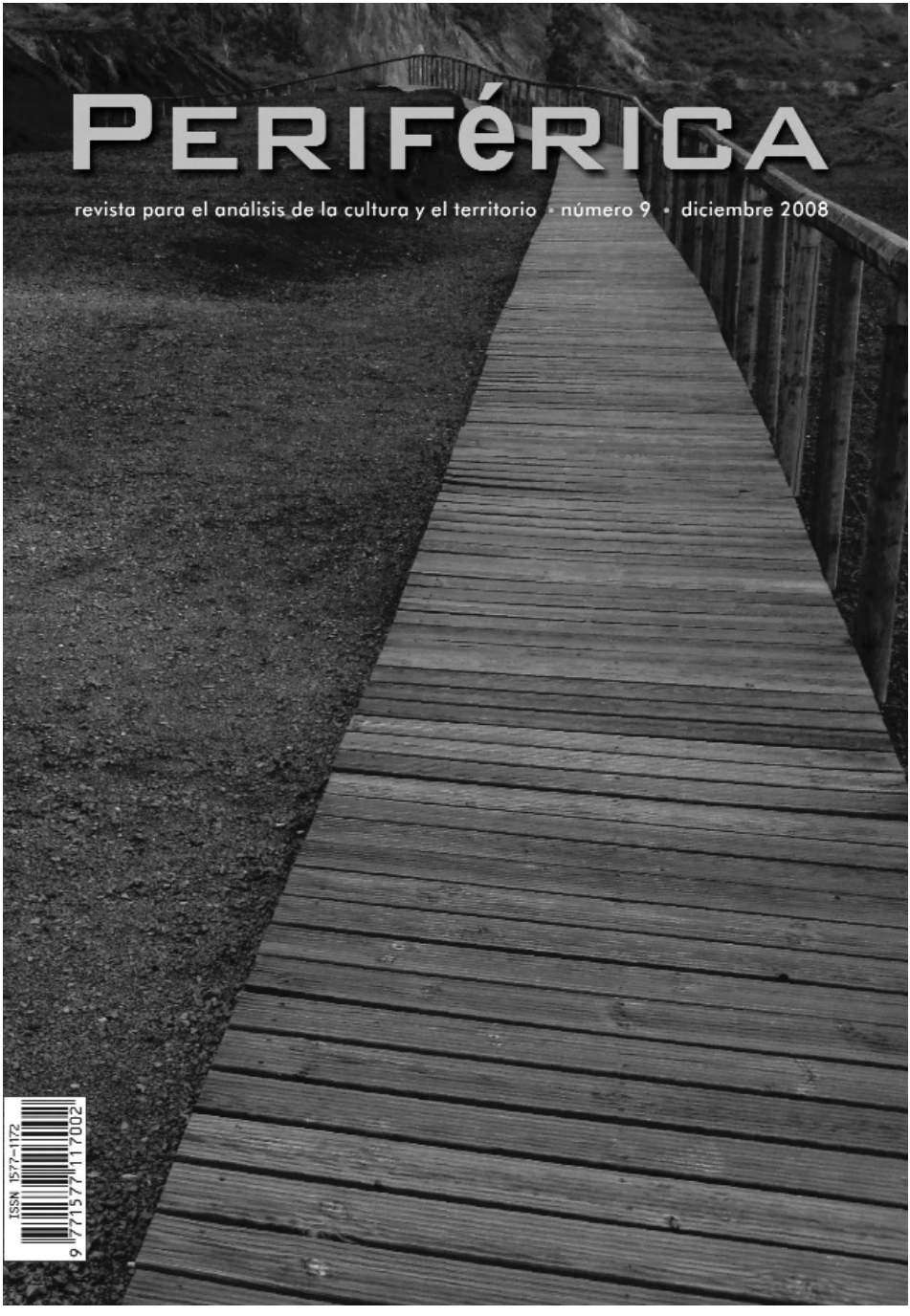
- *10 en Cultura.*

Manifiesto

- Por una nueva cultura del territorio.

Documentos

- Documento cero del sector del arte Contemporáneo: Buenas prácticas en museos y centros del arte.


PERIFÉRICA
revista para el análisis de la cultura y el territorio • número 9 • diciembre 2008
ISSN 1577-1172
9 771577 117002

Número 9

diciembre 2008

Editorial
Fuera de contexto
Ideas
• Crónicas de la derrota: la vista del águila. *Manuel J. Ruiz Torres*

Temas
• Niveles de discurso de la política cultural y sus interacciones en la construcción de la realidad artística y cultural. *Juan Arturo Rubio Aróstegui*
• Políticas culturales y biblioteca pública del siglo XXI. Conversaciones sobre algunos temas relevantes. *Juanjo Arranz, Óscar Carreño y Ferrán Farré*
• La creación fotográfica española en el seno de las libertades políticas y la tolerancia ideológica: un camino despejado hacia el progreso cultural. *Jesús Micó Palero*
• Las Universidades Populares: educando por una sociedad más justa. *Felipe Barbosa Illescas*
• La construcción del Sistema de indicadores para la evaluación de las políticas culturales locales desarrollado por la FEMP: historia de un proceso de cooperación. *Juana Escudero Méndez*
• ¿Qué buscamos cuando buscamos cultura? *Fernando Vicario*
• Disonancias, nuevos territorios para el arte. *Roberto Cómez de la Iglesia*
• Agentes culturales de carácter asociativo: La Biblioteca de la Esperanza de la Asociación de Vecinos 1º de Mayo de El Cerro del Moro (Cádiz), 1997-2006. *Santiago Moreno Tello*

Experiencias
• Cuando la literatura sale a jugar a la calle (Spoken Word) *Silvia Grijalva*
• Proyecto Cultural El Sitio. Incuba - Guatemala, Incubadora Cultural de Desarrollo Comunitario y Empresarial. La Antigua Guatemala, Guatemala, CA.
• Máster en Gestión Cultural. La experiencia del alumnado. *Inmaculada Vilches, Eva Ponga, Nani Soriano*
• Camaleón. La Agenda Cultural de la provincia de Cádiz. *José Fernando Piñeiro Area*

Antenas
• GALICIA / El año cultural en Galicia. *Héctor M. Pose*
• EUSKADI / Los equipamientos dominan el panorama. *Mikel Etxebarría Etxeita*
• MADRID / Alientos por desalientos. *Juana Escudero Méndez*

Reseñas de libros
• Reseñas del CERC
  • Cutura i estratègia de ciutat, de Félix Manito
  • Las Asociaciones Culturales en España, de V.V.A.A.
  • Creative Economy, Report 2008
  • Música y sociedad, de Jaime Hormigos Ruiz
  • Equipamientos municipales de proximidad, de V.V.A.A.
  • Gestión Cultural, estudios de caso, de A. Colombo y D. Roselló
  • Les Activités Culturelles
  • The social impact of the arts: an intellectual history, de E. Belfiore y O. Benett
  • Imagine... no copyrigth, de J. Smiers y M. Van Schijndel
  • Sociedad interconectada, cultura desconectada, de F. R. Contreras
  • El acceso al patrimonio cultural: retos y debates, de V.V.A.A.
• Reseñas de autor
  • La caja de cristal. Un nuevo modelo de Museo. *Los autores*
  • Equipamientos municipales de proximidad. *Mikel Etxebarría Etxeita*

Documentos
• Ley 14/2007 de 26 de noviembre de Patrimonio Histórico de Andalucía. *Victoria Usero Piernas*

IDEAS
TEMAS

La Planificación Cultural en España, 1930-1990 / *Cultural Planning in Spain, 1930-1990*
Jesús Cantero

La competencia cultural artística en la educación obligatoria y en la formación inicial del profesorado
Artistic cultural competency in compulsory education and initial teacher training
Andrea Giráldez Hayes

El P2P y la democratización de la cultura / *The P2P or the democratisation of culture*
Javier Lorente Fontaneda

El periodismo musical en la era del clic, el blog y el link / *Musical journalism in the click, blog and link era*
Nando Cruz

Monográfico "Usos, hábitos y demandas culturales de las Universidades Andaluzas"

En qué se parecen y en qué se diferencian / *In what they look alike, in what they differ?*
Ángel Cazorla

¿Para qué sirven los estudios de usos, hábitos y demandas culturales en la práctica profesional?
What are studies on cultural demands, customs and habits useful for in professional practice?
Daniel Mantero Vázquez

Investigación cuantitativa y cualitativa: los estudios de usos y motivaciones culturales por cantes de ida y vuelta
Quantitative and qualitative research:
studies on cultural motivations and customs related to Latin American-influenced flamenco songs
Pedro Jesús Luque Ramos, Antonio Palomo Monereo y Manuel Pulido Martos

El consumo de cine y teatro de los municipios andaluces con campus universitario
The consumption of film and theatre in Andalusian municipalities with university
Jesús Sabariego

Usos y hábitos de lectura en torno a la Universidad en Andalucía
Reading customs and habits at Andalusian universities
Clementina Rodríguez Legido

EXPERIENCIAS
ANTENAS
RESEÑAS
DOCUMENTOS

Iniciativa conjunta:

UCA Universidad de Cádiz
Vicerrectorado de Extensión Universitaria
Servicio de Publicaciones

Ayuntamiento de Cádiz
Fundación Municipal de Cultura

Diputación de Cádiz
CÁDIZ

Socio técnico:

Diputació Barcelona
Oficina d'Estudis i Recursos Culturals