



P E R I F É R I C A

REVISTA PARA EL ANÁLISIS DE LA CULTURA Y EL TERRITORIO

Vicerrectorado de Extensión Universitaria
Aulario La Bomba. Paseo Carlos III, 3 11003 Cádiz
Tfno: 956 015800 Fax: 956 015891
e.mail: extension@uca.es
www.uca.es/extension/periferica.htm

Periodicidad: anual

Edita:

Servicio de Publicaciones de la Universidad de Cádiz
Vicerrectorado de Extensión Universitaria de la Universidad de Cádiz
Fundación Municipal de Cultura del Ayuntamiento de Cádiz

CONSEJO DE DIRECCIÓN

Excma. Sra. Dña. Virtudes Atero Burgos, Vicerrectora de Extensión Universitaria
de la Universidad de Cádiz
Ilmo. Sr. D. Antonio Castillo Rama, Concejal Delegado de Cultura del Ayuntamiento de Cádiz

CONSEJO CIENTÍFICO

D. Antonio Javier González Rueda, Universidad de Cádiz
D. Enrique del Álamo Núñez, Ayuntamiento de Cádiz
D. José Luis Ben Andrés, Diputación de Cádiz
D. Salvador Catalán Romero, Universidad de Cádiz

CONSEJO ASESOR

D. Alfons Martinell, Universitat de Girona
D. Eduard Miralles, Técnico del CERC de la Diputación de Barcelona
D. Fernando de la Riva, CERO-CRAC
D. Roberto Gómez de la Iglesia, Director General de la empresa Xabide

©Servicio de Publicaciones de la Universidad de Cádiz

©Los autores

Precio: 10 euros

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.

ISSN -1577-1172

D.L. - CA-903/2000

Diseño: José Luis Tirado

Impresión: Servicio de Autoedición de la Universidad de Cádiz

	5	Editorial
IDEAS	9	Cultura y política: algunas leyes (de Murphy) Lalia González-Santiago
	11	Cultura y política o política y cultura Juan Manuel Suárez Japón
TEMAS	17	Obra Social/Cultural Historia y desarrollo. Cajas de Ahorro de Andalucía Chus Cantero
	35	Museos y Centros de Arte Contemporáneo en España Paradoja y contenido Manuel Caballero
	57	¿Es posible evaluar la política cultural? Albert de Gregorio
	83	Marketing y Cultura: dos campos aprendiendo a convivir Ximena Varela
	98	Ciudad Bahía, entre la entelequia y la pragmática Esteban Ruiz Ballesteros
	118	Prensa musical: el ascenso de la banalidad Diego A. Manrique
	122	Avelino Hernández, In memoriam Francisco Gómez Acosta
EXPERIENCIAS	127	La Guía de estándares de los equipamientos culturales en España Pilar Aldanondo Ochoa
	137	Museo El Dique José María Molina Martínez
	155	Que 20 años no es nada... Una experiencia para la promoción del teatro andaluz Manolo Pérez
	162	Green Ufos. Una breve historia Rafael López
	170	Gijón es una fiesta Rafael Marín
175	La recuperación del legado de la Tía Norica de Cádiz: veinte años después (1984-2004) Désirée Ortega Cerpa	

- 187** **Zemos 98: Proyectando desde el suelo (tercera parte)**
Daniel Villar, Felipe G. Gil, Pedro Jiménez
- 201** **Rehabilitación del antiguo Cabildo para Biblioteca Pública de Sanlúcar**
Rafael González Calderón
- 212** **Bibliópolis: el nacimiento de una editorial independiente**
Luis G. Prado
- 217** **Interpretar patrimonio con teatro**
Pedro J. González
- 223** **Simplemente Javier**
Alejandro Pérez
- RESEÑAS**
- 239** **LIBROS**
La financiación de la cultura y de las artes
Comunicación y cultura en la era digital
Hacia un nuevo sistema mundial de comunicación
Creación colectiva
La distribución de música en Internet
Industrias culturales
La función social del patrimonio histórico
Términos críticos de sociología de la cultura
- 245** **REVISTAS**
Parabólica, Adolfo Luján
Cuadernos de Economía de la Cultura, Chus Cantero
- 247** **WEB**
On the move
Acronim
Arteguias
Ars Virtual
Festivales
- 251** **Portafolio**
Dibujos de José Pérez Olivares

Cuatro años de vida y cuatro números en la calle. Ese es el currículo que presenta hasta hoy **PERIFÉRICA**, revista para el análisis de la cultura y el territorio. El esfuerzo ha sido grande pero aun mayores las satisfacciones. Sin quererlo **PERIFÉRICA** ocupa hoy una centralidad, la que nos da el ser la única revista de Gestión Cultural de nuestro país. Nuestro primer objetivo, el de la continuidad, parece alcanzado aunque éste tiene un carácter permanente y debe ser revalidado día a día. La soledad sin embargo no es buena compañía, la ausencia de otras revistas similares, de otros referentes escritos y de reflexión podía hacernos caer en la falsa autosatisfacción de creernos los mejores. Pero el año que acaba nos ha traído la aparición de *Cuadernos de Economía de la Cultura*, otra revista nacida también en Andalucía y con vocación de análisis de la realidad cultural. Desde estas páginas saludamos esta iniciativa que demuestra que algo se mueve en las periferias, que signos ostensibles de vitalidad y capacidad están presentes en nuestra realidad más inmediata, con vocación de reflexión y contribución al complejo mundo de la cultura.

Desde **PERIFÉRICA** sentimos, casualmente, la necesidad de expresar nuestra preocupación por el que parece ser el discurso dominante de un tiempo a esta parte en el mundo de la cultura. Aquel que exclusivamente la trata desde la perspectiva de la economía, o más exactamente desde la rentabilidad económica del hecho cultural. Patrimonio, Festivales, equipamientos, etc., sólo tendrían sentido si existen o se perciben "haberese" pecuniarios en su gestión. Fenómenos como el Museo Guggenheim, el novísimo Picasso de Málaga o los grandes festivales de música o teatro son evaluados en función de su impacto económico exclusivamente. Se busca la creación de nuevas centralidades sin pararse a pensar o a calibrar las periferias culturales que se generarán. A veces tenemos la sensación de que desde ciertos ámbitos políticos y de las élites culturales se habla, se trabaja y se invierte sólo en la Liga de Fútbol Profesional y se envía al olvido, a la periferia, al deporte de base. Esta actitud es especialmente reprochable en el caso de los poderes públicos. Cultura y economía, sí. Pero además cultura y ciudadanía, y valores, y pedagogía, y al mismo tiempo idearios sociales para los equipamientos.

Nos preocupa esta situación. Quienes llevan tiempo en la Gestión Cultural saben de la existencia, periódica y regular, de discursos que se ponen de moda y condicionan el desarrollo y la implantación de las políticas culturales públicas. Hoy asistimos al triunfo de lo "económico" como eje en el que basar la acción cultural. ¿Mañana?

Nos tememos un panorama como el de Laconia en la que una ciudad triunfante, Esparta, asfixiaba el desarrollo del territorio de su entorno. Dos clases de ciudadanos, los espartanos con todos los derechos y los periecos con sus derechos recortados. Otro ejemplo de centralidad exitosa y de periferia marginal. No creemos en esos modelos. Reequilibrio, redistribución, igualdad de acceso, espacios compartidos, cercanía al ciudadano, estos son los parámetros que, opinamos, deben exigirse a las políticas culturales públicas. El sector privado es otra cosa y de él ya hablaremos.

IDEAS



CULTURA Y POLÍTICA: ALGUNAS LEYES (DE MURPHY)

Lalia González-Santiago

Las grandes abstracciones se resisten a ser reducidas a fórmulas simples y ángulos de visión exclusivos. Por eso resulta tan difícil decir algo original, "incisivo" (sic) y basado en mi propia experiencia sobre Cultura y Política. Y en un folio.

Pero no seré yo quien me queje. La cultura y la política se entretujan como una enmarañada madeja, en la que no hay manera de encontrar el hilo del que tirar para devanarla. Nudos, simbiosis, parasitismo, todo cabe, pero hay algunas leyes que se podrían enunciar. Empíricamente, como quiere *Periférica*.

Si algo llama la atención a estas alturas es hasta qué punto la circunstancia política gravita sobre la percepción y la valoración que las clases medias tienen de la cultura.

En ámbitos como el nuestro, con una casi nula industria cultural y una escasísima presencia de mecenazgo, la acción cultural está densamente penetrada de política. De ahí los vaivenes, las peculiaridades en la gestión, la falta de continuidad de los proyectos, el sectarismo y la importancia del aprecio que el poder de turno tenga hacia las artes.

Está probado que un cargo público amante de la cultura provoca un efec-

to similar a la piedra sobre el estanque. Por devoción o por convicción, y también por el obvio impacto de las decisiones que se adoptan, la ola del aprecio a las artes se extiende entre la ciudadanía.

Cuando el caso es el contrario, cuando el poder no aprecia la cultura, no sólo no puede darse este efecto transmisor, sino que se produce un "efecto sequía", un debilitamiento del aprecio social hacia la cultura. Aparecen entonces las plagas, en forma de todo tipo de elementos cutres y casposos, que ocupan el lugar vacío y pueden concluir en una solución de "tierra quemada".

En cualquier caso, si se quiere hacer un test para conocer la verdadera alma democrática de un gobernante basta con medir su grado de sensibilidad y dedicación a la cultura. También empíricamente demostrado.

Al poder le corresponde cuidar y fomentar la cultura como un bien esencial de los ciudadanos. No siempre le interesa, porque no siempre se quiere tener ciudadanos libres, ilustrados, conscientes de sus deberes y derechos, críticos.

Al poder le corresponde fomentar la cultura tanto como hacer carreteras. Muchos gritaron, o presumen de ha-

berlo hecho, que "el pueblo sin cultura será una dictadura" y hoy lo han olvidado.

De hecho, en nuestro país la extensión del consumo de la cultura a las capas populares fue una conquista de la democracia. Fueron los gobiernos constitucionales los que crearon los ministerios de cultura y les dotaron de un peso político indudable, con figuras de prestigio al frente. De ahí se desprendió todo un aparato administrativo - autonómico, provincial, local- y también el nacimiento de un nuevo espécimen de político, el concejal de cultura, sobre el cual quizá habría que teorizar una nueva ley de Murphy: "Si el siguiente lo puede hacer peor, lo hará peor". Los técnicos se quejan de tener que demostrar cada cuatro años sus capacidades, pero también hay una ley implacable que dice que "cualquier burocracia reestructurada para ser más eficiente es, al cabo de poco tiempo, idéntica a la situación anterior".

Habría otras leyes que enunciar, como "si algo va bien, habrá que cargárselo", pero es mejor no ponerse demasiado pesimistas.

Ante la crisis de banalidad que atraviesa la cultura contemporánea, cada vez más víctima del marketing, la política debe imponerse más que nun-

ca el deber de cuidarla. Pero no de cualquier modo. No es fomentar la cultura gastar millones en contratar a figuras de relumbrón, relámpagos que se apagan en un segundo. Esa es la trampa que esconde el lema de "cultura no elitista" que enarbolan otros de nuestros gobernantes. Hay que ir más allá de lo evidente. No es fomentar la cultura traer a una serie de estrellas del espectáculo a actuar en un teatro, o incluso gratis en una playa, y llenarlo. Eso es negocio, o votos. Un respeto. La cultura es algo más serio.

Igualmente repulsivo es "premiar" culturalmente al electorado fiel y, por contraste, negar el pan y la sal a quienes no votan a los programadores, o no les votan lo suficiente. Esta práctica no deja de evidenciar un sectarismo impresentable y cuestiona la democracia misma.

Y, aunque no era mi intención hacer citas, hay una a la que no puedo resistirme, porque también es significativa del estado de la cuestión "cultura y política" o "cultura y poder". "El poder, el trono, ¿el trono o María?"-se preguntaba el rey enamorado de la Cantata de Les Luthiers. "A fin de cuentas, el trono lo quiero para posarme en él y satisfacer mis instintos, los más sublimes y los más perversos. Y María... ¡caramba qué coincidencia!".

CULTURA Y POLÍTICA O POLÍTICA Y CULTURA

Juan Manuel Suárez Japón

Cualquier reflexión acerca de la cultura y de los complejos vericuetos de su gestión debiera partir de la idea fundamental de entender la cultura más allá de cualquier simpleza conceptual. No hay opción más inútil y equivocada que tratar de dar respuestas o interpretaciones simples a las realidades que son complejas. De suerte que discurrir sobre la cultura, aunque sea de un modo breve como aquí haremos, debe contemplarla en toda su complejidad y en particular aquella que deriva del hecho de que la cultura es, -a un tiempo e inseparablemente-, un derecho objetivo de las sociedades y de los individuos, -derecho de lesa ciudadanía-, y por tanto algo que puede y debe ser exigible a las administraciones y poderes públicos; y por otro lado, es también un factor subjetivo de identificación y de realización individual y colectiva, que alcanza su mayor nivel cuando es ejercido en el marco de las sociedades libres y democráticas. Esta doble visión de la realidad de la cultura constituye una cuestión de gran atractivo, tanto teórico como práctico, de la que ningún responsable público, pero tampoco ningún individuo dotado de un mínimo de interés o de curiosidad por las cosas de su tiempo, debe quedarse al margen.

Probablemente una de las mayores dificultades que la cultura, lo cultural en sentido amplio, encierre, para quie-

nes alguna vez hemos asumido la responsabilidad de su gestión, sea su carácter transversal y horizontal al mismo tiempo. Es esa doble condición, que es inherente a los fenómenos culturales, la que le hace ser capaces de atravesar los tiempos y las estructuras de las sociedades, cualquiera que sea su estadio de desarrollo. Así, existe una cultura que nos llega siempre aflorando desde nuestras propias raíces, y por ello es algo que se inserta en cada uno de nosotros, -como individuo y como pueblo-, con la fuerza indeleble de lo genético. Las asumiremos más o menos, seremos o no protagonistas activos de esas culturas que nos definen y nos poseen, pero siempre acabamos reconociéndonos en ellas y nos sabemos insertos en sus límites más o menos ambiguos.

Y desde esas raíces no se nos limita ni frena, no se nos exige renuncia alguna, antes al contrario se nos ofrece proyectarnos y hacerla progresar al compás de las cambiantes mudanzas de la historia, porque ninguna tradición puede impedirnos jamás ser contemporáneo, salvo que no se entienda en absoluto qué es la tradición y tampoco qué es ser contemporáneo. Antes al contrario, ningún proyecto de futuro, ninguna sociedad podrá razonablemente abordar una llamada "modernización" y que se sostenga sobre bases firmes si ignora los fundamentos de su

cultura y de su propia historia. La cultura, pues, traspasa los tiempos y al mismo tiempo nos permite unir el pasado con el futuro otorgándonos un sustento de continuidad que nos ayuda a entender nuestras vidas.

Y por otro lado, la cultura es también una realidad horizontal en el sentido de poder fluir con una altísima comodidad entre los distintos estratos que componen el entramado de las sociedades, entendido esto en un doble sentido, los de cada sociedad concreta y los de las sociedades en su conjunto. En este sentido sólo podemos reafirmar la evidencia de que la enorme pujanza de los mecanismos que actualmente activan la que llamamos "sociedad de la información y de la comunicación", -tan solo una de las caras en que se nos muestra la realidad globalizada en que vivimos-, han acentuado enormemente estos flujos culturales en todas las direcciones, con las ventajas que de ello derivan al propiciar mutuos enriquecimientos, pero también con el peligro cierto que supone de llegar a una creciente estandarización y uniformización de los modos culturales que amenacen con un gigantesco proceso de "aculturación" en el que los poderosos detentadores de los medios de difusión de la creatividad, arrasen con la diversidad en la que muchos de los más débiles siguen hoy apoyándose para sobrevivir y para reconocerse.

Por todo ello, nadie podrá negar que, al contrario de lo que muchos puedan pensar respecto a nuestro futuro, respecto al futuro de unas socieda-

des que preveen diseñado por la fuerza de lo global, es decir, de lo uniforme, la cultura, -cada cultura-, seguirá haciéndose presente en las realidades de los pueblos como una componente cada vez más importante de su estructura política. Tal vez por eso estamos persuadidos de que para la sociedad y para los individuos, la cultura, -como la palabra-, será por mucho tiempo "un arma cargada de futuro" y un instrumento de libertad.

En consecuencia, si la cultura toma cuerpo como parte de la política, ¿qué deberá hacer ésta para darle adecuada respuesta?, ¿qué pensamos que deberá hacerse desde las instituciones que representan y detentan el poder público para satisfacer estas exigencias colectivas e individuales que se nos planteen? En definitiva, ¿cómo podrá la política hacerse también parte de la cultura sin que la misma se sienta perturbada, sin que se amenace la esencial libertad en que toda cultura debe ejercerse? He ahí un gran reto. Ésta es la gran discusión, el debate siempre renacido y siempre vivo que ningún responsable político puede negarse a abordar. Y si bien se entiende que no podemos aquí y ahora adentrarnos en exceso en estas cuestiones, ni dar todas las respuestas a las muchas incitaciones que el mismo nos plantea, sí quisiéramos, al menos, expresar algunas ideas básicas.

Y vendrá bien comenzar por aquella que nos resulta más obvia y más determinante a la hora de definir nuestra posición y ésta no es otra que la de enten-

der que la cultura, -además de otras muchas cosas-, es sobretodo un derecho de los ciudadanos. Ésta es una cuestión clave que no admite confusión posible. La cultura es un derecho inalienable y no un don o un beneficio que se otorga a los ciudadanos desde las instituciones o desde la voluntad de los gobernantes. Alineado junto a otros bienes que atienden al desarrollo individual en el marco de las sociedades libres y democráticas, la cultura es también un derecho básico de ciudadanía y es por eso por lo que de ello deriva una clara exigencia para la política.

En estrecha conexión con lo anterior, toda política será errónea, además de injusta, si su acercamiento a la cultura se entiende como una mera posibilidad de elección o como una simple estrategia de actuación, porque la cultura es un derecho, -lo reiteramos-, y la labor primera de las administraciones públicas ha de orientarse, por consiguiente, a asegurar y a posibilitar el acceso al mismo por parte de los ciudadanos. Desde este punto de vista, pues, la política cultural no puede ser algo neutro, -es un horror oír decir a algunos dirigentes políticos que la cultura no es de izquierdas ni de derechas-, no es algo modulable en razón de lo que permitan las otras prioridades marcadas por la coyuntura, sino una obligada propuesta de acción que ha de ofrecerse como respuesta inmediata y clara ante un derecho ciudadano básico.

En concordancia con estas ideas, admitimos que son cada vez más los

ejemplos que pueden aducirse en los que se advierte que los responsables políticos y los responsables en la administración de la cosa pública se toman cada vez más en serio el papel que la cultura ha de ostentar en el conjunto de las propuestas políticas. Pero es cierto que en no pocas ocasiones esas actitudes han venido a asentarse en el panel de las políticas no tanto como fruto de una reflexión teórica acerca de sus bondades en el desarrollo individual, sino desde la creciente evidencia de que en las sociedades modernas, fuertemente urbanizadas y en las que el sector de los servicios ha acabado conformándose como uno de los básicos agentes del dinamismo económico, las apuestas culturales han devenido en una opción económica y en una línea estratégica de desarrollo.

Son muy numerosas las ciudades que sustentan en el atractivo de su cultura, -tanto de la vinculada a los patrimonios históricos o arqueológicos, estáticos y de permanente presencia-, como de aquellas que son fruto de propuestas de actividades o de instalación de nuevos equipamientos culturales. Citar ahora el valor de los grandes centros de ocio, de los grandes parques temáticos, o algunas decisiones como la instalación del museo Guggenheim en Bilbao o el más reciente de Picasso en Málaga, resultan de una evidencia casi tópica. La ciudad de Barcelona ha hecho de la cultura una apuesta estratégica, plasmada en años dedicados a Gaudí o el próximo Foro Barcelona 2004 y el Plan Estratégico Sevilla 2010 asume también el valor

de la cultura como factor de desarrollo. Algunos festivales de cine, teatro o música focalizan también el atractivo de algunas ciudades y la sitúan e individualizan en el marco global. Ese es un camino en el que hay muchas opciones, pero en el que aún queda mucho por andar.

Así pues, nos hallamos de nuevo ante la necesidad de abordar nuestra

relación con la cultura o lo cultural conciliando esa doble condición que en ella se encierra, la de ser un bien de uso y un bien de cambio. Y estas dos caras de la realidad cultural no supone contradicción o disociación, sino todo lo contrario. Ambas son dimensiones que se complementan y que han de ser el soporte de cualquier acción de política cultural en las sociedades modernas.

TEMAS



CAJAS DE AHORRO DE ANDALUCÍA

Chus Cantero

La Acción Cultural de las Cajas de Ahorros -Obra Cultural- se inserta dentro de la obra social, hasta hace poco llamada benéfico-social, entendiéndose por ella la definición que hace el Profesor Fernández Sánchez, "la inversión que éstas destinan a muy diversas actividades de la esfera social con parte de los beneficios obtenidos tras efectuar las amortizaciones y saneamientos, precios y deduciendo la previsión de impuestos" y lo hacen, bien mediante gestión directa de sus Departamentos o de Fundaciones que gestionan todo el fondo que destinen a esta actividad o una parte de él, esto es lo que llamaríamos obra propia, pero también puede actuar como obra complementaria entendiéndose así aquella en que la función de la Caja se reduce a la entrega de subvenciones que se administran por personas ajenas a ella.

La diferencia entre benéfico-social y social tiene su importancia y arranca de finales del S.XIX con la separación de caridad y beneficencia pasando ésta de manos privadas y religiosas a las públicas y más al concepto de beneficencia colectiva, donde juegan un gran papel las Cajas de Ahorros. Posteriormente, ya en el último tercio del S.XX, el cambio del concepto de las obligaciones de lo público o el derecho de los ciudadanos lleva al término de social.

El carácter benéfico social de las Cajas de Ahorros ya está en el origen de sus fundaciones; en la reunión de Barcelona, V Reunión de Directores de Asociaciones de Cajas de Ahorros, celebrada en 1957, se recogía en sus Actas: "En España la idea del ahorro surgió a impulsos de un fin humanitario y benéfico, los promotores del ahorro español iniciaron la creación de Cajas de Ahorro con el noble propósito de ayudar a los económicamente débiles mediante una organización especial de servicios de carácter benéfico para realizar una función social predominante". Las Cajas se convirtieron, desde el principio, en una suerte de banca al por menor, una "banca del pobre", utilizando la denominación acuñada por J.J. Proudhon para las entidades francesas.

Las Cajas de Ahorros tienen su antecedente teórico en la Ilustración y más concretamente en las Reales Sociedades Económicas de amigos del País, creadas por Real Cédula del Rey de España Carlos III, de 1765 que legisla y desarro-

lla la labor realizada por la Asociación llamada "Los Caballeritos de Azcoitia" fundada en 1764, en dicha Villa, que seguía los planteamientos que en 1763 un grupo de nobles y Junteros de 11 pueblos habían realizado en el "Plan de una Sociedad Económica o Academia de Agricultura, Ciencias, Artes útiles y Comercio a las circunstancias y Economía Particular de M.N y M.L. Provincias de Guipúzcoa".

Pedro Rodríguez de Campomanes, Conde de Campomanes, en la oración gratulatoria (discurso de apertura) de la constitución oficial de la Sociedad Económica Matritense, celebrada en Madrid, en septiembre de 1775, dijo sobre la misión de la nueva entidad: "... apreciar toda especie de talentos; perpetuar sus descubrimientos en las Memorias y sacar de la oscuridad las personas hábiles en todos los ramos de la industria y de las artes, desear acreditarlas para que logren el aprecio y las recompensas que se les deben y, principalmente, para que comuniquen a otros lo que ellos han adelantado".

D. Ramón Carande, en un discurso pronunciado en 1960 en el Palacio de Insausti, donde celebró su primera reunión la Sociedad Bascongada, primera Sociedad de este tipo de Instituciones a la que se le dedicaba un homenaje, resaltaba: "Lo que impulsó a aquella aristocracia ilustrada fue su -demofilia- es decir, su auténtico amor al pueblo, al mejor desarrollo de su cultura y de su bienestar, con una visión, en aquel entonces, de futuro, cuyos frutos vemos hoy madurar y recoger en estas provincias".

El fin de estas Sociedades era promover el resurgimiento nacional mediante el desarrollo de la riqueza y el fomento de la prosperidad del país, perfeccionando la agricultura, promoviendo la industria, extendiendo el comercio, difundiendo la cultura..., al respecto dice D. Antonio Elorza: "Las Sociedades Económicas representan un intento de puesta en acción de los grupos dirigentes de una sociedad estamental en el curso de un período de crecimiento. El hecho cultural de las Economías se ve favorecido por las fuerzas productivas en acción, que provocan el auge económico de la segunda mitad del S. XVIII".

Las Cajas de Ahorros no son instituciones originariamente españolas, la primera Caja de Ahorros, que podríamos considerar, es la Caja Municipal de Hamburgo que se estableció en 1778. Las Reales Sociedades Económicas fueron impulsando Cajas de Ahorro y Montes de Piedad en las principales ciudades de España (Madrid, Granada, Sevilla, Barcelona, Zaragoza...).

En 1835, por Real Orden, firmada por Diego Medrano y Treviño, Ministro del

Interior, aparece la primera disposición oficial sobre las Cajas de Ahorros. Diego Medrano fue Gobernador Civil de Ciudad Real y estuvo en contacto continuo con las Sociedades Económicas de Amigos del País, él fue impulsor y creador, en junio de 1834, de la de Ciudad Real, también fue conocedor de las experiencias existentes, sobre este asunto, en el Reino Unido.

En 1838 fue creada la Caja de Ahorros de Madrid, primera de España, por iniciativa de D. Joaquín Vizcaíno (Marqués de Pontejos) y D. Ramón Mesonero Romanos primer Director y Secretario, respectivamente, este último, escritor y socio de la Real Sociedad Económica Matritense que participó también en la refundación del Ateneo, la fundación del Asilo de San Bernardino y de la Sociedad para la mejora de la educación del pueblo.

En 1834 la Sociedad Económica Matritense de Amigos del País convocó un Concurso, (cuyo premio consistía en una medalla y recibir la calidad de socio), sus objetivos: "Memoria para establecer y generalizar en España las Cajas o Banca de Ahorros que tan buenos resultados producen en Francia, Inglaterra, Suiza y otros países". En agosto de 1835, una vez publicada la primera norma gubernamental, resultó ganador D. Francisco de Quevedo y San Cristóbal, con un trabajo titulado "Memoria sobre el modo de establecer, en España, la Caja de Ahorros y Sociedades de Socorro Mutuas".

el antecedente histórico de las Cajas de Ahorros se puede buscar en los Montes de Piedad, instituciones que habían nacido en Europa durante la Edad Media

También el antecedente histórico de las Cajas de Ahorros se puede buscar en los Montes de Piedad, instituciones que habían nacido en Europa durante la Edad Media, con el fin de reprimir la usura, alrededor de las órdenes religiosas. Del primero que se tiene noticias es el creado por los Franciscanos en Perugia (Italia) en 1462, en España el primero que se crea, bajo el nombre de Caja de Ánimas, es el de Madrid en 1704 por el Padre D. Francisco Piquer y Andilla.

En 1839 el Gobierno de España dispone por Real Orden la creación de una Caja de Ahorros, por lo menos en cada provincia, asociada a un Monte de Pie-

dad. Se pretende que las Cajas de Ahorros y los Montes de Piedad, con similitudes objetivos, se complementen y las primeras ayuden a financiar a las segundas. Aunque ya obsoletas, como definiciones podríamos decir, por boca de Ángel Galán, que "El Monte es una Institución creada con el fin de atender al necesitado mediante la entrega de pequeños préstamos de tipo pignoraticio. La Caja de Ahorros es una Institución destinada a acoger el pequeño ahorro de las clases menos dotadas económicamente, con el fin de emplearlo en inversiones seguras y rentables para poder atender el obligado pago de intereses".

En 1853 el Gobierno recomendó, mediante Real Decreto, a todos los alcaldes y gobernadores civiles que patrocinasen el establecimiento de una Caja de Ahorros por provincia. Como dice el Profesor Ángel Pascual Martínez Soto: "la mayor parte de las entidades que funcionaron a lo largo del S. XIX, se fundaron en los años comprendidos entre 1839 y 1875 y se debieron a la iniciativa privada (Sociedades Económicas de Amigos del País, grupos eclesiásticos y corporaciones religiosas, grupos laicos como comerciantes, industriales, etc.)".

Hasta 1880 sólo se habían instalado en España 19 Cajas y el Gobierno lanza otra normativa en junio de ese año, la primera con rango de Ley, que acelera este proceso y es el período que va hasta 1926, en que por Real Decreto se regularon las intervenciones del Estado en las Asociaciones de Ahorro, cuando se crean y organizan ochenta Cajas de Ahorros benéficas debiendo destacar, por la importancia futura que va a tener en todo el campo de la Cultura, la Fundación, en 1904, de la Caja de Pensiones para la Vejez y de Ahorros de Cataluña y Baleares, que después de fusiones y cambios de nombre va a dar lugar a la actual Caixa. En julio de 1880 se promulgó un Real Decreto por el que se aprueban los Estatutos del Monte de Piedad (Caja de Ánimas) y Caja de Ahorros de Madrid que refunde las dos Instituciones.

Juan Ramón Quintas, en su discurso a la LXXXVII Asamblea de la CECA, abril de 2003, nos dice sobre esta Ley de 1880: "Avanza la definición del modelo español de Cajas al permitir la existencia separada de Cajas y Montes de Piedad y autorizar cierta actividad financiera de aquella en relación con la actividad económica, con lo que tímidamente se inicia la que habría de ser importantísima función de las Cajas a favor de la competencia de mercado y el desarrollo económico. Por otra parte, esta Ley autoriza la aplicación de los beneficios a fines sociales y no sólo de beneficencia, dando así también comienzo a la creación de una obra social propia".

En 1933 la República con un Decreto de la Presidencia del Consejo de Minis-

tros, de marzo, implanta y sanciona el Estatuto del Ahorro, que en su artículo primero establecía que las Cajas de Ahorro tendrían el carácter de Instituciones Benéficas Sociales y en su artículo segundo las define como Instituciones exentas del ánimo de lucro mercantil, en su artículo 22 se recoge que para su debida eficacia las Cajas Generales de Ahorro Popular "realizarán obra social, benéfica y cultural complementaria de su actuación fundamental", en sus artículos 43 y 44 se recoge que las Cajas de Ahorro dedicarán el 50% de su excedente administrativo anual a la constitución de reservas y el otro 50% a sufragar los gastos de instalación, conservación y funcionamiento de la Obra Benéfica, Social y Cultural y de asistencia.

Esto ya se contemplaba, en parte, en el Estatuto de 1929 de las Cajas Generales de Ahorro Popular, que las definía como entidades exentas de lucro mercantil y cuyo propósito de invertir los beneficios, si los tuviera, después de descontados los gastos generales en reservas, sanear el activo, estimular a los impositores y realizar obras sociales y benéficas. También en este Estatuto se recogía que "Los Montes de Piedad y las Cajas de Ahorro estarán sujetos al protectorado del Ministerio de la Gobernación, pero dependerán del Ministerio de Trabajo".

La Ley de 6 de febrero de 1943 dispone, en su artículo 1º que: "Las Cajas de Ahorro pasarán, en lo sucesivo, a depender del Ministerio de Hacienda, en cuanto a su actuación como establecimientos de crédito..., las actividades sociales, benéficas y, en su caso, de previsión de dichos establecimientos, seguirán regidas, como hasta el presente, por el Ministerio de Trabajo". Por Decreto de 18 de octubre de 1947 se señala la obligación de destinar un 15% de los beneficios a integrar un fondo común de obra benéfico-social, que se pondrá a disposición del Ministerio de Trabajo para actividades de interés nacional como la formación profesional industrial o el sostenimiento de las Universidades Laborales, el 85% restante deberá destinarse a:

1. Creación y mantenimiento de Instituciones Sanitarias Populares, como sanatorios y dispensarios, obras de puericultura, colonias escolares, guarderías infantiles, etc.
2. Promoción y dotación de Instituciones Culturales Populares, especialmente escuelas profesionales, escuelas de enseñanza primaria, bibliotecas populares, etc.
3. Construcción de viviendas económicas para clases populares.

La Orden de 26 de octubre de 1948 que define y regula la Obra Benéfico-Social de las Cajas Generales de Ahorro Popular, recoge que cuando las Cajas de Ahorro no puedan, por la cuantía de su excedente, realizar por sí mismas obras benéfico-sociales, podrán constituirse en Federaciones al objeto de llevar a la práctica la obra social de forma común y conjunta.

Un decreto de 27 de agosto de 1977 deja a las Cajas la facultad de destinar a la Obra Social, propia o hecha en colaboración, todo el excedente no adscrito a reservas, y que los beneficios de ellos derivados se extiendan, especialmente, al ámbito regional de actuación de la Caja. Por Orden de junio de 1979 se establecen normas para la obra benéfico-social de las Cajas de Ahorros, en ella se estipula que el ámbito ya no es regional, sino el de actuación de las Cajas, se define la obra propia y la obra en colaboración y se da pie a la administración de la obra benéfico-social a través de Fundaciones o Patronatos creados por las Cajas de Ahorros, solas o en asociación con Entidades colaboradoras. El Estado, a través de las Leyes 13/1985, 31/1985 y 13/1992 y Real Decreto 1343/1999, continúa ajustando el funcionamiento de la Obra Benéfico-Social.

Enrique Luño Peña, que fue durante años Director General de la Caja de Pensiones para la Vejez y de Ahorro de Cataluña y Baleares decía: "Las Cajas de Ahorro españolas son verdaderas Instituciones económico-sociales, cuyo capital está formado por el saldo de ahorro de sus imponentes y cuyos beneficios revierten directamente al pueblo, a la sociedad, en forma de obras de cultura, de beneficencia, de asistencia de acción social".

En el Editorial de la revista, de mayo 2003, *Ahorro -Órgano de la Confederación Española de Cajas de Ahorro-*, con motivo del 75 aniversario de su fundación (1928) se recoge: "Sabemos que desde su nacimiento las Cajas perseguían ese triple objeto de combatir la usura, movilizar el ahorro y hacer obras benéficas que, a medida que se extienden progresivamente más allá de los más necesitados para abordar problemas generales de la sociedad, transforman la beneficencia en Obra Social".

La Historia de las Cajas de Ahorro y Montes de Piedad de Andalucía se remonta, desde la primera en Granada, El Monte de Piedad de Santa Rita de Casia, de abril de 1741, que dio lugar a la Caja de Ahorros y Monte de Piedad de Granada (1839), El Monte de Piedad y Caja de Ahorros de Sevilla (1842), El Monte de Piedad y Caja de Ahorros de Cádiz (1845). De estas primeras Instituciones, la de Granada, prácticamente, había liquidado en 1880 y la de Cádiz, prácticamente también, desapareció en la década de los setenta, fundándose

otra nueva Caja Gaditana en 1884 que no tenía ningún vínculo con la anterior. Posteriormente, a este primer grupo, se funda la Caja de Ahorros y Monte de Piedad de Jerez (1862) aunque existen noticias de una Caja de Ahorros, en 1834, probablemente ligada a la llegada de las familias inglesas a las bodegas, la Caja de Ahorros y Monte de Piedad de Málaga (1863-1899), El Monte de Piedad del Señor Medina y Caja de Ahorros de Córdoba (1864-1878), La Caja de Ahorros y Monte de Piedad de Linares (1879-1885) La Caja de Ahorros y Monte de Piedad de Granada (1893), El Monte de Piedad y Caja de Ahorros de Almería (1900), La Caja de Ahorros y Préstamos de Antequera (1904), El Monte de Piedad y Caja de Ahorros de Ronda (1909), La Caja de Ahorros Provincial de San Fernando (Sevilla-1930) Caja Provincial de Ahorros y Monte de Piedad de Huelva (1947), La Caja de Ahorros Provincial de Málaga (1948), La Caja de Ahorros de Córdoba (1952), La Caja Provincial de Ahorros de Granada (1975).

Curiosamente, con diferencia de poco más de 250 años, la primera y la última se funda en Granada y hoy, después de las fusiones, la resultante "La General" es una de las más importantes de Andalucía.

A finales de los años setenta existían las siguientes: El Monte de Piedad y Caja de Ahorros de Almería, Caja de Ahorros y Préstamos de Antequera, Caja de Ahorros y Monte de Piedad de Cádiz, Monte de Piedad y Caja de Ahorros de Córdoba, Caja de Ahorros Provincial de Ahorros de Córdoba, Caja General de Ahorros y Monte de Piedad de Granada, Caja Provincial de Ahorros de Granada, Caja Provincial y Monte de Piedad de Huelva, Caja de Ahorros y Monte de Piedad de Jerez de la Frontera, Caja de Ahorros Provincial de Málaga, Monte de Piedad y Caja de Ahorros de Ronda, Monte de Piedad y Caja de Ahorros de Sevilla y Caja de Ahorros Provincial San Fernando de Sevilla.

Los procesos de concentración, fusión y absorción que han realizado las Cajas de Ahorros y Montes de Piedad de España, en los últimos años, han llevado al siguiente panorama actual en Andalucía:

Existen seis Cajas de Ahorros, a las que podríamos llamar "de régimen general", que están repartidas por todo el territorio andaluz. Éstas son: CajaSur (Cajas de Ahorro y Monte de Piedad de Córdoba); La General (Caja General de Ahorros de Granada); Caja de Jaén (Caja provincial de Ahorros de Jaén); Unicaja (Montes de Piedad y Cajas de Ahorros de Ronda, Cádiz, Almería, Málaga y Antequera); Caja San Fernando (Caja de Ahorros San Fernando de Sevilla y Jerez); y, El Monte (Monte de Piedad y Caja de Ahorros de Huelva y Sevilla).

El ámbito territorial, en el que estas Cajas de Ahorro desarrollan su actividad es, por supuesto, toda Andalucía aunque varias de ellas extienden su acción, también, al ámbito nacional, más centrado en la mitad sur de la península, no obstante sus centrales las tienen en Córdoba, Granada, Jaén, Málaga y Sevilla, respectivamente.

Además de éstas, existen otras: las Cajas Rurales, que funcionan de manera diferente a las anteriores y, la Caja Postal de Ahorros, de carácter nacional, creada por Correos en 1909 (subsumida en el proceso de fusión de la banca pública) que no son objeto de este trabajo.

En la reunión, que comentábamos al principio, de 1957 celebrada en Barcelona con los Técnicos y los Miembros del Instituto Internacional del Ahorro, la Caja de Pensiones para la Vejez y de Ahorros de Barcelona presentó un informe titulado "Exposición sistemática de las obras sociales realizadas y patrocinadas por la Caja de Ahorros de España" ordenado conforme a los siguientes epígrafes: 1) Acción Social, Asistencia y beneficencia en general. 2) Hospitales. 3) Obras de Asistencia a la Mujer. 4) Obra de Asistencia al Niño. 5) Guarderías Infantiles. 6) Obra Antituberculosa. 7) Asistencia a los Inválidos. 8) Obra Escolar y 9) Obra Cultural. Dentro de ellos sólo se encontraban recogidas: En el 2 la Caja de Ahorros Provincial de Málaga; en el 5 la Caja de Ahorros y Préstamos y Monte de Piedad de Antequera; en el 7 La Caja General de Ahorros y Monte de Piedad de Granada y en el 8 El Monte de Piedad y Caja de Ahorros de Ronda. También en estos años todas las Cajas de Ahorro cooperan económicamente con el Plan Nacional de la Vivienda, que se encontraba también incluido en las tareas benéfico sociales. Con Obra Cultural sólo aparece la Caja de Ahorros Provincial de Málaga que era una de las últimas fundadas.

La Junta de Andalucía, una vez recibidas todas sus competencias, legisla, a través del Parlamento Andaluz, sobre las Cajas y la adecuación a la nueva realidad. El Decreto 99/1986 de Andalucía desarrolla la Ley 31/1985, de regulación de las normas básicas sobre órganos rectores de las Cajas de Ahorro en la Comunidad Autónoma de Andalucía.

En 1999 el Parlamento Andaluz aprueba la Ley 15/1999 de Cajas de Andalucía y, posteriormente, el Decreto 138/2002 de Andalucía aprueba el Reglamento de la Ley Anterior.

La nueva Ley, en su artículo 88 dispone que las Cajas de Ahorro con domicilio social en Andalucía destinarán anualmente la totalidad de sus excedentes que,

conforme a la normativa de aplicación, no hayan de integrar sus reservas o sus fondos de provisión no imputables a riesgos específicos, o no sean atribuibles a los cuotaparticipantes, a la dotación de un fondo para la creación y mantenimiento de su obra social, que tendrá por finalidad el fomento del empleo, el apoyo a la economía social y el fomento de la actividad emprendedora, así como la planificación de obras y actuaciones en los campos de los servicios sociales, la sanidad, la investigación, la protección y mejora del medio ambiente, la enseñanza, el patrimonio cultural e histórico y demás actuaciones en el campo de la cultura y cualesquiera otras de naturaleza análoga que favorezca el desarrollo socioeconómico de Andalucía. Las Cajas de Ahorros no domiciliadas en Andalucía, que cuenten con oficinas en su territorio, efectuarán inversiones o gastos en obra social en la Comunidad Autónoma, destinando a tales efectos, como mínimo, la parte de su presupuesto anual de obra social proporcional a los recursos ajenos captados en Andalucía con respecto a los recursos totales de la entidad.

En su artículo 90, la Ley 15/1999 de Cajas de Andalucía recoge que las Cajas de Ahorro podrán constituir fundaciones que gestionen total o parcialmente el fondo destinado a su obra social y que las fundaciones que no sean exclusivamente de las Cajas de Ahorro no podrán gestionar fondos destinados a la obra social y que la Federación de Cajas de Ahorros de Andalucía también podrá constituir una fundación para llevar a cabo la obra social conjunta. El Decreto 138/2002 desarrolla esta Ley, tanto en los aspectos de organización como en lo relativo a las actividades que lleven a cabo las Cajas de Ahorro, incluidas en su ámbito de aplicación y las fundaciones que gestionen la obra social. Establece el Protectorado de estas fundaciones y su vinculación con la Consejería de Economía y Hacienda de la Comunidad Autónoma.

Como hemos visto, abandonando el concepto de benéfico y centrándose en lo social, las Cajas de Ahorro, priorizan esta actividad en cuatro grandes apartados: Área Asistencial Sanitaria (infancia y juventud, personas mayores, personas con discapacidades, integración social, salud), Área Cultural y de Tiempo Libre

**existen seis Cajas de Ahorros,
a las que podríamos llamar
"de régimen general",
que están repartidas
por todo el territorio andaluz**

(museos, bibliotecas, difusión y promoción de la cultura, deporte, publicaciones), Área de Educación e Investigación (formación profesional y empresarial, formación universitaria, investigación y desarrollo) Área de Patrimonio Histórico Artístico y Natural (monumentos, parques naturales, bosques, jardines botánicos).

Dentro de nuestro campo de interés y trabajo, los epígrafes que nos atañen serían Museos (en la que se incluyen las adquisiciones de obras de arte históricas o contemporáneas y los centros culturales), Bibliotecas (bien sean con la construcción de ellas o de dotación de fondos, tanto para las propias como para las públicas), Difusión y Promoción de la Cultura (artes plásticas, teatro, cine, danza, música, conferencias, seminarios, certámenes...), Publicaciones (acción sustitutoria de la empresa comercial y complementaria de la realizada por las Instituciones públicas), Patrimonio (restauración y conservación de bienes muebles e inmuebles, programas divulgativos).

Las Cajas con su Obra Social, que como hemos visto son su génesis, pretenden desarrollar, en estos momentos, una política de perfil propio que las diferencien de la función pública y de las iniciativas privadas. Una labor con aroma de filantropismo que tuvieron asentada en la solidaridad pero sin el carácter de mecenazgo que practican otras entidades financieras. Sus trayectorias, en los últimos años, también las hacen aparecer, ante los ciudadanos, como impulsoras de proyectos que conllevan alguna variante de innovación.

Según la Memoria de la Ceca -Confederación Española de Cajas de Ahorro- de 2003, con datos referidos al año 2002, los recursos, actividades y beneficiarios o usuarios han sido:

Áreas	Centros	Actividades	Recursos*	Usuarios
Cultura y Tiempo Libre	1.723	87.452	494.313	41.745.541
Patrimonio Histórico Artístico y Natural	831	3.172	107.024	3.596.598

(Inversión en Cultura: 406.164. En Tiempo Libre: 93.149. En Patrimonio Histórico Artístico: 70.054. En Medio Ambiente, natural: 36.970)

*Miles de euros

Los recursos de Cultura se dividen en: 314.057 en Gastos Directos, 89.484 en Subvenciones y Ayudas y 4.041 en Otros. Los de Patrimonio Histórico Artístico en: 42.780 en Gastos Directos, 26.814 en Subvencione y Ayudas y 460 en Otros.

La inversión en este apartado es la más alta del sector privado y representa a : 5.618 exposiciones (cada día se inauguran 15 exposiciones de las Cajas en España), 1.723 Centros (los españoles cuentan en cada provincia con 34 centros culturales de las Cajas de Ahorro), 19.306 representaciones, conciertos y recitales (diariamente se celebran 53 conciertos, representaciones o recitales en España ofrecidos por las Cajas).

El total destinado a la Obra Social es de 709.427.000 euros en gastos directos, de los cuales Cultura y Tiempo Libre suponen el 53,60%, Patrimonio Histórico Artístico y Natural el 10,29% y de las Subvenciones que son 348.448.000 euros, Cultura y Tiempo Libre suponen el 33% y Patrimonio Histórico Artístico y Natural el 9, 58%.

A diciembre de 2002 el número de Centros atendidos por la Obra Social era de 4.845, de los cuales 1.723 correspondían a Cultura y Tiempo Libre y 831 a Patrimonio Histórico Artístico y Natural, representando el 46,18% los primeros y el 7,53 los segundos. De éstos, en Cultura y Tiempo Libre 1.183 se han atendido por gastos directos, lo que nos indica que son centros propios y 540 por Subvenciones y Ayudas, centros de colaboración. En cuanto a Patrimonio Histórico Artístico y Natural 606 centros propios y 225 en colaboración.

En cuanto al número de actividades de la Obra Social, fueron 122.331, de las cuales 87.652 eran de Cultura y Tiempo Libre y representan el 71,65% y 3.172 de Patrimonio Histórico Artístico y Natural que representan el 2,59%.

El número de actividades de la Obra Social fue de 69.852, de las cuales 53.142 fueron propias en el Área de Cultura y Tiempo Libre y representan el 79,08% y 29.490 en colaboración, de un total de la Obra Social de 45.201, lo que representa un 65,24% en el Área de Patrimonio, 2.530 propia que representa un 3,62% y 519 en colaboración que representan un 1,15%. Hay un número de 7.278 actividades no clasificadas, 5.020 son del Área de Cultura y Tiempo Libre y representan el 68,98% y 123 del Área de Patrimonio Histórico Artístico y Natural que representan el 1,69%.

Un primer análisis de estos datos nos da que las actividades exclusivamente

de Cultura y las clásicas de Patrimonio Histórico conforman la mayoría de las actividades y más concretamente las que hemos llamado de Difusión y Promoción de la Cultura y también que estas actividades son mayoritariamente organizadas por los propios Departamentos de Cultura de las Cajas de Ahorro y pagadas por ellos.

Si nos centramos en Andalucía tenemos que considerar que hay dos tipologías de Cajas, según la Ley del Parlamento Andaluz, una, que realizan su Obra Social en Andalucía, y son aquellas que tienen su domicilio social en la Comunidad Autónoma y, las otras, no domiciliadas en Andalucía pero que cuentan con oficinas en el territorio andaluz y que también realizan Obra Social en la Comunidad. En un principio nos vamos a referir a las primeras, de las cuales existen datos ciertos y agrupados y, al final, unas reflexiones sobre las segundas, que cada vez son más y con más actividades, de éstas, los datos habría que extrapolarlos de sus memorias individuales en todo el territorio nacional.

Las Instituciones domiciliadas en Andalucía, como ya vimos, son actualmente seis que ordenadas por la cuantía que destinan a la Obra Social son: Unicaja, CajaSur, La General, El Monte, Caja San Fernando y Caja de Jaén.

Según las Memorias de Actividades, ya sean de la Obra Social exclusivamente o los Informes Generales de las Cajas, y de la CECA referidos al 2002, cada Caja muestra los siguientes items:

Entidad	Área social	Recursos *	Nº centros	Nº actividades
Unicaja	Cultura	10.115,0	25	688
	Patrimonio Histórico Artístico	876,0	-	28
CajaSur	Cultura	8.857,3	46	1.959
	Patrimonio Histórico Artístico	1.686,9	23	140
La General	Cultura	3.249,7	12	714
	Patrimonio Histórico Artístico	1.192,1	-	24
El Monte	Cultura	8.088,9	8	1.383
	Patrimonio Histórico Artístico	5,1	-	18
Caja S. Fernando	Cultura	4.709,3	35	584
	Patrimonio Histórico Artístico	982,2	110	25
Caja de Jaén	Cultura	351,3	3	80
	Patrimonio Histórico Artístico	111,6	-	6

* Miles de euros

Como vemos, estos números pueden ser estudiados desde diferentes ópticas y hacer con ello las comparaciones que consideremos necesarias, ahora bien, tenemos que ser conscientes de que son números absolutos y que el orden, por llamarlo de alguna manera, es aleatorio, pues habría una primera ruptura, fácil de ver, en la cantidad destinada a Cultura y Patrimonio Histórico Artístico y no a todo el Área Social pero, además, estos números no reflejan la cantidad que cada Entidad destina de sus beneficios a la Obra Social.

Entidad	Dotación Obra Social (miles de euros)			% sobre beneficios	
	2002	2003	% variación	2002	2003
Unicaja	27.100	30.600	+ 12,92	20,48	20,19
CajaSur	19.230	21.300	+ 9,38	40,42	42,35
El Monte	13.820	16.290	+ 17,83	26,90	30,70
La General	13.220	13.220	+ 0,00	31,85	28,99
S. Fernando	11.490	12.060	+ 4,97	27,34	49,92
Caja Jaén	910	1.12	+ 23,23	26,86	33,00
Total Andalucía	85.770	94.33	+ 9,98	26,96	28,80
Total España	936.300	983.10	+ 5,00	26,76	26,81

Fuente: Diario de Sevilla - Economía - 05/07/2003

En un primer análisis de este cuadro vemos cómo cambiaría el orden que habíamos establecido pasando a: Caja San Fernando, CajaSur, Caja de Jaén, El Monte, La General y Unicaja.

Lo paradójico es que Unicaja, que es primera en cifras absolutas, sea la última en aplicación porcentual de sus beneficios y que El Monte, que es la que más ha incrementado sus presupuestos, junto con Caja de Jaén, ocupe los puestos centrales en ambas consideraciones. Solamente una Caja de las Andaluzas está por debajo de la media, La General, y la media Andaluza está casi dos puntos por encima de la nacional.

El haber usado los mismos ítems en los estudios de las Cajas, a nivel nacional, nos permite hacer comparaciones o medias proporcionales que nos sirvan de referencia.

La incidencia de la cuantía (aproximadamente 35.000.000 euros en Cultura y 5.000.000 euros en Patrimonio Histórico Artístico a los que habría que descontarle los gastos de gestión y subvenciones) que las Cajas de Ahorros destinan a la Cultura en Andalucía es enorme, pues en ellas se soporta parte de la labor de difusión cultural en los pueblos menores de Andalucía, junto con los Departamentos de Cultura de las Diputaciones, más los propios Ayuntamientos y se generan gran cantidad de contratos para artistas andaluces, muchos de variedades y otros de aficionados o profesionales jóvenes de música clásica, experimental, jazz, teatro, ..., y muchas de las actividades en las capitales de provincia, aunque éstas, a veces, se diluyen más porque existen más organizadores culturales. En el terreno de las Artes Plásticas son determinantes tanto por el número y la cantidad de las exposiciones que desarrollan en todo el territorio andaluz como por las Colecciones de Arte Contemporáneo que todas están desarrollando y que, en conjunto, son las primeras de Andalucía.

La cantidad destinada a Patrimonio Histórico Artístico, aun siendo menor, tiene también gran importancia pues con ella se suelen hacer obras singulares, por un lado, de gran atracción y, obras menores, casi de mantenimiento, en muchos pueblos de Andalucía.

Prácticamente todas las Instituciones tienen Centros de Actividades Propios sobre todo en la Capital en la que están instaladas, o en varias de ellas producto de las fusiones, de singular importancia y además en los últimos años están abriendo nuevos centros, propios o en colaboración, como es el caso de Unicaja con El Centro de Arte Contemporáneo de Málaga (CAC Málaga) situado en el antiguo Mercado de Mayoristas, en cuya rehabilitación esta Entidad ha financiado el 50% del coste junto con el Ayuntamiento de Málaga, 7 millones de euros; o CajaSur que patrocina la Fundación Antonio Gala, situada en el antiguo Convento del Habeas Christi de Córdoba del S. XVI, restaurado por esta Entidad y en la cual un grupo de creadores jóvenes españoles, poetas, músicos, artistas plásticos, etc, se dedican durante un año al trabajo creativo en su especialidad; o, Caja Jaén, que pretende inaugurar, este año, una nueva Sala de Exposiciones en Jaén; El Monte, con la conservación integral de la Torre del Oro. Todas estas Instituciones tienen, desde antiguo, centros y lugares de referencia que unas veces son sede de obra propia, como es el caso de la Fundación El Monte con el edificio de la calle Laraña, que consta de un Auditorio, dos Salas de Exposiciones y diferentes lugares de Conferencias; o, la Caja San Fernando, con sus centros de las calles Imagen y Chicarreros con su Auditorio-teatro o, la Casa Pemán, en Cádiz y CajaSur con el Palacio de Viana, del S.XVI, que es conocido como "Museo de los Patios" y alberga colecciones de cerámica, armas, pinturas, tapi-

ces, alfombras..., y Unicaja con el Museo de Arte Popular, en Málaga, en el recuperado Mesón de la Victoria -antigua posada del S.VII-, por la Caja Provincial de Málaga o el Museo Peinado, en Ronda o la General, con su Centro cultural de Puerta Real (Granada) o el Centro Cultural Fundación Caja de Granada, con varias Salas de Exposiciones.

Las Cajas de Ahorros andaluzas mantienen individualmente su Servicio de Publicaciones que suelen hacerlas considerando tres tipos, mínimo, de colecciones: -Catálogos y obras de estudio correspondientes a las exposiciones que realizan; -Memorias, Actas o Publicaciones producto de los ciclos que organizan; -Publicaciones de índole local. También suelen realizar en colaboración con otras Instituciones grandes publicaciones.

Las diferentes Cajas desarrollan, también, certámenes literarios, poesía o novela, certámenes de artes plásticas, de artesanías, fotografía, cine, vídeo...

Las Cajas de Ahorros andaluzas desarrollan sus actividades mediante estructuras administrativas

propias que reciben el nombre de Departamento de Cultura u Obra Cultural; sólo dos la realizan mediante Fundaciones, éstas son, El Monte y la Fundación Unicaja, pues si bien la General de Granada, dentro de la estructura de la Obra Social tiene la Fundación Caja de Granada, ésta se dedica más a la formación profesional, a la infancia, marginados e infraestructura que a la Obra Cultural propiamente dicha. Prácticamente todas las Cajas tienen un departamento administrativo propio, que desarrolla las labores necesarias de gestión y administración de la Obra Social, tienen un equipo directivo profesional y las labores artísticas las suelen realizar mediante la colaboración con profesionales libres que se encargan de un ciclo, de una exposición, de una actividad determinada, es decir, suelen contar con un plantel de colaboradores artísticos externos a la Institución, son pocas las que introducen en sus plantillas a profesionales artísticos en igualdad de contratación que los administrativos. Las programaciones culturales suelen estar radicadas en los equipos centrales y se les ofrecen a las distintas sedes en que desarrollan las actividades, bien sean sedes propias, como la red de sa-

existe un interés por diferenciar la actividad de las Cajas de Ahorros en lo social y cultural de "lo público"

las de exposiciones que suelen tener en diferentes puntos de la geografía andaluza, preferentemente, o bien, mediante la colaboración con los departamentos de Cultura o Fiestas de los Ayuntamientos, donde realizan sus actividades financieras. No es común, aunque se realiza esporádicamente, la producción de eventos singulares para aquellos centros que no son la cabecera donde está instalada la Central.

La planificación de la Obra Cultural, suele ser amplia, generalmente anual, o por lo menos de temporada, aunque a veces se colabora vía subvención con actividades que le son sobrevenidas a las diferentes Obras Sociales, en esta planificación tienen que ver mucho, obviamente, los presupuestos y los requisitos propios de su idiosincrasia, como organización bancaria y que la Ley, en el caso de Andalucía concretamente, les regula exhaustivamente.

Desde hace ya años vienen trabajando en Andalucía Cajas de Ahorros de otras Comunidades Autónomas, últimamente ésto se ha acentuado y la propia Ley de Cajas Andaluzas regula qué porcentaje de Obra Social deben de invertir, estas Instituciones, en función de los movimientos económicos que desarrollan en nuestra comunidad. Año a año, Instituciones como La Caixa (la Fundación La Caixa incrementó un 10% sus inversiones en Andalucía, del 2002 al 2001, llegando a 10.000.000 euros, de los 162.27 millones de euros que destinó a Obra Social en toda España, realizó 996 actividades y llegó a cerca de un millón de usuarios en el ámbito social, educativo, divulgación científica, cultural...), o Caja Madrid, desarrollan más actividad cultural en Andalucía, pero ninguna de ellas tiene una delegación territorial de estas Obras Sociales, sino que los programas vienen directamente de sus Centrales, con productos ya fabricados o diseñados especialmente para instalarlos aquí, no obstante a veces, por supuesto, colaboran con subvenciones o patrocinios de actividades que se generan en nuestra región. Esto viene haciéndose tradicional y las nuevas Cajas que se incorporan como CajaDuero, CaixaGalicia, Bancaja, La Kutxa..., establecen políticas similares, si bien algunas aprovechando sus instalaciones bancarias en territorio andaluz, inauguren Salas de Exposiciones en ellas.

Existe un interés por diferenciar la actividad de las Cajas de Ahorros en lo social y cultural de "lo público" y más cuando al igual que la Comunidad Andaluza ha aprobado su propia normativa sobre esta Institución, otras Comunidades también lo han hecho, y parece una preocupación latente que el Estado, en cualquiera de sus manifestaciones, ordene excesivamente la Obra Social como ya lo hizo en el S.XIX y XX, según sus necesidades, esto, que co-

mo ya lo hemos citado anteriormente, es una preocupación constante, se materializa también ahora si analizamos sus dos últimas Convenciones.

En la apertura de la XXVIII Convención de la Obra Social y Cultural, celebrada en Toledo en noviembre de 2002, en el discurso de apertura, D. Jesús Medina Ocaña, Presidente de la Comisión Nacional de Estudio de la Obra Social y de la Caja de Ahorros de Extremadura, decía: "Las Obras Sociales de las Cajas no pueden sustituir al Estado ni a las Comunidades Autónomas, en la prestación de servicios públicos propios de éstas. Las demandas sociales son infinitas y potencialmente crecientes y no cabe pensar que las Cajas hayan de subvenir a cualquiera necesidades de las Administraciones Públicas. Ese sería un camino que las desfiguraría sustancialmente". Y en las Conclusiones de la XXIX Convención Nacional de la Obra Social y Cultural que se ha celebrado en Barcelona los primeros días de noviembre de este año 2003, una de ellas fue: "El hecho de que la Obra Social tenga un claro interés público no significa que las decisiones de su inversión deban de ser dirigidas desde el sector público. La Comisión de la Obra Social de las Cajas considera que, para un mejor servicio a la sociedad, es necesario coordinar las actuaciones sociales con los poderes públicos, si bien desde la independencia y la autonomía que deben tener empresas como las Cajas de Ahorros, cuya profesionalidad y pericia en la gestión de los recursos invertidos en proyectos sociales están más que demostradas y se ven reflejadas en todas sus acciones sociales.

Bibliografía

Cuadrado Román y Villena Peña. (1978). *Las Cajas de Ahorros y los desequilibrios regionales*. Instituto de Desarrollo Regional. Sevilla .

Galán y Galindo, A. (1972). *Introducción a las Cajas de Ahorros*. CECA. Madrid.

López Yepes, J. (1973). *Historia urgente de las Cajas de Ahorros y Monte de Piedad de España*. CECA. Madrid .

Luño Peña, E. (1958). *La Obra Social de las Cajas de Ahorro en España*. Publicaciones de la Asociación del Personal de la C.P.V.A. Barcelona .

Nadal y Sudria. (1981). *Historia de la Caixa de Pensions*. Edicions 62. Barcelona .

Negrín Olegario. (1984). *Ilustración y Educación, la Sociedad Económica Matritense*. Editora Nacional.

Tuñón de Lara, M. (1974). *La España del S. XIX*. Editorial Laia. Barcelona.

VAA. (1944). Centenario de la Caja de Ahorros y Monte de Piedad de Barcelona 1844-1944. Barcelona.

VAA. (1972). *Las Reales Sociedades Económicas de Amigos del País y su obra*. C.S.I.C. San Sebastián 1972.

REVISTAS

AHORRO, Revista de la Confederación Española de Cajas de Ahorros, nº 338, mayo 2003.

PAPELES DE ECONOMÍA ESPAÑOLA. Fundación de las Cajas de Ahorros Confederadas. nº 97, 2003.

MEMORIAS

Cuadernos de Obra Social XXVII. Convención de Obra Social y Cultural de Cajas de Ahorros. CECA 2002.

Ponencias de Directivos de la OBS. Jornadas de El Escorial. Enero 2003.

Fundación El Monte. Memoria de Actividades 2002. Marzo 2003.

Memoria Obra Social 2002. CECA . Julio 2003.

Las Cajas y la Sociedad. Datos 2002. CECA. Julio 2003.

Memoria 2002 Caja San Fernando Obra Social 2003.

Para el resto de las Cajas de Ahorros Andaluzas se han consultado sus respectivas páginas en Internet.

PARADOJA Y CONTENIDO

Manuel Caballero

*"...Era aquella la cueva Circe? Antro de súcubos,
un frío aire recorría sus estancias...
En el dintel, una frase grabada: "Ars sicut religio".*

Hipólito Fourment. "Viajes..."

1. EL TEMPLO

Éste, pudo haber sido un edificio barroco, cárcel, convento o mercado, o inmueble industrial de hace 40 o 60 años, o aún mejor llamativa construcción de nueva planta, restaurado, adaptado o concebido como continente de actos, acciones y objetos culturales, se alza, desafiante y hermético, en una ciudad que se enorgullece de tenerlo entre sus muros.

En poco tiempo, los medios de comunicación, la ansiedad política, creyentes y viandantes le han otorgado justa fama. Viene a colmar un deseo y una exigencia largamente perseguidos. Mediante la magia que exhala su propia esencia, tanto él mismo como la comunidad que lo acoge y administra se sienten confiadamente inmersos en un circuito internacional de alta cultura. Sin contemplaciones se sienten honrados al mostrar sus obras de arte en ese singular recinto artístico... ¡Ah, el arte!

Sus actividades incluyen variadas y extremas actitudes. Obviando en lo posible las formas tradicionales y reaccionarias del arte de siempre, dedica su atención a las instalaciones, performances, vídeo-acciones, vídeo-danza, conciertos culturales o a capella, conferencias, cursos de adaptación, exposiciones fotográficas... aunque no se descarta algún descuartizamiento.

A su vez, está conectado con el espíritu azaroso y aventurero que anima esa otra red de acontecimientos asombrosos conocidos como bienales, ferias y expo-

siciones de famosas galerías de prestigio transnacional, creando entre todos esos elementos lo que se conoce como el mágico-mundo-del-arte-actual.

Entra el espectador y súbitamente se halla transportado a otro universo: pulcro, espacioso, blanquecino, silencioso y un poco vacío. Además de incuestionable. Allí se va a admirar, buscando una emoción estética, allí se va a recibir catequesis. Porque lo que allí se expone, el arte-oficial-cortesano-contemporáneo, se admite réplica. "Mira y calla", parece advertirle el genio del lugar.

Con unción litúrgica, el espectador deambula por sus salas. El museo, de nuevo, se convierte en un lugar religioso, donde opera una singular taumaturgia. Si durante el pasado siglo, o al menos desde sus últimas décadas se cuestionó la idea del museo tradicional, como continente de objetos venerados, intentando secularizar, como se secularizaba otros ámbitos sociales, su propio concepto, haciéndolo más accesible al visitante, acercando de una manera más cotidiana las "grandes obras" allí expuestas a su experiencia personal (actitud en sí cuestionable y que ha desembocado en el espectáculo del Museo-espectáculo, con lo positivo y negativo que ello pueda tener), la cualidad "transubstanciadora" del arte oficial de nuestros siglos capaz de convertir cualquier cosa, y al escribir "cualquier cosa" designamos lo mismo, una acumulación de excrementos, un disparo en el hombro o La Fuente-Urinario (1), en iconos enmudecedores, necesitados de un "lugar aparte", es decir, el Museo para producir adecuadamente la alucinación, tal como el antiguo mago necesitaba el misterio de las salas hipóstilas para hacer hablar a sus dioses. Con la evidente diferencia de que estos modernos númenes son un poco idiotas.

Esto es básicamente un museo o centro de arte oficial contemporáneo: un lugar de una nueva religión, en tiempos ateos.

¿Qué puede encontrar allí el catecúmeno? A veces el espectador podrá ¿transitar? Sobre suelos cubiertos de sangre, aceite o agua. No obstante, verá prohibido su paso por determinadas salas, atisbando, lejanos, algunos objetos indeterminados. La prohibición es la "obra". Es posible que se trate de una instalación de Per Baclay (2). También: una retrospectiva de Hermann Nitsch (3). Cuadrúpedos descuartizados y fieles bebiendo su sangre o embadurnando sus cuerpos desnudos y crucificados con sus humeantes vísceras: *Orgien Mysterien Theater*, remedo esteticista de un antiguo y sagrado taurobolio.

También: detrás de un montón de chatarra post-industrial, una suerte de juego parecido al bélico *paint-ball*: arrojar, el espectador puede hacerlo, frascos

de pintura contra personas, filmadas en vídeo, que transitan ante la fachada del Reina Sofía madrileño. La acción es del grupo El Perro(4).

También: una jovencita andaluza (5) se clava alfileres (bueno, era un truco), estampando lunares de sangre sobre un traje de faralaes.

También: una mujer simula ser violada por dos talibanes, pero el burka esconde un cangrejo de plástico.

También: en una sala, una mujer nacida en Tallin, lame el suelo antes de ser pisado por los espectadores (6).

Naturalmente podríamos continuar reseñando, ad nauseam, más y más ejemplos de esta barahúnda, y concluir pensando, tal como apunta James Gardner (7), que nada en la historia del arte anterior nos había preparado para ello.

(1) Sobre la mierda como obra artística: Piero Manzoni, *Merda d'artista*. Conjunto de latas de conserva en cuyo interior se atesoran excrementos de autor.

Sobre el disparo: Performance del artista norteamericano Chris Burden, titulada, obviamente, *Disparo*. El 19 de nov. de 1971, a las 7,45 h. de la tarde un amigo le disparó sobre el hombro con un rifle de 22 largo, a cinco metros de distancia... Toda la documentación al respecto, se guarda en el Whitney Museum de Nueva York.

La Fuente-Urinario es la obra, de 1917, que Marcel Duchamp expuso ese mismo año firmándola como R. Mutt. Es, como todos saben, un urinario masculino de fabricación industrial, que invertida su posición, el autor convierte en fuente. Una réplica del original perdido (1964) se puede ver en la Galería Schward de Milán.

(2) Per Baclay (Oslo, 1955). Una exposición de sus obras puede verse estos días (octubre, 03), en el Palacio de Cristal, del Retiro madrileño. Organizada por el Museo Reina Sofía. Revuelta, Laura: "El cielo líquido de Per Baclay" en Blanco y Negro, Madrid, ABC, 20 sept. 03.

(3) Hermann Nitsch (Viena, 1938). Diversos aspectos de su obra en el catálogo: *Rennweg* (Pintura, dibujo y escultura austriacos), Salas Pablo Ruiz Picasso, Madrid, Ministerio de Cultura, Dirección General de Bellas Artes, 1986.

(4) Esta acción se expone estos días en la madrileña galería Salvador Díaz. El colectivo El Perro participa también ahora (oct. 03) en la exposición *The Real Royal Trip* que, comisariada por el indiscutible pope Harald Szeemann (al cual desea encargar la galerista sevillana Juana de Aizpuro la organización de una futura bienal de Sevilla), se muestra en el P. S. 1, dependiente del Museum of Modern Art de Nueva York.

Esta exposición es como un "desembarco" neoyorkino de lo más llamativo del "arte joven" español con ansias de reconocimiento internacional. Organizada por el Ministerio de Asuntos Exteriores (Dirección General de relaciones culturales y científicas), el próximo año llegará al Museo Patio Herteriano, de Valladolid.

(5) Pilar Albarracín. También incluida en la exposición señalada en la nota anterior. La acción de los alfileres la realiza en una cena-fiesta, hace un par de años en la Fundación y Museo de Escultura al Aire Libre Montenmedio, en Vejer (Cádiz). (Comunicación oral de Margot Molina, crítica de arte de *El País-Andalucía*).

(6) Vídeo-acción de la artista estonia Ene-Liis Semper: *Licked-Room*, 2000. Fue presentada por la galería griega Ileana Tounta-Contemporary Art Center, en la edición de Arco del año 2002. ARCO-02, Madrid, ARCO-IFEMA, 2002. Volumen 1, pp. 550-551.

(7) Garner, James. *¿Cultura o Basura?* Madrid, Acento, 1996.

2. UN POCO DE HISTORIA

2.1. Antecedentes

La actividad coleccionista de objetos suntuarios, o profanos, datados en épocas pretéritas o coetáneas al que los reúne, parece ser un lugar común en el desenvolvimiento de las civilizaciones superiores (1).

Tanto en el Antiguo Oriente, desde China a Babilonia, como más tarde en el ámbito greco-romano, y luego durante el Medievo, Renacimiento y Barroco, se establecen colecciones de esa clase de objetos, ubicadas ya en lugares públicos, ya en el templo o en el palacio del príncipe, cuya riqueza hay que valorarla bajo dos aspectos: ofrecer al que la contempla (a veces el sujeto a determinadas interdicciones) una emoción-conocimiento estético, religioso o bien histórico-patriótico, o, en otro sentido, denotar la riqueza de su poseedor.

La importancia que, como veremos, tuvo su recuerdo en el momento de formular el moderno concepto de museo público, es necesario señalar, aunque someramente, el *Mouseión* de Alejandría. Obra de Ptolomeo I y de su hijo Ptolomeo Filadelfo, se concibió como reunión de instituciones, dedicadas al estudio y la preservación del saber, que si bien participaba en algún sentido de un carácter religioso, como "Casa de Musas", no por ello era menor su cariz, digamos laico. Uniendo a ello esa especie de idea germinal de servir de bien común a una colectividad de ciudadanos.

2.2 El museo público moderno. La *kunsthalle*

La idea moderna de museo público, como un bien cultural al servicio de la sociedad, se origina en la mentalidad ilustrada del S. XVIII. Es un lento proceso que irá poniendo a disposición de un público cada vez menos especializado las antiguas colecciones de pinturas, esculturas y otros objetos artísticos, atesorados durante centurias por reyes eclesiásticos.

La génesis del Museo del Prado, puede ser ejemplo de lo que apuntamos. El origen de sus colecciones procede, en gran medida, de la Colección Real, formada a partir de las adquisiciones de pinturas, esculturas y objetos suntuarios llevadas a cabo por los reyes y príncipes de las Casas de Austria y Borbón. Núcleo decisivo al que luego se unirá lo proveniente de la Desamortización de los Bienes del Clero, hecho sobre el cual volveremos más adelante.

Durante el reinado de Fernando VII, las colecciones abandonan su ubicación palaciega y comienza a instalarse en el actual edificio, en principio proyectado por Villanueva como Museo de Historia Natural, permitiendo su visita, en un primer momento, durante determinados días y con alguna restricción a estudiosos de las Bellas Artes. Finalmente, en 1868, la colección dejó de pertenecer a la Casa Real, pasando su propiedad al Estado.

Con alguna que otra variación, sujetas a determinadas causas particulares, y resumiendo tal vez en demasía todo el proceso, este es el esquema del nacimiento de los grandes museos europeos actuales, dedicados a las Bellas Artes: Louvre en París, Ermitage en San Petersburgo, Kunsthistorische Museum en Viena, Capodimonte en Nápoles, etc.

No obstante, también existen en Europa otros museos cuyo origen es diferente, y se centra en la actividad puramente artística de un determinado grupo social. Tal es el caso del real Museo de Bellas Artes de Amberes (2).

Ubicado en el edificio neoclásico de los arquitectos Winders y Van Dyck, levantado entre 1884-1890, el museo tiene su origen en la Guilda o Gremio de San Lucas, que desde 1832 agrupaba a los artistas de esa ciudad flamenca y guardaba en un Gabinete de Arte, las obras más destacadas. Tras la disolución de la estructura gremial, esas obras se transfirieron, en 1773, a una creada Academia de Bellas Artes, que irá incrementando su patrimonio con diversos e importantes legados durante el S. XIX. En 1927, el Museo pasa finalmente a ser propiedad estatal.

No menos importante, en el tema sobre el que ahora discurrimos, es la relación Arte-Museo-Industria, o tal vez mejor expresado: Arte-Dinero.

Modernos mecenas, enriquecidos por sus actividades comerciales, dedican parte de sus esfuerzos, gusto y tiempo a coleccionar, al modo de antiguos príncipes, obras y objetos artísticos que más tarde, mediante diversos procedimientos, ponen a disposición de la mirada del público.

Tres apellidos nos pueden remitir a otros tres museos cuyo origen es lo arriba expresado: Gubelkian, Thyssen y Frick.

La Frick Collection, en Nueva York, que expone pintura, escultura y artes decorativas fechadas desde la Edad Media hasta finales del S. XIX, es el resultado del interés coleccionista llevado a cabo por Henry Clay Frick (1849-1919), típico hombre de negocios norteamericano "hecho a sí mismo". Su gusto, reflejado en su colección, es el exponente del "gusto áulico" estadounidense, empeñado y decidido a adquirir "lo mejor de Europa". Instalada en un palacete que fuera la propia vivienda de Frick, obra del arquitecto Thomas Hastings, si bien es propiedad privada, está concebida dentro de ese talante filantrópico tan decisivo en el desenvolvimiento social norteamericano y grandemente ignorado en Europa: el potentado que hace revertir a la sociedad, en este caso en forma de obras de arte, el beneficio, que en definitiva, ha extraído de ella.

Ciertamente, esta pauta de comportamiento, es la responsable en gran medida de la riqueza de los museos de Norteamérica.

Cuando se examinan, en sus catálogos, la procedencia de sus obras, es muy frecuente encontrar donaciones de particulares, hechas a título personal o en memoria u homenaje a un tercero. Valga un ejemplo: El Sr. X y la Sra. Y, de los Ángeles, al fallecer una hija especialmente querida, donan al museo local, en este caso el importante Los Angeles County Museum, una obra en su memoria. Funeral laico, no acostumbrado desgraciadamente en estas latitudes.

Calouste Gubelkian, nació en Scoutari, localidad próxima a Constantinopla en 1869. De nacionalidad Armenia e hijo de acaudalada familia, hizo luego él mismo mayor fortuna en el negocio del petróleo. Hombre de refinada educación, interesado en el arte, se inicia pronto en el coleccionismo. Pintura, escultura, mobiliario, piezas arqueológicas, manuscritos, objetos suntuarios y decorativos, etc, concluyen una suerte de conjunto enciclopédico, en el que se representan prácticamente todos los periodos artísticos de Europa y Asia.

Tras elegir Lisboa, en 1942, como lugar de residencia, inicia el proceso de ir instalando las colecciones en la capital lusa, conjunto que antes estuviera disperso entre París, Londres y Estados Unidos.

De titularidad privada, de su nombre tiene anexo un Centro de Arte Moderno, inaugurado en 1983, además de la propia Fundación, que lleva a cabo una interesante labor investigadora y pedagógica dentro de las artes musicales y escénicas, entroncando este aspecto de "centro de estudios", con el espíritu que animara siglos atrás el quehacer de la Biblioteca y Museos alejandrinos.

2.2.1 Una perspectiva española

En síntesis, la diversidad de museos públicos españoles dedicados a las Bellas Artes (por ejemplo los museos provinciales: Cádiz, Sevilla, Valencia, etc., salvando el caso singular del Museo de Bellas Artes de Bilbao), tienen un origen que podríamos calificar de delictivo: la desamortización de los bienes eclesiásticos, llevada a término por el ministro Juan Álvarez Mendizábal (desgraciadamente gaditano), además de judío y masón, en los años treinta del siglo XIX.

el arrebatar a sus legales poseedores unos bienes muebles e inmuebles, para su posterior venta, tenía como objetivo sanear la maltrecha economía nacional

Si en teoría, el arrebatar a sus legales poseedores unos bienes muebles e inmuebles, para su posterior venta, tenía como objetivo sanear la maltrecha economía nacional, el resultado fue, al menos dentro de la conservación del patrimonio artístico, poco menos que desastroso. Gentes sin preparación ni escrúpulos compraron y luego malvendieron, o vendieron admirablemente, a coleccionistas y museos extranjeros, las obras de arte que durante siglos fueran adquiriendo las órdenes religiosas.

No obstante, con objeto de frenar en parte esa sangría, se crearon en las capitales de provincia unas Juntas, con la, a veces inútil, intención, de almacenar el tesoro artístico expoliado, quedando al cuidado, donde las había, de las Academias de Bellas Artes.

El Estado, sin apenas gasto alguno, venía a ser propietario, de la noche a la mañana de una más que interesante colección artística, que cediendo a una especie de "sentido social", pone a disposición del público en forma de, más o menos improvisado Museo.

Si ello fuera pernicioso para la conservación de aquellas obras de arte, no lo fue menos para el cabal desarrollo del concepto de museología moderna en nuestro país, y en gran parte responsable de la clamorosa ausencia del arte de los siglos XIX y XX en nuestros museos, con lo que ello acarrea de ignorancia y desconocimiento sobre el devenir artístico de esos siglos acostumbrando al espectador, cuando no al estudioso, a considerar el arte español inexistente, o carente de interés después de Goya.

Propietario el Estado de obras de arte de primera magnitud aunque obviamente por su procedencia, de carácter religioso (lo que hace hoy que nuestros museos vuelvan a parecer iglesias o capillas), representantes de "los grandes artistas y corrientes estéticas del pasado" (un "pasado glorioso" apreciado con melancolía y bastante irredentismo), cumplida con su pública exposición el "sentido social" antes aludido, parecía con ello estar todo hecho, estando excusado de adquirir, al menos en una escala razonable, obras artísticas coetáneas.

Detengamos nuestro interés en dos ejemplos cercanos, los Museos de Bellas Artes de Sevilla y Cádiz, para corroborar lo arriba señalado. Si la pinacoteca sevillana es una de las más destacadas de nuestro país no se debe a un plan museológico pensado y concebido en aras, no ya de conservar, sino, y esto es lo más importante en museo público, de explicar al espectador el decurso de la creación artística, al menos, en su entorno más próximo; por el contrario, constituye una aleatoria, aunque eminentísima, colección de arte religioso, desde finales del Medievo hasta el S. XVIII, en la que apenas se contempla lo realizado por los artistas sevillanos de las dos últimas centurias.

Caso análogo ocurre en el Museo de Cádiz, sobre lo cual volveremos más adelante.

2.2.2 Concepto del museo público moderno

Lo esbozado hasta ahora nos puede dar una idea aproximada de la situación museística pública en Europa y Norteamérica durante el tránsito del siglo XIX al XX. Grandes Museos Nacionales, que poco a poco van incrementando sus fondos de forma, a la postre, tal vez un tanto desmesurada, y una red de museos

provinciales, surgidos un poco en cada ciudad notable, de titularidad a veces bicéfala (pública/privada), ampliamente extendida y que abarca una variada tipología: Bellas Artes, Arqueología, Artes Decorativas, etc.

Paralelo a este crecimiento, la museología cobra nuevos ímpetus, definiéndose como ciencia y técnica al servicio de ese nuevo fenómeno, perfilando aspectos, innovando actitudes o acentuando su interés en determinadas cuestiones. Era ya evidente que no bastaba con albergar adecuadamente un conjunto artístico en un bello edificio. Una amplísima bibliografía (3) va surgiendo a la vez que publicaciones periódicas de carácter internacional, como por ejemplo *Museum*, u organismos transnacionales, como el ICOM (International Council of Museum), dependiente de la UNESCO, van delimitando el concepto del museo público moderno. Unas "funciones convencionales" que, siguiendo la obra de Luis Alonso Fernández (4), podemos resumir de esta manera: Coleccionar, Identificar, Documentar, Investigar, Preservar y Conservar, Exhibir y Educar (5).

2.2.3 Cuestionamiento de un modelo museológico

Si bien el modelo museológico esbozado en el párrafo anterior era y es un modelo perfectible, a partir de la década de los años sesenta del pasado siglo, o incluso con cierta anterioridad, comienza a sentirse un "malestar" que, espigando un poco, podemos plasmar en las frases siguientes, halladas al azar, pero definitivas: "... la acumulación de obras de arte en el museo, las aproxima a la mercancía": Walter Benjamin; Teodoro Adorno: "...los museos son algo así como los sepulcros familiares del arte de las obras de arte"; "¡la Joconde au metro!" se gritaba en el París de Mayo del 68; Vassarely: "quiero terminar con todo lo que precisamente quiere el museo, la obra única e irremplazable, el peregrinaje, la contemplación pasiva del público".

Parece evidente que más que un "malestar" ante el hecho museológico, nos topamos con un profundo desprecio hacia el arte que contiene. Aspecto ingenuamente destructivo que tiene que ver mucho con el sentimiento de odio-envidia del esclavo ante el señor (6). Gentes de mentalidad "inferior" que, según anexiona lo más querido del "arte-oficial-internacional" desea hacer tabula rasa con todo lo anterior, para no tener testigos de las imbecilidades que perpetran.

2.2.4 *Kunsthalle* y otros modelos museísticos similares

Las llamadas "nuevas formas artísticas" que propicia el "Gran-Arte-Internacional-Oficial", parecen necesitar espacios diferentes al museo tradicional, para mostrar sus producciones. No obstante, se ven, en la mayoría de los casos, in-

mersos en una ridícula paradoja, pues queriendo hacer cosas más cercanas, y "practicable" la obra de arte al espectador, precisamente por la esencialidad hiper-subjetiva, cuando no (falsamente) crítica de ésta, crean unos espacios imbuídos de un "extrañamiento" o una otra, diríamos, "extra-territorialidad", que lo acercan a un hecho cuasi religioso. Tal como señalábamos al principio, estos centros son los santuarios de una época atea.

El término alemán *Kunsthalle* (Casa del Arte o Casa de la Cultura), denomina a una institución cuya finalidad primordial es promover exposiciones temporales, pudiendo, en algunos casos, contar con una colección permanente.

Un carácter análogo tienen los *Neighbourhood Museums* o Museos del Barrio, surgidos hacia 1970 "como centros socioculturales de la comunidad local, cuya creación fue estimulada por los problemas sociales (y raciales) de diversas comunidades... convertidos a menudo en una especie de estación difusora, en la periferia, de los grandes museos situados en el centro de la metrópolis, por cuyo matiz elitista han sido fuertemente criticados".

(1) Alonso Fernández, Luis. *Museología: Introducción a la teoría y práctica del Museo*. Madrid, Istmo, 1993, pp. 47-48.

(2) Smets, Irene. *Le Musée Royal des Beaux-Arts D'Anvers*. Amsterdam, Ludion, 1999.

(3) Alonso Fernández, Luis. Op.cit.

(4) Alonso Fernández, Luis. Op. cit. pp. 189-190.

(5) León, Aurora. *El Museo, teoría, praxis y utopía*. Madrid, Cátedra, 1978.

(6) A veces una intuición de este tipo, sea confirmada por la realidad más brutal. No de otro modo puedo calificar lo presenciado en el Museo Real de Amberes en septiembre de 2000. Se trataba de la instalación denominada *Rubens Challenge*, ocurrencia degenerativa de Thomas Hirschorn: en el centro de la Rubenszaal, sala central del Museo donde cuelgan importantísimas pinturas flamencas del S. XVIII, el sesudo Hirschorn había instalado, y la dirección del Museo se lo había permitido y financiado, un montón de basura y chatarra industrial-urbana: máquinas y electrodomésticos produciendo estertores, monitores descodificados, papeleras, miles de ¿panfletos? de texto ilegible, etc. Naturalmente, no había explicación alguna sobre la posible intención de aquello. Aquello era solo "aquello". Tampoco llegaba a ser un sacrilegio. Se quedaba en estupidez cacofónica.

(7) Alonso Fernández, Luis. Op. cit. pg. 104. Ver también: Villa, Rocío de la. *Guía del usuario del arte actual*. Madrid, Tecnos, 1998. pp. 149-150.

3. MUSEOS Y CENTROS DE ARTE CONTEMPORÁNEO EN ESPAÑA

La idea y necesidad de coleccionar arte coetáneo en nuestro país, puede tener su origen en la creación del Museo de Arte Contemporáneo de Madrid en 1984 (1). Un Real Decreto de 7 de agosto de ese año decía: "La creación del Museo de Arte Contemporáneo es una necesidad sentida por la opinión y reclamada por la crítica. La numerosa colección de obras artísticas de autores contemporáneos, que mal acondicionadas y no bien clasificadas, se ha reunido en algunas salas del Museo Nacional de El Prado, no pueden llenar aquel objeto... por ello, al terminarse el nuevo edificio, construido para museos y bibliotecas (Actual Biblioteca Nacional), ha llegado la hora de instalar en sus salas la colección de cuadros y esculturas debidas al ingenio, nunca inactivo de nuestros artistas y organizar el Museo de Arte Contemporáneo... que ha de ejercer una doble y beneficiosa acción sobre nuestros artistas y nuestro público".

Bellas e inteligentes palabras que, como en otras ocasiones, fueron languideciendo en el cajón de los actos olvidados. Sea como fuere, el Museo se inaugura en fecha nada propicia: 1 de agosto de 1898, cuando el acontecer nacional estaba inmerso en otros y graves sucesos.

La apocada vida de este museo, al que no por escasa atención pareció dispersarse, contrastada, años después con la vitalidad que animaba la creación y consolidación, entre 1914 y 1919, del Museo de Bellas Artes de Bilbao, institución ejemplar, y el Museo de Arte Moderno de Barcelona.

3.1 El Museo Español de Arte Contemporáneo y el Museo Nacional Centro de Arte Reina Sofía

Heredadas de aquel museo decimonónico, son estas dos instituciones, la primera de las cuales estuvo en activo solamente de 1953 a 1986.

En efecto, ubicado en la madrileña Ciudad Universitaria, el edificio de nueva planta del MEAC (Museo Español de Arte Contemporáneo), obra de los arquitectos Jaime López de Asiain y Ángel Díaz Domínguez, que recibiría un encendido elogio por parte del historiador y crítico de arte Douglas Couper (2), albergaba y dedicó su interés exclusivamente al arte del siglo XX, desprendiéndose de la antigua colección del S. XIX, que posteriormente, en 1971, pasaría al Casón del Buen Retiro, dependiente del Museo Nacional de El Prado.

Aparte de mostrar su colección permanente, el MEAC, en los últimos años de su existencia, organizaba ciclos de exposiciones temporales, como, por ejemplo las primeras ediciones de *El Salón de los 16*, entre otras, aunando así los conceptos de museo tradicional y *Khusthalle*.

No obstante, todo ello y por causas diversas, una de las cuales, acaso irrelevante, pudiera ser su lejanía del centro de la capital, la administración pública, en este caso el Ministerio de Cultura, en vez de potenciar sus estructuras, decide, cosa muy española, acabar con él. Atrás queda un "lejano" y estupendo edificio, en la actualidad totalmente infravalorado, con el propósito político de embarcarse en un nuevo proyecto: el Museo Nacional y Centro de Arte Reina Sofía.

Ubicado en un edificio neoclásico de la época de Carlos III, que fuera según su origen hospital general hasta 1965, comienza su remodelación en 1980, interviniendo en ella los arquitectos Fernández Cuenca y Fernández Alba primero, sucedidos luego por Vázquez de Castro e Iñiguez de Onzoño, incorporando a su fachada, como elemento distintivo, los ascensores de Ian Ritchie.

Tres fachadas jalonan desde entonces su corta historia: en 1986 se producen las primeras exposiciones temporales. En 1990 se trasladan a sus dependencias las colecciones del extinto MEAC, siendo finalmente en 1992 cuando inaugura su colección permanente.

Esta ocupa dos plantas del edificio, situándose en la primera las 17 salas dedicadas al arte de finales del S. XIX y principios del S. XX. Entre otros están representados Ramón Casas, Anglada Camarasa, Rousiñol, Regoyos, Zuloaga, Gutiérrez de Solana, Ponce de León, Juan Gris, Pablo Gargallo, Picasso, Miró, Dalí, Bores, Cossio, Vázquez Díaz, etc., además de un recorrido por las primeras vanguardias internacionales, con particular interés en el Cubismo, Futurismo, Vibracionismo, Orfismo, etc.

Una segunda sección, se ocupa de las tendencias artísticas surgidas entre 1950 y 1980. Son 20 salas en las que están expuestas obras del Equipo 57, Hernández Mompó, Palazuelo, Tapiés, Lucio Fontana, Antonio López y un largo etcétera.

Aparte del programa de exposiciones temporales, el MNCARS (Museo Nacional Centro de Arte Reina Sofía), y de la organización de conferencias, conciertos, debates, etc., pone a disposición del estudioso una completa Biblioteca especializada y un centro de documentación que archiva gran número de diapositivas,

vídeos y otros soportes informáticos relacionados con el arte del S. XX. Cumple por ello las dos funciones básicas demandadas a un centro moderno de exposición, conservación y difusión del arte, que por otra parte enlazaría, aunque remotamente, con el impulso cultural que animaba a la biblioteca y museo alejandrinos, como centro vivo de interrelaciones culturales.

3.2 Necesidad y moda

Resulta paradójico, dada la "accidentada" vida de la museología en España, la abundancia de centros de arte contemporáneo que han surgido entre nosotros en la última década. Hecho en sí positivo, este "aggiornamiento", que casi nunca obedece a un plan o estrategia general museológica, por su proliferación pudiera parecer algo artificial, y por lo tanto producto de una determinada moda. Las causas de todo ello pudieran ser varias, pero sobre ellas campea el valor concedido al actual arte cortesano, El-Gran-Arte-Oficial-Contemporáneo, como nota de prestigio necesaria en una sociedad occidental liberal y democrática. Parece como si cada comunidad, cada ciudad que se precie, necesitara un centro de ese tipo para afirmar su talante cultural-democrático.

Y lo más curioso resulta aún este fenómeno, que aúna y equipara Arte-Oficial-Contemporáneo con Democracia, si pensamos y descubrimos la esencia profundamente antidemocrática y ferozmente individualista del arte de las vanguardias históricas y sus vivaces y actuales sucesores (3).

El hecho, o los hechos funcionales de todo ello no hay que buscarlos ya es una reacción estética ante el arte precedente. Es algo más lo que lo impulsa. Es la consagración del artista como hierofante que, por una sola y exclusiva voluntad, impone al resto de los fieles, deseosos de ser alucinados, una exacta y unívoca visión de lo real. Como en otras ocasiones he señalado, el Santo Padre de esa religión es Marcel Duchamp. Si él dice que un posavasos es una escultura, es que realmente ES UNA ESCULTURA. Y anatema para el que piense lo contrario (4). Para decirlo según aseguraba en cierta ocasión Andrés Trapiello en una entrevista televisiva (5): "...Marcel Duchamp tenía el poder de ponerles bigotes a la Gioconda, pero nadie tiene permiso para ponérselos a él" (6).

Un pequeño excuso al pasado, acentúa nuestra perplejidad: la pintura que se hizo en Francia durante la caída del Antiguo Régimen, es decir, la escuela encabezada por Louis David y que sirviera para explicitar los ideales de la revolución, la pintura, en suma Neoclásica, se halla, en el fondo y en la forma, decididamente en las antípodas del Arte-Oficial, pretendidamente democrático que hoy

goza del consenso general de políticos y círculos decisorios (7).

3.3 Geografía y vicisitudes

Al no existir aún una bibliografía que estudie el fenómeno que estamos describiendo de manera conjunta, hemos de remitir al lector a los numerosos artículos, que sí le han dedicado alguna atención pormenorizada, y que han ido apareciendo en diferentes publicaciones periódicas especializadas, aunque de amplia difusión (8).

De cualquier forma, hay que reseñar el siguiente listado, no exhaustivo: EACC, en Castellón; el nuevo Centro de El Carmen, en Valencia; el IVAM, en la misma ciudad; el Centro de Arte La Panera, en Lérida; la Tecla Sala, en Barcelona; el CAAM, en Las Palmas de Gran Canaria; el MEIAC, en Badajoz; las Salas Recalde y Koldo Mitxelena en San Sebastián; Artium, en Vitoria; Centro José Guerrero, en Granada; Marco, en Vigo; el CGAC, en Santiago de Compostela; el Patio Herreriano, en Valladolid; el CAC, en Málaga; el CAAC, en Sevilla; El Centro Párraga, en Murcia; La Casa Encendida, en Madrid; el MACBA, en Barcelona; el MUSAC, en León; el Instituto Oscar Domínguez, en Santa Cruz de Tenerife... (9).

Como se señala en el artículo al que hace referencia la nota anterior, el devenir y la existencia de los Centros reseñados no carecen de vaivenes y martirios. Chocan en su concepción y modo de funcionamiento dos perspectivas, a veces se enfrentan sin solución. De una parte, el poder político que los sustentan y financian, desea soluciones y resultados, más cuantitativas-espectaculares-turísticas, que la visión de los directores-misioneros, imbuida de una suerte de fe monoteísta y monolítica, en la que lo verdaderamente importante es la "estética", (si podemos aplicar aun este término al tipo-de-arte-que-defienden).

Así, no es de extrañar los casos de directores cesados *per fas et per nefas*, centros inaugurados sin una adecuada colección, centros que vegetan con míseros presupuestos, centros que se cierran al tiempo escaso de su inauguración, centros "vendidos" como reclamo turístico antes de su construcción, etc. También es cierto que otros centros, como el valenciano IVAM, inserto en la coherente estructura museológica de su ciudad, a contar como paredro al Museo de Bellas Artes o Museo de San Pio V, que conserva y explica el devenir artístico desde el S. XIX, aparte su colección arqueológica, hasta 1930 (10), conforman entre estas dos instituciones, Museo de Bellas Artes e IVAM, una amplia visión panorámica de la historia del arte en una comunidad.

Pero, como veremos, ese no es el caso de otra ciudad y otro Centro de Arte más próximo a nosotros geográficamente.

(1) Para todo lo concerniente a este Museo y a su posterior transformación en el Museo Español de Arte Contemporáneo, ver: MEAC. *Museo Español de Arte Contemporáneo. Catálogo*. 2 tomos. Madrid, Ministerio de Cultura, 1983.

(2) Op. cit., tomo 2, pag. 26

(3) Caballero, Manuel. "Arte contemporáneo y totalitarismo", en *Diario de Sevilla*. Suplemento Culturas, 8.4.99.

(4) *Botellero*. Marcel Duchamp. 1914. Galería Schward. Milán.

(5) Entrevista realizada en el programa de TVE-2, "Negro sobre Blanco", dirigido por Fernando Sánchez Dragó.

(6) Una versión de la Gioconda con bigotes se conserva en la Modern Tate Gallery de Londres.

(7) Ver, por ejemplo: Crow, Thomas. *Emulación: la formación de los artistas para la Francia revolucionaria*. Madrid, Antonio Machado Libros, (*La balsa de la Medusa*, 123), 2002.

(8) Artículos aparecidos en la revista *Descubrir el arte*, publicación mensual de amplia difusión:

Julian, Inmaculada. "Caixa Forum...", en *Descubrir el arte*, IV, 37.

Díez, Jess María. "El huevo antes que la gallina", idem, IV, 39.

Vozmediano, Elena. "Una apuesta por la modernidad/El Patio Herreriano de Valladolid", idem, IV, 40.

Méndez, Luis. "El Centro José Guerrero de Granada", idem, IV, 44.

Navarro Arisa, J.J. "MACBA: Del Dau al Set a la Modernidad", idem, IV, 45.

Castro Flórez, Fernando. "Guggenheim: el lugar más raro del mundo", idem, IV, 46.

Rotger, Francisco M. "Dos Museos y un apellido", idem, IV, 55.

Chao, David. "CGAC/ Santiago de Compostela: una ventan al futuro", idem IV, 56.

(9) Vozmediano, Elena y Hontoria, Javier. "Lujos y Miserias de los Centros Autonómicos", en *El Mundo*. Suplemento El Cultural. 11-17, Sept.03.

(10) Benito Doménech, Fernando. En "Museo de Bellas Artes de Valencia", *Descubrir el arte*, 2003. El Sr. Benito Doménech explica lo siguiente en relación a la ampliación de este Museo: El Museo del S.XIX, como ampliación del Museo de san Pio V: "... la producción posterior a la segunda mitad del

S.XIX, representa en Valencia un arte nuevo ..el anunciado proyecto de la Conselleria de Cultura de la Generalitat Valenciana de trasladar al Convento de El Carmen la producción que se dio entre 1860 y 1930, para formar el llamado Museo del S. XIX, resolverá el problema que plantea exhibir ese capítulo artístico en la propia sede del San Pio V., pasando a El Carmen alrededor de setecientas obras, quedando convertida esta sede en un ramal del Museo de Bellas Artes de Valencia, de la misma forma que el casón del Buen Retiro lo es del Museo de El Prado".

4. UN CENTRO: EL CAAC DE SEVILLA

Nos interesa analizar la vida de este centro (al que se le tendría que haber evitado la cacofonía en la pronunciación de sus siglas, como de igual manera ocurre en otros de su estilo), no solo en cuanto institución aislada, sino como organismo público enclavado en la realidad museológica de una ciudad y una comunidad.

La situación, al respecto, en Sevilla, es la siguiente:

De un lado se encuentra el Museo Provincial de Bellas Artes. Excelente pinacoteca que inicia su colección en el declive de la baja Edad Media, cuando Sevilla comienza a ser un centro urbano importante, explicando el acontecer artístico en esa ciudad y su entorno hasta principios del S. XX.

La mayor parte de sus obras tiene, como señalábamos antes (2.2.1), su origen en lo acopiado durante la Desamortización de Mendizábal. Lo cual indica que posee arte religioso de primera magnitud, fechado más o menos, entre los siglos XVI y XVIII. A partir de este último momento, la calidad y cantidad de su colección comienza a decrecer.

No está suficientemente bien representado el siglo XIX, y no posee nada prácticamente del siglo XX, como si estos dos periodos fuesen ignoto piélagos en el que nada hubiese ocurrido.

Tal vez para subsanar esa falta existió, durante la década de los 80 del S. XX un, llamado, Museo de Arte Contemporáneo de Sevilla. Ubicado en el edificio de la Cilla del cabildo, intentó con más dedicación que presupuesto, agilizar la átona vida museística de la ciudad. Y si bien no contó con un adecuado programa de adquisiciones, sí llevó a buen término una serie de exposiciones temporales, dedicadas a mostrar las obras de artistas vivos o desaparecidos en un pasado reciente. Si ello era altamente positivo, no era menos evidente la necesidad de una revisión de todo lo acontecido con anterioridad a

1960, dado lo exiguo de su colección permanente.

Aunque el Museo de Bellas Artes y el Contemporáneo pertenecieron a la misma Administración, primero Central y luego Autonómica, parecía evidente la falta de una política común que contemplase el fenómeno museístico como una totalidad y no como una yuxtaposición de hechos aislados. Teniendo que haber delimitado cada uno el periodo cronológico que iba a exponer y estudiar y procediendo, en consecuencia, con las adquisiciones pertinentes.

Pero, dada la singular idiosincrasia de la museología nacional-andaluza, nada se hizo de ello.

Lo que sí se hizo fue embarcarse en otro proyecto; ese tipo de proyectos que tanto gusta a los políticos, que de todo saben y de nada entienden, gustadores de sacarse de donde no hay, éste es el caso, un Centro de Arte Contemporáneo.

**después de los fastos
del año 92, abandonado
el "Proyecto Atarazanas",
se crea el Centro Andaluz
de Arte Contemporáneo (CAAC)**

En vez de potenciar y desarrollar las dos instituciones precedentes, el gobierno autonómico emprende el que fuera conocido como "Proyecto Atarazanas", mediante el cual se comienza a restaurar y adecuar para una futura sede museística el inmueble de las Antiguas Atarazanas Reales.

Al mismo tiempo se procede a una absurda y personalísima, y obviadora del contexto social-artístico donde pretendía situarse el Centro de Arte, serie de carísimas adquisiciones, un poco picoteando aquí y allá, pero persistiendo en ese fallo que parece ser connatural a todo proceso de este tipo en nuestras latitudes: no explicar coherentemente la historia artística cercana y reciente, que es por donde hay que empezar. Después de los fastos del año 92, abandonado el "Proyecto Atarazanas", se crea el Centro Andaluz de Arte Contemporáneo (CAAC), ubicándose en el antiguo monasterio de Santa María de las Cuevas, que en tiempos fuera Cartuja de idéntica advocación y luego fábrica de cerámicas de la empresa Pickman.

La vida posterior de este centro es ejemplo cabal de lo que "no" hay que hacer. Pareciendo que la Administración a la que pertenece jamás lo hubiera tomado demasiado en serio.

Nunca ha contado con un programa definido y riguroso de adquisiciones, lo que provoca que su colección permanente sea bastante escasa. En cuanto a las exposiciones temporales, dedica demasiada atención al arte local y más cercano, localismo muy hispalense, empeñado en ignorar lo que ocurre más allá de sus amadas collaciones. En otros momentos acogió exposiciones que, en teoría, estaban allí fuera de lugar, como la dedicada a la época sevillana de Velázquez.

Entre enero y abril de 2002 expuso *Andalucía y la Modernidad: del Equipo 57 a la Generación de los 70* (1). Comisariada por el crítico madrileño Mariano Navarro, y aunque parcialmente sesgada en su concepción, y por lo tanto concediendo a la "modernidad" un sentido cualitativo y no cronológico, era no obstante, un buen camino a seguir en el estudio del arte andaluz del siglo XX. Camino que por ahora se ha abandonado.

Es también tamaña paradoja, que empleado el concepto "modernidad" en el sentido aludido, se diera cabida en aquella ocasión a los relistas-líricos sevillanos (Laffón y Duclós, por ejemplo), cuyas obras se inscriben dentro de la más tradicional postura estética. Pero no contar con ello, hubiera sido poco menos que imposible. Además se continuaba relegando al eximio país de los raros, ignorando su obra, a pintores como Romero Ressendi.

Todo ello pudiera tener justificación si aquella muestra hubiese sido pensada y realizada como parte de un proceso, no, como hecho aislado. Proceso que tendría que estudiar, sin las puritanas anteojeras de la "modernidad", el curso del arte en Andalucía en nuestro pasado siglo. Pero, desgraciadamente, como es habitual, se prefirió el fulgor momentáneo al estudio y previsión serios y ponderados.

Otro tipo de exposiciones temporales hacen vibrar aún más nuestro espíritu. Hemos de recordar el proyecto *The Nature of Culture*, realizado en la primavera de 1999 por los aborígenes filipinos Manuel Ocampo y Gastón Damag, y que si se le hubiese dado más publicidad (y aquí falló la conspicua Consejera de Cultura, que tanto gusta de ella) hubiese obtenido, al menos, el británico Premio Turner. El caso era llenar todo de basura pre y post industrial, pintando ingeniosas y obscenas viñetas donde en su tiempo colgaran los lienzos de Zurbarán. Todo muy atrevido (2).

De otro lado, también es cierto que el CAAC mantiene una estrecha colaboración con la Universidad Internacional de Andalucía, que tiene su sede en el mismo Monasterio. Esta colaboración se plasma en la organización de numerosos talleres de, podríamos decir, agitación artística-cultural. Entre el 17 y 23 de marzo de 2003 tuvo lugar *Retóricas del género/políticas de identidad: performance, performatividad y prótesis*. Dirigido por Beatriz Preciado, según ella misma "filósofa y activista *queer*" (sic), contaba con la participación entre otras eminencias de Myriam Marzouk, autodefinida como: "activista *queer* y *performer*. Con sus personajes 'Victorio Cazzo l'Amoroso' y 'Jules', es una de las iniciadoras de la cultura *drag king* en Francia", además de Fefa Vila "investigadora feminista, escritora, agitadora, productora cultural, anticapitalista y *queer*...".

Después de varios días discutiendo sobre el feminismo radical y prótesis (prótesis: bigotes, barbas, vello corporal y penes de goma que estas señoritas gustan añadir a sus cuerpos) se llegó el domingo 23 de marzo al Taller *Drag-King* (10 horas), que según explicaba el folleto: "... está abierto a la participación de mujeres o transgéneras... que quieran llevar a cabo un trabajo de exploración de la *performance* de la masculinidad. Las participantes deberán traer al taller una maleta con ropa de caballero y todos aquellos accesorios (prótesis) que consideren necesarios o apropiados para la *performance drag-king*."

(En fin, cuánta ansiedad produce en algunas tener un clítoris, en vez de un pene).

No deseamos confundir más al lector con estas digresiones, pero señalemos finalmente, volviéndonos a ocupar de las actividades propias del CAAC, como la continua sucesión y relevo de directores, no ha sido capaz de encauzar adecuadamente su existencia. La última de estas sustituciones cambia a José Antonio Chacón, director hasta hace escasas semanas, por el crítico de arte José Lebrero.

Este aire de precariedad contrasta vivamente con lo vivido en otros Centros de análoga intención. Es el ejemplo del Centro Gallego de Arte Contemporáneo (CGAC), de Santiago de Compostela, que ahora, bajo la dirección de Miguel Fernández-Cid, cumple diez años de trayectoria (3), aunque el edificio construido para albergarlo por el arquitecto portugués Álvaro Siza no se libre aun de cierta polémica por su "inadecuación" respecto al entorno urbano que lo rodea (4).

Si bien aún es demasiado pronto para emitir algún juicio de valor sobre la nueva etapa iniciada por el CAAC sevillano con su reciente director, todo hace

pensar, y estaríamos muy contentos al equivocarnos en ello, que su situación, en esencia, no va a cambiar demasiado.

(1) Ver el catálogo de la exposición: *Andalucía y la Modernidad: del Equipo 57 a la Generación de los 70*. Sevilla, CAAC, 2002.

(2) Ver mi artículo: "Arte contemporáneo y totalitarismo". Op. cit., párrafo 3.2.

(3) Revuelta, Laura. "Una década del CGAC/ Entrevista a Miguel Fernández-Cid", en Blanco y Negro. ABC, Madrid, 27 sept. 03.

(4) Hernández León, Juan Miguel. "Retorno a Santiago", en Blanco y Negro, Madrid, ABC, 27 sept. 03.

5. EPÍLOGO GADITANO

En alguna ocasión, y recientemente, se ha hecho pública la necesidad o el proyecto de crear un Centro de Arte Contemporáneo en Cádiz (1).

Sea, pero sabiendo que nadie hará caso de lo por mí expresado, quisiera, no obstante, sugerir algunas líneas de actuación al respecto, que no por más utópicas son menos necesarias.

De todo lo suscrito más arriba, especialmente en el párrafo 2, se deduce el carácter de "servicio a la comunidad" como eje central en el moderno concepto de museo público. Servicio que contempla: coleccionar, identificar, conservar y educar. Uniéndose aquí lo estético e histórico con lo didáctico. Un museo o colección públicos "explican" un determinado hecho o periodo artístico.

Situación museística en Cádiz

Museo Provincial de Arqueología y Bellas Artes. La Sección de Bellas Artes está prácticamente formada con los fondos provenientes de la Desamortización de Mendizábal. El arte de los siglos XIX y XX, cuando precisamente comienza a germinar y eclosionar lo propiamente gaditano, al menos en pintura, está escasamente y mal representado.

Hace pocos años abrió una sala para representar la pintura y escultura más recientes. El resultado adolece de excesiva improvisación y está completado con algunos préstamos de la Colección de Arte Contemporáneo de la Diputación Provincial, algunas otras donaciones, y algunas otras obras provenientes de la Colección de Arte Contemporáneo de la Junta de Andalucía.

Colección de Arte Contemporáneo de la Diputación Provincial

Aunque carece de carácter museístico, ya que sus obras están dispersas por diferentes despachos y oficinas de esta institución, las obras que contiene, principalmente pinturas y fotografías, proporciona una visión general del decurso de las artes en nuestro país durante las dos últimas décadas. También es cierto que dado el origen de estos fondos: las adquisiciones efectuadas a través del Certamen Aduana, y dado lo aleatorio de las mismas a causa de la propia dinámica organizativa del Certamen, esta colección se presenta en su conjunto como algo deslavazado y carente de una unidad que dé carácter didáctico al total de las obras.

Colección *Hércules* de Arte Contemporáneo

Está ubicada en el Palacio de Exposiciones y Congresos y pertenece a la Administración Municipal. Tampoco posee un estricto carácter museístico, por las mismas causas antes descritas. Pero forma un conjunto bastante homogéneo de artistas gaditanos recientes, aunque con algunas lagunas, fáciles de subsanar.

Su origen se halla en el encargo hecho por la Administración a la galerista Carmen de la Calle, para reunir un elenco de obras que "decoran" los diferentes espacios de la institución. Cometido saldado con bastante holgura y que a la postre proporciona a la Administración Municipal una excelente Colección de la que, paradójicamente, no hace el menor caso.

Con estos precedentes, la creación de un Centro de Arte Contemporáneo en Cádiz, supondría una actuación museológica global a largo término, que en primer lugar se vería en la necesidad de reforzar la colección de arte de los siglos XIX y XX (hasta 1950).

Iniciar la propia colección del hipotético Centro partiendo de lo particular hacia lo general. Incidiendo en el arte gaditano a partir de 1950, con las figuras de Pérez Villalta, Cobo, Cortés, Vargas, etc., para ir llegando hasta años más recientes. Sin que ello sea óbice para mostrar y reunir obras de otras procedencias

geográficas.

Este inicio en lo particular y más cercano, tiene como objeto, aparte de constatar la calidad evidente del actual arte gaditano, evitar en lo posible situaciones como la descrita arriba al referirnos a la ausencia en Sevilla de una colección que explique adecuadamente lo allí ocurrido en el arte del S. XX (2).

Como se aprecia por lo dicho, es una paciente, prolongada y silenciosa labor de "basamento", ajena a las premuras políticas, lo que sería necesario poner en práctica para la consecución final de un Centro de Arte Contemporáneo en Cádiz que solventara las necesidades específicas del entorno social y urbano donde se ubica.

Sé que ello es difícil, al tener que aunar diversas y variadas perspectivas y voluntades. Pero, precisamente, si hay voluntad y visión de futuro, es realizable.

M.C.

(1) González-Santiago, Lalia. "Arte y Ciudad", en, Diario de Cádiz.30.9..3

(2) Análoga situación parece vivirse en el Centro de Arte Contemporáneo de Málaga, abocado por idea de su actual director, el gestor artístico Fernando Francés, a mostrar arte internacional, ignorando el actual decurso del arte de creadores malagueños coetáneos. Con lo cual, en el futuro, puede llegarse a lo acontecido recientemente con la inauguración del Museo Picasso, hecho que goza de todos los parabienes, pero que en esencia no deja de ser un poco bochornoso, al hacer depender del azar de una donación, lo que se tendría que haber iniciado hace bastante tiempo, con un programa de adquisiciones. El estado no parece sacudirse nunca todavía el síndrome Mendizábal, esperando siempre, o en la mayoría de la ocasiones, poseer obras de arte sin tener la necesidad de comprarlas.

**¿ES POSIBLE EVALUAR LA POLÍTICA CULTURAL?
UNA REFLEXIÓN EN TORNO A LA EVALUACIÓN INSTITUCIONAL
DE LA POLÍTICA CULTURAL DE PUERTO REAL**

DOSMIL3ESTRATEGIAS

Albert de Gregorio

Este artículo responde a la invitación de *Periférica* para reflexionar y evaluar el proyecto dosmil3Estrategias realizado por la Universidad de Cádiz. Un artículo que se realiza sin conocer específicamente la realidad cultural de Puerto Real y por tanto tratando de reflexionar sobre los procesos de evaluación de las políticas culturales partiendo del proceso realizado en dosmil3Estrategias y a la luz de nuestra experiencia en los diversos trabajos realizados desde los cursos en gestión cultural de la Universidad de Barcelona que dirige Lluís Bonet.

Desde lo académico nos felicitamos por la existencia de experiencias como las de dosmil3Estrategias. Un proceso de evaluación completo, riguroso y de aplicación en el territorio. Es satisfactorio comprobar que existen ayuntamientos dispuestos a realizar una evaluación de su política cultural y universidades con equipos capaces de realizarla.

El artículo reflexiona, en primer lugar, sobre la relación entre evaluación y política cultural. A continuación presenta de forma sintética el proceso de evaluación institucional de la política cultural de Puerto Real. El guión de este proceso nos sirve para reflexionar en cada uno de sus apartados sobre diversas cuestiones relacionada con la ejecución de un proyecto de evaluación de la política cultural municipal. La reflexión se complementa con el ejemplo del análisis de las industrias culturales de Cataluña realizado desde la Universidad de Barcelona.

Introducción

Dosmil3Estrategias (proceso de evaluación institucional de la política cultural de Puerto Real) es un encargo del Ayuntamiento a la Universidad de Cádiz que consiste en evaluar su política cultural en los últimos veinticinco años. El trabajo editado se estructura en cuatro partes:

- Diagnóstico
- Validación
- Comparación
- Acciones de mejora

El diagnóstico incluye los siguientes apartados: Informe geográfico del municipio, Mapa cultural, Estudio de usos, hábitos y demandas culturales, Informe histórico sobre la política cultural de Puerto Real, Informe sobre los Agentes Culturales (Movimientos sociales), Informe sobre interacciones, concurrencias y competencias, Diagnóstico sobre juventud y política cultural.

La validación se realiza mediante los siguientes grupos de análisis: partidos políticos, jóvenes, agentes culturales, Consejo Municipal de Cultura, gestores culturales externos, creadores, movimientos sociales, sectores económicos, comunidad educativa.

La comparación se realiza, por un lado, con un municipio de realidad similar, Sagunt, y, por otro, con un municipio del que se realiza un informe de *benchmarking*, Narón.

Finalmente, las acciones de mejora, se elaboran a partir de la aplicación de la técnica DAFO que permite establecer el posicionamiento estratégico de la política cultural de Puerto Real y elaborar la propuesta de acciones de mejora.

Evaluación y política cultural

Para los lectores de *Periférica* no resultará extraño que tengamos que iniciar el tema tratando la relación entre la evaluación y la política cultural. A priori ambos conceptos deberían estar íntimamente relacionados. La política cultural, como cualquier otra política pública, debería consistir en una acción de gobierno basada en el análisis de la realidad y en un programa que pretende obtener unos objetivos de cambio y mejora. Se utilizaría, así, la palabra política en el sentido de la inglesa *policy* y no en el sentido de la lucha partidista por el poder. Sin embargo, este concepto de política puede ser calificado de utópico, incluso de iluso, en buena parte de las áreas de intervención del sector público.

Los problemas de la política cultural derivan, en primer lugar, del déficit en el análisis de la realidad cultural, que pese al avance que se ha producido en los últimos años, dista mucho de ser el necesario. El trabajo realizado por Dosmil3Estrategias es una buena muestra de la necesidad de suplir el déficit de conocimiento en diversas áreas de la realidad cultural.

Si el análisis es deficitario, lo es aún más la definición de políticas públicas. Si bien en los últimos veinticinco años se han dado avances importantes en la formulación de políticas públicas en ámbitos como la sanidad o la educación, las

políticas culturales no han tenido el mismo desarrollo. "Tomemos como ejemplo la política sanitaria y llegaremos a la conclusión de que esta política sectorial está institucionalizada porque existe un concepto de salud universal más o menos objetivo. Se sabe cuál es el mínimo de servicios sanitarios que una persona puede y debe recibir. Es decir, existen unos derechos sanitarios para el ciudadano y, por lo tanto también, unos deberes derivados para las administraciones públicas. Como plantea Eduard Miralles en algunas de sus conversaciones informales, los derechos culturales no aparecen expresamente reflejados en ningún lugar y, en consecuencia, las políticas culturales públicas no han sido capaces de definir sus deberes culturales para con los ciudadanos y su catálogo mínimo de servicios culturales. Si además a esta terrible nebulosa le añadimos el hecho de que, habitualmente, existe una gran distancia entre el objetivo formulado y los recursos con los que se cuenta, el panorama puede resultar ciertamente desolador" (1).

El panorama es aún más desolador en el ámbito de las políticas culturales municipales en un contexto de municipios heterogéneos en sus realidades demográficas y territoriales y limitados por la eterna falta de recursos financieros. En este contexto es frecuente que la política cultural municipal,

cuando existe, consista en una serie de servicios y actividades inconexas que responden más a la inercia que a la existencia de un programa de actuación que persiga unos objetivos. Las causas pueden ser diversas, desde la incapacidad de los profesionales para tener incidencia política hasta la ausencia de un discurso académico consolidado.

Así, en el ámbito de la evaluación de la política cultural aparece una primera dificultad básica, la ausencia de un fin claro, objetivo y cuantificable al cual referir los resultados observados. Existe un alto consenso en la dificultad de los organismos públicos, así como de las organizaciones no lucrativas, para evaluar su actuación debido al carácter y a la complejidad de medición de la finalidad "servir al interés general", concepto estrechamente ligado a la esencia de su misión.

los problemas de la política cultural derivan, en primer lugar, del déficit en el análisis de la realidad cultural

El interés general es entendido de forma diferente en función de factores como la ideología o los intereses particulares. Aún cuando el interés general pueda ser formulado, las dificultades continúan. La diversidad, intangibilidad y ambición de buena parte de los objetivos que aparecen relacionados con las actuaciones en el ámbito cultural hacen que muchos proyectos culturales deban dar respuesta a una gran heterogeneidad de objetivos, a menudo difusos, ambiguos y hasta contradictorios entre sí.

Si ello no es suficiente, aún en el caso de disponer de objetivos identificados y no contradictorios, la dificultad de evaluar radica, también, en la subjetividad en la valoración de los resultados de las actividades culturales. Los propios resultados de las actividades culturales presentan, frecuentemente, dificultades para ser medidos o para valorar su contribución a los objetivos, de forma que no es posible compararlos con éstos, aún en el caso de que hayan sido formulados.

Todas estas dificultades no impiden la posibilidad de desarrollar procesos de evaluación en las administraciones públicas y, en concreto, en el ámbito de las políticas culturales. El éxito de cualquier política pública depende, en buena parte, de su capacidad para haber determinado con claridad cuales son sus finalidades y la forma de conseguirlas. Para ello, es necesario que, en el proceso de planificación, se hayan fijado los procedimientos de evaluación y sus indicadores. La definición de objetivos no se limita a su formulación, debe incorporar la forma en que serán evaluados. El compromiso de las áreas y miembros de la organización pública en la consecución de las finalidades es proporcional al conocimiento previo sobre cómo serán evaluados sus actividades y resultados.

Evaluación y planificación son partes de un mismo proceso de diseño y gestión estratégicas. La evaluación de la acción pública se convierte en una importante herramienta de gestión, un sistema de monitorización que valora *ex post* los programas que se han desarrollado, y determina lo que se ha hecho y cómo se ha hecho a partir de una planificación de los resultados *ex ante*. De esta forma el gestor público puede valorar el éxito de un programa no únicamente por la valoración ciudadana del mismo (evaluación política) sino también en función de la programación prevista y del uso de los recursos utilizados (evaluación gerencial).

Pese a las dificultades para ser implementada la evaluación debe formar parte tanto del diseño de las políticas culturales como de la gestión de sus programas. Conscientes de sus limitaciones, las técnicas de evaluación pueden utilizarse en ámbitos diversos (procesos, resultados, impactos, etc.) aún cuando tan só-

lo permitan mejorar el conocimiento sobre aspectos parciales de la política cultural que podrán ser mejorados gracias a la información aportada por la evaluación.

La evaluación institucional de la política cultural de Puerto Real

La evaluación es, en sí misma, un proceso que puede permitir a una organización valorar sus actividades y resultados, mejorar sus procedimientos y servicios, rediseñar sus objetivos, y fomentar el aprendizaje de todos sus miembros. Para ello pueden definirse indicadores de proceso, de resultado y de impacto relacionados con cada uno de los diferentes niveles de finalidades y objetivos.

En el caso que nos ocupa el proceso de evaluación institucional de la política cultural de Puerto Real se realiza, en palabras del alcalde, para mejorar la planificación puesto que "la tradición, el bagaje y el potencial cultural de la ciudad aconsejaban la elaboración de un balance pasado y presente que ordenar mejor nuestro futuro" (2).

Antonio J. González Rueda y Salvador Catalán Romero (responsables de la dirección científica del proceso) exponen que con este encargo el Ayuntamiento quiere saber cómo ha sido su política cultural y para ello recurre a una institución externa, la Universidad de Cádiz.

Si de lo que se trata es de evaluar, el punto de partida podría ser el conocimiento de los objetivos de la política cultural desarrollada en el municipio de Puerto Real. Ello no es posible. Uno de los informes que forman parte del proceso, el dedicado a la política cultural, concluye que se observa la "ausencia de un proyecto político de cultura para Puerto Real por parte de los responsables municipales" (3).

Sirva como ejemplo el análisis de una parte de las memorias de la delegación de cultura: "como puede comprobarse en ningún momento se habla de la existencia de unos programas de actividades, ni mucho menos se intuye que exista una planificación de actuaciones culturales por la Delegación de Cultura, salvo cuando vagamente se señala que en la Biblioteca Municipal se "llevan a cabo varias actividades como: fotografía, pintura, filatelia, etc." Por otra parte, llama de nuevo la atención que dentro de lo cultural se incluyen actividades como las que debiera desarrollar un centro gallístico, que aún sin conocerlas podemos adivinarlas sin demasiado margen de error" (4).

Ante la ausencia de un proyecto político en materia de cultura municipal, un enfoque excesivamente técnico por parte de los responsables del proyecto podría haber optado por ofrecer al municipio la reinención de una política cultural a partir de un estudio de la realidad social, económica y cultural, y de la disponibilidad de recursos. Se trataría de realizar un análisis de apariencia científica que permitiría determinar de forma aséptica cuál es la política cultural más adecuada para ser desarrollada por parte del Ayuntamiento de Puerto Real.

El equipo de dosmil3Estrategias ha optado por un proceso más valiente, complejo y cercano a la realidad de la política cultural local. Un proceso que combina el análisis técnico con la contrastación entre diversos agentes relacionados con esta política. Se parte de un diagnóstico que es contrastado (validado) con diversos grupos de análisis (políticos, jóvenes, agentes culturales, etc.). Se incorpora una comparación con otros municipios y se prescriben (utilizando la técnica DAFO) las acciones de mejora.

El proceso escogido puede ser cualificado en sí mismo como estratégico. Permite, a partir del conocimiento de la realidad en la que se ha de actuar, diagnosticar una situación con un grado de consenso suficiente como para permitir que las acciones de mejora propuestas puedan ser implementadas. Sin aparecer explícitamente en el documento final, la aplicabilidad de las propuestas generadas es uno de los activos de este proceso. De poco servirían propuestas del tipo mejora de los incentivos fiscales o de los derechos de autor, puesto que afectan a áreas de intervención que se sitúan fuera de las posibilidades de actuación municipal.

Los responsables del proyecto han optado, también, por tratar, básicamente, los aspectos relacionados con la política y en menor medida los relacionados con los instrumentos y los resultados. Aún aceptando la ausencia de una verdadera política cultural municipal, el Ayuntamiento democrático de Puerto Real ha desarrollado en estos veinticinco años diversas actividades que serían susceptibles de evaluación, tanto en la forma (procesos) en que se han realizado como en los resultados (impactos) que hayan podido conseguir. La opción de dosmil3Estrategias es la de una evaluación genérica, del conjunto de la política cultural de Puerto Real.

La vía escogida ha sido la del diagnóstico sectorial y su contrastación, lo cual permite diseñar objetivos y, en algún caso, elementos organizativos. No es, por tanto, una evaluación que permita el aprendizaje organizativo y, probablemente, no podía serlo por la ausencia de un proyecto municipal de política cultural. A

partir de las propuestas generadas por el proyecto dosmil3Estrategias será posible realizar una evaluación de los servicios y actividades y de su impacto, así como de su estructura organizativa.

La apuesta de los responsables por este tipo de evaluación no resta valor a dosmil3Estrategias, que "nació por nuestro convencimiento de que sólo mejoramos si conocemos nuestras fortalezas y debilidades y de que las instituciones públicas pueden verse muy beneficiadas de los procesos de análisis de la calidad y de mejora" (5).

"Este ha sido un estudio valiente, en el que el Ayuntamiento de Puerto Real ha querido someterse al escrutinio detallado y preciso de varios colectivos (el propio equipo de gobierno, partidos políticos, movimientos sociales, gestores culturales externos, grupos de interés, comunidad educativa, creadores y sectores económicos) para verse reflejado en un espejo que no siempre a todos gusta, pero que ha supuesto un reto para los munícipes portorrealeños que han sabido y querido aceptar" (6).

la posibilidad de desarrollar procesos de evaluación en las administraciones públicas y, en concreto, en el ámbito de las políticas culturales

Es curioso que tras veinticinco años de democracia el vicerrector se haya de sorprender aún por la valentía de los munícipes portorrealeños para participar en un proceso para verse reflejado en un espejo. La realidad española está lejos de la de otros estados europeos en los que existen instituciones independientes en diversos ámbitos del sector público (pensemos en el reciente conflicto entre la BBC y el gabinete británico y extrapolemos el ejemplo a la realidad española).

¿Por qué de la evaluación?

Antonio J. González Rueda y Salvador Catalán Romero, responsables de la dirección científica del proceso, exponen que "en este encargo se presuponen algunas cuestiones de interés:

-El Ayuntamiento quiere saber cómo ha sido su política cultural y para ello re-

curre a una institución externa y neutral. Por lo tanto, el Ayuntamiento (su equipo de gobierno y el resto de fuerzas políticas) hacen una apuesta indiscutible por mejorar su política cultural. Sin duda, ésta es la idea fuerza de todo el trabajo: el Ayuntamiento inicia un proceso de evaluación para que su política cultural sea aún mejor.

-El Ayuntamiento se convierte en una institución pionera en este terreno ya que es la primera en Andalucía que inicia un proceso de plan estratégico específico para la cultura" (7).

Conocemos, por tanto, el objetivo básico del proceso de evaluación: conocer y mejorar la política cultural. Hemos visto que éste no es un objetivo que se puede dejar en manos de expertos técnicos, bien al contrario requiere de la capacidad de generar consenso en torno a la descripción de la realidad y a la formulación de propuestas. Ésta es la vía escogida por dosmil3Estrategias.

"Se decide basar toda la investigación en el conocido como CICLO DE DEMMING de mejora continua. Este estudio se centra en la fase que el círculo de DEMMING denomina PLAN y que nosotros hemos traducido por planificar (diagnosticar y evaluar). Este método de evaluación se corresponde con la tradición europea que parte más de la evaluación interna y la autorregulación que de la elaboración de siempre discutibles rankings o hit-parades" (8)

El método de evaluación escogido es coherente con el objetivo del proceso de evaluación. Los propios responsables del proyecto señalan la existencia de otros métodos y justifican la elección del que permitirá diagnosticar y evaluar contando con la contrastación de diversos agentes. Es la participación de éstos la que garantiza la fiabilidad del diagnóstico y permite que las propuestas generadas sean susceptibles de aplicación por parte de algunos de los participantes en el proceso.

¿Cómo evaluar?

La coherencia entre el objetivo del proceso de evaluación y el método utilizado para evaluar es requisito indispensable para garantizar su éxito. El equipo de dosmil3Estrategias utiliza en el diagnóstico y la evaluación una metodología de análisis estratégico.

En un proceso de análisis estratégico la descripción, el análisis y las propuestas forman parte de un todo que exige coherencia entre el método y el contenido de cada una de las etapas. La coherencia permite combinar criterios técnicos

y políticos en el proceso. Así, en la descripción de la realidad predominarán los elementos técnicos que confieren al resultado una supuesta objetividad, pero que están relacionados con los objetivos políticos del análisis. Por ejemplo, en el análisis demográfico deberá decidirse qué aspectos se estudian y qué índices se utilizan para representar la realidad del municipio. Ya hemos comentado que el método de estudio no es independiente del objetivo del estudio que determinará aspectos como si el porcentaje de población de 0 a 3 años es o no relevante o si la tasa de dependencia demográfica tiene o no interés para la política cultural.

En el caso de dosmil3Estrategias se combinan elementos de carácter técnico con elementos políticos y de participación. Por un lado se encargan una serie de informes (diagnóstico) y por otro se contrastan los resultados en la validación que se realiza mediante diversos grupos de análisis. De forma que la validación subjetiva no limita el alcance del rigor de los diferentes informes del diagnóstico.

El diagnóstico incluye los siguientes apartados: Informe geográfico del municipio, Mapa cultural, Estudio de usos, hábitos y demandas culturales, Informe histórico sobre la política cultural de Puerto Real, Informe sobre los Agentes Culturales (Movimientos sociales), Informe sobre interacciones, concurrencias y competencias, Diagnóstico sobre juventud y política cultural.

La validación se realiza mediante los siguientes grupos de análisis: partidos políticos, jóvenes, agentes culturales, Consejo Municipal de Cultura, gestores culturales externos, creadores, movimientos sociales, sectores económicos, comunidad educativa.

Dosmil3Estrategias

El seguimiento del propio guión del proceso permite comentar cada una de sus etapas e introducir elementos de reflexión sobre la evaluación en el campo de las políticas culturales municipales.

Diagnóstico.

Informe geográfico del municipio.

"En este breve informe sobre la población de Puerto Real sólo se pretende apuntar aquellos rasgos demográficos más significativos para la planificación cultural del municipio. Por ello no se ha intentado hacer un análisis exhaustivo de todos y cada uno de los aspectos que afectan a un estudio demográfico sino que nos hemos centrado en los más relevantes" (9).

El informe incluye el análisis del volumen y distribución de la población de Puerto Real, atendiendo también al contexto geográfico en donde se encuentra el municipio; un breve estudio de la evolución demográfica; un análisis de los movimientos migratorios; la estructura demográfica (edad, nivel educativo, etc.) y las características económicas de la población, desagregados por distritos censales.

El esquema de este informe es clásico en la descripción demográfica de los municipios españoles basándose en la disposición de datos censales y de otras fuentes estadísticas complementarias.

Es significativo que este esquema podría reproducirse, con pocas diferencias, en cualquier otro estudio relacionado con otros ámbitos de la política municipal. Se trata de un informe exhaustivo pero típico. Se incluye toda la información relevante pero se presuponen su interpretación y sus posibles efectos sobre la política cultural.

Esta situación es frecuente en la mayor parte de informes demográficos de los municipios españoles. Para constatarlo pueden visitarse las páginas web municipales y comprobar la similitud en la estructura de los datos demográficos que se presentan.

El consenso sobre los datos e indicadores que son relevantes en el ámbito de la demografía parece obviar la necesidad de interpretación que sí se da, por ejemplo, en el informe que recoge la situación de los equipamientos. Este déficit es, también, responsabilidad de la propia clase política municipal. En los municipios españoles se ha dado más importancia a las infraestructuras y la gestión que a la definición de políticas. Así en el campo deportivo, todo municipio de pro ha de contar con su propio equipamiento polideportivo, pero pocas veces se tienen en cuenta las necesidades específicas de cada municipio en su diseño y aún es menos frecuente el diseño de instalaciones compartidas entre diversos municipios que permitirían un servicio de más cantidad y calidad para la población.

El símil del equipamiento polideportivo puede ser extrapolado a la política cultural de los municipios. ¿Se ve ésta influenciada por las especificidades, por ejemplo las demográficas, de cada municipio? Frecuentemente no. Los municipios españoles no destacan por su originalidad en el desarrollo de los servicios que prestan a los ciudadanos. La lógica municipal tiende a proveer servicios a los ciudadanos de su municipio dentro de un término municipal, pero el ciudadano utiliza los servicios que más le convienen con independencia de su ubicación o

de su proveedor. Por otro lado la oferta de servicios municipales no debería realizarse haciendo abstracción del entorno territorial.

Quizás el municipio de Sagunt sea una excepción. Lo es, al menos, el informe que sobre este municipio incluye dosmil3Estrategias. El informe de Sagunt comienza por situar brevemente Sagunt en su entorno y su historia. De los aspectos como la demografía o la ocupación presenta algunos índices, pero sobretodo destaca aspectos relevantes. Se trata de un informe más reducido que el de Puerto Real, pero más centrado en aquellas cuestiones que pueden tener trascendencia para la política cultural.

Mapa Cultural de Puerto Real

El mapa cultural de Puerto Real consiste en un inventario de instalaciones según su tipología y en una evaluación de éstas. El inventario incluye instalaciones destinadas a la difusión y promoción cultural, instalaciones depositarias de fondos materiales de la cultura, centros de desarrollo cultural comunitario, espacios aptos para uso cultural y patrimonio cultural.

El esfuerzo realizado en este informe es significativo, especialmente en el apartado dedicado a la evaluación. Sin embargo, se trata de un inventario no sistemático. Quizás debido a la ausencia de estudios de ámbito provincial o autonómico que permitan realizar comparaciones o fijar estándares. Tanto las diputaciones provinciales como las comunidades autónomas deberían responsabilizarse de crear sistemas de información que permitan conocer el número de equipamientos municipales, sus características, evolución, etc.

Es, por tanto, un mapa cultural limitado por la falta de información sobre los equipamientos. La limitación se observa, también, en los equipamientos que se consideran culturales. Así no hay referencia a equipamientos privados, mientras que el informe sobre Sagunt incluye la oferta privada de equipamientos como el centro parroquial. No aparecen tampoco los centros educativos, en la línea de la falta de integralidad de la mayor parte de las políticas municipales españolas.

Estas dos limitaciones nos permiten detenernos en dos de los muchos retos de los municipios españoles. Por un lado la superación del binomio entre política pública y actuación pública. Diversas experiencias de colaboración con el sector privado (lucrativo o no) demuestran que pueden existir espacios de confluencia de intereses que superen la concepción jacobina del estado. Por otro lado la necesidad de diseñar políticas integrales que aborden en su conjunto las necesidades

de los ciudadanos. Experiencias como la apertura de centros educativos a las actividades de las entidades ciudadanas o la construcción de centros que son al mismo tiempo biblioteca, centro de cultura, casa de la juventud o centro de atención de servicios personales, demuestran la posibilidad de superar estructuras administrativas que responden a su propia subsistencia y no a las necesidades de la ciudadanía.

Estudio de usos, hábitos y demandas culturales

El estudio se inicia con una triste constatación: "Tras un significativo fracaso en la búsqueda de algún tipo de datos existentes sobre participación en los distintos eventos y actividades de la oferta cultural ofrecida por el Ayuntamiento de Puerto Real; y tras constatar la inexistencia en el área de cultura de dicho Ayuntamiento de protocolos estadísticos o de memorias sobre dichas actividades; optamos por un análisis más cualitativo a la hora de analizar los usos culturales y la oferta cultural existente" (10).

La falta de información estadística no es monopolio de las administraciones públicas provinciales y autonómicas. También en el ámbito municipal observamos la sorprendente ausencia de información sistemática sobre las actividades realizadas por los propios municipios.

Ante esta dificultad el informe opta por un proceso de análisis y diagnóstico participativo y colectivo. Para descifrar las demandas culturales de la población, como usuarios y como participantes, se realiza un proceso de investigación participativa a través de la celebración de un grupo de análisis y discusión, cuyos participantes han sido seleccionados por su alta información, participación y conocimiento que como usuarios y/o profesionales disponen de la oferta y de los recursos culturales del municipio. Los recursos culturales considerados son públicos, privados y asociativos, y se aborda tanto su análisis como su valoración.

"El perfil tipo del equipamiento cultural de Puerto Real es un espacio habilitado sin un diseño previo de sus contenidos; sin programación y servicios estables; abierto a iniciativas externas (cedido en algún caso); de uso puntual (infrautilizado en algunos casos); afectado por factores estacionales (de mayor uso en otoño y primavera); económicamente no-autosuficiente; con oferta fundamentalmente de consumo cultural; y con barreras arquitectónicas" (11). Esta valoración puede ser compartida por muchos equipamientos públicos españoles y no tan sólo por los culturales.

Sin restar importancia al resto del trabajo, cabe destacar la importancia de este informe con relación a la política cultural municipal. Pese a la falta de información estadística, en el informe se abordan los usos y demandas culturales, los recursos culturales, la oferta cultural y la cultura de la participación. En este sentido el informe puede ser calificado como integral en sí mismo al abordar diversos aspectos que deberían tener relación con la formulación de la política cultural municipal.

Informe histórico sobre la política cultural de Puerto Real

Difícilmente podría abordar dosmil3Estrategias la evaluación de la política cultural de Puerto Real sin este informe que se inicia con un breve análisis del contexto general del período para entender la situación del municipio. Desde la Nada a la Globalización en 25 años es un título muy apropiado y extensible a otros ámbitos de las políticas relacionadas con los servicios municipales destinados a las personas.

Ante la ausencia de datos estadísticos del propio Ayuntamiento o de otros agentes, el informe toma como fuente de datos la única posible, las Memorias de Secretaría correspondientes a los ejercicios de los años del informe.

Los resultados son acordes a la de la mayor parte de los informes de dosmil3Estrategias. La falta de información es sorprendente tras 25 años de gobiernos municipales democráticos. Así se ofrece, por primera vez, un cuadro de datos cuantitativos sobre el uso del Teatro principal en la memoria de 1997.

La constatación es la ausencia de un proyecto político de cultura para Puerto Real por parte de los responsables municipales.

Este déficit se ha intentado corregir con la creación del Consejo municipal de cultura de Puerto Real: "en cuanto a la funcionalidad parece ser que sus aspectos organizativos se han llevado correctamente, pero no así las funciones más operativas" (12). Nos encontramos, de nuevo, ante otra característica común a la mayor parte de las administraciones públicas españolas: la creación de supuestos órganos de participación con su correspondiente desarrollo reglamentario que garantiza la liturgia de la participación pero no su efectividad. La participación efectiva de agentes e instituciones permitiría aumentar el conocimiento de la realidad del sector. Además las propuestas que se generasen gozarían de una mayor legitimidad y tendrían mayor grado de aplicabilidad.

Los críticos alegarán que la participación de colectivos en lo público es partidiana. Por supuesto. La participación es importante porque mejora el conocimiento de la realidad, aporta nuevas realidades y nuevas formas de actuación, pero es el Ayuntamiento el responsable democrático para resolver entre los posibles conflictos en aras del interés general y de los objetivos últimos de la política municipal del equipo de gobierno.

En cuanto a la organización municipal, hasta el 2001 no hay un organigrama del departamento de cultura, pese a que ha habido voluntad política de conformar un personal especializado estable en gestión de actividades culturales desde los años ochenta. Las posibilidades de desarrollo organizativo existen en los municipios españoles, así la estructura administrativa de Sagunt es mucho más potente con la existencia de la Fundación Municipal de Cultura.

En el caso de Narón se cuenta con un órgano específico, el Patronato de la Cultura, y un órgano transversal, Servicio Sociocomunitario. El propio informe señala que "con unos presupuestos semejantes a los de Puerto Real se alcanza unos rendimientos mucho más optimizados".

"De este modo, de manera genérica, podemos afirmar que ha existido una politización de Cultura con objetivos a corto plazo (normalmente electorales o personales), pero una escasa Política Cultural ya que se ha adolecido de Cultura Política, al plantear la cultura como un producto del poder político, cuando debería haber sido éste el producto de una cultura" (13).

El triste resultado del informe permite destacar, al menos, dos hechos. El primero la valentía del Ayuntamiento de Puerto Real al encargar este estudio de evaluación a un agente externo, la Universidad de Cádiz, sabiendo de lo desolador del panorama. Desolación común a la mayor parte de medianos municipios españoles y, no tan sólo, en el ámbito de la política cultural.

El segundo es que dosmil3Estrategias puede servir de revulsivo para el inicio de un efecto de extensión de este tipo de estudios sobre otros municipios y otras políticas sectoriales.

Informe sobre los Agentes Culturales (Movimientos sociales)

La inclusión de este informe en dosmil3Estrategias es indicativa de la superación, por parte de los autores, del binomio entre política pública y actuación pública. Los agentes culturales, en especial los movimientos sociales, son una par-

te fundamental de la realidad cultural y por tanto deben ser incluidos en la descripción de ésta. Pero, además, "las políticas de gestión cultural requieren cada vez más de una activa participación ciudadana para su viabilidad práctica y legitimidad democrática" (14).

El concepto de corresponsabilidad se está abriendo camino en unas administraciones públicas que seguramente han de ser más humildes, pero sin olvidar su deber de liderazgo democrático. La corresponsabilidad supone incorporar a los ciudadanos y a las entidades en la resolución de las cuestiones públicas, y asumir que la administración pública no es autosuficiente ni dispone del monopolio del interés público. El proceso de cambio conduce a la creación de una dinámica de diálogo y cooperación, en la que lo importante no es tanto quién hace qué, sino el resultado, lo que se consigue.

Ni toda la sociedad es civil, ni toda la administración es pública. Los responsables de las políticas culturales han de manejarse con unos interlocutores de configuración magmática, en una realidad híbrida en la que lo público deja de ser propiedad privada de la administración pública.

El informe consiste en un mapa descriptivo del tejido asociativo y en la valoración de su situación a partir de la técnica DAFO. Como en otros casos es de lamentar la existencia de mejores fuentes estadísticas. Pese a esta dificultad el informe aborda un amplio abanico de cuestiones relevantes para la política cultural tanto relacionadas con los aspectos internos de las entidades como con las relaciones con otros actores.

Informe sobre interacciones, concurrencias y competencias

Este informe podría ser utilizado como primera clase de un curso de políticas culturales en el ámbito local, puesto que sitúa ésta en su entorno conceptual y competencial.

"El autor ha partido de una hipótesis que intuía desde su práctica profesional diaria. La misma es rotunda y puede que resulte dramática, pero a lo largo del informe la veremos confirmada en gran medida. Esta hipótesis es que no existe una política cultural en Puerto Real. Pero desdramaticemos este punto de partida. En primer lugar Puerto Real no es una excepción que confirme ninguna regla de normalidad en políticas culturales públicas. Más bien al contrario, lo más frecuente es que los municipios de nuestra nación carezcan de estrategias culturales a medio y largo plazo. Lo normal es encontrarnos con un activismo del día a

día, con programaciones o criterios de programación que no van más allá de lo que es la temporada y, en el mejor de los casos, con proyectos culturales diversos pero que no encajan en el marco común que debe ser una política cultural planificada y fundamentada" (15).

Esta descripción es totalmente acorde con la línea que se sigue en este artículo. La mayor parte de los profesionales relacionados con la política y la gestión culturales suscribirán estas palabras en un país en el que "a estas alturas desconocemos cuáles son los servicios culturales mínimos que una administración debe prestar al ciudadano".

El informe aborda de forma detallada el marco jurídico y competencial de las políticas culturales. En este ámbito no cabe sino suscribir, también, las palabras del autor: "como resumen podemos afirmar que en las relaciones entre Junta, Diputación y un Ayuntamiento de más de 20.000 habitantes se da un ámbito que según la ley es de cooperación, pero que la práctica normal es de tensiones políticas por los recursos económicos y por la cantidad y calidad de las intervenciones. Se trata de un terreno fértil en conflictos políticos, máxime cuando los partidos o grupos políticos difieren de signo, incluso cuando no" (16).

A continuación el informe aborda el marco conceptual de las políticas culturales y presenta los resultados de entrevistas con responsables políticos e institucionales.

A este informe tan sólo podría pedírsele un apartado de comparación entre la política cultural de Puerto Real y la de otros municipios gaditanos o andaluces. Sin conocer dicha realidad, es probable que esta comparación no sea factible por la ausencia de información y estudios que permitiría realizarla. Se apunta por tanto una tarea pendiente para la Diputación Provincial y para la Junta de Andalucía.

Diagnóstico sobre juventud y política cultural

La inclusión de este informe en dosmil3Estrategias está en la misma línea del dedicado a los movimientos sociales. Supone un ejemplo de vocación integradora por parte de los responsables del proceso de evaluación. Ello es indicativo de la superación de los compartimentos estancos entre las diversas áreas de intervención municipal. Los jóvenes y el tejido asociativo juvenil son una parte fundamental de la realidad cultural y por tanto deben ser incluidos en la descripción de ésta.

"El análisis del tejido asociativo como agente cultural es fundamental para el diagnóstico de la eficacia de una política de recursos y oferta cultural. Su dimensión, estructura, ámbitos de actuación y su comportamiento son indicadores del desarrollo cultural de la comunidad. Su condición de espacios de desarrollo sociocultural y de ámbito de aprendizaje de participación democrática les convierte en contraparte natural de muchas acciones de la política cultural" (17).

Validación

El lector habrá comprobado con anterioridad la importancia que damos a esta etapa desde el acuerdo en uno de los déficit más habituales en los procesos de planificación: "La mayoría de planes estratégicos (de material cultural o de otra índole), habitualmente, se solían quedar en la elaboración de un diagnóstico y a partir de él en la redacción de unas acciones de mejora" (18).

Los procesos de planificación en los que predomina la componente técnica en defecto de la participación de los agentes suelen conducir a las estanterías de los archivos municipales y, con suerte, a las de las bibliotecas universitarias. El diagnóstico no es nunca objetivo, siempre incorpora parcialidad y por ello es importante poder generar consenso sobre esta etapa del proceso. Dosmil3estrategias es un proceso en sí mismo estratégico al incorporar la etapa de validación que favorecerá la aplicabilidad de las propuestas que genere.

**un proceso de planificación
estratégica es en sí mismo
una herramienta
de incorporación de agentes
e instituciones**

Los objetivos de la etapa de validación son básicamente dos: saber cuáles eran los aciertos, fallos y carencias del diagnóstico, y dotar al proceso de evaluación de un tiempo en el que se encauzara la participación del mayor número posible de personas.

La metodología es la de pequeños grupos de análisis sectorial sometidos a la técnica DAFO: debilidades, amenazas, fortalezas y oportunidades. Es curioso destacar que en Iberoamérica esta técnica es conocida como FODA. Esta metodología permite compatibilizar el binomio entre lo técnico y lo político en el pro-

ceso de diagnóstico y evaluación. Además los grupos de análisis son en sí mismos instrumentos de mejora de la participación en el debate sobre la política cultural del municipio. En manos del Ayuntamiento resta la posibilidad de aprovechar la dinámica generada.

Los grupos de análisis se constituyeron por área de intereses: partidos políticos, jóvenes, agentes culturales, consejo municipal de cultura, gestores culturales externos, creadores, movimientos sociales, sectores económicos, comunidad educativa.

Comparación

La comparación permite situar la realidad de Puerto Real con relación a dos municipios españoles. En primer lugar con una realidad geográfica similar, Sagunt, y en segundo lugar con el municipio coruñés de Narón, en una experiencia de *benchmarking*.

Ambos casos son muy válidos para el objetivo de dosmil3Estrategias puesto que permiten detectar similitudes y diferencias, las cuales son especialmente útiles para realizar propuestas y detectar alternativas.

Es de agradecer la presencia de estos dos informes en dosmil3Estrategias ante la ausencia de otros estudios o estadísticas que permitiesen comparar la realidad de Puerto Real con la de otros municipios similares así como la de sus políticas culturales. Por desgracia éstos no existen y no es posible disponer de ratios o estándares de comparación.

Acciones de mejora

La última etapa del proceso dosmil3Estrategias es la de elaboración de propuestas a partir de la presentación de los objetivos y de las acciones de mejora de la política cultural de Puerto Real.

Tras haber contrastado el diagnóstico en la etapa de validación y con los elementos aportados por la comparación, dosmil3Estrategias propone al Ayuntamiento de Puerto Real un bloque de acciones de mejora que derivan del trabajo de evaluación.

Las propuestas se elaboran, fundamentalmente, a partir de las diferentes DA-FOs surgidas a lo largo de todo el proceso. "Pensamos que lo mejor era realizar

un trabajo con los siguientes pasos:

- Recolección de todas las DAFO (Debilidades, Amenazas, Fortalezas y Oportunidades) emergidas de las diferentes fases de la evaluación.
- Síntesis y contraste de estas DAFO.
- Elaboración de un Decálogo DAFO.
- Elaboración y prelación de un pentálogo DAFO.
- Obtención del posicionamiento estratégico.
- A partir del posicionamiento estratégico, redactar las acciones de mejora oportunas, el mapa ideal de espacios y los objetivos de la política cultural de Puerto Real" (19).

Esta etapa habrá sido una de las más dificultosas para el equipo de dosmil3Estrategias. Se trata de realizar un esfuerzo de síntesis para el que se requiere conocimiento de la metodología, pero también un profundo conocimiento de todas las cuestiones aportadas por los diferentes informes y por la participación de los agentes con los que se ha contrastado el diagnóstico. El proceso de síntesis consiste en:

- Eliminar las DAFOs no significativas.
- Detectar posibles contradicciones.
- Concentrar en un solo enunciado las pertenecientes al mismo ámbito.
- Selección de un decálogo con las diez principales debilidades, amenazas, fortalezas y oportunidades.

Naturalmente no nos encontramos ante un ejercicio matemático. Cada una de estas cuatro etapas incorpora un mayor grado de subjetividad. Así, si bien sería posible lograr el acuerdo sobre las posibles contradicciones, será difícil hacerlo sobre la selección del decálogo. De nuevo el análisis del proceso de evaluación nos muestra la imposibilidad de lograr la imparcialidad. Pero ello no impide que el rigor en el método utilizado contribuya a validar los resultados.

Ambas variables, parcialidad y rigor, se mantienen en las dos siguientes etapas: la elaboración de un pentálogo y la de una matriz dafo.

En el pentálogo los miembros del equipo redactor consensúan las cinco principales debilidades, amenazas, fortalezas y oportunidades y las ordenan por el criterio de importancia.

En la matriz dafo se cuantifica y cruza el intorno (debilidades y fortalezas) con el entorno (amenazas y oportunidades). La matriz proporciona, numéricamente, cuál es la posición estratégica de la política cultural de Puerto Real. Del posicio-

namiento estratégico pueden surgir cuatro escenarios o estrategias:

-Estrategia de supervivencia. Debilidades a superar para defendernos de las Amenazas.

-Estrategia adaptativa. Debilidades a superar para aprovechar las Oportunidades.

-Estrategia defensiva. Fortalezas a reforzar para minimizar las Amenazas.

-Estrategia ofensiva. Fortalezas a reforzar para aprovechar las Oportunidades" (20).

Si bien la metodología así expuesta parece sencilla, la participación en procesos de planificación estratégica demuestra la dificultad de su aplicación. Tomemos como ejemplo la definición de intono y entorno. La metodología es clara. Las fortalezas y debilidades dependen directamente de la organización, por tanto son mejorables o subsanables, mientras que las oportunidades y amenazas no dependen directamente de la organización.

El problema radica, en este caso, en la delimitación de la organización. Ésta puede ser la delegación de cultura, el conjunto del Ayuntamiento, la política cultural del municipio, etc. La delimitación de la organización supone mover la frontera entre los que consideramos intono y entorno. Así, si se considerará tan sólo organización a la delegación de cultura, el resto de la organización municipal formaría parte del entorno. Por el contrario si la organización es la política cultural se está incluyendo en la organización al municipio y a los agentes culturales. Volvemos, así, a una de las cuestiones claves del proceso de evaluación: la participación.

En la presentación de la etapa de validación los responsables de dosmil3Estrategias exponían que buena parte de los planes estratégicos se solían quedar en la elaboración de un diagnóstico técnico del que derivaban, no siempre, unas acciones de mejora. Una buena muestra son los encargos que realizan pequeños municipios a consultores externos para la elaboración de un plan estratégico, sin contar con la participación de agentes sociales y otras instituciones. En ocasiones se justifica esta ausencia porque encarecería los costes del proyecto. El resultado son planes estratégicos en los que la dimensión del entorno supera con creces a la del intono. La incapacidad para consensuar con agentes sociales e instituciones un plan estratégico hace que la frontera de la organización se mueva, de forma que el entorno aumenta a costa del intono.

Un proceso de planificación estratégica es en sí mismo una herramienta de

incorporación de agentes e instituciones a los espacios de participación y consenso sobre el futuro de un territorio o sector. A través del consenso y de la capacidad de negociación, se consigue incorporar más y mejores recursos y por tanto aumentar el intorno y reducir el entorno. Sería ésta la diferencia entre un plan municipal (del Ayuntamiento) y un plan del municipio (del conjunto de la ciudad).

Sin embargo la planificación estratégica es, en este sentido, tan sólo una herramienta más que debe actuar en un contexto en el que el consenso y la negociación formen parte de los hábitos políticos.

En el caso de Puerto Real la distinción entre intorno y entorno viene marcada, en buena parte, por el propio encargo. Del análisis de la dafo elaborada se desprende que la frontera entre intorno y entorno se sitúa entre la política cultural y la política municipal. Buena parte de las fortalezas y debilidades detectadas corresponden a la organización municipal, pero no todas. Algunas corresponden al propio municipio y a ámbitos de la gestión municipal ajenos a la delegación de cultura. Lo mismo sucede con oportunidades y amenazas.

En relación con las oportunidades y amenazas destaca el hecho de considerar al tejido asociativo y a los agentes culturales dentro del entorno y no del intorno. No es ésta una crítica al equipo responsable de dosmil3Estrategias, al contrario. El equipo muestra su rigor al recoger cuál es la situación de Puerto Real. Sería deseable contar con una política cultural consensuada y participativa, pero esto es un objetivo y no una realidad. Así uno de los informes recoge la poca operatividad del consejo municipal de cultura que debería ser una pieza fundamental de participación.

Finalmente las acciones de mejora quedan divididas en cuatro bloques: las que se proponen para superar debilidades detectadas, para aprovechar mejor las oportunidades, las que por su importancia deben estar presentes en este estudio, y los objetivos generales de la política cultural de Puerto Real.

El libro blanco de las industrias culturales de Cataluña

Algunos de los aspectos del proyecto realizado por la Universidad de Barcelona permiten ejemplificar diversas cuestiones relacionadas con la evaluación de las políticas culturales y confirmar las lecciones de dosmil3Estrategias.

El proyecto nace de la creación, por parte del Parlamento, del Instituto Catalán de las Industrias Culturales con el objetivo de impulsar el desarrollo de las industrias culturales en Cataluña. La ley de creación del Instituto incluye la obligación de presentar al Parlamento un libro blanco de las industrias culturales de Cataluña, el cual ha de realizar un diagnóstico del sector.

El primer problema del proyecto fue la definición del ámbito de las industrias culturales que se reduce tradicionalmente en el ámbito académico a aquellos sectores de la cultura dedicados a la producción y la comercialización de libros, prensa, productos audiovisuales y fonogramas, y a los servicios de radio y televisión, es decir, a aquellas actividades en las que se aplican procedimientos y formas de trabajo industrial en diferentes momentos de su proceso de producción. Sin embargo, éste no ha sido el criterio aplicado en este trabajo. El concepto de industria cultural utilizado engloba aquellas actividades mercantiles como las de las artes plásticas, las artes escénica o la música en vivo. La inclusión de estos sectores con procesos de producción más artesanales obedece al reto de consolidar un tejido empresarial en todos los sectores culturales de Cataluña que permita conectar la creación local con los circuitos internacionales e incrementar el consumo cultural.

Asistimos, por tanto, a una muestra de la combinación de elementos académicos y políticos. A la definición académica del sector se añade el objetivo político de aumentar las características industriales del sector.

La primera parte del trabajo, al igual que en el proceso de dosmil3Estrategias, recoge el diagnóstico realizado por los diferentes equipos de análisis sobre los siete sectores con actividad mercantil en la producción y la distribución de bienes y servicios culturales.

La segunda parte consta de un diagnóstico estratégico, centrado en los ocho aspectos más relevantes para la viabilidad y el desarrollo del conjunto de las industrias culturales de Cataluña.

La experiencia internacional conforma la tercera parte del trabajo. Por un lado, la búsqueda y la descripción de un conjunto ilustrativo de experiencias exitosas de diferentes países de nuestro entorno cultural. Por otro la invitación a Cataluña de dos académicos de prestigio internacional para conocer la realidad de las industrias culturales catalanas.

La última parte del trabajo recoge de forma integrada y sintética los prin-

cipales resultados de la investigación realizada. Se inicia con un diagnóstico integrado sobre la situación en que se encuentran las diferentes industrias, y a partir de la evaluación de las características genéricas de cada sector se realiza un análisis dafo. A continuación, se describen las diferentes formas de intervención gubernamental de apoyo a las industrias culturales de Cataluña. Finalmente se presenta el apartado de conclusiones con los retos, alternativas y propuestas de intervención.

En el desarrollo del proyecto una de las cuestiones clave, al igual que en dosmil3Estrategias, fue la definición del ámbito de actuación. En este caso, qué se consideraba política de apoyo a las industrias culturales.

El diseño de una política de apoyo a las industrias culturales ha de tener en cuenta a los diversos actores que concurren y a los diferentes ámbitos de intervención. El gobierno de la Generalitat y el Parlamento de Cataluña no son los únicos protagonistas de la política cultural en Cataluña. El resto de administraciones públicas catalanas pueden incidir en su respectivo ámbito territorial. Adicionalmente, el Gobierno y las Cortes españolas, así como las instituciones europeas, actúan desde su ámbito de competencia con medidas reguladoras y de apoyo de gran trascendencia para el sector.

los procesos de evaluación han de responder a una voluntad de cambio y de mejora

Por otro lado, desde Cataluña se puede actuar directamente con medidas de apoyo específicas sobre las empresas y la producción cultural catalana, o a través de la regulación sobre el conjunto de la producción cultural presente en el mercado catalán.

Respecto a los propósitos, el sujeto principal del diagnóstico y las recomendaciones de política cultural son los poderes públicos catalanes, y en concreto el Instituto Catalán de las Industrias Culturales.

¿Qué podemos aprender?

En primer lugar que el once de septiembre de 2001 sucedieron más cosas en el mundo, entre otras que la representación de la Universidad de Cádiz

acudió a una reunión con la Subdirectora del Instituto Andaluz de la Juventud en Sevilla y se consiguió la financiación para este proyecto.

En nuestro ámbito que los procesos de evaluación, para no ser meros ejercicios académicos, han de responder a una voluntad de cambio y de mejora. Es el caso de dosmil3Estrategias en el que el Ayuntamiento de Puerto Real realiza el encargo a una institución externa y ésta lo ejecuta incorporando la participación de otros agentes.

Un ejercicio académico puede abordar los diversos aspectos de un proceso de evaluación. Pero un proyecto como dosmil3Estrategias debe incorporar la aplicabilidad de las propuestas que genere. En el mismo proceso debe decidirse qué cuestiones evaluar en función de sus posibilidades de cambio.

La lectura de dosmil3Estrategias nos reafirma en la necesidad de superar el déficit de conocimiento en diversas áreas de la realidad cultural. Son necesarios, entre otros, estudios sistemáticos de la oferta cultural que permitan realizar comparaciones a partir de la definición de estándares.

Evaluar las políticas culturales exige que éstas hayan sido definidas previamente. El caso de Puerto Real es una muestra más de la necesidad de avanzar en el establecimiento de unos derechos culturales de la ciudadanía y de unos deberes derivados para las administraciones públicas cada una de ellas desde su respectivo ámbito competencial.

La evaluación de las políticas públicas debe contribuir a superar la visión administrativa de lo público. El interés público local es más que la actuación administrativa de la organización municipal. El proceso de evaluación permite utilizar instrumento de participación, de forma que más y mejores agentes y recursos se incorporan a la planificación y la gestión de lo público.

El proyecto dosmil3Estrategias es, también, un ejemplo de coherencia entre los elementos técnicos y políticos mediante la participación de diversos agentes en el proceso, especialmente en la etapa de validación, la que permite contrastar la realidad dibujada por los informes técnicos con la visión de los participantes.

Los retos no son monopolio de la clase política. La incorporación de la evaluación a las políticas culturales es responsabilidad de los políticos, pero también de los propios gestores que pueden contribuir a hacer avanzar el uso

de las técnicas de evaluación. Las dificultades no deben impedir el desarrollo de procesos de evaluación en las administraciones públicas y, en concreto, en el ámbito de las políticas culturales. El compromiso de las áreas y miembros de la organización pública en la consecución de las finalidades es proporcional al conocimiento previo sobre cómo serán evaluados sus actividades y resultados. Y ello redundará en una mejora de la política y de la gestión culturales públicas.

A.G.

Coordinador académico del Máster en Gestión Cultural de la Universidad de Barcelona.

1 Informe Introductorio sobre el concepto de política cultural. Elaborado por: Antonio Javier González Rueda.

2 Presentación. José Antonio Barroso Toledo. Alcalde de Puerto Real.

3 Informe sobre Política Cultural del Ayuntamiento de Puerto Real 1975 - 2000. Elaborado por: Julián Oslé Muñoz.

4 Informe sobre Política Cultural del Ayuntamiento de Puerto Real 1975 - 2000. Elaborado por: Julián Oslé Muñoz.

5 Introducción. Antonio García Morilla. Vicerrector de Extensión Universitaria y Director Académico del Proceso de Evaluación.

6 Introducción. Antonio García Morilla. Vicerrector de Extensión Universitaria y Director Académico del Proceso de Evaluación.

7 Prólogo. Elaborado por: Antonio J. González Rueda y Salvador Catalán Romero. (Dirección Científica del proceso de evaluación).

8 Prólogo. Elaborado por: Antonio J. González Rueda y Salvador Catalán Romero. (Dirección Científica del proceso de evaluación).

9 Informe Geográfico del municipio. Informe elaborado por: Manuel Arcila Garrido y María Domínguez Hernández. Área de Análisis Geográfico Regional. Universidad de Cádiz.

10 Informe Estudio de Usos, Hábitos y Demandas Culturales. Elaborado por: Carlos Paradas García y Miguel Rodríguez Rodríguez. (CRAC).

11 Informe Estudio de Usos, Hábitos y Demandas Culturales. Elaborado por: Carlos Paradas García y Miguel Rodríguez Rodríguez. (CRAC).

12 Informe sobre Política Cultural del Ayuntamiento de Puerto Real 1975 - 2000. Elaborado por: Julián Oslé Muñoz.

13 Informe sobre Política Cultural del Ayuntamiento de Puerto Real 1975 - 2000. Elaborado por: Julián Oslé Muñoz.

14 Informe sobre los Agentes Culturales (movimientos sociales). Elaborado por: Carlos Paradas García y Miguel Rodríguez Rodríguez (CRAC).

15 Informe sobre Interacciones, Concurrencias y Competencias. Elaborado por: Luis Ben Andrés.

16 Informe sobre Interacciones, Concurrencias y Competencias. Elaborado por: Luis Ben Andrés.

17 Diagnóstico sobre Juventud y política cultural. Elaborado por: Carlos Paradas García y Miguel Rodríguez Rodríguez (CRAC).

18 Introducción a la metodología sobre los grupos de Análisis. Elaborado por: Antonio J. González Rueda y Salvador Catalán Romero.

19 Prólogo. Elaborado por: Antonio J. González Rueda y Salvador Catalán Romero (Dirección Científica del proceso de evaluación).

20 Metodología de Trabajo del grupo redactor de acciones de mejora. Elaborado por Antonio J. González Rueda.

DOS CAMPOS APRENDIENDO A CONVIVIR

Ximena Varela

El término "marketing" ha dejado ya hace algún tiempo de ser una novedad en el ámbito cultural. Desde grandes museos capitalinos a pequeños teatros provinciales, desde grupos folkloristas a sitios de excavaciones arqueológicas, ha penetrado y sido repetido, abrazado o repudiado por los más diversos personajes y actores del quehacer cultural. Para unos, se ha convertido en sinónimo del Santo Grial, en aquello que, si se adopta adecuadamente y de acuerdo a ciertas fórmulas de consabido éxito, mantendrá a la organización cultural a salvo de las embestidas de la falta de recursos estatales, los cambios demográficos, las nuevas formas competitivas, y, en general, de otros cambios en el mercado. Para otros, mencionar "marketing" y "cultura" en la misma frase equivale a un sacrilegio. Esto no es más, afirman, que un intento más de colocar un signo monetario a lo que no tiene precio, un intento de cuantificar, reducir a su mínima expresión lo que es la más sagrada expresión de los pueblos.

**"cultura" y "marketing" están
cada vez más yuxtapuestos,
en un nuevo campo
de práctica y estudio
que es el marketing cultural**

Uso los términos religiosos de Santo Grial y sacrilegio intencionalmente, ya que poco se compara al fanatismo con que una y otra facción defiende su posición y ataca a la otra, o la intransigencia con la que suelen encarar el tema del marketing cultural. Estas posturas son tomadas con enorme fuerza por practicantes del sector cultural (1) así como por académicos. Por un lado están aquellos que avizoran el travestismo del sector cultural frente al peso del mercado, mientras por otro hay quienes insisten en que la única solución para la supervivencia de las organizaciones culturales es su adecuación al mismo.

Ya sea una unión de amor o de conveniencia, es difícil escapar a la realidad de que "cultura" y "marketing" están cada vez más yuxtapuestos, en un nuevo

campo de práctica y estudio que es el marketing cultural. Y como en todo matrimonio, los términos de la convivencia están dados por las expectativas, valores y flexibilidad de uno y otro. Tratándose de un matrimonio moderno, la unión en sí no conlleva connotaciones de sumisión del uno al otro, o de mayor jerarquía de una u otra parte, sino que queda abierta a la definición por cada uno de los actores que asumen este tipo de vínculo. Es precisamente este el meollo de la cuestión: en parte los debates y conflictos acerca de marketing cultural suceden al atribuírsele intenciones que éste no posee. En diversos congresos del sector cultural y empresarial, en recintos académicos y tertulias de amigos, se suceden acalorados debates acerca de la compatibilidad de cultura y marketing, debates en los cuales se adivina (además de preocupación por la "pureza" de uno u otro campo) cierto temor acerca de las criaturas que pueda engendrar esta conjunción.

Sugiero que este temor se funda parcialmente en cómo se han practicado o aplicado algunos elementos del marketing en el sector cultural y en el ocasional aprovechamiento desmedido del sector cultural por parte del sector empresarial. Es cierto que abundan los ejemplos en los cuales instituciones culturales han sido explotadas o sometidas a presiones de sus socios comerciales que son inaceptables desde un punto de vista artístico o de conservación patrimonial. Pero también afecta el debate la falta de conceptualización clara de en qué consiste el marketing (el cual suele ser tomado erróneamente como sinónimo de publicidad o comercialización). Esto hace que no se identifiquen y resalten aquellas prácticas y comportamientos que desarrollan las instituciones culturales tradicionalmente, y que se ajustan perfectamente a su verdadera acepción. Es decir, no hay institución cultural que no desarrolle esfuerzos de marketing cultural, lo reconozcan o no.

Este trabajo busca hacer un aporte constructivo a la conceptualización del marketing en el campo de la cultura, mostrando como el papel social de las organizaciones culturales y el objetivo fundamental del marketing constituyen un fuerte punto de contacto entre ambos. Con este fin, pretende aclarar el concepto de marketing en general, y su aplicación al sector cultural en sentido amplio. Tras una breve exploración de las connotaciones negativas que estos han adquirido en su aplicación a la cultura, introduce algunos de los conceptos fundamentales del marketing y plantea un marco de referencia en el que estos se vinculan a actividades y preocupaciones tradicionales de las organizaciones culturales. Continúa con una discusión de las semejanzas y diferencias del marketing cultural, el marketing de servicios y el marketing de causas. El ensayo concluye con algunas sugerencias acerca de la dirección futura que podría to-

mar la investigación sobre este tema.

MARKETING: CONCEPTOS FUNDAMENTALES

El Marketing, como disciplina formal, surge en los Estados Unidos en los años 20, aunque es recién a mitad del siglo veinte que ocurre su gran crecimiento, marcado por la expansión de la sociedad de consumo de la cual ese país es el baluarte (2). En sus comienzos ponía un fuerte énfasis en la publicidad, a tal punto que aún hoy le es muy difícil al público en general separar ambos conceptos. Desde luego que informalmente las prácticas que se asocian con el marketing se practican desde que el hombre ha efectuado algún tipo de intercambio de información y bienes para lograr sus fines específicos, pero es en ese momento que el estudio de estos intercambios se formaliza y pasa a ocupar un lugar cada vez más importante en universidades y empresas.

de la definición de marketing se desprenden sus conceptos fundamentales: planificación, ejecución, conceptualización de productos, precios, promoción, creación de intercambios

De sus orígenes asociados a la publicidad, esta área de conocimiento se expandió hasta abarcar temas tales como canales de distribución, diseño de productos, empaquetamiento, estudios de público, sistemas de información, relaciones públicas, manejo de medios, posicionamiento, análisis de competitividad, etc. Hoy en día constituye un campo de gran complejidad que busca, paradójicamente, simplificar el acceso del consumidor al producto que esté ofreciendo una organización. El marketing es, por lo tanto: "el proceso de planificar y ejecutar la conceptualización, fijación de precios, promoción y distribución de ideas, bienes y servicios para crear intercambios que satisfacen objetivos individuales y organizacionales" (3). Los conceptos de marketing, si bien no son neutros no tienen por qué tener las connotaciones negativas que se les han adjudicado. El marketing es un conjunto de herramientas, no una ética.

De la definición de marketing se desprenden sus conceptos fundamentales: planificación, ejecución, conceptualización de productos, precios, promoción, creación de intercambios, objetivos individuales y organizacionales. En este ensayo no ahondaré en el tema de planificación y ejecución, ya que exceden el al-

cance de esta discusión (4). De esto sólo mencionaré que la planificación y ejecución son también tareas habituales del sector cultural; en este sentido ambos campos son similares, aunque al intentar realizarlos al unísono entran elementos de coordinación. Este tema lo exploraré más adelante al discutir la composición de la llamada "mezcla de marketing" (*marketing mix*).

Satisfacción de necesidades

La definición de marketing se refiere a la satisfacción de objetivos individuales y organizacionales. En el sector empresarial, los objetivos organizacionales son satisfechos al maximizar las utilidades provenientes de sus actividades. Esto se hace a través de conocer bien al consumidor (el "individuo" de la definición), analizar sus necesidades, y determinar de qué manera la empresa puede satisfacerlas. Estas necesidades individuales pueden ser fisiológicas, de seguridad, sociales, de estima, o auto-actualización (5), y la investigación de marketing busca identificar, para cada grupo de potenciales consumidores, cuáles son las de mayor importancia y de qué manera han de presentarse (o aun modificarse) los productos para lograr la mayor cantidad de ventas posibles. Dicho de otra manera, la necesidad organizacional, el éxito organizacional, está definido por la cantidad de dinero generado.

Esto es uno de los aspectos que tanto espantan a practicantes en el sector cultural, que ven la idea de aplicar conceptos de marketing como una inevitable comercialización de la cultura. Pero nótese que esto es sólo porque el objetivo particular de la empresa comercial es maximizar utilidades, la definición de marketing sólo se refiere a la consecución de objetivos organizacionales, que bien pueden definirse de otra manera (por ejemplo, transmitir el valor de la música folklórica entre la juventud). De la misma manera a menudo se confunde a las necesidades individuales, ya que muchas organizaciones culturales se concentran sobre un solo tipo de necesidad humana, la de auto-actualización (desarrollo y realización personal). Es así que, aunque etimológicamente derive de la palabra "mercado", con sus connotaciones de economía neoclásica, el campo de marketing deja lugar para interacciones que pueden no regirse estrictamente por cuestiones de oferta o demanda.

Las organizaciones culturales cumplen funciones sociales que van mucho más allá de auto-actualización (6), y es limitar la capacidad y poder de las organizaciones culturales ignorar los otros cuatro tipos de necesidades. Prestar atención a la gama completa puede resultar en satisfacer la necesidad organizacional de supervivencia y difusión de una manifestación cultural en particular,

y enaltecer la variedad y gama de aportes que la organización puede hacer a las personas.

Como este ensayo no pretende ser un tratado sobre los conceptos fundamentales del marketing, sino una descripción de sus conexiones al sector cultural, sólo trataré algunos de los conceptos fundamentales del campo, y no ahondaré en una explicación didáctica de cada uno de ellos. En particular me referiré al análisis del ambiente externo y a la mezcla de marketing.

Marketing y el Entorno de las Instituciones Culturales

Toda organización o sitio cultural tiene a su alrededor una variedad de actores que afectan sus posibilidades de acción y sus probabilidades de crecimiento o supervivencia. En forma intuitiva, la enorme mayoría de instituciones culturales han aprendido a navegar este ambiente externo con mayor o menor éxito, estableciendo relaciones con gobiernos nacionales y locales, identificando artistas y docentes, evaluando, criticando o emulando a instituciones semejantes, etc. Todas estas actividades tienen una correspondencia casi perfecta con una de las herramientas fundamentales del marketing: el análisis del entorno, o ambiente externo. El objetivo de este análisis es dar a la institución cultural una idea clara de cuál es su lugar en la constelación de actores que le rodean y afectan.

**la mezcla de marketing,
constituida por Producto,
Precio, Promoción
y Distribución, es uno
de los conceptos fundamentales
de esta disciplina**

Uno de los aportes más importantes al análisis del entorno ha sido el hecho por Michael Porter con su modelo de 5 fuerzas competitivas (7). Estas cinco fuerzas son: el riesgo de que nuevos competidores ingresen al sector, la amenaza de potenciales sustitutos, el poder negociador de los consumidores, el poder negociador de los proveedores, y el grado de rivalidad entre los competidores existentes. Por supuesto que el primer paso es definir cuál es el sector que corresponde a nuestra institución. Esto puede ser "el sector cultural", pero tiene la desventaja de ser demasiado amplio y probablemente no esclarezca mucho el panorama. Por eso sugiero utilizar "sector" para definir áreas más acotadas, por

ejemplo "educación", "entretenimiento", "investigación", "turismo", etc. En este sentido, la aplicación del modelo de Porter es diferente de la que se hace en el sector industrial, pues allí sólo se considera que la empresa pertenece a un único sector. Pero para las instituciones culturales esto no es así, sino que suelen pertenecer a varios sectores simultáneamente. Esto significa que la institución cultural deberá realizar, para llevar a cabo su planificación, un análisis sectorial para cada uno de los campos en los cuales actúa, y una jerarquización de la relativa importancia de cada sector para la institución. Nótese que "sector" está definido, en la aplicación que le estoy dando al sector cultural, no precisamente por disciplina sino por la función que cumple con respecto al público.

Imaginemos por ejemplo el caso de un museo de niños, dedicado sobre todo a la educación y entretenimiento de niños y sus familias. En ocasiones recibe visitas de turistas, pero sus principales funciones son educativas y lúdicas. Este museo actúa entonces en por lo menos tres sectores: educación, entretenimiento y turismo, pero claramente priman los primeros dos. ¿Cómo se aplica el modelo de Porter a este caso?

En primer lugar está el análisis del riesgo de que nuevos competidores ingresen al sector. Para nuestro caso, esto sería la probabilidad de que se establezcan ya sea otros museos para niños, o que museos de disciplinas especializadas (historia, arte, etc.) desarrollen actividades que compitan directamente con nosotros por el mismo público. La pregunta central aquí es ¿cuál es la probabilidad de que ingrese al sector una institución que satisfaga al mismo público que nosotros con un ofrecimiento idéntico o similar? Quizás la probabilidad de que surja un nuevo museo para niños sea remota, pero la de que otros museos desarrollen actividades lúdicas y educativas competitivas puede ser alta.

El segundo elemento a analizar es la amenaza de potenciales sustitutos, es decir, aquellas instituciones que si bien no pertenecen al sector, ocupan un lugar intercambiable en la mente de mis usuarios. En el ejemplo que desarrollamos aquí, un sustituto puede ser un parque de diversiones (en caso de concebirlo como entretenimiento familiar) o talleres, visitas a otros museos (en caso de concebirlo como educación), etc.

El siguiente elemento es el poder negociador de los consumidores. ¿Cuánta presión pueden ejercer los usuarios sobre nosotros para que modifiquemos nuestros ofrecimientos y actividades? Si nosotros somos los únicos ofreciendo ciertos tipos de servicios y actividades, o los únicos prestando atención a cierto tipo de público (y los museos de niños tienen una clara ventaja en este sentido),

entonces el poder negociador de los usuarios es mucho menor. En cambio, si pertenecemos a un sector donde existen una gran cantidad de actores (por ejemplo teatro infantil en época de vacaciones), el poder negociador de los usuarios es mayor, ya que pueden influir mucho más en precios, selección de programación, etc.

El poder negociador de los proveedores se refiere al poder que pueden tener quienes proveen a la institución cultural de los servicios y productos que necesita para funcionar. En el caso del museo de los niños, estos pueden ir desde los fabricantes de Crayolas que se utilizan en los talleres, hasta los docentes contratados para liderarlos. En el caso de orquestas y teatros el poder de los proveedores (los músicos y actores) puede ser considerable (sobre todo porque es difícil y costoso encontrar sustitutos adecuados con facilidad).

El elemento final del análisis de Porter es el grado de rivalidad entre los competidores existentes. Si la institución cultural se encuentra en un sector con alto grado de rivalidad, esto afectará la fijación de precios, programación, contratación de artistas, consecución de fondos estatales o privados, etc. Un análisis del grado de rivalidad, y de la naturaleza misma de los competidores existentes, puede llevar, en lugar de a un conflicto, a oportunidades de cooperación para fortalecer a dos o más instituciones. Es de esta forma que, por ejemplo, los museos en una de las principales avenidas de Filadelfia, EE.UU., se unen para un esfuerzo anual de atraer a los estudiantes universitarios de las más de 40 universidades de la zona, maximizando su exposición a este público objetivo (8). Ésta es también la lógica detrás de las ferias de artesanos, las ferias de libros, la programación conjunta entre compañías de arte escénica y, más recientemente (y particularmente en el caso de muchas exposiciones en San Pablo, Brasil) la colaboración entre escenógrafos y artistas plásticos.

Una vez realizado el análisis de las cinco fuerzas, la institución debe determinar cuál es la que tiene mayor peso para su funcionamiento. Hay instituciones para las cuales la amenaza de sustitutos y nuevos competidores es casi nula, pero donde el poder negociador de sus proveedores es crítico. Estas deberán, entonces, concentrar gran parte de su planeamiento estratégico en evitar problemas con sus proveedores (sin descuidar las demás). ¿Cuál es la ventaja que una institución cultural observa al usar esta herramienta? Dado que uno de los principales problemas del sector cultural es la falta de recursos, un análisis de este tipo permite concentrar esos pocos recursos en las áreas donde tendrán el mayor impacto en la institución.

La Mezcla de Marketing: Producto, Precio, Promoción (Comunicación) y Distribución (9)

La mezcla de marketing, constituida por Producto, Precio, Promoción y Distribución, es uno de los conceptos fundamentales de esta disciplina. La combinación de los cuatro elementos es lo que define la estrategia de marketing, y la probabilidad de éxito de nuestro ofrecimiento. La coordinación entre las cuatro es fundamental: un ofrecimiento cultural que tenga un precio adecuado para el público pero que carezca de promoción probablemente fracasará, y así con cualquier combinación inadecuada de los cuatro componentes. En esta sección describo los elementos de la mezcla de marketing, y la forma en que su análisis proporciona herramientas invaluable para la difusión y desarrollo de eventos culturales.

Producto

Si acordamos con Maslow en que existen cinco tipos fundamentales de necesidades humanas, y estamos abiertos a la posibilidad de que una institución cultural pueda satisfacer cualquiera (o varias de ellas), llega el momento en que se debe tomar una decisión acerca de sobre cuáles concentraremos nuestros esfuerzos. El ser capaces, en teoría, de dirigirnos a una, dos o las cinco no significa que automáticamente tengamos que destinar recursos a todas. De hecho, es casi imposible para la mayoría de las instituciones culturales (que son de mediano y pequeño tamaño) dispongan de los recursos (financieros, humanos y de tiempo) para poder hacerlo. De modo que se trata de una decisión importante: ¿a qué público nos dirigiremos, para satisfacer qué tipo de necesidades y de qué manera? La respuesta a estas preguntas nos dará el posicionamiento que le daremos al ofrecimiento cultural; es decir, el lugar que nuestra propuesta ocupará en las mentes de nuestros públicos objetivos. Este posicionamiento se puede realizar en varias formas, por ejemplo en relación a otras instituciones culturales (haciendo hincapié en ser la compañía de teatro más *avant-garde*, más tradicional, más premiada, etc.), atributos específicos (revolucionario, emocionante, original, auténtico, romántico, etc.), o por tipos de usuarios (ideal para asistir en familia, ideal para parejas, para amantes de los haiku, etc.). El posicionamiento, por lo tanto, está basado en el producto y sus atributos intangibles y tangibles, así como en las características y necesidades del público objetivo.

El uso de la palabra "producto" es otro de los puntos álgidos del uso de marketing en el sector cultural. La palabra evoca visiones pesadillezas de un sector cultural sujeto a las vicisitudes de la oferta y la demanda, resultando en una

desvalorización de todo aquello que no es comercialmente viable (y de hecho ha habido instituciones culturales que han sacrificado su calidad en el altar de la viabilidad comercial). Pero recordemos que la viabilidad comercial es un objetivo del sector comercial, que no tiene por qué trasladarse al sector cultural. De hecho la definición de "producto" es factible de transposición: es un manajo de atributos que satisfacen las necesidades de un individuo (10). En este sentido, es tanto aquello específico, tangible o intangible que se lo ofrece al público (un concierto, una exposición, una serie de conferencias) como todos los elementos que corresponden a la experiencia de asistir (consumir) ese producto.

Una de las razones por la cual el uso de "producto" junto con "cultura" despierta tanto antagonismo tiene que ver con el temor de que el ofrecimiento cultural sea modificado según los requerimientos de un mercado maximizador de utilidades. Otro tipo de amenaza de modificación tiene que ver con las presiones que pueden ejercer sobre una institución fundaciones, empresas, y otras fuentes de financiamiento (en el caso del gobierno a menudo toma la forma de censura) como condición de brindar su apoyo (lo cual constituye otra instancia de búsqueda de equilibrio de oferta y demanda).

**gran número de investigaciones
se han centrado
en los procesos de decisión
y adopción
de los consumidores**

No negaré que instancias de uno u otro ocurren, pero estoy de acuerdo con Colbert (11) en que hay formas de modificar el "producto" sin interferir con su esencia. ¿Cómo es esto posible? Colbert ofrece una definición de producto en la cual este consiste de: a) el producto central u objeto mismo, b) servicios relacionados, y c) el valor afectivo o simbólico que el consumidor asigne al producto. Este desglosamiento del objeto en varios componentes ciertamente no es ninguna novedad para quienes trabajan en cultura, de hecho constituye la base teórica en la cual se ha fundado el estudio de todo tipo de manifestación cultural. Aplicado a la difusión de un ofrecimiento cultural, el "producto" desde el punto de vista de marketing pasa a ser el objeto más sus significados históricos, culturales, etc. Al intentar transmitir todo esto a un público, es que se plantean

los servicios relacionados al mismo (por ejemplo, si una visita guiada acompañará una muestra fotográfica, si se presentarán súper-títulos junto a una ópera en un idioma desconocido para los asistentes), y los valores simbólicos y afectivos que los usuarios puedan asignar al evento/objeto (nostalgia, reverencia, respeto, alegría, etc.). Es decir, el marketing cultural deja amplio espacio para navegar en dos de los componentes del producto (valores asignados y servicios relacionados), sin tener que tocar absolutamente nada del producto central.

¿Por qué, entonces, es que tantas veces las instituciones culturales se ven tentadas a modificar el hecho cultural en sí, cosa que va en contra de su razón de existir? En parte puede ser porque se pone un énfasis desmedido en el hecho cultural como central en el proceso de toma de decisión del usuario/asistente, cuando en realidad no es así. En este sentido el marketing también tiene algo para aportar al campo cultural, ya que gran número de investigaciones se han centrado en los procesos de decisión y adopción de los consumidores. Es de esta forma, por ejemplo, que sabemos que la decisión de asistir a un evento cultural específico es tomado luego de decisiones tales como: 1) el deseo de estar solo o acompañado, 2) el deseo de salir del hogar o permanecer en él, 3) tipo de evento cultural (ligado en muchos estudios a la socialización temprana), y 4) valor monetario asociado al evento (estimación del usuario de cuánto vale la pena pagar por un evento semejante) (12).

Precio

La presupuestación, consecución y asignación de recursos son actividades que las instituciones culturales realizan a diario. En los últimos tiempos, el desarrollo de recursos ha pasado a cobrar cada vez más importancia, al reducirse presupuestos estatales e incrementarse la variedad y cantidad de instituciones y ofrecimientos culturales. La fijación de precios de ingresos (aun la determinación de ingresos gratuitos) responde a necesidades presupuestales o estipulaciones legales. El sector cultural (con la posible excepción de las artes escénicas) no suele hacer un manejo estratégico de precios. Aún en las artes escénicas, los precios de ingresos suelen ser fijados en relación a la competencia, es decir, en relación a lo que cobran instituciones similares por espectáculos similares. Es aquí donde el marketing puede hacer otra contribución importante al sector cultural, con sus múltiples herramientas de análisis y fijación de precios que asisten a la definición de la imagen y públicos (13). Un ejemplo de uso estratégico de precios es el Idaho Ballet (EE.UU.) que ha abierto sus ensayos generales al público cobrando un ingreso mínimo. Otro es el New York Shakespeare Festival, donde 90 minutos antes de cada función do-

minical se ponen a la venta 50% de los ingresos, en un régimen de "pague lo que pueda".

Otro concepto útil relacionado con el precio es el de elasticidad -el cambio proporcional en la demanda que corresponde a un cambio proporcional en el precio-. Este concepto se ha aplicado en algunos estudios para evaluar rangos de precios para eventos culturales (sobre todo por la Ford Foundation), sin embargo ha sido subutilizado por el campo cultural.

Promoción (Comunicación)

La promoción se refiere a todas las actividades relacionadas con comunicación entre los productores y consumidores, o, en nuestro caso, entre la institución cultural y su público (14). Esto abarca todo desde la rotulación en la exhibición en un museo, el discurso de los guías y el texto en el programa de un teatro, hasta los anuncios en la prensa (incluyendo las críticas profesionales). De acuerdo con Kotler (1997), la promoción/comunicación se compone de cuatro elementos: publicidad (por la cual se paga una cierta cifra), promoción de ventas (cupones, ofertas especiales), relaciones públicas y ventas personales (por ejemplo la venta de billetes de ingreso por teléfono).

la reciente literatura en gestión cultural ha dado en tratar como sinónimos el marketing cultural, marketing de servicios y marketing social

Muchas instituciones culturales hacen énfasis sobre algún aspecto de relaciones públicas (normalmente los medios, el gobierno, o ambos), ocasionales promociones de venta (carnés con descuentos por asistencia a varios eventos culturales), ventas personales y publicidad (generalmente las formas más elaboradas están reservadas a las instituciones de mayor envergadura). El problema es que a menudo estos esfuerzos son descoordinados -las relaciones con la prensa, en particular, parecen oscilar entre comunicados de prensa rutinarios, y respuestas *ad hoc* frente a eventos o crisis específicas-. Lo que una estrategia de comunicación coordinada puede aportar a la institución cultural es una mejor

difusión de su mensaje a todos los públicos que pueden tener un interés en la misma, desde sus públicos objetivos hasta políticos, potenciales patrocinadores, e incluso otras organizaciones.

Distribución

El último componente de la mezcla de marketing es la distribución, a la cual también se le suele designar "sitio". Se refiere a los canales de distribución, la distribución física y el lugar de consumo (15). Los canales de distribución son todos aquellos entes que hacen que los bienes/objetos/eventos lleguen a los usuarios (en el campo cultural, algunos ejemplos son los vendedores de boletos por vía telefónica, las boneterías, guías de turismo, maestros de escuela, etc.). La distribución física se refiere al conjunto de decisiones que deben tomarse para que el público pueda acceder al ofrecimiento cultural (por ejemplo, si debe tomarse un autobús, si se trata de una obra itinerante, acceso a los boletos, etc.). El lugar de consumo estará afectado principalmente por el grado de esfuerzo que el público está dispuesto a hacer para llegar al evento cultural. Por ejemplo, si hay que invertir mucho o poco dinero en transporte, estacionamiento, etc. Otro tipo de esfuerzo puede estar relacionado con el grado de comodidad que sienta el público objetivo frente al entorno que rodea al evento cultural. Un público poco acostumbrado a asistir a un museo o teatro puede temer sentirse fuera de lugar y decidir por ello no asistir. Hace unos años la Pinacoteca de San Pablo (Brasil) resolvió este mismo tema al exhibir parte de una exhibición especial en *containers* en el parque que rodeaba al museo, lo cual tuvo un éxito total entre los pobladores de la zona.

Semejante ¿Es lo Mismo? Marketing de Servicios, Marketing Social/de Causas

La reciente literatura en gestión cultural ha dado en tratar como sinónimos el marketing cultural, marketing de servicios y marketing social. Al tiempo que se reconoce al marketing cultural como un campo nuevo, es interesante observar la aplicación de recetas de un campo en otro. Considero que esto es un error, pues, al igual que con la rama de marketing desarrollada para productos industriales, el verdadero aporte está en los instrumentos de análisis, y no en las panaceas que pueden servir a un campo pero no al otro.

Pero dado que a las tres ramas de marketing (cultura, servicios y causas) se las ha tratado en forma quasi-sinónima, vale la pena explorar por qué. La conexión entre marketing de servicios y marketing cultural es la más obvia: las dos tratan con un elemento central que, por la mayor parte, es intangible. Está más cer-

cano a la cultura que el marketing de bienes comerciales porque su actividad central se concentra en la transmisión de ideas y valores (intangibles), que es lo que caracteriza a gran parte de los ofrecimientos culturales (exceptuando libros, filmes y grabaciones discográficas, es decir, las industrias culturales, que contienen un elemento tangible y que además por su carácter masivo se acercan mucho más al marketing comercial). La principal diferencia entre el marketing de servicios y el marketing cultural es que en el primero la regla de oro es poner al consumidor primero, con el objetivo de siempre de maximizar las utilidades de la empresa (16).

En el sector cultural, si bien se contemplan las necesidades de los usuarios, el objetivo puede no ser maximizar utilidades (aunque sí minimizar pérdidas!). Mientras que en el sector comercial el producto entero se puede modificar por requerimientos del consumidor, como ya discutí en una sección anterior, en la cultura sólo algunos componentes del mismo son susceptibles de cambio sin atentar contra el hecho cultural mismo. También es peligroso tratar a la cultura como parte del mercado de servicios al momento de poder hacer generalizaciones o comparar con otras partes del sector.

**el marketing y la cultura
pueden convivir,
y de hecho tienen mucho
para aportar
el uno al otro**

En este sentido, el marketing cultural se acerca más al marketing de causas, o marketing social, que tampoco, en principio, se rige por las leyes del mercado. El marketing social se define como "la aplicación de tecnologías del marketing comercial para el análisis, planificación, ejecución y evaluación de programas diseñados para influir en el comportamiento voluntario de los destinatarios específicos para mejorar su bienestar personal así como el de la sociedad" (17). Pero el meollo del problema es precisamente éste: la cultura no es una causa, no tiene necesariamente una función de mejoramiento de la sociedad. Su defensa puede serlo/tenerlo, y su existencia cumple un importante papel en la sociedad, pero de por sí no es ni su función ni cometido mejorar el bienestar de la sociedad.

Por todos estos motivos insisto en que el marketing cultural merece ser estu-

diado como una rama del marketing, independiente (aunque haya puntos de contacto) del marketing comercial, social, o de servicios.

Conclusión

EL MARKETING CULTURAL COMO ÁREA DE ESTUDIO EN SÍ MISMO

Al comienzo de este ensayo, describía dos tipos de reacciones ante el uso yuxtapuesto de "marketing" y "cultura". Estas son las posturas más notorias por ser las más extremas y estridentes, pero existe una tercera vertiente que, preocupada por el futuro del sector cultural frente a las amenazas que lo acechan, está dispuesta a emprender nuevos caminos para asegurar su sostenibilidad. Pese a ello evalúa con cuidado, desconfianza, renuencia o ligera esperanza, las herramientas que se le plantean para hacerlo. Es en este sentido que herramientas y tecnologías tales como la tecnología de la información, el marketing, la planificación estratégica, comienzan a avanzar y generar este fenómeno que es el marketing cultural. El marketing y la cultura pueden convivir, y de hecho tienen mucho para aportar el uno al otro.

El marketing cultural antecede en la práctica, aunque no en la teoría, la actual orientación hacia gestión profesionalizada en el sector cultural. Ha llegado el momento de tomarlo en serio como área de estudio, en lugar de aplicar automáticamente "recetas" de otro ramal del marketing que se desarrolló con el sector comercial en mente y apuntando a fines muy diferentes. Pero al darnos el marketing herramientas para satisfacer necesidades individuales y organizacionales, cualquiera que éstas fuesen, nos brinda un riquísimo arsenal analítico para cumplir con nuestra misión de la mejor manera posible, es decir, llevando nuestro ofrecimiento cultural a aquellas personas para las cuales fue destinado, y asegurando su supervivencia para el futuro.

El marketing cultural es, ni más ni menos, la aplicación explícita, formal o informal, de conceptos y herramientas de la ciencia de marketing al sector cultural. En este ensayo he mostrado cómo algunos de sus conceptos fundamentales pueden aplicarse al campo cultural sin necesidad de caer en comercialismo o desvirtuar aquello que se procura preservar y difundir. Si hemos de tomar al marketing cultural como campo de estudio serio, habrá entonces que expandir el campo de investigación más allá de los confines algo estrechos en los que se encuentra hasta ahora. Como toda disciplina sólo avanzará en la medida en que se planteen y pongan a prueba postulados teóricos, y es de esta forma en que se hará la mayor contribución a este campo que tanto nos apasiona a quienes trabajamos en él.

X.V.

Drexel University & Instituto Latinoamericano de Museos (ILAM)

- 1 Por sector cultural entiendo todo emprendimiento cultural no destinado al consumo masivo, por lo cual excluyo a editoriales, casas discográficas y productoras cinematográficas comerciales. Éstas se adecuan más próximamente a la aplicación directa del marketing comercial.
- 2 Para una interesante reseña de la evolución del marketing como práctica y campo de conocimiento, ver: Cooke, Ernest F. y John Michael Rayburn. (1992) "The history of marketing thought as reflected in the definitions of marketing. *Journal of Marketing Theory and Practice*, 1(1): 10-21.
- 3 American Marketing Association. (2003) *Dictionary of Marketing Terms*.
- 4 Una excelente discusión de este tema en el sector cultural se encuentra en Bonet, Lluís. (2001) "Dos Fases Indisociables de la Gestión Cultural: Planificar y Evaluar. *Periférica: Revista para el Análisis de la Cultura y el Territorio*, n.º.2, diciembre: 41-50.
- 5 La definición de esta gama de necesidades humanas y su organización jerárquica es planteada y desarrollada por Maslow, Abraham H. (1954) *Motivation and Personality*, 2ª ed. Harper & Row Publishers, Inc.
- 6 Ver, muchos entre otros, los trabajos de Xavier Greffe sobre economía y el papel social del patrimonio, Hugues de Varine sobre ecomuseos, Ismail Serageldin sobre cultura y desarrollo sostenible, y Georgina DeCarli sobre museos productivos.
7. Porter, Michael E. (1980) *Competitive Strategy: Techniques for Analyzing Industries and Competitors*. Free Press.
- 8 El día universitario en Filadelfia ("College Day on the Parkway") logra de esta manera atraer más de 5.000 estudiantes cada primer domingo de octubre a los museos situados en la Benjamin Franklin Parkway.
- 9 Textos fundamentales en este sentido son las obras de Philip Kotler, en particular dos en las cuales ha participado como co-autor: con Joanne Scheff, (1997), *Standing Room Only: Strategies for Marketing the Performing Arts*, y con Neil Kotler, (1998), *Museum Strategy and Marketing*. Una nota de precaución: ambos libros están ideados con el sector cultural estadounidense en mente, por lo cual algunos de los ejemplos no serán aplicables a instituciones en otros países. El aporte importante de estos libros está en las herramientas analíticas que proponen, y en su aplicación al sector cultural, aunque sea un solo país.
- 10 Kotler, op. cit.
- 11 Colbert, François. (1993, 2000) *Marketing the Arts and Culture*. HEC Presses.
- 12 Entre otros, ver Orend, Richard J. (1989) *Socialization and Participation in the Arts*. National Endowment for the Arts, y Canada Council. (1986) *A Survey of Arts Audience Studies*.
- 13 Se han realizado algunos estudios interesantes sobre el manejo estratégico de precios en el sector cultural, por ejemplo: Scheff, Joan. (1999) "Factors Influencing Subscription and Single-Ticket Purchases at Performing Arts Organizations". *International Journal of Arts Management*, 1(2): 16-27.
- 14 Al marketing se le suele confundir con "promoción" o con "publicidad". La publicidad es una de las herramientas de la promoción, que es a su vez uno de los componentes de la mezcla de marketing.
- 15 Colbert, op. cit. 150-165.
- 16 Ver Cobra, Marcos. (2000) "Marketing de Servicios." McGraw-Hill.
- 17 Leal Jiménez, Antonio. (2000) "Gestión del Marketing Social." McGraw-Hill, p. 35.

CIUDAD BAHÍA, ENTRE LA ENTELEQUIA Y LA PRAGMÁTICA

Esteban Ruiz Ballesteros

Este texto es una invitación a reflexionar sobre una ciudad posible: Ciudad Bahía. No obstante, a través de su lectura, resultará evidente que igual puede ser la base para la reflexión sobre otras muchas ciudades posibles en otros territorios. En concreto, Ciudad Bahía sería fruto de la articulación efectiva del área metropolitana que forman los municipios de la Bahía de Cádiz y la Campiña de Jerez, todos ellos en la provincia de Cádiz (Andalucía, España). Reflexionando sobre esta ciudad posible pensamos forzosamente en esas ciudades que ya vivimos y habitamos, y así, la posibilidad de lo deseable y la vivencia de lo soportable se confunden -espero- en un ejercicio fructífero. Ciudad Bahía -la propuesta- nace como iniciativa de un grupo numeroso de personas implicadas en el amplio mundo de la cultura, habitantes de esos municipios metropolitanos, con inquietudes por dar otra configuración integradora a las políticas culturales en ese territorio.

En este artículo, nuestra propuesta-provocación parte de “ciudades que quizá no existen”, para continuar por “poderes invisibles” que nos llevan a pensar que “los símbolos son la realidad” y a cuestionarnos en última instancia si “somos lo que creemos que somos”, finalmente cabe pararse “en qué nos reconocemos”, distinguiendo el papel que en todos estos procesos juegan las políticas culturales y dentro de ellas los procesos de patrimonialización. Este ejercicio reflexivo tiene como telón de fondo la realidad metropolitana de la Bahía de Cádiz y la Campiña de Jerez con esa posibilidad -entre la pragmática y la entelequia- que supone Ciudad Bahía. No obstante, la referencia explícita y continuada a este asunto no se convierte en recurso permanente del texto, tan sólo hay leves alusiones a modo de ejemplos. La intención es que sea el lector -tanto el gaditano, como el de otros territorios- el que engarce la lectura con sus propias percepciones sobre la ciudad que habita.

Ciudades que quizá no existen

Las ciudades son conglomerados marcados por la heterogeneidad, por la diversidad y la fragmentación. La ilusión homogeneizadora inspirada por la sucesión de edificaciones más o menos abigarradas y articuladas mediante un trazado de plazas y calles, esconde vidas, situaciones y sueños muy diferentes entre sí.

No todo lo que hay dentro de una caja es lo mismo, por más que esté dentro de la misma caja. En las ciudades confundimos el contenedor con el contenido. Y a fuerza de la vinculación espacial pretendemos construir el sentido de todo lo que compone ese espacio, y soñamos territorios que a veces no existen, y planificamos espacios urbanos. Compartir espacio no es necesariamente compartir vida. Sin embargo la ciudad se presenta prioritariamente como unidad, incluso como comunidad, como si realmente encerrara lo mismo. Sólo con cambiar nuestra mirada comprendemos que la ciudad no encierra lo mismo, sino fundamentalmente lo diverso. No por eso debe dejar de ser ciudad, pero ¿qué ciudad?

La ciudad une y separa en la misma medida. En ella se esconden los más fuertes referentes de nuestra afinidad tanto como las imágenes antagónicas de nuestra identidad: nuestros más iguales y nuestros más diferentes. Al fin y al cabo un universo. La cotidianidad de los ciudadanos apenas alcanza a vincularlos a pequeñas zonas de la ciudad, a recorridos obsesivos, monótonos, reiterativos, como los de los esquizofrénicos. Para la mayoría de los habitantes una gran parte de la ciudad no existe, no es operativa: ni se frecuenta, ni se vive, ni se conoce, ni se ve, ni se habla. ¿Por qué pensar entonces la ciudad?

La ciudad es una, sobre todo en nuestras mentes. Es ahí donde se crea y re-crea, donde adquiere sentido y es vivida como una. A quien más le interesa que esa ciudad habite nuestras mentes es a quien aspira a gobernarla: frente a la quimera de gobernar lo diverso, la pragmática de gobernar lo uno, de crear lo uno precisamente con el objetivo de gobernarlo; frente a la evidencia de la fragmentación y heterogeneidad de la ciudad, el nombre -lo nombrado-, esa referencia capaz de hacer vivir la unidad obviando su diversidad inherente. La nominación como homogeneización conceptual que eclipsa la heterogeneidad evidente en la cotidianidad. La ciudad es un producto más del reduccionismo y la simplificación -sus habitantes se igualan- frente a tantas evidencias complejas.

Mientras todo esto ocurre, las ciudades viven su sueño de ser ciudades. Amparadas en su férrea consistencia administrativa (el sumum de la formalidad) y en su límite con el campo (la no ciudad) -cada vez más difuso-, se erigen como referencias de primer orden para la organización sociopolítica y mental de sus habitantes. Sin embargo, todo ese referente se diluye tanto cuando alcanzan un tamaño desmesurado, como cuando su disposición en el espacio las hace encontrarse con otras ciudades, entonces se produce el desenmascaramiento y la publicitación de las reglas de un juego que juegan todas. Esos espacios urbanos en los que se cambia de ciudad con tan sólo cambiar de acera cuestionan el sentido de ciudad, que quizá oportunamente se refuerza mediante rituales y simbolo-

gías exacerbadas sobre la localidad: hay que construir, apuntalar un sentido común donde la evidencia se mofa de él. Entonces, curiosamente, el puntal que evita el desplome no es material sino abstracto.

Frente a la evidencia de la ciudad, la difuminación de su sentido. Las ciudades son, existen, y al mismo tiempo no existen. Cuando sus límites no precisan ser explicitados y activados, la ciudad vive su sueño dorado recluida en un núcleo de población a salvo de cuestionamientos, y eso por más que esconda la mayor de las fragmentaciones y heterogeneidades internas. No obstante, cuando sus límites deben ser evocados y reivindicados, cuando encuentra algo que los pone en evidencia (normalmente otra ciudad), entonces las ciudades corren el riesgo de diluirse si no se aplican tratamientos de choque, procesos que rehabiliten un sentido de la ciudad. Estas crisis nos muestran con nitidez cómo se crean las ciudades, sobre qué bases y procesos.

Las ciudades que hoy constituyen lo que sería una posible Ciudad Bahía ilustran lo dicho hasta ahora. El surgimiento y consolidación de nuevos enclaves internos las ponen en evidencia (por ejemplo la mayoría de las zonas de costa que han pasado a convertirse en áreas de residencia habitual), la deslocalización de las actividades económicas las convierten en zonas residenciales, la política urbanística expansionista pone en entredicho sus límites, el agotamiento del suelo su autonomía, la potenciación de las comunicaciones hace preguntarse si termina siendo más importante el conjunto de núcleos de población o las vías de comunicación que los articulan. Parece que cuando los barrios languidecen las ciudades se convierten en barrios, y ya sólo nos queda su mitología de ciudades en clara contradicción con una cotidianeidad que si no las niega sí las cuestiona como esos entes claramente delimitados (incluso por un recinto amurallado) que alguna vez fueron. Las ciudades nos empiezan a parecer accidentes, casualidades, en una relación más flexible de sus habitantes con espacios más allá de sus fronteras urbanas. Y curiosamente, cuando nos estamos planteando si las ciudades existen es cuando con más ahínco queremos ser ciudadanos.

Poderes invisibles

El racionalismo separa, segmenta persiguiendo explicaciones. Uno de sus principales "logros" ha sido separar lo político de todas las demás esferas de la vida. Queremos ir más allá denunciando que el poder no está en el lugar políticamente correcto, no hay una voluntad clara de situar al poder en su sitio, un sitio que sea efectivamente visto por todos, identificado por todos. Antes al contrario, el poder resulta invisible en cuanto a su localización (dónde está) que no

a sus efectos. Nuestro mundo nos facilita una visión excesivamente formalizada del poder. Al fragmentarse cognitivamente todas las supuestas esferas de nuestra existencia, lo político -lo que tiene que ver con el poder- debe quedar nítidamente separado de lo social, de lo económico, de lo ideológico... Y con ello no sólo se separa sino que fundamentalmente se difumina, se reduce, se focaliza, se concentra, y desde mi punto de vista perdemos en gran parte cualquier perspectiva de entender cómo funcionan las cosas. Si además vivimos en una saludable sociedad democrática, entonces nuestra sensibilidad con lo político y con el poder sufrirá una suerte de adormecimiento democratizoide que nos llevará a identificar poder y política exclusivamente con la esfera democrático-representativa que nuestro mundo determina como contexto político formalizado. En definitiva, terminamos creyendo que los que llamamos políticos son los que detentan el poder exclusivamente, que son los que mandan de manera absoluta. Y no es que yo con esta visión quiera exculparlos de sus responsabilidades al limitarlas, sino que realmente con esta visión estamos viendo tan sólo una parte de las relaciones de poder y de la política, por muy sociedad democrática que habitemos. El poder y la política tiene su escenario, pero sobre todo sus bambalinas, camerinos y subterráneos. Necesitamos hacer flexible nuestra visión del poder teniendo bien presente todo lo que resulta invisible por no estar en lugar políticamente correcto. No creo que sea oportuno hablar de poderes con apellido: poder político, poder económico, poder social; con esta estrategia de nuevo hipotecamos una percepción más global que entienda de poder como poder, provenga de donde provenga, lo importante no es su esfera de origen sino su potencial de influencia. Un llamado poder económico tiene una gran influencia sobre lo ideológico, lo político, en definitiva sobre todas las esferas y esta multidimensionalidad es lo verdaderamente importante, no su origen económico.

¿Qué es el poder local? ¿Quién gobierna en una ciudad? ¿Qué papel tiene un ayuntamiento en una ciudad y en una sociedad local? ¿quién gobierna un ayuntamiento? Todas estas son cuestiones muy interesantes como largos los debates que suscitan sus posibles respuestas, en otro lugar me he dedicado a todo ello con mayor atención. Aquí el interés es principalmente suscitar la incertidumbre a partir de obligarnos a no quedar en las apariencias.

De una manera muy simplista, el poder es la capacidad para generar y gestionar recursos y desde aquí ejercer influencia social (en sus más variadas gradaciones). Estos recursos son materiales e ideáticos. Precisamos tanto de elementos materiales que nos permitan vivir, reemplazar las energías que consumimos; como de ideas, iniciativas, propuestas.. que nos permitan actuar, representarnos el mundo que habitamos, construir sentido a los elementos materiales que precisa-

mos y a nuestras relaciones con los demás, ordenar y producir pensamiento. Estos son nuestros dos recursos básicos, inseparables, irreductibles uno en el otro.

Que la gente viva junta en una ciudad, que comparta espacios, hace de ese conglomerado un demandador de recursos como tal, un productor y consumidor de recursos. En nuestras ciudades, el empleo, los transportes, la vivienda, los servicios en general... son algunos de los recursos que se precisan. Como sabemos, su gestión y posesión generan relaciones sociales básicamente asimétricas, las cuales sustentan relaciones de poder muy explícitas que constituyen un sistema político claramente polarizado. El sistema de poder local es el entramado que se conforma entre los detentadores y gestores de todos esos recursos que se precisan para el funcionamiento de la ciudad. Por tanto en esos sistemas de poder local nos encontraremos tanto a los políticos municipales -en sus capacidades para generar empleo público, en su control indirecto sobre algunos sectores de la economía (construcción por ejemplo), en su obligación de regular parte de algunos mercados...-, como así mismo a los empresarios locales -por su papel en el mundo laboral, en el que el empleo se convierte en el principal recurso material indirecto de la población-, a los representantes locales de corporaciones y empresas -en el mismo sentido que los anteriores-, a los constructores e inmobiliarios que tienen el control de la edificabilidad siendo ésta la llave de todo el proceso productivo urbano, etc... Todos ellos conforman la política local tal como aquí la entendemos. No hace falta abundar en cuán diferente es esta perspectiva del poder y la política de las que coloquialmente se utilizan y de la que incluso los políticos profesionales explicitan.

Desde miradas amplias como las que proponemos el poder local no es algo reductible al ayuntamiento, sino un contexto más amplio del que el ayuntamiento es tan sólo una parte -una parte importante se podrá apuntar, pero una parte al fin y al cabo-. Habrá quien piense que al ampliar de esta manera el enfoque de lo político perdemos capacidad de focalizar su análisis. Cierto. Pero el problema es que los asuntos políticos no están normalmente focalizados, sino al contrario muy difuminados en intereses, influencias y acciones flexibles y multicausales. Por eso, para entenderlos precisamos de una perspectiva panorámica antes que microscópica. Como podemos atisbar, el poder local es, más que una mesa en torno a la cual se reúnen los concejales de turno, un entramado flexible y cambiante de personas y grupos diversos, en el cual se incluyen también a los concejales. Las respuestas posibles a ¿quién manda en una ciudad? se complican, pero a buen seguro serán más útiles los balbuceos que surjan que una simpleza del tipo "la alcaldesa". Las cosas en la política local son más complejas. El alcalde y los ediles tienen unas grandes limitaciones de actuación al tiempo de que

gozan también de parcelas importantes de autonomía y decisión. Pero nunca olvidemos que deben confrontar convenientemente sus intenciones con los demás miembros de eso que hemos llamado el sistema de poder local, del que en última instancia y en virtud de su capacidad de movilización y presión forman parte todos y cada uno de los ciudadanos. ¿Podrá un alcalde imponer una política de construcción en franca desavenencia con los mayores propietarios de fincas urbanas de la localidad, o de la federación de constructores?, ¿podrá imponerse un proyecto que afecte a la vida cotidiana -y que necesite en gran medida la convivencia de los vecinos- con la oposición y movilización mayoritaria de éstos?, ¿puede un empresario hacer lo que quiera en materia laboral?, ¿podrá reconvertir su actividad y el suelo urbano que ocupan sus instalaciones como guste? La respuesta de todas estas interrogantes nos emplazan ante un escenario en el que el gobierno local es un arte complejo en el que cada parte tiene intereses y recursos distintos en contenido y proporción. Por tanto gobernar tiene su dificultad y la coaligación de intereses, de forma estable o coyuntural, parece la forma más coherente y efectiva de gobierno. La coaligación aparece como base de una política local exitosa, sin embargo ésta no tiene por qué ser

**las ciudades son conglomerados
marcados por
la heterogeneidad,
por la diversidad
y la fragmentación**

explícita, ni estar sujeta a pactos, protocolos y fotos, sino que habitualmente tiene un carácter informal y opaco, pero muy efectiva. Por supuesto no nos estamos refiriendo ahora a pactos y coaligaciones electoralistas o post-electorales entre partidos y formaciones políticas, esas estrategias tan sólo articulan a grupos que pugnan por acceder al control de una parte de los recursos locales en juego; sino que me estoy refiriendo a coaligaciones de intereses que van más allá de esos grupos manifiestamente políticos, aunque por supuesto los incluyen, me refiero al auténtico epicentro del sistema político local. De todas formas no es sobre pluralismos, elitismos o consensos sobre los que quiero profundizar ahora, sino sobre una ampliación de nuestra perspectiva sobre el poder y la política local.

Nuestra reflexión en el epígrafe anterior sobre el carácter de la ciudad bien puede ser enfocada desde esta misma perspectiva. Si la ciudad homogénea que borra las fragmentaciones y la diversidad interna es la que interesa a quien pretenda gobernarla, ya vamos aclarando algo por qué las ciudades son como son.

Reflexionar sobre qué ciudad interesa a qué sistema de poder es un ejercicio muy ilustrativo para comprender al propio sistema de poder, a sus participantes y a los intereses de éstos. En principio, el interés básico de todo grupo que aspire a gobernar de manera efectiva una ciudad será que la ciudad tenga consistencia como tal, que exista en el sentido que comentábamos más arriba. Que frente a las limitaciones, diversidad, difuminación..., aparezca ante sus habitantes -los que tienen que ser gobernados- como una realidad nítida al punto de poder vivirse. Ese sería el principal éxito político, que los habitantes de la ciudad sintieran a la ciudad como propia, como suya, como parte inherente, superando las diferencias internas para construir una comunidad. Desde este logro el gobierno se facilita porque si la ciudad es un referente importante sus gobernantes también lo serán y su ejercicio de gobierno será tenido en cuenta. Por el contrario, si la ciudad tiene una existencia débil para sus habitantes, su sistema de poder será igualmente débil e ineficaz. Toda esta línea argumental nos lleva a reparar en los símbolos y en lo simbólico como uno de los contextos en los que la ciudad y el poder se encuentran ya que la ciudad para existir -y sobre todo para tener una existencia sólida- precisa de un proceso de simbolización con un claro contenido cohesionador y homogeneizador. Pero antes de entrar de lleno en ello, quizá convenga una breve digresión sobre el papel de las personas y grupos que copan los cargos político-administrativos en las ciudades.

Son los "políticos locales" los que se encuentran legitimados para el ejercicio del poder mediante procedimientos de elección democrática. Y esto a pesar de que no son ellos los que tienen capacidad para ejercer todo el poder. Aquí reside la paradoja democrática. Los llamados políticos no son los que controlan todos los recursos, ni siquiera una parte mayoritaria de éstos. Sin embargo en el ejercicio racionalista de separar la política de todas las demás esferas, se les atribuye y reconoce en exclusiva la responsabilidad política. Como contrapartida, se constituyen como los únicos legitimados para "hacer la política", aunque ésta constituya mucho más que lo que precisamente se reconoce. No obstante, al conectar ciudad y poder por medio de los procesos simbólicos, estos "políticos locales" surgen como los actores principales en torno a la producción simbólica, a la construcción simbólica de las ciudades: agentes prácticamente exclusivos de todos esos recursos ideáticos que se precisan para vivir la ciudad y sentirse ciudadanos. Son los "políticos locales" los líderes manifiestos de los procesos simbólicos que construyen las ciudades. Este protagonismo particular y estratégico, casi exclusivo de uno de los grupos que constituyen el sistema de poder local, no puede ser perdido de vista a lo largo de nuestra reflexión.

Los símbolos son la realidad

Llegados hasta aquí podemos pensar que la ciudad -tal como la concebimos en su unidad y su relativa homogeneidad- es una realidad básicamente simbólica. Se trata de una afirmación exagerada pero muy interesante a nivel metodológico, como un acicate provocador que nos hace agudizar nuestra perspectiva. Pensar que la ciudad, como objeto de pensamiento, es más una construcción simbólica que una evidencia proveniente de nuestros sentidos, sin duda nos ayuda a penetrar creativamente en muchos de los resquicios que de otra forma aparecen ocultos a un pensamiento plano y anclado en el supuesto sentido común.

Desde estos planteamientos tres son las preguntas cuya respuesta deberíamos perseguir, a saber: ¿es la ciudad la que construye sus símbolos? ¿son los símbolos los que construyen la ciudad? ¿quién construye los símbolos y la ciudad?

A menudo nos parece que los símbolos -esos elementos que vienen a significar algo más allá de sí mismos- existen por sí solos, que tienen un surgimiento natural, y que son reflejos, consecuencias, imágenes sintéticas de las circunstancias sociales, culturales y económicas que rodean a la ciudad. Ante esas circunstancias, los símbolos "son los que son" de manera lógica y obvia, y no podrían ser otros. Es más, si resultan otros será fruto de la esquizofrenia, de las fantasmagorías, auténticas mistificaciones que conducen al delirio social. Un símbolo lo es de una ciudad por lógica.

Sin embargo, los símbolos son creados por las personas en contextos políticos concretos (de relaciones de poder). Constituyen lecturas específicas de realidades, y por eso están influenciados por las coyunturas generales y por las posiciones sociopolíticas específicas de quienes generan, mantienen y alientan esas lecturas. Los símbolos son lecturas de realidades y algunos dirán que al fin y al cabo no hay realidades más allá de los propios símbolos que las leen o representan.

De una manera análoga creemos que los símbolos sólo quieren decir, comunicar, una sola cosa, que presentan un solo significado, que atienden a una única lectura. En realidad los símbolos, los que tienen mayor potencial comunicativo, son fundamentalmente polisémicos. Tienen diversos significados tanto a través del tiempo (a lo largo de la historia) como del espacio social (para las personas y grupos que los consumen y producen). Esta polisemia de los símbolos es causa y consecuencia de su naturaleza política. Los símbolos son parte destacada de esos recursos ideáticos a los que hacíamos referencia más arriba: necesitamos de los símbolos para dar sentido a nuestros referentes empíricos. Sin pro-

ducción y consumo simbólico la sociedad es insostenible, de ahí la centralidad estratégica del control de los símbolos, y por tanto la justificación de su naturaleza política. Todo esto puede perfectamente aplicarse a la ciudad como realidad siempre pendiente de ser leída, y por tanto simbolizada.

Como consecuencia de las preconcepciones anteriores no solemos otorgar importancia a los símbolos, no entendemos que tengan influencia sobre nosotros. Los símbolos son como una naturaleza muerta, reflejo de la vida pero no parte de ella. Al reconocerles tan sólo un carácter subsidiario de nuestras estructuras sociales y de nuestra cotidianeidad, no les concedemos operatividad alguna, y mucho menos capacidad performativa (es decir, capacidad de acción y de provocar re-acciones). Los símbolos se usan como herramienta de comunicación, pero nos parece que su uso no tiene efecto alguno sobre los contextos en los que precisamente se usan. Sin embargo ocurre al contrario. Los símbolos no son epifenómenos y consecuencias de otras cosas, tampoco flotan libres de anclaje con una vida propia, en una esfera separada. Pero tampoco pueden ser considerados como efectos o meras herramientas. Los símbolos son causa de, tienen su efecto sobre el conjunto de la sociedad, no son meros reflejos de ésta, sino factores que inciden sobre ella con mayor capacidad de influencia de la que se le presupone cotidianamente.

Desde esta perspectiva sobre los símbolos es fácil imaginar cómo lo simbólico puede llegar a construir esa unidad y homogeneidad comunitaria en la que muchos quieren convertir a las ciudades. A través de símbolos es posible crear la ciudad, y lo que es más importante: incidir sobre la propia sociedad en la percepción de su unidad y homogeneidad interna, obviando la heterogeneidad, la segmentación y la diversidad que también forman parte consustancial de la misma. Desde esta perspectiva, son los símbolos los que crean la realidad antes que pensar que es la supuesta realidad la que genera de forma espontánea a los símbolos.

Si los símbolos tienen este carácter y esta potencialidad, si la ciudad es una realidad fragmentada, si el poder local es una referencia difusa o al menos plural, no es una excentricidad plantear que la ciudad se construye a base de símbolos -como forma más sintética y efectiva de comunicación- desde los intereses del poder local para unificar su objeto de gobierno y constituirse él mismo. Símbolos del poder y símbolos de la resistencia, de las alternativas, que son también otros símbolos nacidos desde el poder, aunque no desde el hegemónico. Y que por encima de todo, los símbolos no terminan su función en su mera existencia, que no son consecuencia, sino que más bien habrá que considerarlos plenamen-

te en su capacidad performativa como constructores de sociedad, de ciudad. Los símbolos, por tanto, no son reflejo de la ciudad, hacen la ciudad.

¿Somos lo que creemos que somos?

Por encima de lo que somos -si es que somos algo más allá de nuestras creencias y sentidos- somos lo que creemos que somos, ya que desde aquí construimos las bases mínimas de nuestra relación con los demás y con nosotros mismos. La identidad, más que una esencia destilable y aislable, es un proceso continuo y colectivo de reconocimiento que en el fondo es conocimiento. Las identificaciones colectivas son formas de conocimiento social. Mediante modelos de identificación propia y de los demás se articulan las formas de autoconocimiento, reconocimiento y conocimiento. A partir de ahí, o mejor dicho, estrechamente vinculado a ello, surgirán pautas de comportamientos y trazas de sentimiento.

La fragmentación, segmentación y diversidad interna de las ciudades se palía en parte con procesos de simplificación y reducción identitaria (que son los mecanismos principales con los que opera nuestra ciencia clásica). Se construyen así imágenes que representan a la ciudad y que constituyen el producto simbólico por antonomasia. Las imágenes de la ciudad son visiones discursivas sintéticas y globalizantes, que pretenden condensar todo un sentido de la ciudad en el menor mensaje posible pero que atesora un poder comunicativo extraordinario. Estas imágenes pueden hacerse eco particular de cualquier aspecto, elemento o circunstancia de un pasado recreado o de un futuro deseado, pero -en cualquier caso- alumbran pasado, presente y también futuro colectivo, en definitiva seducen. Mediante ellas se articulan tanto referentes de identificación como reclamos publicitarios para la inversión en la ciudad. Son creadoras de sentido colectivo al tiempo que elementos de marketing. En el nivel de implantación, uso y consumo de esas imágenes reside precisamente su éxito, su capacidad performativa, su posibilidad de crear la ciudad. Por tanto la imagen de la ciudad es el gran producto político local, y su implantación y presencia en la vida local, la mejor señal del éxito político de sus promotores y mantenedores. Frente a ellos, en ese campo siempre conflictivo de las identificaciones, se encontrarán las mediaciones y las resistencias.

Los habitantes de una ciudad que usan una imagen de esa ciudad, se construyen a sí mismos como ciudadanos, dan sentido a su pertenencia administrativa a la misma (que en sí sería un referente vacío). El consumo de imagen de la ciudad es completamente performativo en cuanto produce al menos dos efectos: sentido y dominación. Sentido en tanto en cuanto construye socialmente a la co-

lectividad como comunidad en base a los contenidos que potencia esa imagen. Dominación por que su uso y asunción significa automáticamente legitimación para las personas y grupos que patrocinan y animan esa misma imagen. Centramos en el caso de Ciudad Bahía a buen seguro que hará más clara toda nuestra argumentación.

Si pensamos una por una en todas las ciudades que constituirían Ciudad Bahía deberíamos reflexionar sobre: sus circunstancias sociales y económicas, sus evoluciones en las últimas décadas, las transformaciones de la simbología y de las respectivas imágenes locales preferentes, los avatares de los distintos sistemas de poder locales. Si todos estos factores se miran tal como aquí estamos proponiendo, todas las preguntas que se nos suscitan quedan articuladas inseparablemente, todos los hilos se convierten en el mismo. Diversidad y unidad interna de una posible Ciudad Bahía quedan circunscritos al campo político-simbólico del cual la referencia administrativa pasará a ser meramente instrumental.

Las ciudades del área metropolitana de la Bahía de Cádiz y la Campiña de Jerez construyen cada una de ellas su existencia. Para ello articulan símbolos e imágenes de la ciudad sustentados por grupos de poder. Este ejercicio de la construcción simbólica de la comunidad local se alimenta en la propia contradicción e irreductibilidad de unas imágenes y símbolos en otros. Una ciudad lo es como tal en tanto en cuanto su imagen es única, clara, exclusiva e impenetrable desde otras ciudades vecinas. Una ciudad tiene más personalidad y peso como tal, en tanto en cuanto esas imágenes calan con mayor profundidad e intensidad entre sus habitantes que además las usan para autodefinirse y definir a los otros. Se estará pensando ahora si con "imagen de la ciudad" nos estamos refiriendo a los estereotipos y tópicos que usualmente se usan para etiquetar a las ciudades y a su habitantes. Indudablemente la imagen de la ciudad tiene que ver con ellos pero es algo un tanto más complejo y renovable. Un ejemplo servirá de ilustración. En el caso de Jerez encontramos tres claras imágenes: Jerez como ciudad del flamenco, como ciudad del vino y como ciudad de los caballos. Estas tres imágenes se complementan dando lugar a múltiples ramificaciones e influencias, integrando los grandes tópicos locales pero renovados y proyectados hacia el futuro con un claro sentido de rentabilidad-desarrollo económico. En cada ciudad del área al que nos referimos encontramos a buen seguro referentes de este tenor, alentados y promovidos desde las instancias del poder local. Pero si existe esa fuerte producción simbólica en cada una de las ciudades, ¿cómo podría conformarse una Ciudad Bahía? Sólo habrá un camino: conformando un modelo propio de simbología y de imagen que anulara/eclipsara a la de las respectivas localidades, o que las integrara dando un sentido común al conjunto.

¿Es la dificultad para generar una imagen de Ciudad Bahía una consecuencia de la diversidad, segmentación y heterogeneidad interna? Según lo que hemos visto anteriormente no se trata tanto de un problema de adecuación entre lectura y realidad, de percepción y simbolización, sino que principalmente es un asunto político. Desde este punto de vista no habría que preguntarse por la dificultad, oportunidad o veracidad de un modelo de identificación social centrado en Ciudad Bahía, sino antes bien por las personas y grupos de poder con voluntad y capacidad para hacer propuestas simbólicas en este sentido, y asimismo por la capacidad de esas propuestas para pugnar conflictivamente con la amplia producción simbólica preexistente que se centra en cada una de las localidades y en sus respectivos sistemas de poder locales. ¿Sería más diversa social, económica y culturalmente el conjunto de Ciudad Bahía de lo que ya lo son internamente localidades como Jerez, Puerto Real, Chiclana...? Desde mi punto de vista no.

Si invertimos nuestro ángulo de análisis las conclusiones nos llevan al mismo punto. ¿A quién beneficiaría una Ciudad Bahía? Quizá a sus habitantes, que sufrirían mucho menos las contradicciones que se desprenden de una configuración municipal cerrada en la que cada vez los límites se hacen más difusos al punto de que se agudizan las diferenciaciones y competiciones interlocales por recursos, exclusividades y preeminencias. Una configuración metropolitana auténtica, de cara al habitante y su cotidianeidad, a buen seguro procuraría mejoras sustanciales en servicios, transportes, oferta cultural y de ocio, oportunidades de empleo..., por no hablar de una reducción global de costes en el sector público. ¿A quién perjudica entonces Ciudad Bahía? A los grupos y personas que constituyen los actuales sistemas de poder locales que verían extrañados y menoscabados sus habituales contextos de ejercicio del poder, significando todo ello la disminución del mismo para la mayoría de ellos, o al menos la incertidumbre sobre qué papel jugarían en un marco de relaciones de poder más amplio, plural y complejo. Para empezar los grupos que basan su poder en el contexto municipal casi exclusivamente sufrirían una traumática reconversión en tanto en cuanto la construcción simbólica cambiaría de foco (del local al metropolitano) y por tanto dejaría de tener sentido, o al menos hegemonía, el marco estrictamente municipal. Por eso la reconfiguración simbólica que precisa una Ciudad Bahía es inseparable de una reconfiguración política.

Ya hemos visto que las diferencias y las similitudes existen simultáneamente entre los mismos objetos, la incidencia simbólica en unas o en otras es la que construye la realidad operativa que articula las relaciones entre esos mismos objetos. La cotidianeidad de muchos habitantes de Ciudad Bahía hace que contem-

plar esta área metropolitana como homogénea o heterogénea, como una con consistencia o como conjunto de elementos irreductibles (como ya se hace con sus respectivas ciudades de referencia) es una cuestión comunicativa que se basa en la generación y el uso de símbolos e imágenes. La generación de nuevos referentes simbólicos contribuye tanto como las medidas administrativas -o más- a que se configuren nuevas realidades urbanas, pero para ello deben reconfigurarse los sistemas de poder locales, que no significa precisamente dar consistencia administrativa a unidades territoriales más amplias -el bajo impacto en este sentido de las mancomunidades de municipios es una buena muestra de ello-. Construir una nueva ciudad es construir un nuevo sentido para ella, que es como decir construir un nuevo sistema de poder. No va una cosa antes que la otra o viceversa, es que son la misma cosa. Un nuevo sentido en todos los sentidos.

¿En qué nos reconocemos? Las políticas culturales y el patrimonio

Pueda parecer hasta ahora que todo lo que venimos refiriendo tan sólo emerge en la reflexión abstracta y que la cotidianeidad y el día a día de la vida de las ciudades acontece ajeno o inconsciente a todo ello. El planteamiento que hacemos aquí nos lleva justamente a lo contrario. Los elementos y fenómenos a los que nos referimos están bien presentes en las localidades, además en múltiples vertientes y contextos. Uno de ellos, quizá de los más privilegiados, es precisamente el ámbito de las políticas culturales urbanas, y dentro de ellas las actuaciones sobre el patrimonio cultural de las ciudades. Los modelos de identificación colectiva, las imágenes de las ciudades, los símbolos locales, se materializan en elementos con los que nos reconocemos como habitantes de la ciudad, elementos que pretenden articularse como patrimonio cultural sujetos a políticas de preservación, conservación y difusión. Estos elementos presentan todas las vertientes imaginables, pero siempre compartiendo una funcionalidad simbólica común. Por eso no es de extrañar que incluyan campos tan diversos como lo arqueológico, lo paisajístico, lo etnológico, lo industrial, lo documental, lo artístico, lo monumental, lo histórico... Y que todo ello, a su vez se materialice en singularidades como teatros romanos y trazados urbanos; arrumbaos, cantaores y tabancos; astilleros y bodegas; libros de repartimientos y cédulas reales; iglesias y conventos; cuadros y estatuas; palacios y monasterios; constituciones y levantamientos; murallas y fuentes públicas, plazas de toros y torres con reloj...

Manejamos una definición muy amplia del concepto de patrimonio cultural que se relaciona directamente tanto con los procesos políticos como con los procesos de identificación colectiva (ámbitos que más arriba hemos entendido como profundamente interrelacionados). En este sentido el patrimonio sería el conjun-

to de elementos y prácticas sociales a través de los cuales un colectivo pretende reconocerse y representarse. De este modo el patrimonio adquiere sentido pleno como parte de los procesos de identificación colectiva, que a su vez están sumidos en un contexto de relaciones de poder. Al mismo tiempo que un colectivo, o una ciudad, se ve representado por unos símbolos e imágenes comienza a definir, delimitar y concretar su patrimonio en un proceso de patrimonialización que sustancia la conformación simbólica de la ciudad en tanto en cuanto materializa de alguna forma los contenidos elegidos para definirla.

Lo patrimonial forma parte intrínseca de la dinámica social contribuyendo de manera decisiva a la definición y articulación de los colectivos, y en el caso que nos interesa aquí de las ciudades. Las intervenciones sobre el patrimonio urbano tienen dos vertientes principales: por un lado la de proteger y preservar los elementos y prácticas sociales que en el presente tienen un papel destacado en la articulación y definición colectiva, facilitando las condiciones de su reproducción; y por otro fijar y documentar elementos y prácticas ya en desuso pero que en su día jugaron un papel análogo al referido anteriormente. No obstante, en este punto surgen varias preocupaciones: qué elementos reconocen al colectivo, quién los define, cómo se eligen, cuál es el proceso por el cual el colectivo se reconoce efectivamente en ellos. A todo esto es a lo que llamo patrimonialización entendido como una dinámica compleja, incesante de construcción y reconstrucción de sentido y significado simbólico.

**el patrimonio sería el conjunto
de elementos y prácticas sociales
a través de los cuales
un colectivo pretende
reconocerse y representarse**

Las ciudades se construyen sobre imágenes y símbolos que se "materializan" en patrimonio, por tanto la política cultural patrimonial constituye la piedra angular que permitiría identificar y comprender todo ese proceso abstracto subyacente. Visto desde otra óptica: ¿Qué persiguen las políticas patrimoniales de las ciudades?, ¿qué pretenden? Después de nuestra larga reflexión no resultará muy difícil comprender que su objetivo se centra en el desarrollo y consolidación de una determinada imagen de la ciudad que a su vez se apoya en una determinada configuración del sistema de poder local y que en última instancia construye la ciudad.

Pero no podemos quedarnos en la idea de que el patrimonio es consecuencia de unos procesos discursivos y políticos que lo preceden. Sino que debemos ser capaces de asimilar el propio carácter performativo del patrimonio, cómo su uso produce lo que lo produce a él mismo. Una determinada imagen de la ciudad (en el sentido de síntesis simbólica que hemos desarrollado más arriba) provoca procesos de patrimonialización sobre elementos y prácticas que se asocian con esa imagen, a su vez ese patrimonio conformado incidirá en la consolidación y definición de esa imagen simbólica.

No obstante, el proceso de patrimonialización, la conversión en patrimonio de elementos y prácticas concretas tiene una dimensión aún más compleja. Etiquetar algo como patrimonio hace confluír diferentes procesos. Por un lado sustancia y materializa un proceso simbólico, haciéndolo más visible y consumible por todos. De esta forma la ciudad puede llegar a identificarse con un monumento, con una actividad, con un paisaje urbano concreto... Por otro delimita más precisamente el sentido que subyace a ese proceso simbólico intentando poner riendas a la inherente polisemia de los símbolos. Por último le otorga consistencia de producto a los objetos seleccionados ya que comienzan a formar parte de un creciente y pujante mercado de consumo cultural que se solapa con otros usos económicos de ese mismo objeto o práctica social. Quizá un ejemplo pueda ilustrar todo esto. Las bodegas pueden ser consideradas como patrimonio formando parte de un planteamiento simbólico más global en el que el vino y su mundo conforman una imagen de identificación para una ciudad. Al mismo tiempo las bodegas pueden constituir uno de los referentes patrimoniales fundamentales, que a su vez excluye a otros posibles elementos patrimonializables que darían un sentido distinto a la imagen simbólica global -por ejemplo el movimiento obrero surgido alrededor del sector vinícola, o los tabancos como lugares tradicionales de sociabilidad y consumo de vino-, y además la patrimonialización de las bodegas las convierte en objeto de una explotación económica en forma de visitas como elementos integrantes de paquetes organizados para el turismo cultural.

En las ciudades del área metropolitana que tratamos, y dentro de sus políticas culturales, se ha agudizado en los últimos decenios los procesos de patrimonialización paralelamente a cómo se han incentivado también los procesos simbólicos de construcción de imágenes y sentidos para las propias ciudades. Todos ellos han buscado elementos, prácticas y definiciones patrimoniales que los diferencien y distinguan de las ciudades vecinas, que marquen con claridad una especificidad y exclusividad paralela a las pretensiones de unicidad identificatoria y política. Dentro de este mismo proceso ha quedado implícito el bloqueo y la opacidad a la que han estado sometidos elementos y prácticas sociales igualmente

patrimonializables pero que han sido difuminados cuando no obviados. Patrimonios comunes que se han sacrificado a favor de patrimonios particulares. Y cuando no ha habido más remedio que usar referentes patrimoniales comunes en distintas ciudades (caso del patrimonio vinatero por ejemplo) no se ha dudado en acentuar las ínfimas diferencias en perjuicio de las notables coincidencias. En esencia en esto han consistido gran parte de las políticas culturales sobre patrimonio urbano en el área metropolitana de la Bahía de Cádiz y la Campiña de Jerez. Por supuesto en poco se han explorado elementos patrimoniales que pudiesen articular de manera integral al conjunto del territorio metropolitano, y mucho menos con fondos o apoyos municipales. Si hay honrosas excepciones éstas han venido de instituciones que están más allá de la política local.

Aquí reside el papel -no exento de centralidad- de las políticas culturales en torno a la posibilidad de una Ciudad Bahía. Procesos simbólicos y políticos deben ir de la mano, y en ellos las estrategias y políticas de patrimonialización no son baladías. Cuando hablo de políticas pueda sonar que estamos poniendo la incidencia de la responsabilidad en el campo de los llamados políticos, pero no es cierto, o mejor dicho completamente cierto. Como en cualquier otro ámbito de intervención y transformación social no podemos focalizar exclusivamente en uno de los polos que entran en juego, con ello sólo conseguimos simplificar y llegar a planteamientos reduccionistas que en nada ayudan a una comprensión del fenómeno. La gran distancia conceptual que separa a políticos, técnicos y ciudadanos en los procesos de la patrimonialización no se corresponden con el más difuso y flexible campo en el que las prácticas de producción y consumo del patrimonio se mueven. Las responsabilidades se comparten más que se concentran. Como siempre aludimos a esa clase cambiante y socorrida de los políticos para hacerla responsable en última instancia de lo que acontece. Sin embargo, yo quiero aquí reclamar el papel de los técnicos en el campo de la cultura para deshacer esa imagen de mera correa de transmisión que a veces se esgrime y en el que muchas veces se escudan para eludir responsabilidades. Tampoco pretendo atribuirles toda la responsabilidad, por supuesto. Así mismo la sociedad civil en su conjunto tiene un papel que jugar que va mucho más allá que el de consumidora pasiva del patrimonio que le ofrecen. Mi propuesta es que la reflexión que implica este texto bien puede constituir un punto de partida para el autoanálisis y la autocrítica, principalmente por dos razones: en primer lugar por la importancia con la que concluimos que tienen los procesos de patrimonialización en la construcción de las ciudades, y por otra por el papel que reconocemos a los profesionales de la gestión cultural en este proceso, sobre todo habida cuenta de su posición estratégica dentro del mismo.

Las políticas culturales, concretamente las relacionadas con la patrimonialización urbana, tienen por tanto una influencia notable en la construcción simbólica de las ciudades, por eso bien podrían constituirse en catalizadores de un proceso que llevara a Ciudad Bahía desde la entelequia que hoy por hoy es, a su construcción práctica, algo de lo que sus habitantes sentirán cada vez más necesidad. Como nos dejó dicho el sociólogo Jesús Ibáñez, cuando algo es necesario e imposible no hay más remedio que cambiar las reglas del juego.

Notas explicativas finales

En este texto se proponen elementos reflexivos y perspectivas de análisis que arrojen luz al debate sobre la posibilidad de Ciudad Bahía, conscientes de que esa posibilidad se mueve entre la entelequia utópica y la pragmática más incontestable. En líneas generales, el armazón de ideas que se sugieren giran en torno a visiones hasta cierto punto heterodoxas en torno a la ciudad, el poder, los símbolos y las identidades. Son heterodoxas no por desconocidas o novedosas, sino más bien porque están lejos del llamado sentido común y de las formas coloquiales de tratar dichos asuntos. Todas estas visiones intentan alumbrar lados oscuros, contrapesar perspectivas que ya forman parte del pensamiento asumido mayoritariamente, pero sin sustituirlas, sino más bien complementándolas. Precisamos miradas amplias, sobre todo para referirnos a las entelequias -y quizá Ciudad Bahía sea una-, pero asimismo precisamos de miradas que no renuncien de antemano a la complejidad si queremos ser prácticos -y Ciudad Bahía sería sin duda una de las apuestas más prácticas de organización territorial para quienes la habitan-.

Nos referimos a qué sea la ciudad, del poder en ella, de los símbolos que la representan y de las identificaciones colectivas que la cohesionan. Todo ello forma un mismo entramado conceptual que puede resultar chocante, exagerado, atípico, y que se invoca no sin ciertas dosis de provocación. Ésta es la mejor llamada a la reflexión, a una reflexión necesaria que debe ser colectiva. En este sentido, el principal objetivo del texto es ofrecer vías para esa reflexión, más concretamente propuestas globales sobre algunos de los elementos principales del funcionamiento social para emprender así un análisis específico sobre la posibilidad de una nueva ciudad. Tiene por tanto otro elemento poco habitual: una voluntad de prospectiva. Más que analizar cómo las cosas fueron o son, el texto tiene una vocación por ocuparse de cómo algunas cosas tendrían que ser para que fuera posible una Ciudad Bahía, qué tendría que cambiar, dónde residen algunas de las transformaciones estratégicas para alcanzar esa meta. No obstante, y paradójicamente, esta prospectiva se muestra

esclarecedora de cara a como las cosas son o fueron, esperemos que el ejercicio global haya resultado rico y completo.

Se tendrá que disculpar que se pase apresuradamente por asuntos muy profundos que han suscitado controversias, debates y desacuerdos prolongados y permanentes en las ciencias sociales. No es la intención aquí pararnos excesivamente en cuestiones teóricas. Sin embargo, y curiosamente, a cualquiera podrá parecerle que el texto es intensamente abstracto y teorizante ya que se dedica a proponer visiones teóricas sobre distintos aspectos. No obstante, este no es su interés principal y yo no le llamaría "teorización" a lo que pretende. La intención del texto es principalmente práctica. A decir verdad, nos parecerá práctica si somos de los que pensamos que la forma en la que asumimos mentalmente los fenómenos y acontecimientos termina constituyendo el propio sentido de los mismos.

Por eso un texto como éste que se preocupa principalmente de promover otras formas de asumir fenómenos cotidianos (ciudad, poder, simbolismo, identificaciones colectivas) no está alterando lo teórico, sino precisamente lo práctico: la cotidianeidad de nuestro contacto diario con esos mismos fenóme-

nos. En el fondo el problema está en que los límites de lo teórico y lo práctico son no sólo difusos, sino confusos: asumir conceptualmente las cosas de otra manera / sentir las de otra manera / comportarnos de otra manera, forman parte de un continuum sólo segmentable analíticamente, pero a un gran coste para la comprensión cotidiana.

Por todo esto no es de extrañar que al final de las reflexiones arribemos de forma natural a un puerto como el de las políticas culturales, y más concretamente al patrimonio cultural urbano. Es entonces cuando esperamos que toda la estrategia que hemos venido siguiendo dé sus frutos al ocuparse de manera concreta de un ámbito muy específico. Desde aquí se propone que el patrimonio cultural, su naturaleza y praxis, podría entenderse muy distintamente si se articula en la trama de ideas que hemos ido tejiendo desde el principio del texto. El patrimonio cultural urbano, como parte de las políticas culturales, podría pasar de ser un epifenómeno a alcanzar una notable centralidad en el análisis de la ciu-

**debemos ser capaces de asimilar
el propio carácter performativo
del patrimonio,
cómo su uso produce
lo que lo produce a él mismo**

dad y su política, y por ende en los procesos que llevaran a la creación de una nueva ciudad donde antes se consideraba un conjunto de ellas.

E.R.B.

Área de Antropología Social, Universidad Pablo de Olavide, Sevilla

Agradecimientos

Quiero agradecer a Macarena Hernández y Alberto del Campo, compañeros del Área de Antropología Social de la Universidad Pablo de Olavide, tanto la lectura detenida como los acertados comentarios sobre el texto. Sin duda sus recomendaciones lo han hecho más afinado y legible.

Bibliografía

He construido conscientemente un texto que no incluye referencias a otros autores, aunque no cabe duda de que mi deuda con ellos es evidente: prácticamente todas las ideas están tomadas de otros, mi aportación estará en todo caso en intentar articularlas en referencia al caso que nos ocupa. Sin embargo, no he querido interrumpir constantemente el relato con citas, lo que dificultaría su lectura y seguramente la haría dificultosa y cansina. No he querido construir un clásico texto académico. No obstante, no puedo sustraerme de mencionar las fuentes de mis reflexiones, lo cual servirá también para que se pueda acudir a ellas en busca de mayor profundidad y obviamente rigor. Estimo que los propios títulos de las referencias bibliográficas que cito -entre los cuales debo disculparme por incluir alguno propio-, ilustran por sí mismos a qué aspectos de lo expuesto en el texto se hace referencia, orientando por tanto su potencial consulta.

Abélès, M. (1992) "Anthropologie politique de la modernité" en *L'homme* 121 XXXII (1), pp. 15-30.

Augé, M. (1990) *El sentido de los otros. Actualidad de la Antropología*. Paidós, Barcelona.

Berger, P.L. y Luckmann, T. (1995) *La construcción social de la realidad*. Amorrortu editores, Buenos Aires.

Borja, J. y Castells, M. (1997) *Local y global. La gestión de las ciudades en la era de la información*. Taurus, Madrid.

Bourdieu, P. (2000) *Poder, derecho y clases sociales*. Desclée, Bilbao.

Castells, M. (1997) *La era de la información: economía, sociedad y cultura*. Vol. 2 *El poder de la identidad*. Alianza, Madrid

Cohen, A.P. (1985) *The symbolic construction of the community*. Routledge. Londres y Nueva York.

Dahl, R.A. (1961) *Who Governs? Democracy and power in an American City*. Yale University Press, New Haven

De Leon, R.E. (1992) *Left Coast City: progressive politics in San Francisco, 1975-1992*. University of Kansas Press, Kansas

Domhoff, W.G. (1978) *Who really rules? New Haven and community power revisited*. Santa Mónica, California.

- Escalera, J. y Ruiz, E. (2002) "Sociabilidad, política e identificaciones colectivas" en *Actas del IX Congreso de Antropología*. FAAEE, Barcelona.
- Escalera, J; Ruíz, E y Valcuende, J.M. (1993) "Antropología política de las identidades colectivas en la Cuenca Minera de Riotinto" en E. Martín (coord.) "Sistemas de Identidad y su expresión en las sociedades locales". *Actas del VI Congreso de Antropología del Estado Español*, Tenerife. pp. 89-101.
- Foucault, M. (1980) *Power/Knowledge*. Harvester Press, Brighton.
- Gledhill, J. (1994) *Power and its disguises. Anthropological perspectives on politics*. Pluto Press, Londres.
- Hall, S. (1993) "Discourse and power" en Hall y Gieben (eds.) *Formations of Modernity*. Polity Press, Londres.
- Hunter (1953) *Community Power Structure*. University of North Carolina Press.
- Ibañez, J. (1991) *El regreso del sujeto*. Siglo XXI editores.
- Laclau y Mouffe (1985) *Hegemony and socialist strategy*. Verso, Londres.
- Logan, J. y Molotch, H.L. (1987) *Urban Fortunes. The political economy of place*. University of California Press, Berkeley.
- Molotch, H.L. (1976) "The city as a growth machine: Towards a Political Economy of Place" en *American Journal of Sociology*, 82, pp. 309-332.
- Morin, E (2002) *Una mente bien ordenada*. Seix Barral.
- Morin, E. (2000) *Introducción al pensamiento complejo*. Gedisa.
- Ruiz Ballesteros, E. (2000) *Construcción simbólica de la ciudad. Política local y localismo*. Miño y Dávila editores. Madrid-Buenos Aires.
- Ruiz Ballesteros, E. (coord.) (2001) *Espacio y estigma en la Corona Metropolitana de Sevilla*. Diputación de Sevilla y Universidad Pablo de Olavide.
- Ruiz Ballesteros, E. e Iglesias García, L. (1999) "La conformación del patrimonio minero en Riotinto" en *Cultura Minera en Andalucía*. Revista Demófilo nº 32.
- Stocker, G (1995) 'Regime theory and urban politics' en Judd, Stocker y Wolman (eds.). *Theories of Urban Politics*. Sage.
- Stone, C. N. (1989) *Regime politics: governing Atlanta 1946-1988*. University of Kansas Press, Kansas.
- Stone, C. N. (1993) "Urban regimes and the capacity to govern: a political economy approach" en *Journal of Urban Affairs*, 15 (1), pp. 1-28.
- Stone, C.N (1986) Power and social complexity en Waste (ed.) *Community Power. Directions for future research*. Sage.
- Valcuende del Río, J.M. (1998) *Fronteras, territorios e identificaciones colectivas*. Fundación Blas Infante, Sevilla.

EL ASCENSO DE LA BANALIDAD

Diego A. Manrique

Después de veintitantos años trabajando en la prensa musical española, el autor descubre que ha cambiado el paradigma: se supone que el mercado exige revistas triviales, muchas veces gratuitas, donde la música es un complemento más de un modelo de vida definido por el consumo, un consumo más ansioso que irónico o selectivo...

Es un fogaño que se repite en mis momentos bajos. Es una evidencia que me atormenta: en este país, la prensa musical no debería existir. Lo reitero: ninguna revista musical ambiciosa tiene sentido económico en España. Las hay, incluso en abundancia, pero suelen ser voluntaristas productos de la pasión (léase "16 años en la ruta del Rock' n' Roll", de Ignacio Juliá, *Periférica*, nº 2).

Hablaremos de proyectos "made in Spain", prescindiendo de los que son deudores de cabeceras extranjeras. Nos referiremos a revistas que -no siempre, no siempre- hasta permiten que algunas personas vivan de sus ingresos, generalmente malpagando a los colaboradores. Las historias de horror en ese departamento son abundantes: un servidor pensaba que lo peor de lo peor era la publicación que paga a los comentaristas de discos con la copia del CD a revisar, pero oigo que existe otra que PRESTA el CD (es decir, el alevín de crítico debe devolver al director de la revista el disco que, en su magnanimidad, le ha permitido comentar).

MISTERIOS DE LA SUPERVIVENCIA

Parecería que aquí no se cuenta con suficiente base de lectores para permitir que florezcan publicaciones ambiciosas: las que existen se mantienen en los márgenes del sistema de distribución, en rincones perdidos de (no todos) los quioscos. La otra pata de la supervivencia es la publicidad y aquí también pintan bastos. Tradicionalmente, las discográficas españolas invierten sus millones en radio y televisión, reservando la calderilla para la prensa especializada. Prisioneras de unas añejas tácticas -la exposición en la TV, el pago del impuesto revolucionario a las radio-fórmulas- que ya no funcionan automáticamente pero que no se atreven a cambiar, que quizás ni siquiera saben reemplazar.

La Gran Industria tiene sus razones, obviamente: un ignorante de la jerga de la mercadotecnia nunca podrá convencer a esos disqueros que desprecian los medios independientes. Un desprecio que algunos manifiestan en una tacaña inversión publicitaria y en embarazosos intentos de torcer la línea de las revistas intentando imponer portadas a cambio de un anuncio. Frente a esas posturas, conviene destacar la generosidad de algunas compañías, grandes y pequeñas, que contratan publicidad por entender que las revistas militantes tienen una función clave en el ecosistema de la música popular.

Insisto en que hoy no pretendo llorar ni despertar compasión: pocas cosas tan paralizantes como un diagnóstico apocalíptico. Prefiero constatar realidades. Más o menos, todos los que lanzan una revista de pop, rock, dance o -qué valor- otras músicas saben previamente que habrá bastante con los dedos de las manos para contar las ventas; cada dedo representa miles de ejemplares y no decenas de miles (el número de revistas que han desaparecido en los últimos años ya avisa que aquí se juega a la ruleta rusa con cinco balas en el tambor). Y que la prensa especializada es la última prioridad en los presupuestos de marketing; ni siquiera goza del respaldo de sus equivalentes en la radio, extrañamente indiferentes a las penurias de los medios escritos.

No se trata de beatificar a los editores de esta prensa, que muchas veces perpetúan los nefastos hábitos del ombliguismo, el elitismo, el seguidismo. Puede que el modelo de revista minoritaria a la venta en quioscos no tenga sentido por estas latitudes, donde la cultura musical se considera patrimonio de sectores selectos. Sectores que, atención, representan un pequeño porcentaje de la masa interesada en la música. De hecho, la paradoja sangrante es que se lee mucha prensa musical en este país.

LA OTRA PRENSA MUSICAL

Me refiero a los suplementos de los periódicos, a la catarata de revistas gratuitas. Aunque muchas de estas propuestas, semanales o mensuales, se escapan del modelo convencional de prensa musical para entrar en lo que hemos dado en llamar publicaciones de "tendencias", vulgarmente revistas "modernas".

Lo de "modernas" puede sonar hasta despectivo pero, no lo nieguen, todos sabemos de lo que hablamos. Contenidos muy picados, textos breves, predominio de lo gráfico, mil secciones "cachondas". Aunque la música sea el plato fuerte (¡hasta en "Shangay!"), ellas cubren todo lo que sea novedoso -perdonen, debería decir cool- en cine, libros, televisión y demás *mass media*. Esas revistas ven-

den un paquete completo de estilo-de-vida, sugiriendo desde el restaurante para cenar hasta la discoteca para ligar, sin olvidar el apartado esencial de moda y complementos.

Hay revistas gratuitas de todos los pelajes. Las que se sustentan en textos que atufan a publicidad encubierta y las que se permiten cierta libertad en la valoración de lo que tratan. Las que transmiten una estética ardientemente asumida y las que banalizan todo lo que tocan. Las que usan unos filtros relativamente selectivos y las que se apuntan a cualquier lanzamiento potente u ocurrencia benedecida en Londres, París o Nueva York. Las que lucen hermosas y legibles frente a las que son un atentado contra la vista.

Casi todas parten de un secreto desprecio hacia sus destinatarios, cristalizado en la coartada infame del "hoy en día, nadie quiere leer". Se trata de disimular: 1) la carencia de una ideología en la redacción, 2) la falta de exigencia en los textos que publican, 3) la subordinación de los contenidos al capricho de los maquetistas.

Los anunciantes, las agencias de publicidad adoran la prensa "moderna". Aparte de que puedan ser "leídas" mediante cómodos barridos oculares, se asume que están dirigidas a un *target* de gente con poder adquisitivo, predispuesta a pagar un plus por estar a la última. Esas revistas pueden hablar de grupos que sólo despachan doscientas copias pero no importa: finalmente, sirven para vender coches, electrónica, tabaco, telefonía, bebidas y moda, sectores que cuentan con fabulosas campañas publicitarias.

Otra paradoja: tienen más futuro esas revistas *fashion* que tratan figuras marginales (en España) que otras que intentan cubrir el *mainstream*. De hecho, muchos artistas establecidos españoles se espantan al encontrarse en tierra de nadie: ya no entran en los parámetros de la prensa *cool*, donde dejan de existir. Hagan la prueba: comparen el índice de cualquiera de estas revistas con la lista de ventas de AFYVE y apunten los nombres que coinciden. Cualquier observador podría pensar que pertenecen a diferentes países.

INVITACIÓN A UNA MODESTA INSURGENCIA

Sin embargo, no propongo ondear bandera blanca. Rescato el título del primer disco en directo grabado por Van Morrison: *Demasiado tarde para parar ahora*. Aquí, "parar" sería retirarse o pasarse al bando de la trivialidad. Como en cualquier campo de batalla cultural, las revistas musicales son obra de individuos

que se muestran sensibles a las críticas. La expresión del descontento en tribunas públicas -por ejemplo, las "cartas al director" o los foros de Internet- puede tener un sorprendente impacto. Igual que los mensajes que llegan directamente al capo de turno.

Un ejemplo: durante la primera temporada de "Operación Triunfo", un puñado de periodistas -aglutinados en la asociación profesional PEMOC- tomamos la impopular postura de denunciar la banalidad de aquellos artistas y, lo verdaderamente grave, la ocupación de TVE por una productora privada y una discográfica especializada en subproductos.

Bien, fuimos malinterpretados por muchos compañeros de profesión -tanto los pancistas como los nihilistas que se apuntan a lo de "el público tiene lo que se merece"- y vituperados por las cabezas pensantes de "OT", progres reconvertidos que, ay, reiteraron el aznaresco insulto de "progres desfasados". Hubo amenazas, pequeñas represalias, insultos. Sin embargo, el Imperio del Mal pasó a la defensiva con un curioso slogan, que decía (aproximadamente) "¿qué hay de malo en querer triunfar?". Y la tercera temporada, ahora en antena, está resultando un fracaso de audiencia.

Obviamente, no fueron nuestros dardos los que hicieron mella en el portaviones imperial. Más bien, "OT" se hunde por sus propios excesos. Pero sí creemos que contribuimos a plantar la semilla de una duda que terminó creando el inicio de un estado de opinión contrario a la aberración maquinada por Gestmusic y TVE.

HIGIENE, UN POQUITO DE HIGIENE

¿A que venía este apéndice "trionfesco"? Al deseo de proponer una guerra abierta contra la información cultural reducida a consignas. Que se manifieste en el respaldo de las revistas coherentes y el desprecio activo de aquellas que manipulan, que minusvaloran al lector, que no pasan de ser soportes publicitarios. Advertan que no circunscribo la propuesta a la prensa musical. Como cantaba el tipo de la barba, aquí "tiene que llover, llover a cántaros".

D. A. M.

AVELINO HERNÁNDEZ

IN MEMORIAM

Francisco Gómez Acosta

Hace apenas unos meses nos dejó Avelino Hernández (1944/2003).

Pensador y escritor comprometido con su mundo, nació en un pequeño pueblo de la provincia de Soria (Valdegeña).

Su trayectoria personal se centró en cuatro ideas claves que impregnan todos sus libros e intervenciones:

- . El vínculo, inseparable e íntimo, entre la vida humana y la naturaleza.
- . La búsqueda de la libertad, primero en su intensa participación en la conquista y edificación de los pilares democráticos de nuestra sociedad y posteriormente en la liberación de los fuertes condicionantes sociales que impiden que el sistema democrático sea una realidad y no una formalidad.
- . El sentido y la necesidad de igualdad entre todos los hombres.
- . Y por último la solidaridad con los demás como eje que dió sentido a su vida.

Desde el punto de vista artístico, estamos ante una trayectoria al margen de los mercados, distinta, singular y propia. Unos 40 títulos de narrativa, libros de viajes, literatura infantil y juvenil, y publicaciones de carácter técnico relacionadas con la intervención sociocultural, nos dejan un amplio testimonio de su pensamiento.

En el campo de la intervención sociocultural hay que destacar la aportación de Avelino Hernández a la administración y la gestión de la cultura en los difíciles años de la transición democrática. En la década de los 80 trabaja en distintos niveles de intervención cultural, locales, autonómicos y estatales; hasta que en 1990 pasa a trabajar en la iniciativa privada como consultor en gestión cultural y promoción sociocultural. Desde este ámbito, habría que destacar sus aportaciones a la movilización de los factores culturales para la transformación y el desarrollo de los espacios rurales.

Seis años más tarde, en 1996, abandona Madrid y se instala en la isla de Mallorca buscando un modelo de vida más sosegado y reflexivo que le permita se-

guir aportando desde su peculiar y original mundo literario. Ya no es el mundo exterior la principal fuente de sus motivos, sino que es su propio mundo interior el que le lleva a reflexiones que den sentido a la vida.

"Procuro que arraigue y fructifique en mi huerto un cada vez más tupido racimo de valores en que poder, riqueza, ambición, popularidad, éxito... no dicen nada; mientras que progresivamente pesan más motivos como naturaleza, compañera, amistad, placer, sosiego, disfrute de lo bello/bueno, gozo de lo cotidiano, mirada solidaria al mundo que padece y lucha...".

Tal fue el sentido de la vida de Avelino. Los que tuvimos la suerte de escucharle recordaremos siempre la sensación de humanidad, sencilla, austera e intensa que transmitía. Mientras hablaba desgranaba anécdotas locales, de campesinos, mujeres, niños y seres vinculados a la tierra; pero era capaz de trascenderlas y darles la forma y el significado de las grandes ideas con las que se construyen la vida, el material con que se forjan los sueños de la humanidad de todos los tiempos. Era la forma de comunicarse de un hombre apasionado por la existencia, comprometido con ella, entregado a los sueños de transformación que junto con otros soñadores como él, se oponen al rumbo que la insolidaridad y las desigualdades están imprimiendo al mundo.

F. G. A.

EXPERIENCIAS



La Guía de estándares de los equipamientos culturales en España

Pilar Aldanondo Ochoa

La FEMP acaba de editar un libro-CD Rom con la *Guía de estándares de los equipamientos culturales en España*, trabajo encargado por la Comisión de Cultura a un equipo de consultores privados. La FEMP ha contado para este trabajo con el apoyo permanente de la Diputación de Barcelona, que con carácter previo había elaborado un estudio de similares características, basado en la experiencia de creación y mantenimiento de edificios de carácter cultural en los municipios barceloneses.

La actual edición y difusión gratuita a las Corporaciones Locales de esta *Guía de estándares de los equipamientos culturales en España* ha sido posible gracias a la ayuda concedida por la Secretaría de Estado de Cultura del Ministerio de Educación, Cultura y Deporte a la FEMP.

Como su nombre indica, la *Guía* define las características constructivas y funcionales básicas (los estándares o modelos) de 10 tipos de equipamientos culturales: Teatro, Sala Polivalente, Museo, Colección, Centro de Interpretación, Archivo con servicio, Archivo sin servicio, Centro de Arte, Centro Cultural y Biblioteca. Se trata de aportar una definición de mínimos de cada uno de estos espacios de uso cultural, que son los más frecuentes en los municipios. La *Guía* establece una serie de recomendaciones iniciales para planificar y encargar adecuadamente el proyecto (Plan Director) y a continuación aporta

**propuesta para tender
a homologar
los conceptos y las definiciones
de los edificios
de vocación cultural**

un diseño básico de los espacios imprescindibles que cada equipamiento debe tener, de las relaciones que han de existir entre esos espacios constructivos, de sus dimensiones mínimas en metros cuadrados y de todos los aspectos que hay que tener en cuenta en su construcción, tales como confort interior, accesibilidad, aspectos medioambientales y costes de mantenimiento ordinario del edificio. Se trata, por tanto, de un manual que ayuda a concebir el edificio y a adecuarlo al uso al que va destinado.

Los autores de la *Guía* de estándares de los equipamientos culturales en España son Elisenda Figueras, gestora cultural, Pere Camps, arquitecto, y Marc Iglesias, periodista y documentalista. Ellos han realizado consultas a múltiples expertos, que son en su mayoría responsables del funcionamiento de diversos edificios culturales en municipios de toda España (de ahí la referencia a los estándares en España) y han coordinado el trabajo de diversos colaboradores que han participado en este estudio. El resultado es una propuesta, -que se realiza por primera vez en nuestro país, aunque cuenta con antecedentes en otros países europeos- para tender a homologar de alguna manera los conceptos y las definiciones de los edificios de vocación cultural. En este sentido, es también una propuesta que hay que leer con espíritu de provisionalidad, pues se trata de un punto de partida que la experiencia ayudará a enriquecer y a matizar.

Definiciones de los equipamientos culturales

El trabajo parte de una escueta definición de cada uno de los tipos de equipamientos descritos, definición que hace referencia a su funcionalidad. A continuación de la definición se establecen las áreas espaciales que, como mínimo, debe contener cada uno. Se trata de las áreas básicas e imprescindibles. Evidentemente, un Museo o un Teatro concreto podrán tener mayor número de áreas o servicios, o unas mayores dimensiones, pero nunca deberían

contener menos. Las definiciones establecidas en la *Guía* de estándares de los equipamientos culturales en España son las siguientes:

Teatro

Equipamiento destinado mayoritariamente a la producción y difusión de espectáculos escénicos (teatro, danza y música). Dispone de caja, infraestructura escénica, una instalación de sonorización adecuada, y un sistema fijo de acogida del público. La capacidad de la sala será de unos 500 asientos. Sus áreas básicas son: área de entrada, de dirección y administración, la sala del teatro, bar y almacén.

Sala polivalente

Espacio que permite la realización de montajes escénicos u otros actos que no requieran infraestructuras estables. No disponen de caja escénica ni de un sistema fijo de acogida del público. Sus áreas básicas son: área de entrada, de dirección y administración, el espacio de la sala, bar y almacén.

Museo

Institución que alberga un conjunto de bienes culturales muebles sobre uno o más temas con el fin de conservar, documentar, estudiar y difundirlos a partir de un programa de actuación que busca la participación cultural, lúdica y científica de los ciudadanos. Sus áreas básicas son: área de entrada, de dirección y administración, área de exposición, de difusión, servicios técnicos y reserva.

Colección

Espacio que reúne un conjunto de bienes muebles, expuestos al público o no, pero que no cuenta con un programa destinado a conservarlos, estudiarlos o difundirlos. Sus áreas básicas son: área de entrada, un espacio de exposición, un espacio de trabajo y uno de reserva.

Centro de interpretación del patrimonio

Equipamiento destinado a promocionar y difundir un territorio concreto a partir de un discurso interpretativo específico que lo singulariza. Esta lectura se basa en los elementos autóctonos que conforman el patrimonio cultural y/o natural de la zona. Sus áreas básicas son: área de entrada, de dirección y administración, área de exposición, de difusión, centro de documentación y almacén.

Archivo con servicio

Equipamiento que alberga un conjunto de documentos producidos y recibidos por la administración municipal en el ejercicio de sus competencias, y que son accesibles al conjunto de los ciudadanos para la gestión administrativa, la investigación y la información. Sus áreas básicas son: área de entrada, de dirección y administración, de depósito, servicios técnicos, área de consulta, difusión y almacén.

Archivo sin servicio

Equipamiento, o parte de otro, que alberga un conjunto de documentos producidos y recibidos por la administración municipal en el ejercicio de sus competencias, pero que por falta de tratamiento documental, no son accesibles al conjunto de los ciudadanos. Dispone de un área que agrupa el espacio de depósito, consulta y trabajo.

Centro de arte

Equipamiento diseñado como espacio para la creación, producción y difusión de las diferentes ramas de las artes visuales. Sus áreas básicas son: área de entrada, de dirección y administración, área de exposición, de difusión, talleres y almacén.

Centro cultural

Equipamiento con carácter territorial que realiza una actividad social y cultural prioritaria y diversificada, con dotación para realizar actividades de difusión, formación y creación en diferentes ámbitos de la cultura, así como dinamización de entidades. El público

tiene libre acceso al equipamiento, y a la mayor parte de las actividades. El programa funcional estándar incluye unas áreas básicas indispensables a las que se les pueden añadir otras. Las áreas básicas indispensables son: área de entrada, de dirección y administración, espacios de talleres, espacio de exposición, salas para entidades y sala polivalente.

Biblioteca pública

Equipamiento de ámbito local destinado al servicio de información, soporte a la formación y a la promoción de la lectura, por medio del préstamo y las actividades. La biblioteca pública ha de ofrecer servicios específicos para la población infantil. Las áreas básicas son: área de entrada, biblioteca (área general, área infantil, área de información y referencia, área de música, área de revistas y prensa diaria), espacios polivalente y de soporte, espacios de dirección y administración y espacio de almacén.

Como habrá observado el lector, estas breves y escuetas definiciones hacen referencia a la función que cada determinado equipamiento desempeña y a su relación con el espacio y con el uso por las personas a las que está destinado.

Diagramas de áreas y dimensiones de los espacios

A continuación de las definiciones, la *Guía de estándares de los equipamientos culturales en España* ofrece un diseño básico de cada equipamiento, en forma de diagramas: uno general, con todas las áreas del edificio, y un diagrama de cada área. Después establece los metros cuadrados que tiene que tener cada espacio, las dotaciones mínimas, las condiciones de confort interior, y los costes, tanto de construcción como del mobiliario de partida y del mantenimiento anual del edificio.

Cada tipo de equipamiento es descrito en una ficha de unas 10 páginas, al final de la cual se proporciona un cuadro de síntesis que contiene: total de su-

perficie construida, total de la inversión inicial (construcción del edificio y su equipamiento específico) y total del coste anual para su mantenimiento.

En el caso del Teatro, por ejemplo, la ficha resumen de los datos desglosados a lo largo del manual sería la siguiente:

TEATRO (ficha resumen)

Total superficie construída	1.980 m ²
Total inversión inicial	2.707.480 Euros
Total anual para mantenimiento	173.250 Euros

De esta forma, con una rápida ojeada a la publicación, el Alcalde, el Concejal de Cultura, el arquitecto o el técnico municipal, pueden tener una primera aproximación a lo que supone para el municipio, en términos de gasto presupuestario y de disponibilidad de suelo, la creación del nuevo equipamiento cultural de que se trate.

Como complemento a todo lo anterior, la *Guía* contiene una serie de recomendaciones que deberían seguirse para encargar una obra de estas características y, al final del texto, un compendio de la normativa legal aplicable y una bibliografía realizada en base a fondos disponibles en tres instituciones de nuestro país: el Centro de Estudios y Recursos Culturales de la Diputación de Barcelona (CERC), el Colegio de Arquitectos de Madrid (COAM) y el Ministerio de Educación Cultura y Deporte (MECD).

Condicionantes del encargo

En este capítulo de la *Guía* los autores esbozan, a modo de guión, las líneas generales para la elaboración de un plan director o proyecto marco, imprescindible para poner en marcha, o para revisar, el programa de cualquier equipamiento cultural: ¿para qué?, ¿para quién?, ¿para qué radio de acción o zona geográfica?, ¿con qué funciones y qué

polivalencia?, ¿con qué equipo humano?, ¿cómo se relacionará con los diversos agentes?, ¿cómo se relacionará con otros equipamientos del sector?, ¿cómo se integra en el mapa cultural de equipamientos del territorio?, ¿qué viabilidad social, política y económica tiene?, ¿cuáles son sus perspectivas de futuro?

Se trata de una recomendación central: no se puede afrontar la creación de una sala polivalente, un centro de arte, un museo local, sin un Plan previo que siga una determinada metodología. El equipo municipal que diseñe el proyecto de nuevo equipamiento cultural, o la remodelación de uno ya existente, deberá elaborar un Plan Director en el que se de una respuesta adecuada, adaptada a su propia realidad, para todas las preguntas enunciadas.

La *Guía*, en el marco de estas recomendaciones iniciales, apuesta por la total implicación en el proyecto del personal del Ayuntamiento que vaya después a gestionar el edificio: desde el Concejal de Cultura a los técnicos del área, desde el arquitecto municipal hasta los técnicos de mantenimiento, los responsables de la limpieza o de la seguridad del edificio, y también de aquellos sectores ciudadanos que con más asiduidad lo vayan a utilizar. Todos ellos deberían ser informados y consultados, porque acumulan una experiencia cotidiana sobre la vida de los edificios, sus relaciones con el entorno, con el público que lo utiliza, y con la programación de las actividades.

En este sentido, la *Guía* plantea una concepción democrática del equipamiento cultural y una gestión dotada de una dirección permanente para el proyecto, con un Director de proyecto que articula la participación de todos los actores, desde el momento inicial de su creación.

Utilidad de la *Guía de estándares de los equipamientos culturales en España*

En la creación de equipamientos culturales pesa, quizá más que en otros casos, la preocupación por la imagen y el prestigio que estos edificios comportan, por encima de su funcionalidad. Lo que los autores llaman el "mal de la piedra". La *Guía* puede ser un instrumento que ayude a combatir ese riesgo y contribuya a normalizar la puesta en funcionamiento de espacios públicos para la cultura. La Comisión de Cultura de la FEMP ha reflexionado sobre esta necesidad de "normalización" de la cultura como un servicio público con unas cuotas mínimas de cobertura, en función de los habitantes y de una planificación territorial de los servicios.

En este sentido, la *Guía* es una herramienta que ayudará a planificar la cultura con unos parámetros arquitectónicos, funcionales y económicos. A crear en cada Comunidad Autónoma planes de dotación de equipamientos culturales, y a interrelacionar los edificios y los programas, combatiendo la natural tendencia al localismo y al aislamiento o, en el extremo opuesto, a frenar el exceso de concentración de la oferta cultural en determinadas ciudades.

En estrecha relación con su documento *Pautas para la cooperación institucional en materia de cultura* (ver nº 3 de la revista *Periférica*, diciembre 2002), la Comisión de Cultura de la FEMP, ha creado esta *Guía* como un instrumento más que ayude a trazar en nuestro país políticas culturales más explícitas y consensuadas, con parámetros de eficacia medibles y comparables.

En España, en los últimos veinte años, se han levantado o remodelado la mayoría de los actuales edificios con vocación cultural, ya se trate de Casas de Cultura, Museos, Archivos, Bibliotecas, Salas de Exposiciones, Centros de Arte o Teatros. En el caso de estos últimos, en muchas ocasiones se ha tratado de re-

modelaciones de edificios centenarios que habían sufrido un proceso de abandono, deterioro o cambio de usos.

La época de mayor inversión en construcción de nuevos equipamientos culturales o cívico-culturales ya ha pasado. Ésta, según las distintas fuentes, que hoy han sido corroboradas por una interesante colección de cuatro trabajos sobre los Equipamientos Municipales de Proximidad elaborada por la Fundación Caleidos -formada por los Ayuntamientos de Getafe, Gijón, Vitoria-Gasteiz, Zaragoza, A Coruña, Alcobendas, Bilbao, Burgos, Córdoba, Donostia-San Sebastián, Girona, Llanera, Reus y Sevilla, y muchos otros en calidad de colaboradores- y editada por TREA, se produjo entre los años 1988-1995.

A partir del año 1996 el ánimo inversor en nuevos equipamientos culturales y de proximidad tiende a disminuir, aunque se mantiene en unos niveles dignos, y es previsible que a partir de ahora el ritmo de creación de nuevos equipamientos culturales en los municipios tienda a estabilizarse. La apertura de nuevos espacios para la cultura será más intensa en aquellos municipios, más pequeños, que estén peor dotados, y en aquellos barrios de menor centralidad en las ciudades.

El parque de edificios de uso cultural verá acrecentarse la necesidad de renovarse o remodelarse, para corregir defectos de concepto, o el deterioro producido por el tiempo y la intensidad de su explotación. Así, en aquellas zonas mejor dotadas de edificios culturales se mantendrá un gasto constante tanto en mantenimiento ordinario como en renovación y readaptación de los edificios existentes, que deben no sólo conservarse en buen estado sino también adaptarse a nuevos requisitos de calidad y

**todos los edificios
son organismos vivos,
y mucho más aquellos
cuyo destino es
la actividad cultural**

a nuevas programaciones.

Todos los edificios son organismos vivos, y mucho más aquellos cuyo destino es la actividad cultural. Los edificios nacen, se nutren, se mantienen, se renuevan y, a veces, mueren para volver a renacer con otra imagen y otros usos. Por ello, el manual que ahora pone la FEMP en circulación, a modo de recomendación, conserva plenamente su interés, a pesar de que el furor constructivo haya pasado y se afronten las políticas de crecimiento cultural con mayor parsimonia y, también, con la prudencia que aportan los años de experiencia.

En este sentido, la *Guía* de estándares de los equipamientos culturales en España, aunque llegue un poco tarde, creemos que resultará un manual de gran ayuda para todos aquellos responsables públicos -y muy especialmente para los Alcaldes y Concejales- que tengan que tomar la decisión de crear un equipamiento cultural de nueva planta o la de remodelar y mejorar las dotaciones y la distribución del espacio en uno ya existente.

P.A.O.

*Directora del Departamento de Educación y Cultura
Federación Española de Municipios y Provincias*

Museo El Dique

José María Molina Martínez

El 19 de marzo de 1990, hace ya más de 13 años, me incorporé a un proyecto iniciado unos meses antes y que, sin lugar a dudas, en esos años pasaba, cuanto menos, por un proyecto insólito. En realidad, en su momento de arranque, casi nadie de los que tomábamos parte en aquello sabíamos qué derrotero podría seguir esa aventura con pies pero sin cabeza, y es que todo el mundo estaba de acuerdo en una cosa: no se podía perder aquella oportunidad de hacer algo, pero en desacuerdo en todas las demás; qué hacer, cómo hacerlo, de cuánto tiempo se disponía y a qué parte de aquel tremendo rompecabezas había que darle prioridad.



Recuerdo con ansiedad, porque aquella fue la primera sensación que tuve, mi primer contacto con "El Proyecto". En una edificación de principios de siglo, situada en el extremo del actual astillero de Puerto Real, y que milagrosamente se mantenía en pie, se amontonaban literalmente miles de expedientes que se mezclaban, según las zonas del edificio, con todo tipo de artilugios más o menos relacionados con la industria de la construcción naval. Así, junto a archivadores AZ, que acababan de ser depositados en aquel "camarote de los hermanos Marx", se encontraban semimodelos de trazado, reproducciones de maquinas, instalaciones obsoletas

*Vista parcial de la
Factoría de Mataborda
antes de su
recuperación,
marzo 1990.*

del viejo botiquín de la Factoría y tan extraños ejemplares de herramientas que, en otro contexto, hubiesen producido la desesperación del más experto de los mecánicos. A todo ello se asociaban, en otra construcción gemela, antiguos legajos cargados de planos en papel tela o decenas de cajas de pino que, como un tesoro, acumulaban en su interior miles de placas fotográficas con toda la memoria gráfica de aquella empresa.

Pero es que todo eso que rebosaba de dos edificios, no era más que la punta de un tremendo iceberg que medía algo más de 80.000 metros cuadrados y tenía nombre propio desde hacía 112 años: Matagorda.

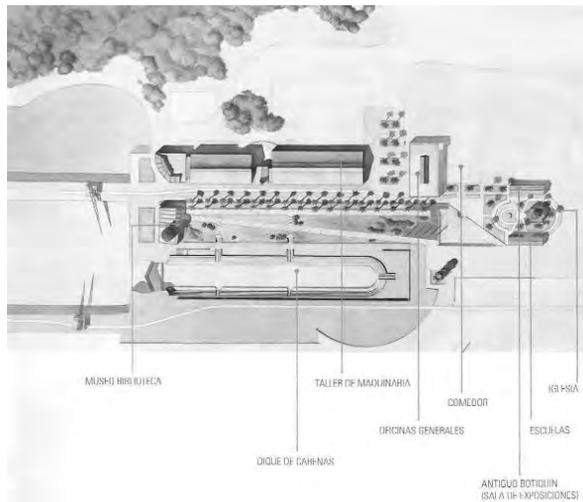
A la magnitud de aquel "patrimonio" a recuperar se unían algunos parámetros extraños que aumentaron en un primer momento los niveles de desconcierto: no existía una estructura facultativa encargada de dirigir el proyecto, los fondos documentales y materiales con los que debíamos trabajar no se encuadraban en lo que podríamos denominar un material estándar, la institución que auspiciaba el proyecto no era una administración pública, pero tampoco era una institución privada, no existía una partida presupuestaria concreta para acometer el proyecto, ya que éste se incorporaba a otro mayor y con una finalidad distinta y, por último, la dirección de las operaciones de recuperación presentaba una estructura bicéfala, que complicaba más, si cabe, la toma de decisiones, ya que a la gestión directa sobre los trabajos en el astillero, se unía una supervisión desde Madrid que se ejerció con toda autoridad durante los dos primeros años de actividad.

Para colmo de problemas, el proyecto de recuperación de bienes muebles (documentos, libros, herramientas, máquinas, etc.) se interrelacionaba cada vez más con el proyecto de recuperación de espacios y bienes inmuebles, que se desarrollaba, en paralelo y a un ritmo de vértigo, en los alrededores del viejo di-

que de carenas de Antonio López. Casar los objetivos de ambos proyectos, gestionados por profesionales ajenos a la construcción naval y dirigidos por técnicos y ejecutivos de sensibilidades muy diferentes nos parecen hoy, desde la perspectiva que da el tiempo, como una aventura casi imposible de realizar y que, sin embargo, fue ejecutada de forma ejemplar. Sin lugar a dudas, nuevamente y como ya ha expresado algún autor en esta misma sección, el secreto para hacer posible esta historia está en la pasión que se ha puesto en ella.

La organización en origen, de lo que hoy denominaríamos un equipo multidisciplinar, era bastante simple, dos grupos de trabajo diferentes y sin conexión aparente para cada una de las áreas que desarrollaba el proyecto de recuperación, por un lado el encargado de recuperar y reordenar los espacios de la vieja factoría (arquitectos, aparejadores, y técnicos de obras civiles

del Astillero) y por otro, el grupo encargado de "guardar" y "ordenar" los objetos de interés que aparecían por los edificios y espacios que despejaban los del primer grupo (ingenieros atraídos por el encanto del pasado, historiadores y becarios). Ambos grupos eran coordinados, desde la dirección de Astilleros Españoles en Madrid, por dos ingenieros de caminos, empleados de la Compañía, y auténticos apasionados del patrimonio industrial y la obra pública. El proyecto, sin límites concretos, se incorporaba desde el primer momento a un campo casi inexplorado en España en aquellos años: la arqueología industrial. Un área de las ciencias sociales que, en nuestro pa-



Plano del proyecto para la recuperación del dique de Matagorda y su entorno, mayo 1990.

ís, sólo había alcanzado un cierto grado de desarrollo en regiones muy industrializadas (Cataluña, Madrid, el País Vasco...) o con economías dependientes de sectores tradicionalmente asociados a la industria (áreas mineras de Asturias, Cantabria e incluso Andalucía). No obstante, a medida que avanzaba el proyecto se abrían nuevos campos de actuación, que diversificaban cada vez más las áreas de intervención. Así, la aparición del fondo de planos y expedientes técnicos nos obligó a penetrar de lleno en el complejo mundo de la archivística, un área que se complicó aún más cuando nos vimos, obligados por las circunstancias, a estudiar las técnicas de custodia y clasificación de materiales especiales, como el fondo fílmico de la empresa o el aún más complejo fondo de materiales fotográficos, que en un porcentaje muy importante desde el punto de vista cualitativo, se incorporaba al proyecto de recuperación.

Al estudio de las técnicas de archivo, tuvimos que unir una base de conocimiento sobre biblioteconomía, puesto que un atractivo fondo de libros y revistas técnicas, fuera de uso, reposaba en la biblioteca del viejo edificio de dirección esperando su puesta en valor como documentos imprescindibles para comprender la enorme importancia del desarrollo tecnológico dentro del mundo de la construcción naval.

El campo de la museología fue, no obstante, el mayor de los retos que planteó el proyecto, puesto que a la dificultad del desconocimiento sobre un área tan específica, uníamos la complejidad de los materiales a exponer y el lugar donde exponerlo; un edificio indefinido y a rehabilitar de entre los diferentes talleres y otras instalaciones que rodeaban el viejo dique de carenas

Planteadas las áreas de trabajo, teníamos que priorizar las actividades a desarrollar... y comenzar a ejecutar, porque un inconveniente más que progresivamente se convirtió en ventaja, es que la empresa privada o de gestión privada, exige resultados a cor-

to plazo y en nuestro caso la credibilidad del proyecto se basaba precisamente en eso.

Un viejo vestuario habilitado como almacén serviría de infraestructura básica para comenzar a desarrollar el proyecto, allí se distribuyeron inicialmente, no sólo los diferentes depósitos de materiales (archivo, materiales especiales -placas fotográficas, películas- libros y revistas, herramientas y máquinas de todas las características) sino la zona de oficinas y el taller destinado a la reparación y limpieza de las piezas. Se trataba de un espacio diáfano, dominado por una mesa de trabajo de grandes proporciones, donde se fueron ordenando, clasificando y restaurando los materiales que conformarían más tarde los fondos del museo.

Sin embargo aquel antiguo vestuario reconvertido en almacén de materiales, taller de restauración y oficina técnica, y que carecía de casi todo lo que un proyecto de las características del nuestro necesitaba, se convirtió desde el primer momento que lo ocupamos en algo más que un mero centro de trabajo, y es que ni la precariedad de las instalaciones, ni la falta de privacidad, ni la presión por ver resultados (traducida en diarias visitas al peculiar recinto), resquebrajaron en ningún momento la voluntad de cuantos estábamos allí, de hacer de aquel sitio un lugar de referencia para un proyecto único.

La intensidad y variedad del trabajo unido a la necesidad de "visualizar" los objetivos marcados por la empresa hacían casi imperceptible el paso del tiempo.



Los fondos del archivo histórico antes de su recuperación, abril 1990.

Hoy, parece imposible aquel derroche de energías, pero las ganas de llevar a buen puerto aquella aventura incierta, propiciaron que en menos de 18 meses se ordenasen y clasificasen algo más de 1.500 piezas industriales, cerca de doscientos metros lineales de documentación, una biblioteca de 3.000 volúmenes, algo más de 3.000 placas de cristal de diferente formato y un fondo de 300 películas de cine de diferente formato y metraje. En el mismo tiempo se preparó y ejecutó la exposición de carácter temporal e itinerante *Memoria histórica de Astilleros Españoles*, y se comenzó a trabajar el proyecto básico del futuro Museo El Dique. En aquellos meses de vértigo hubo tiempo además para conocer lo que se hacía dentro y fuera de nuestro país, combinándose el ritmo frenético impuesto en la ordenación de los fondos con visitas técnicas a museos y centros industriales de características semejantes al nuestro. No faltaron las asistencias a congresos y jornadas técnicas y contactos con todo tipo de entidades científicas y culturales que tuvieran algo que ver con el patrimonio marítimo e industrial.



Los fondos del archivo histórico antes de su recuperación, abril 1990.

Con todo lo expuesto no paró ahí nuestro aprendizaje, en una empresa como Astilleros la innovación tecnológica es constante, y su puesta en práctica conlleva, no sólo, una renovación de los conocimientos y las técnicas de aplicación, sino una constante mejora en los sistemas de gestión, y en esas nos vimos metidos cuando, a principios de los noventa Astilleros Españoles firmó un acuerdo de colaboración con la empresa japonesa Mitsubishi para proceder a la implantación en el astillero de Puerto Real de las técnicas del *Total Quality Control (TQC)*, para la mejora de la gestión en la factoría a todos los niveles. Evidentemente, nosotros y nuestro proyecto formábamos parte del astillero y por tanto nos vimos incorporados al proceso. Fue realmente gratificante participar de aquello, no sólo por lo aprendido, sino porque, a la larga, todo el proyecto del museo se planificaría si-

guiendo un modelo de gestión que garantizaba de antemano los resultados.

En mayo de 1991, apenas un año después de haber comenzado el proyecto, la dirección del astillero, a propuesta del director del equipo de trabajo en Puerto Real, aprobó una visita al complejo de Chatham en Inglaterra, un viaje clave para concebir lo que hoy es el Museo El Dique.

La visita al *Chatham Dockyard* nos permitió descubrir qué se estaba haciendo, o mejor dicho qué se había hecho con espacios idénticos al nuestro en un país de tan larga tradición en la industria naval. Las ideas aplicadas a sus espléndidas instalaciones fuera de uso, el aprovechamiento turístico de todos y cada uno de los talleres de aquel complejo industrial, sus modelos de gestión, el cuidado en la conservación del patrimonio acumulado por el astillero, las fórmulas de participación y voluntariado, los modelos expositivos aplicados..., todo fue observado con sorpresa y anotado con rigor. No se nos podía escapar nada, puesto que a la vuelta intentaríamos aplicar sobre el terreno lo "descubierto" en el Reino Unido.



Almacenes del Museo El Dique. Depósito de herramientas, junio 1991.

El viaje a Inglaterra lo completamos con un apretado programa de visitas a diferentes museos que nos permitieron intuir las tremendas posibilidades que se abrían a nuestro "escondido" y extraño proyecto.

La visita a Inglaterra supuso el fin de una etapa de tremenda actividad y el comienzo de otra más pausada donde la prioridad se iba a centrar en el desarrollo de un proyecto museológico que ordenase los con-

tenidos del futuro Museo El Dique. No obstante, y aunque el objetivo en esta nueva fase era claro, no se abandonaron ninguna de las líneas de trabajo iniciadas en el año anterior y prueba de ello es que durante los dos años siguientes a la visita a Londres (junio 1991 -julio 1993) se acometieron trabajos de clasificación de materiales en todas las áreas que englobaba el proyecto. En este periodo se ordenaron otros 250 metros lineales de archivos y se clasificaron casi 3.500 placas de cristal (2.250 del fondo de Puerto Real y 1.200 del fondo de Astilleros de Cádiz). Igualmente se aumentó el fondo de piezas en un 25%, llegándose a contabilizar poco menos de 2.000 elementos. La biblioteca se completó con la organización y clasificación de un fondo hemerográfico magnífico, compuesto por algo más de 300 títulos de revistas, algunas de las cuales estaban suscritas por el astillero desde finales del siglo XIX. Como en el ciclo anterior, durante estos dos años se preparó una exposición temporal *Astilleros del Ayer al Hoy* que tras ser inaugurada en Madrid en enero de 1992, itineró por distintos puntos del país durante todo ese año y el siguiente.

La llegada a la presidencia de la Compañía de Carlos Martínez de Albornoz, en 1993, supuso un nuevo giro en el desarrollo del proyecto. Poco a poco la ralentización de actividades, que se había iniciado durante la última etapa de Juan Sáez como presidente de Astilleros, tuvo su confirmación a mediados de este año y aunque no se puede decir que el proyecto se parase, sí que disminuyó de forma radical el ritmo de actividad que primó en años anteriores. Aun así, y a pesar de que en los años de presidencia de Albornoz la estructura del equipo de trabajo del museo quedó limitada al mínimo, sin capacidad presupuestaria y englobada dentro del área de Servicios Generales del astillero, la empresa mantuvo su compromiso de mecenazgo, ejecutando los últimos flecos de la aventura iniciada un lustro antes. En estos años se entregó el edificio remodelado del museo, se ejecutó la urbanización del castillo de Matagorda, y se acomete-

tieron las obras de reforma del antiguo botiquín como sede del archivo histórico. También, y como en los ciclos anteriores, aunque a un ritmo más pausado, se continuó con los trabajos de clasificación y catalogación de materiales, y se preparó una exposición temporal con el fondo de planos del astillero como protagonista.

El ciclo de presidencia de Albornoz terminó con una nueva crisis en los astilleros públicos y, como consecuencia, un brusco parón en las expectativas de desarrollo de lo que, a esas alturas de ejecución del proyecto, podríamos denominar complejo El Dique. Y es que en esas fechas el proyecto casi estaba completado. Las obras habían concluido, las diversas series documentales que componían su archivo estaban ordenadas, la biblioteca instalada y catalogada, los fondos del museo registrados, a la espera de completar su inventario y las diferentes salas del museo rematadas de mobiliario e instalaciones. Ciertamente a fines del año 1995 podíamos decir que se había cerrado el ciclo abierto a principios de 1990, ya sólo quedaba "abrir" el museo al público e iniciar una nueva etapa donde las preocupaciones tuviesen su raíz en la gestión y buen mantenimiento de las instalaciones, la variedad en los servicios prestados por el museo hacia un público de visita y la promoción de la mejor imagen del astillero a través de esta actividad cultural.

Sin embargo no fue así, lo que indicaba la lógica de los acontecimientos fue negado por los hechos, y el proyecto iniciado hacía cinco años con tanta fuerza fue perdiendo gas y cayendo en la postergación y el ostracismo como primera víctima de la propia inercia de la empresa.



*Planta baja del
almacén del
Museo, junio 1991.*

La denominada "tercera reconversión" se llevó por delante cualquier posibilidad de inaugurar el elaborado proyecto de recuperación de la zona histórica de Matagorda. Bajo el argumento de no desviar la más mínima atención de todo aquello que no estuviese vinculado a la resolución de los graves problemas por los que atravesaba el sector, el Museo y todo su entorno, quedó inmediatamente anulado. De nada sirvieron los sucesivos informes enviados a la presidencia en Madrid, o los planteamientos alternativos para su funcionamiento fuera del seno de la compañía. El extraordinario proyecto de un museo industrial dentro de una entidad emblemática se agotaba sin siquiera haberse estrenado.

No obstante, a pesar de la indefinición de la empresa y de la sangría de apoyos provocada por la crisis (durante el proceso de reconversión salieron prejubilados los principales responsables de la gestión del proyecto, tanto en la sede central de Astilleros como en la propia factoría), la compañía decidió no liquidar el asunto, algo que interpretamos en su momento, como una auténtica victoria, ya que consolidaba todo lo realizado durante los cinco años anteriores. Y aunque fueron tiempos duros y sin expectativas de mejora, el solo hecho de no desaparecer, convertía en éxito cualquiera de las iniciativas que desarrollamos en aquella época, de este modo y junto a las frustrantes suspensiones de inauguración -hasta en cinco ocasiones diferentes se elaboró un protocolo previo para los actos de apertura- el ciclo 1995-1997 nos permitió ir cerrando de manera progresiva todos los flecos pendientes en la ordenación, clasificación e inventario de los materiales acumulados. En esta etapa, además, desarrollamos el proyecto de restauración de las cubiertas de la Capilla de Matagorda y se instalaron en los jardines del andén sur del dique los remolcadores Gades y Cayetano del Toro, antiguos prácticos del Puerto de Cádiz salvados del desguace in extremis y pendientes aún de una más que necesaria restauración.

La relativa tranquilidad que reinó en el astillero en estos años de "resaca" de la nueva reconversión nos permitió, además, catalogar y clasificar de forma definitiva la antigua biblioteca técnica de la factoría, sistematizar y reenumerar las cuatro mil cajas de documentos que formaban el archivo histórico e iniciar el largo y complejo proceso para la declaración como bien de interés cultural de la vieja factoría de Matagorda.

En la primavera de 1998 y casi sin avisar, la sede central de Astilleros en Madrid decidió que era el momento adecuado para inaugurar oficialmente el Museo. Dicho y hecho, en menos de 20 días se pusieron a punto todas las instalaciones y se elaboró el protocolo a seguir el día de la apertura. El jueves 16 de abril, en un día gris y desapacible el museo fue inaugurado por el Sr. Secretario de Estado de Industria, el presidente de Astilleros Españoles y el Alcalde de Puerto Real. El lunes de la semana siguiente nadie sabía, o nadie quería saber, qué teníamos que hacer.



Los veinte días que siguieron a la fecha de inauguración sirvieron para negociar con la Dirección del Astillero la fórmula a seguir con las visitas al Museo. Se estableció que, en un primer momento, éstas se realizarían un día por semana, que serían previa cita, y que en ningún momento se perdería el control de los visitantes durante las dos horas que permanecieran en el recinto del astillero. Por si fuera poco se establecía un límite de personas por visita, lo que condenaba al recién nacido museo a unas escasísimas posibilidades de desarrollo futuro.

*Organización del
archivo fotográfico,
primera fase,
junio 1991.*

Aún así y a pesar de todo, en medio de una crisis

permanente del sector naval, se había conseguido dar solidez a un proyecto nacido con una clara vocación de provisionalidad. Podíamos tener más o menos visitantes al año pero habíamos metido al Museo El Di-que entre las instituciones culturales de la Bahía, el resto era cuestión de tiempo y paciencia.

Un nuevo cambio en la Presidencia de la empresa provoca nuevas incertidumbres en el futuro del museo recién estrenado. La falta de soluciones a la crisis estructural por la que continuaba navegando el sector y la presión a la que se veía sometida la empresa pública por parte de las directivas europeas, impedían cualquier atención al museo desde la compañía, aunque, todo hay que decirlo, tampoco se vió demasiado interés, por parte de las diferentes administraciones en su apoyo a la nueva infraestructura cultural.

Ante esta situación de indefinición y falta de interés tanto de la empresa que nos mantenía, como de las administraciones públicas, comenzamos a diseñar una nueva apuesta que plantearle a la compañía, desde el convencimiento, que era una falsa imagen de malgasto (¿qué hacía una empresa pública en crisis y dedicada a la construcción naval invirtiendo y manteniendo una infraestructura cultural que sólo generaba gastos?) la que lastraba cualquier intento de apoyo hacia el museo.

La nueva alternativa planteada a las más altas instancias del grupo Astilleros Españoles era tan simple como madurada durante el último año: aprovechando la enésima reestructuración de la empresa que, desgajaba el Astillero de Puerto Real de la Compañía AESA convirtiéndola en empresa independiente filial con el nombre Astilleros de Puerto Real S.R.L., acelerar los trámites de constitución de una Fundación Cultural dependiente básicamente del Astillero, aunque incorporando como patronos a diferentes instituciones públicas y entidades culturales, sociales y económicas de la Bahía de Cádiz.

Con la propuesta se pretendían dos objetivos básicos, por un lado desvincular definitivamente el Museo de la Sede Central de la Compañía en Madrid, lo que permitiría una mayor autonomía, y por otro incorporar el Museo al tejido socioeconómico de la Bahía, lo que descargaría al Astillero de la responsabilidad única de su mantenimiento.

Nuevamente la indiferencia de la mayoría de las instituciones implicadas y la parsimonia y falta de interés con que estas propuestas eran tramitadas en la propia casa provocaron el fracaso, puesto que al año escaso de haberse elevado la propuesta de constitución de la Fundación, la empresa Astillero de Puerto Real S.R.L. había dejado de existir y el Astillero de Puerto Real, entraba a formar parte de la Empresa Nacional Bazán en una nueva voltereta administrativa enmarcada en la incansable búsqueda de la tranquilidad para el sector.

En la desesperación que nos provocaba cada intento fallido, y ante la aparente apatía de la institución que nos mantenía, recuerdo una escueta y agria respuesta dada al nuevo presidente Marcelino Alonso en su primera visita al Astillero y al Museo, y que puede resumir las tremendas ganas que teníamos de activar aquella espléndida instalación cultural. Cuando finalizada la visita, se le estaban comentando los problemas de operatividad del centro, preguntó con tono extrañado: "¿Pero... si ya tenéis el museo que más queréis... ?" "Un C.I.F. señor presidente, sólo queremos un C.I.F. ...", desgraciadamente no nos lo concedieron.

A pesar de estos aparentes fracasos, desde el Museo ya nos habíamos acostumbrado a esa situa-



*Archivo Histórico,
deposito de planos,
julio 1997.*

ción de permanente "no a todo", por lo que conseguir quebrar, de vez en cuando, esa actitud suponía todo un éxito, y es en ese contexto donde hay que enmarcar los diferentes logros alcanzados en estos años. La celebración en la Escuela de Relaciones Laborales de la Universidad de un Foro de Debate sobre las Formas de Trabajo en mayo de 1999, el traslado y exposición en la ciudad de Hamburgo de la muestra *Astilleros del Ayer al Hoy*, la publicación de la obra de Jesús Romero González *Matagorda 1870-1940* y las complicadísimas gestiones para recuperación del remolcador *Matagorda* fueron, junto a la continuidad de los trabajos internos de inventario y catálogo y la normalización de las visitas al Museo, los hechos más destacables de este ciclo.



Inauguración del Museo El Dique, abril 1998.

Meses antes que Astilleros Españoles dejase de existir, la Junta de Andalucía comunicaba por escrito a la empresa, que la zona histórica de Matagorda pasaba a estar protegida por ley mediante su inclusión en el Catálogo General del Patrimonio Histórico. Se trataba, sin lugar a dudas y por muchas razones, de la mejor noticia que llegaba al museo en muchos años. Sin embargo la inoportunidad del momento y el desconocimiento, no sólo de los contenidos del decreto, sino de la propia existencia del

Museo y la zona histórica en las altas esferas de la compañía, propició una reacción contraria, que a punto estuvo de provocar la finalización de nuestro extraño y angustioso proyecto. Afortunadamente para todos, el vertiginoso ritmo que tomaron las negociaciones de fusión con Bazan, llevaron a un segundo término los recelos provocados por el anuncio de la administración autónoma, quedando en suspenso las medidas a tomar para corregir las posibles inconveniencias que conllevaba la nueva situación.

El 14 de septiembre de 2000 las instalaciones de Puerto Real dejaban de pertenecer a la Compañía Astilleros Españoles para pasar a formar parte de la Empresa Nacional Bazán. El proceso de fusión por absorción, iniciado meses atrás, culminaría con el cambio de nombre de las dos empresas unificadas, naciendo el 22 de enero de 2001 la Compañía IZAR de Construcción y Reparaciones Navales.

La nueva situación generó de inmediato nuevas expectativas, alimentadas por el tradicional carácter conservacionista de las instituciones militares, que nos hizo presagiar un aumento del interés por el Museo de los nuevos propietarios. Sin embargo, la realidad se hizo patente antes de lo que pensamos y la lógica preocupación por darle salida a los problemas generados por el gigante recién nacido, minimizaron, aun más, el escaso papel que jugábamos en aquel enorme entramado. Hasta tal punto disminuyó la importancia del Museo para la nueva empresa que la primera medida que se tomó, fue la reducción a la mitad de los estudiantes becarios que realizaban sus prácticas en el mismo, con lo que la "plantilla" de la institución pasó a estar formada por un técnico facultativo y un estudiante en prácticas. A pesar de todo y asumido, desde hacía tiempo, nuestra exigua función, continuamos trabajando con el único objetivo de anclar en la nueva sociedad y de una forma cada vez más sólida, el que empezaba a ser viejo *Museo El Dique*.



*Zona Histórica
y Museo El Dique,
vista parcial.*

En los tres últimos años de este largo y peculiar recorrido, el Museo, con el visto bueno de la nueva compañía, no solo ha mantenido su ritmo de trabajo interno, basado en el avance y revisión de los diferentes catálogos e inventarios, y en el mantenimiento de una cadencia en las vistas semanales (hasta el 31 de julio del año en curso y desde su apertura al público, se viene constatando un nivel sostenido de entre 2.500 y 3.000 visitantes por año) sino que ha ejecutado con éxito varios proyectos de indudable interés para todo su entorno. De este modo, el Museo ha participado en todas las exposiciones, que sobre la cultura marítima se han producido en el marco de la Bahía (*Cádiz, la provincia en el siglo XX, Cádiz y el mar, 75 aniversario del Juan Sebastián Elcano, Todo Cádiz, 125 años de lucha y trabajo y 125 años del astillero de Puerto Real*), igualmente ha elaborado la muestra *Del vapor correo al Ferry, 110 años de buque de pasaje*, ha publicado las obras *Inventario de fondos del archivo del Museo El Dique* y *La imagen del acero, 125 años del astillero de Puerto Real*, ha desarrollado con éxito el proceso de digitalización de las más de 5.000 imágenes que componen su fondo de placas de cristal y ha sido partícipe, junto a otras instituciones públicas, del rescate y preservación de uno de los pocos buques remachados que quedan en nuestro país: el *Matagorda*.

No obstante, no se trataba aquí de hacer una alabanza a lo que, desde el más estricto sentido profesional hemos hecho, sino de llamar la atención de lo que todavía queda por hacer, y que resumiendo podemos concretar en la necesidad de dotar al Museo de un modelo de gestión adecuado a su función de difusor cultural. Este marco de actuación entendemos que debe ser independiente del Astillero y ha de permitir la suficiente autonomía como para poner en práctica un proyecto real de desarrollo sostenible, basado en la explotación de todo tipo de actividades relacionadas, no sólo con la acción pedagógica y formativa, que le es propia, sino con la explotación de todos los recursos terciarios compatibles con el carácter cultural de la institución.

Es el momento de ir terminando, y ya que la propia institución universitaria me lo permite, haré desde estas páginas un llamamiento al sentido común de cuantos ciudadanos de la Bahía puedan sentirse aludidos: el proyecto del Museo El Dique, es algo más que lo que pudiésemos entender por un proyecto. Se trata de una realidad tangible, al alcance de la mano de cualquier persona que quiera aproximarse a visitarlo. Se trata de unas instalaciones reales que forman parte de la historia más próxima de nuestro entorno. No es un museo local o comarcal, tampoco se trata de una instalación museográfica de carácter temático. No pretende instalarse entre las instituciones culturales de mayor número de visitas, ni competir en actividades con otros organismos..., sólo pretende perpetuar, en la memoria colectiva de los ciudadanos de la Bahía, un pasado común a casi todas nuestras ciudades, un pasado que tintó del mismo color a todos los estratos sociales y sostuvo la economía de nuestra comarca durante casi dos siglos.



*El dique de Matagorda
después de su
restauración.*

Esa institución, que ya existe y que hace lo que su limitado margen de maniobra le permite, necesita del apoyo decidido de todo su entorno social e institucional para consolidarse como un centro cultural que nos permita transmitir -en estos tiempos que corren, donde casi todo se supedita a la temporada turística y al sector hostelero- que hubo una época, donde los carpinteros y herreros de ribera, remachadores, calafates, ingenieros, soldadores, delineantes y tuberos,

protagonizaron los momentos más brillantes de nuestro pasado. El reto de encontrar un modelo de gestión que nos permita hacer todo eso es, de momento, nuestra asignatura pendiente.

No quiero acabar este artículo, sin hacer una mínima reflexión sobre la forma en que está escrito, y es que cuando me lo encargaron me pidieron que lo escribiese en primera persona, ya que se trataba de transmitir una visión personal de un proyecto que, junto a otros, he vivido intensamente. Lo he intentado, pero la mayoría de las veces, unas sin querer y otras queriendo, he usado el plural, y es que en un proyecto de estas características, aparte de la voluntad y las ganas que uno ponga, hace falta mucha gente comprometida y, aunque no citaré a nadie en particular, sí que todos, absolutamente todos, se sentirán directamente aludidos en el único reconocimiento público que por coherencia haré: vaya desde aquí mi más profundo agradecimiento al Astillero de Puerto Real y todo lo que esa institución significa, porque es en realidad el primer responsable de esta apasionante aventura.

J. M. M. M.

Una experiencia para la promoción del teatro andaluz **Que 20 años no es nada...**

Manolo Pérez

Para aquellos que no nos conocéis la Feria de Teatro en el Sur, se desarrolla en Palma del Río (Córdoba), una población cercana a los 20.000 habitantes enclavada en la vega que conforma la unión de los dos ríos emblemáticos de Andalucía (Genil y Guadalquivir). Entre huertas de naranjos y a las faldas de Sierra Morena nació en 1984 el embrión de lo que hoy se conoce como *Palma, Feria de Teatro en el Sur*, uno de los mercados escénicos de mayor solera y prestigio del panorama nacional.

Cuando la Diputación de Córdoba propone montar en Palma del Río una jaima (carpa) para la realización de actividades culturales durante el verano de 1984, Ramón López, Concejal de Cultura del Ayuntamiento, decide que es una buena oportunidad para programar en Palma el teatro que se estaba haciendo en Andalucía; es el comienzo de una aventura, la *I Muestra de Teatro Andaluz*.

Ese verano actuaron en Palma: Teatro de la Jácara, La Zaranda, Teatro de la Caleta, Trápala y Axioma. Mis recuerdos de aquella iniciación son desde la perspectiva del espectador: Una carpa baja, completamente cerrada, en pleno verano era sinónimo de calor; un calor físico que se mezclaba durante las funciones con el calor/olor de la escena. Aún recuerdo



Cartel anunciador de la última edición de la Feria.

cómo me engancharon *Los tinglaos de María Castaña* de los jerezanos de La Zaranda.

Después de esta experiencia, se comenzó a ver la posibilidad de darle continuidad, por lo que se apostó por mantener año tras año este encuentro con la escena andaluza. Para esto, y ante la falta de espacios culturales, desde el Ayuntamiento se decide adquirir el Coliseo España, cine de verano que llevaba años sin uso. Es en este recinto donde se desarrolla la *II Muestra de Teatro Andaluz* en

1985 con compañías como Involantes, Teatro El Globo, La Buhardilla, La Jarana, Ramón Rive-ro. La apuesta escénica que suponía esta semana andaluza se saldaba en estos primeros años con un público minoritario, pero entusiasta del teatro.



Roberto Quintana
en *Las horas Inmóviles*

1986, 1987, 1988 y 1989 fueron momentos de continuidad. Personalmente, pasé de espectador a trabajar en

la Delegación de Cultura del Ayuntamiento. Con el empuje de Ramón López y el compañero Pepe Lora conformamos el equipo que cada año hacía posible el montaje de la muestra teatral. Un número reducido de personas, un presupuesto escuálido y sobre todo el convencimiento en las ideas que defendíamos. Porque, no se trataba de montar un festival de teatro, sino de conocer y fomentar la escena andaluza, un panorama rico y variado que salvo raras excepciones, no tenía cabida ni dentro, ni fuera de nuestras fronteras. Durante estos años pasaron por Palma del Río espectáculos de *Las Marismas*, *Teatro para un instante*, *Teatro del Mediterráneo*, *Atalaya*, *Esperpento*, *Acuario*, *Andante*, *Kábala*, *Paco Moyano*, *Teatro del Sur*,

ETC Títeres, La Cuadra, La Pupa, etc. Era norma no escrita, que después de cada función un grupo de amigos/amantes del teatro nos quedáramos a charlar un rato con "los artistas"; una especie de "teatro-forum" espontáneo y no reglado, donde lo importante era la relación humano-afectiva. En estas charlas nocturnas y noctámbulas, iban surgiendo los problemas de la Andalucía teatral: falta de apoyo institucional, necesidad de espacios escénicos en Andalucía, imposibilidad de salir fuera de Despeñaperros, etc.

Si tuviera que responder a la pregunta "¿por qué una Feria de Teatro de Palma del Río?, ¿a quién se le ocurrió tan feliz idea?". La Feria de Palma es el resultado de una evolución lógica a la que nos estaba llevando año a año la Muestra de Teatro, porque estábamos convencidos que había que dar respuestas a las inquietudes y necesidades de los grupos de teatro independiente de Andalucía. *Palma, Feria de Teatro en el Sur* nace de los encuentros que durante varios años mantuvimos con las compañías y profesionales andaluces, y que el Ayuntamiento de Palma del Río con Ramón López a la cabeza asumió para dar el salto. Así, en 1990 la muestra se denomina *VII Muestra de Teatro Andaluz y Feria de Teatro del Sur*.



The Happy Side Show

La Feria nace (y se mantiene en la actualidad) como escaparate nacional del teatro hecho en Andalucía. Para ello, ampliamos la oferta teatral (pasamos de 5 a 16 compañías andaluzas), ponemos en uso nuevos espacios escénicos (Casa de la Cultura y Hospedería de San Francisco), se programan debates en torno a la problemática teatral andaluza e invitamos a estar en Palma del Río a programadores tanto andaluces como del resto del estado. Esto supuso un

mayor esfuerzo, tanto organizativo como presupuestario, para ello se contó con el apoyo de Junta de Andalucía y Diputación de Córdoba; pero hacer posible la Feria de Palma, fue en gran medida, por el esfuerzo que las compañías andaluzas realizaban para estar en Palma del Río. Las compañías no cobraban un caché por su actuación en la Feria, sólo unos gastos mínimos para el desplazamiento. La Feria de Teatro de Palma del Río se convierte por tanto en una apuesta desde el Ayuntamiento por y para la producción andaluza.



Compañía Rolabola

Nuestro gran reto, era conseguir que la escena andaluza estuviera presente en las programaciones teatrales de este país; para ello, los gestores y programadores debían de venir, ver y comprar; porque, el producto, estamos convencidos que era y es bueno. En 1990, vinieron a Palma 17 programadores (14 andaluces y 3 del resto del estado). Ante esta baja asistencia de gestores teatrales, nuestro objetivo de futuro estaba claro:

potenciar el carácter de mercado de la feria y conseguir que fuesen más los programadores que acudieran a esta cita anual. Desde 1990 hasta la actualidad hemos conseguido que en torno a 80 programadores teatrales pasen por Palma del Río cada año, en una proporción igual de andaluces y del resto de las comunidades del estado.

1990 y 1991 son años de transición, siendo en 1992 cuando se consolida el modelo de feria con la imagen actual: *Palma, Feria de Teatro en el Sur*. Se invita a participar a las comunidades autónomas, se fortalecen los debates y encuentros, etc. En definitiva, *Palma, Feria de Teatro en el Sur* se afianza como una de las grandes ferias a nivel nacional, refrendada por

el seguimiento en prensa, el nivel de programación y el interés de los programadores por asistir a ella.

Paralelamente a su evolución, se produce un incremento en el número de ferias en el estado español; esto supone una masificación en fechas y eventos teatrales, lo que aumenta la competencia entre ellas. Convirtiéndose en meros escaparates de espectáculos, con la consiguiente pérdida de debate y análisis en torno al hecho teatral. Esta realidad hace necesario un replanteamiento del papel que las ferias de teatro juegan en el panorama escénico nacional. En el caso de la Feria de Palma, el objetivo sobradamente cumplido de promocionar el teatro andaluz dentro y fuera de la comunidad autónoma llega a un momento de reflexión y crecimiento en sus objetivos. El conocimiento de otras propuestas provenientes de fuera de Andalucía además del potencial anteriormente citado de nuestros profesionales ofrece una interesante simbiosis capaz de mantener el nivel conseguido y captar otros mercados y creadores que desconozcan las propuestas de Andalucía, enriqueciendo a los espectadores y profesionales de nuestra comunidad.



Público en el Teatro Coliseo.

Desde 1990 hasta 2003, han sido muchos los cambios que se han venido produciendo en la Feria:

- Búsqueda y puesta a punto de nuevos espacios: En la actualidad contamos con cinco espacios para teatro de sala, junto con recintos para propuestas de calle.
- Ampliación de las infraestructuras técnicas para los espectáculos.
- Desarrollo de gran número de actividades para-

lelas: exposiciones, debates, puntos de encuentro, homenajes, premios de la Feria, etc.

- Mayor número de espectáculos y compañías.
- Ampliación a los hoteles de la comarca por las necesidades de alojamiento de los invitados.
- Mayores recursos humanos y económicos.
- Etc, etc, etc.

En definitiva, en estos 20 años, hemos visto crecer y madurar nuestra apuesta por la escena andaluza. Desde Palma del Río, hemos intentado acomodarnos cada año a la evolución de la realidad teatral andaluza, porque, entendemos la Feria como algo vivo que debe ser fiel reflejo del panorama teatral de Andalucía. Es por ello, que al cumplir 20 años, esa mayoría de edad nos ha planteado importantes problemas existenciales, quizás estemos en la "crisis de los 20" buscando cuál es hoy el sentido de una Feria como la de Palma, cuyo pilar fundamental es el teatro andaluz. En estos momentos, estamos en plena ebullición de ideas, volviendo a confrontar nuestros planteamientos con la profesión teatral andaluza, con los intereses de los gestores teatrales, con las necesi-



Ceremonia de entrega de premios, 2003.

dades de las políticas culturales... Todo ello, nos debe llevar a concretar un modelo de Feria acorde con las nuevas realidades de Andalucía y del hecho teatral en general.

Es por ello, que *Palma, Feria de Teatro en el Sur* apuesta por la ampliación en los contenidos y propuestas incluyendo a profesionales de otros lugares basándose en los siguientes fundamentos:

a. La Feria como Mercado. Potenciando los equipamientos y espacios para la venta de espectáculos, proyectos e ideas.

b. La Feria como Festival. Con una programación

de espectáculos andaluces, nacionales y/o internacionales que enriquezcan el panorama de exhibición tanto andaluz como nacional.

c. La Feria como Foro. Recuperar Palma como punto de encuentro de la profesión andaluza, añadiéndole valor a la relación con otras experiencias y profesionales de fuera de la comunidad.

En definitiva, el objetivo de futuro se basa en un término: ampliación. Ampliar la Feria de Palma a nuevos proyectos, nuevos espectáculos, nuevos profesionales para fortalecer el hecho teatral andaluz.

*M. P.
Técnico. Patronato Municipal de Cultura,
Ayuntamiento de Palma del Río*

Una breve historia Green Ufos

Rafael López

Echando la vista atrás, Green Ufos nació en el otoño de 1993. Fue entonces cuando en mi cuarto, con cinco mil pesetas para fotocopias y unas cuantas direcciones que había conseguido gracias al fanzine *My Life With Duckula*, decidí reunir en un catálogo una serie de discos para intentar venderlos por correo, en los conciertos de grupos independientes que pasaran por Sevilla o simplemente quedando con la gente en cualquier esquina. No fui consciente en ningún momento de que, lo que entonces empezaba, se convertiría en una distribuidora de discos independientes. Nunca pensé "quiero montar una distribuidora". Al año leí en una revista francesa una noticia acerca del primer álbum de Peter Parker Experience. "No puede haber un mal disco tras un nombre como éste", pensé/me dije. Pasadas unas semanas recibía a vuelta de correo un paquete con el álbum de Peter Parker Experience... acompañado por sendos discos de Diabologum y Dominique A. Nuestra relación con Lithium Records acababa de nacer, pero de nuevo no era consciente de lo especial que aquellos discos suponían/significaban/supondrían/significarían. A los pocos meses el sello Rosebud se unía a nosotros y con él Katerine, The Married Monk y The Little Rabbits. No tardaron en llegar noticias de otro sello francés, Le Village Vert, con *Autour de Lucie* y *Czerkinsky*. Todo seguía sucediendo en mi habitación, quitando tiempo a las asignaturas de empresariales y compartiéndolo con eventuales trabajos, entre los que destacaría la cocina del comedor norteamericano de la base aérea de Morón de la Frontera. Aunque me tenía que levantar a las 3 de la mañana, pagaban bien, y con un par de meses de trabajo conseguí dinero para comprarme

la máquina de fax. Es una Samsung... Aún funciona. En 1996 comenzamos a trabajar con el sello inglés Ché y con los fantásticos Urusei Yatsura. La relación fue intensa, pero corta. Tras un contrato de distribución con una multinacional, Ché quebró. No importó demasiado. Lo mejor de Ché se transformó en Rocket Girl y gracias a Vinita pudimos añadir a nuestro catálogo a Piano Magic y a sus compañeros de sello/escudería. Hacia 1997 decidí poner punto final a mis estudios. Cuatro asignaturas para acabar la diplomatura de empresariales. Tanta teoría no vale para nada... sigo pensando. Mi cuarto era ya demasiado pequeño, así que buscamos refugio en la trastienda de una tienda de ropa de segunda mano en el centro de Sevilla. Álvaro Morilla fue una importante ayuda en ese periodo. Fue en 1998 cuando me pagaron un viaje a París para ver el concierto de un tal Yann Tiersen. A la vuelta no había duda y Tiersen estaba en "nómina". Aún en la trastienda, sin ventanas, recibimos un paquete con la versión original del debut de Montgolfier Brothers, cuando aún no estaban en el sello Poptones. Mientras tanto nuestra principal actividad seguía estando en la venta por correo y en el contacto directo con los fans de la música, actividad que nunca ha cesado y que hoy más que nunca es imprescindible mantener. Los sellos que ya trabajaban con nosotros nos ofrecían discos tan inolvidables como los de Bertrand Betsch o François Breut. Hacíamos nuestros primeros pinitos en giras nacionales, y sin adsl aún contactábamos con el otro lado del atlántico para empezar a trabajar con sellos como Touch And Go, Thrill Jockey o Secretly Canadian. La tienda de ropa cerró, pero encontramos un apartamento a unos pocos metros donde ahora vamos a vivir nuestro décimo cumpleaños. Esta oficina tiene una extraña forma alargada, con dos habitaciones no demasiado grandes y un gran recibidor que no llega a ser otra habitación, pero que

**en 1996 comenzamos
a trabajar con el sello inglés
Ché y con los fantásticos
Urusei Yatsura**

nos sirve de tienda / punto de encuentro con la gente de Sevilla que quiere conocer nuestros discos. ¡Esos tres escasos metros cuadrados son una auténtica tienda underground! Obviamente, en esta oficina hay cedés por todas partes, en los armarios empotrados, en las estanterías, en el cuarto de baño e, incluso, en la cocina. ¡Y también toneladas de cartones!

Hace aproximadamente 3 años que Baldo Gordillo empezó a trabajar conmigo, convirtiéndose en mi mano derecha. Desde Mayo del 2002 Ana Belén García ha asumido las labores del departamento de promoción... convirtiéndose en mi mano izquierda. Nuestro actual equipo lo completan José Luis Barrera en administración y Andy Jarman en la producción de giras y conciertos. A la vez que estos compañeros se han integrado en Green Ufos, hemos tenido la oportunidad de comenzar a trabajar con uno de los sellos más importantes de Inglaterra, Southern Records, encargado de promocionar en Europa sellos como Dischord o Constellation y artistas como Fugazi o Godspeed You! Black Emperor, que ahora forman parte de nuestro catálogo. 10 años. Han pasado volando. ¿Y ahora qué? Bueno, en esto de la música independiente no se puede vivir de pasadas "glorias". Desde luego esperamos que el talento de Dominique A, Experience, Programme, François Breut, Piano Magic, Autour De Lucie, Bertrand Betsch, Songs: Ohia, The Sea & Cake, Katerine, Sleater-Kinney o Tortoise, sigan dando para más. Pero también somos conscientes de que los nuevos valores, como The Russian Futurists, The Essex Green, Téléfax, Mobbil, A Silver Mt. Zion, The Clientele, Black Heart Procession o The Decemberists serán protagonistas de los próximos 10.

Green Ufos. La distribuidora

La distribución de discos y vinilos ha sido y es nuestra principal actividad. En estos diez años hemos establecido relaciones con muchas tiendas de discos especializadas en música independiente y también con algunas importantes cadenas del sector. Si se le

podiera llamar estrategia, ésta se habría basado siempre en la calidad de los discos que hemos vendido. La calidad como razón de ser. Hemos intentado elegir cuidadosamente los sellos, artistas y discos con los que trabajamos para asegurarnos que estábamos hablando de muy buena música. Nunca hemos estado reñidos con el riesgo y así, algunos de los discos que mejores ventas han obtenido han sido discos llenos de experimentación y atrevimiento, como *Remué* de Dominique A o *Aujourd'hui, Maintenant* de Experience. Poco a poco, gracias a la buena acogida que algunos de nuestros grupos han ido obteniendo en la prensa y radio especializadas, se nos han abierto puertas en el mercado. Green Ufos se ha construido poco a poco. No ha habido comerciales agresivos, ni fuertes campañas de marketing. Hemos trabajado de una forma natural, siempre a largo plazo, dando todo el tiempo necesario para que los artistas se hicieran un hueco, convencidos de la bondad y trascendencia de nuestros discos. Hemos sido capaces de reunir a nuestro alrededor a sellos que están entre lo más destacado del panorama internacional de la música independiente: Lithium, K, Thrill Jockey, Dischord, Constellation, Southern, Rocket Girl, Secretly Canadian, Touch And Go, Kranky, Virgin France, Estrus, Kill Rock Stars, Prohibited Records, Track & Field, Le Village Vert... Así, nuestro actual catálogo está compuesto de casi 1.600 referencias diferentes, logrando vender sólo en el año 2002 un total de 32.990 discos, el máximo que por ahora hemos alcanzado en una única temporada.

Green Ufos. El sello

La historia de Green Ufos como sello tiene 2 partes. La primera transcurre entre 1997 y 1999 cuando paralelamente a la distribuidora decidimos montar una compañía discográfica con la que editar los discos de artistas que no tenían sello. Para ello traducimos Ufo al español y montamos OVNI Records (que rizando el rizo se traducía por Objetos Vitales para la Navegación Interestelar). En OVNI editamos un minicd y un cd de Supertube, grupo que formó Miguel

Rivera tras su paso por Long Spiral Dreamin', y que más tarde se convirtieron en Maga (hoy en Limbo Starr), un minicd de Sick Buzos, así como un cdep de éstos compartido con Polar, otro split cd compartido por Sukiyaki (con Aldo Linares y Elena Cabrera) y Zonites (proyecto space rock de uno de los miembros de Sick Buzos) y un cdep de un prometedor grupo inglés llamado Cuff. Ninguno de ellos fue tan exitoso como el splitcd compartido entre Diabologum y Manta Ray y que co-editamos con Astro Records. Además, OVNI y Acuarela Discos hicieron una joint venture llamada The Affection Series en la que se publicaron 5 discos: el split single de Los Planetas y Sr. Chinarro, *Western Music* de Will Oldham, *L'Attrance* de Dominique A, un cdep de Hefner y un split cdep compartido por los franceses The Married Monk y Da Capo. Por último, hicimos una breve intentona electrónica, y con otro subsello, Space Cadet, publicamos un minicd de Aquaplane, proyecto big beat del ex Strange Fruit Andy Jarman. Al final de 1999 dimos por acabada a OVNI y a todas sus vertientes. La diferencia entre las ventas de algunos discos y aquellos de los grupos españoles creaba tensiones entre éstos y nosotros, por lo que de nuevo volvimos a concentrarnos al 100% en la distribución.

Pero en 2001 el gusanillo volvió. Diferente, pero volvió. Ante todo decidimos concentrar todas nuestras actividades bajo un mismo nombre, obviamente Green Ufos. Además, se trataba ante todo de licenciar discos de otros sellos bajo nuestra etiqueta, con el fin de o bien poder venderlos más baratos o bien poner en circulación discos que no se podían importar/distribuir por haberse editado en multinacionales en sus países de origen o por pertenecer a sellos independientes que preferían la licencia antes que la distribución. Cuando escribo esto, la lista de discos editados en España por la etiqueta Green Ufos llega hasta 12. *Club 8* y *Spring Came Rain Fell* de Club 8, *La Grande Musique* de The Little Rabbits, *8ème Ciel* de Katerine, *Let's Get Ready To Crumble* & *The Method of Modern Love* de The Russian Futurists, *Des*

Courbes Des Choses Invisibles de Téléfax, *Contre Le Centre de Mobiiil*, los volúmenes 1 y 2 del recopilatorio de artistas franceses *A Découvrir Absolutment*, el recopilatorio *Hidden Songs* y dos discos de Piano Magic, el cdep (editado por nosotros para todo el mundo) *Speed The Road*, *Rush The Lights* y el álbum *The Troubled Sep Of Piano Magic*.

Green Ufos. La venta por correo/Green Ufos Factory

Al principio Green Ufos no era estrictamente una distribuidora, ya que no vendía a tiendas. Los comienzos fueron estrictamente contacto directo con los fans de la música. Enviábamos por correo, poníamos un pequeño stand en todos los conciertos que organizábamos, o incluso quedábamos en la calle con la gente para llevarles los discos que nos habían pedido. Y aunque ahora una gran parte de los discos que vendemos van hacia las tiendas, seguimos trabajando nuestro catálogo postal, del que hasta ahora hemos publicado 19 números y que son pequeños fanzines en los que nos gusta describir cuidadosamente los trabajos de los artistas. Seguimos vendiendo discos en los conciertos y seguimos yendo a festivales a poner nuestro stand. El contacto directo con los auténticos fans, con aquellas personas cuya aproximación a la música es completamente natural, es algo que nos ha dado algunas de nuestras más grandes satisfacciones y que nos impulsa día a día a seguir nuestro camino. Además, en estos tiempos de convulsión en el mercado, el trato con el aficionado nos parece una manera excepcional de hallar nuestro hueco en la escena. Al fin y al cabo, siempre hemos pensado que distribuir música independiente es como estar en las trincheras. Y en todas nos encontrarás.

**siempre hemos pensado
que distribuir música
independiente
es como estar
en las trincheras**

Green Ufos Factory o "Los mejores discos de

otros años a precios de otro siglo". No todos los discos pueden vender lo que su calidad artística les haría merecer. En un mercado colapsado, muchos buenos discos acaban pasando inadvertidos. El resultado es un stock que requiere unos precios mucho más ajustados. Así, en Green Ufos Factory recogemos una selección de discos de nuestro catálogo que se venden permanentemente con un descuento del 40% en venta por correo y del 35% en venta a tiendas. En la actualidad Green Ufos Factory está formado por 300 discos y nuestra intención es renovar aún más gran parte de nuestro catálogo, por lo que periódicamente vamos a añadir más discos a esta lista de discos de serie media.

Green Ufos. Organizadores de conciertos y giras

Ha sido fantástico poder producir conciertos y giras. Ello nos ha dado la oportunidad de conocer en persona a muchos de los artistas con los que trabajamos, saber cómo son y cómo sienten, conocer sus inquietudes, sus deseos, identificarnos aún más con ellos. Algunos de los mejores recuerdos de estos diez años no han salido de una revista o de nuestra oficina, sino que se han producido dentro de una furgoneta, en un área de servicio de una autopista, alrededor de unas copas en un bar o, directamente, viendo a los protagonistas sobre un escenario. Además, en Green Ufos hemos intentado que estos grupos no tocasen únicamente en aquellas ciudades donde es habitual ver actuaciones de carácter internacional en el circuito habitual de conciertos de grupos internacionales -Madrid, Barcelona, Valencia o Zaragoza- y ciudades "periféricas" como Sevilla, Cádiz, Granada, Vigo, Murcia, Girona, Cáceres, Huesca, Algeciras, Málaga, Tarragona, Santander, Gijón, Bilbao, han sido sistemáticamente visitadas por nuestras propuestas, eso sí, con el fiel apoyo de promotores locales llenos de entusiasmo y dispuestos a echarnos una mano. También hemos tenido la oportunidad de trabajar con festivales como el FIB, el BAM, el Tanned Tin, el Ciclo Pop Rock en el Central... Sea como sea, la larga lista

de artistas cuyos conciertos o giras en España y en cuya organización nos hemos visto involucrados incluye a Dominique A, François Breut, Diabologum, Giant Sand, Katerine, Autour de Lucie, The Little Rabbits, Da Capo, The Married Monk, Experience, Programme, Mendelson, Edith Frost, Piano Magic, Herman Düne, Don Nino, Byrne, Morning Star, The Russian Futurists, NLF3 (Trio), Jean Louis Murat, Michel Houellebecq, Yann Tiersen, The Bitter Springs, Jeronimo, Mazarin, Gel, Sinner DC, Czerkinsky...

El 10º Aniversario

Nos ha costado mucho llegar hasta aquí. Así que ahora queremos alargar el momento. Para ello hemos decidido realizar una serie de actividades, obviamente se trata de ediciones de discos y de giras. Éste es el menú que hemos preparado. Esperamos disfrutarlo con todos vosotros.

R. L.

Gijón es una fiesta

Rafael Marín

La llaman la Semana Negra. Dicen que porque, en un principio, fue un encuentro entre escritores y lectores de novelas y relatos policíacos. Hace dieciséis ediciones ya. O sea que ha llovido lo suyo: Gijón ya saben ustedes cómo es, o deberían saberlo.

Desde entonces ha crecido. No sé cómo fue al principio, pero sí cómo es desde hace unos años, desde que tengo la suerte de asistir. No es ya una semana. Y, desde luego, no es negra. Quiero decir que ya no está dedicada solamente a la literatura policial, sino simplemente a la literatura. O, más que a la literatura, al arte de contar historias, ya sea por medio de relatos de gangsters, balas, políticos corruptos y boxeadores en la cuesta de la vida como con viñetas en blanco y negro donde Jack el Destripador nos desgrana sus crímenes o los dibujantes sudamericanos intentan escapar a las dictaduras que les han ido cayendo en mala suerte. O a las historias de mundos de ficción que se parecen al nuestro o no se parecen, según nos dé la gana o lo necesitemos los escritores que pretendemos unir literatura y fantástico. Es bueno que en alguna parte nos hagan caso.

Es una semana multicolor. Un crisol auténtico. La mezcla definitiva de gustos y afinidades, de culturas y contraculturas, de lo culto y lo popular. Ahí es nada, pero es todo eso. Si algo define esa semana que son diez días y que no es negra ya, sino un puro arco iris, es esa asombrosa capacidad para hacer conocido y popular lo que, en otros sitios, desde los periódicos, es absurdamente reducido y culto. La Semana Negra tiene mucho de feria del pueblo, y por eso

no es extraño ver el carnaval que se forma en torno a la Carpa de Encuentros que se alza junto al estadio de fútbol donde se sitúa ese mágico tenderete donde se venden libros de saldo y libros de estreno, globos, caramelos, comida para llevar de cualquier procedencia, cerámica india y hennas de colores, algodón de azúcar, saltimbanquis, churros a cualquier hora del día y la noche, trenzados rastas, motivos celtas, flechas y carcajs indios del norte y oscuros chiquillos de ojos de piedra venidos del sur, mantas, ropa, bocadillos, estatuas de cartón de héroes del cómic, velas, flores, chiringuitos de todos los tipos a los que alcanza la imaginación, música a chorros, de vez en cuando la lluvia en arpegios.

Es, en efecto, la feria del pueblo y es bueno que los payasos de esa feria, por una vez, seamos los escritores. Es bueno que se nos mime un poco y se nos haga caso, que seamos reina por un día entre gente que pasa y nos mira y, de vez en cuando, se acerca y te compra un libro o te pide que se lo firmes. Es bueno que todo esté junto y a mogo-llón, porque no somos tan raros ni la gente es tan zafia como quiere creerse, y siempre resulta apasionante encontrar a gente de todos los rincones del mundo unidos por el amor común a las letras y a muchas otras cosas (entre otras, la magnífica comida de la que hacen justo alarde los gijonenses, desde luego).

Montar semejante tinglao es labor de titanes y es justo reconocerlo. Dicen que la Semana Negra ha estado siempre en la cuerda floja, a expensas de políticos y subvenciones, con el miedo al cambio que siempre pueden traer unas elecciones y los recortes presupuestarios de rigor, buscando becas y patrocinadores y encantados de que las marcas de refresco al uso echen una mano (aunque a algunos nos guste más la

**la Semana Negra
ha estado siempre
en la cuerda floja,
a expensas de políticos
y subvenciones**

cerveza o incluso a otros les tire más la otra marca de refresco oscuro). Si la ciudad parece que cada tarde se moviliza para ir a esa feria, y cada noche acude a los conciertos gratuitos, todo se debe a un puñado de gente que está al pie del cañón, desde las oficinas instaladas en el "submarino", en uno de los laterales del Molinón. Allí están todos, entrando y saliendo, frenéticos, sonrientes, organizados como un ejército solidario y optimista. No conozco más que unos cuantos nombres, y por eso no puedo citar a ninguno. Pero siempre velan por nosotros, los invitados, y saben cómo y dónde y cuándo tienen que recogerlos, a qué hora llega el avión, a qué hora parte, con quiénes hay que hacerte compartir el viaje de vuelta o de regreso. Un caos perfectamente articulado, organizado como si fuera un plan secreto del Pentágono. Nunca se les ve un mal gesto, ni una ojera (y sé que duermen poco). Es el subidón de la Semana, que contagia. Y se agradece.

Detrás de todo, como un *oberstandartenführer* beatífico y bigotudo, como un Pancho Villa de las letras y el buen humor, está Paco Taibo. Paco Ignacio Taibo II, como él firma, reconociendo que pertenece a una estirpe de periodistas y escritores. Mexicano de acento y mostacho. Gijonés de origen y cariños. Incombustible. Un león de leer libros (y escribirlos). Entusiasta, imbatible, lenguaraz. No para. Contagia también, hace que uno envidie su capacidad de movimiento. ¿Cómo puede cundirle tanto un día, una semana, un mes, una vida? Se le ve amigo de todos, enterado de lo que hacemos todos, de lo que escribimos o rompemos todos. Charla y charla, inevitablemente se convierte en un imán. Dedicar su vida a la vida y a los libros que son la vida y se le ve feliz siempre, aunque imagino la de procesiones que irán por dentro después de tantos años al pie del cañón. O más bien al pie del cañón de confetti, que aquí las balas no pretenden matar a nadie, aunque a todo escritor que se precie se le ha ocurrido (y alguno hasta ha escrito) un relato que se llame "Asesinato en la Semana Negra" o algo parecido.

Es la fiesta de la cultura y tiene sus voceros. El periódico *A quemarropa* que venden desde muy temprano un puñado de chavales, donde se informa de lo que pasó el día anterior y de lo que irá pasando ese día. Un periódico de verdad, grande y de sábana, como otros periódicos queridos más cercanos y de más antes. Un periódico que, cada pocos días, lleva de regalo no un fascículo, un pin, un cochechito o un devvedé, sino libros perfectamente encuadernados, en ediciones especiales para cada edición, dedicados a alguna exposición de autores de historieta, o a algún pintor al que se homenajea, o a los poetas del exilio o los escritores que por allí pululan. Debe costar un potosí montar semejante editorial volante, pero los libros se venden por un euro, si acaso.

Los escritores tienen las mañanas libres y las tardes comprometidas, en tertulias improvisadas donde se habla lo que se puede y lo que nos deja Paco Taibo. Y desde el púlpito de la Carpa de Encuentros, al finalizar cada acto, alguien de la organización que sube y dice con desparpajo: "Los libros de tal autor al que acaban de ver están ahí al fondo, a la venta. No se corten". Y siempre hay alguien, en efecto, que no se corta.

Gijón es una fiesta y la fiesta empieza en Madrid, desde donde sale el tren negro que remonta lento el mapa hasta llegar a territorio de montaña y brumas. Por el camino, bocadillos y dulces, mucho refresco (los que bebemos cerveza no podemos ni quejarnos). Periodistas que cruzan el tren de un lado a otro, indígenas voladores que duermen detrás de mí, reservando fuerzas para las volteretas que darán mañana en el aire a treinta metros de altura y miles de kilómetros de sus antepasados. Vagones abarrotados de gente que charla aunque no se conoce, que se sonríe porque se conoce de siempre o de otras Semanas Negras, traductores simultáneos que van de acá para allá tomando notas taquigráficas donde no se les escapa ni el aliento que uno toma entre frase y frase. Y la inevitable y divertida mesa redonda donde todos

hablan de lo que son y lo que están haciendo, aunque a veces las coincidencias entre un proyecto y otro no nos hagan mucha gracia. La anécdota de este año es que en el tren no estaba la mesa redonda literal de otros años. Renfe ya no la tenía: había sido "vendida", según dijeron, a un país árabe. Todos comprendimos que ahora andaba por Irak, dedicada a otros menesteres menos literarios.

Luego, nada más llegar a Asturias, una espicha. O sea, comer y escuchar gaitas y beber sidra. El aspecto culinario es importante en la cultura asturcona, y la Semana Negra lo cuida al detalle. Si alguien está tan loco como para ir a la Semana Negra mientras sigue un régimen de adelgazamiento (o sea, mi propio caso), ya puede irse olvidando durante los días que esté allí. Hay espichas de entrada y de salida, almuerzos y cenas de trabajo y ocio. Imposible seguir cualquier régimen. Da lo mismo.

Nos reciben en el Ayuntamiento, y antes en el tren el presidente (o lo que sea) de la comunidad autónoma. De verdad que parece que los escritores, en este país, somos algo. Se corta la cinta inaugural, se abre la veda del libro. Escritores de África remota y de América cercana, ingleses, alemanes, españoles, italianos. Fotógrafos y reporteros, poetas rebeldes y actores contestatarios, músicos de destierro en las cuerdas de la guitarra, todo el mundo se cita allí. Es como un espejismo, de verdad. Ojalá que cundiera el ejemplo de organizar otros equivalentes a la Semana Negra en otras partes más cercanas de España.

La palabra justa, como siempre, la da Paco Taibo. Al defender lo que la Semana es, lo que en la Semana somos, esa mezcla de cultura y alegría, de populismo e intelectualidad bajada del pedestal, lo deja bien claro: "Nadie nos impedirá que leamos mientras bailamos".

Y que siga la danza.

R. M.

La recuperación del legado de La Tía Norica de Cádiz Veinte años después (1984-2004)

Désirée Ortega Cerpa

Yo creo que la suprema aspiración del Arte y especialmente del Teatro, debe ser recoger, reflejar, dar la sensación de la vida de un pueblo, o de una raza.

Ramón María del Valle-Inclán

1. Introducción

La Tía Norica de Cádiz es más que una compañía de marionetas. Es la abuela de toda la tradición teatral andaluza. Un espíritu burlón con mucha solera y muy poca vergüenza, irreverente y cáustica. O sea, en palabras actuales, políticamente incorrecta y, por supuesto, un claro ejemplo del pensamiento de Valle-Inclán.

Los hilos de la Norica son de la misma materia que los de las Parcas: durante generaciones, gaditanos de toda edad y condición han compartido el mismo espectáculo, cumpliendo con un ritual iniciático en los misterios de Talía.

Conocer la historia de los títeres de La Tía Norica significa atravesar el túnel del tiempo, efectuar una auténtica regresión al nacimiento del drama occidental. Parte de su repertorio -los *Autos de Navidad* en concreto- son un modelo vivo para entender cómo se produjo, a finales de la Edad Media, la transición del teatro religioso al profano tras la pérdida de la tradición clásica. Por analogía científica, sería como tener un dinosaurio vivo a la puerta de casa.

Pero este dinosaurio es abanderado de las leyes de la evolución y ha desafiado al enemigo terrible que

sepulta todo bajo el manto del olvido. Porque es "incombustible", como bien definió el novelista gaditano Fernando Quiñones, a la que nunca acabará por meterle el cuerno por el escritorio "el toro del tiempo" (Diario de Cádiz, abril 1990).

2. Antecedentes históricos (1815-1959)

Las representaciones con títeres en teatrillos o retablos ambulantes -originarias de Francia e Italia- eran ya famosas en el siglo XVI en la península, como lo demuestra la presencia del "titerero" Maese Pedro en *El Quijote* (cap. 25, parte II). Había gran variedad de ellos y llegó a existir cierta confusión en su descripción, porque bajo la denominación general de "títeres" se incluían diferentes diversiones. El término no sólo se refería a la estricta definición de muñecos para jugar con las manos, sino que también se utilizaba para designar a representaciones de carácter circense y visual como linternas mágicas, ópticas, bailes o sombras chinescas. Además, la profesión de titiritero designaba también al volatinero, acróbata o saltimbanqui, e incluso al artista de juegos malabares.

Aunque los títeres agradaban a la mayoría de los públicos y se daban tanto en teatros (corrales) como en plazas, vías públicas y en palacios, en general estaban mal considerados. Se les criticaba por mezclar lo sagrado con lo profano, por el desenfado y el poco respeto con el que representaban pasajes bíblicos o episodios de la vida de Jesucristo. Para el pensamiento ilustrado eran una diversión rural, impropia del mundo urbano, como mostró Jovellanos en su *Memoria para el arreglo de la policía de espectáculos y diversiones públicas* (1790), que los consideraba contraproducentes porque neutralizaban los avances didácticos de la comedia neoclásica.

El público gaditano del XVIII era muy aficionado al teatro de marionetas, que incluso suplía a otros géneros en situaciones de epidemias y guerras. Los espectáculos se denominaban "máquina de figuras corpó-

reas (mecánicas o de movimiento), ingenios mecánicos o autómatas". Durante la denominada *Feria del Frío*, del 8 de diciembre -festividad de la Inmaculada- hasta el 2 de febrero, fiesta de la Candelaria, se representaban los *Nacimientos de figuras de movimiento* en casas particulares o en barracas ambulantes. De todos ellos, el más famoso era el de la familia Montenegro, conocido popularmente como *Nacimiento de la Tía Norica*, por una farsa o sainete protagonizado por este personaje al final de la función religiosa. Prueba de su fama es la apertura en 1815 de un teatro para dicho espectáculo en la calle Compañía, que funcionó sin interrupción durante 55 años (*Guía Rossety*, 1871).

Tras el derribo de este teatro que, para ser consecuente con la historia, recibió los nombres de *Isabel II* (1834-1867) y más tarde *Libertad* (1868-1870), continuaron las funciones en diversos locales de la ciudad. A partir de 1897 se hizo cargo de la compañía Luis Eximeno Chaves, quien construirá una barraca

desmontable con cabida para 200 personas. En su interior se encontraba el retablo -espacio propio de representación de *La Tía Norica* desde entonces- cuya estructura es la copia exacta de un escenario a la italiana con todos sus elementos, adaptado a las dimensiones de un títere.

Tras la muerte de Chaves en 1918, le sucedió su yerno Manuel Martínez Couto. Éste realizó varias innovaciones, afianzando las diversas técnicas de construcción y manipulación que todavía se utilizan: títeres de hilo, con cruceta vertical en forma de "T" -cuyo centro sostiene los hilos de la cabeza y los extremos los brazos, teniendo las piernas mando independien-

**el público gaditano del XVIII
era muy aficionado al teatro
de marionetas, que incluso suplía
a otros géneros en situaciones
de epidemias y guerras**

te- manipulados desde los puentes del teatrillo: títeres de peana (soporte de madera) y varillas, que el manipulador maneja sentado en el foso; por último, títeres planos de madera, recurso fácil para escenas de multitudes. Couto además, realizó giras por diversas localidades de Cádiz y Sevilla; amplió el periodo de representación, introduciendo nuevos temas en el repertorio, con obras de autores y temas locales como *La Virgen de la Palma*, o parodias del teatro español como *El Tenorio de astracán*; incluso concedió la mayoría de edad a Batillo, convirtiéndolo en protagonista exclusivo de dos espectáculos, *Batillo Cicerone* y *El sueño de Batillo*.

Es necesario destacar que se trataba de un momento en que los artistas españoles mostraron un gran interés por las formas de teatro popular, en su búsqueda de nuevos canales de expresión: los gaditanos Manuel de Falla y Rafael Alberti bebieron en las fuentes de los títeres de la Tía Norica para crear sus propias obras de marionetas, mientras que García Lorca la inmortalizó en su genealogía de don Cristóbal: "Llenemos el teatro de espigas frescas, (...) y saludemos hoy en *La Tarumba* a don Cristóbal el andaluz, primo del bululú gallego y cuñado de la Tía Norica, de Cádiz..." (*Retablillo de don Cristóbal*).

Después de la guerra civil (1936-1939) fue responsable de la compañía desde 1947 Joaquín Rivas. Algunas firmas de la prensa local -como Francisco Padín, Donato Millán Contreras o Adolfo Vila Valencia- comenzaron a intentar llamar la atención de las autoridades con sus escritos sobre la antigüedad e importancia de La Tía Norica. En 1950, Arcadio de Larrea publicó dos artículos sobre el tema en *Cuadernos de dialectología y tradiciones populares*. A pesar de todo, a partir de 1959 comenzó un periodo de inactividad, para reaparecer en 1974.

3. La recuperación del legado. La actual compañía (1984-2004)

Después de un paréntesis de catorce años, en agosto de 1974 La Tía Norica volvió a actuar para el público gaditano. A las representaciones acudieron más de dos mil personas con el apoyo de autoridades municipales e intelectuales como José María Pemán, Bartolomé Llompart o Pedro Valdecantos. Este nuevo interés culminó con la publicación en 1976 del libro de Carlos Aladros, *La Tía Norica de Cádiz*. Gracias al empeño de Aladros y otras personalidades del teatro como John Varey o Lauro Olmo se inició el proceso de recuperación de los títeres gaditanos. Por fin, en 1978, el Ministerio de Cultura adquirió el legado de muñecos, decorados y manuscritos que fueron depositados en el Museo de Cádiz.

Una vez restaurados, se exhibieron en una exposición monográfica en la II Fiesta Internacional del Títere de Sevilla (1982). Los organizadores pidieron a los antiguos componentes que aún vivían -Eduardo Bablé, Rosario Torres y Pedro Carpio- una representación excepcional. Tuvo tal éxito, que hubo que repetirse hasta tres veces. Fueron las últimas con los títeres originales. Como consecuencia, en 1984, el Ayuntamiento de Cádiz y la Consejería de Cultura de la Junta de Andalucía acordaron recuperar la compañía y el *Legado de la Tía Norica*, realizándose réplicas exactas de los antiguos muñecos conservados. Pepe Bablé asume la dirección a partir de 1985 y la compañía recorrió con éxito gran parte del territorio nacional. Coincidió en el tiempo con la publicación de la enciclopedia *Cádiz y su provincia*, donde aparece el resultado del trabajo de investigación de Margarita Toscano sobre el material depositado en el Museo de Cádiz.

Desde ese momento *La Tía Norica*, ha participado con gran éxito en varios festivales de renombre: V Feria del Títere de Sevilla (1985); II Festival Internacional de Títeres de Segovia (1985); III Mostra de Títelles

a la Vall d'Albaida (1987); Muestra Micro-Macro Andalucía de la Sala Mirador de Madrid (1987); III Festival de Títeres Ciudad de Málaga (1990); IX Festival Internacional de Teatro de Madrid (1991); XIII Feria Internacional del Títere de Sevilla-Expo 92 (1992); XXIV Festival Mundial de Teatro de las Naciones de Chile (1993); Festival de Teatro Clásico de Almagro (1994); Festival Internacional de Teatro de Caracas (1997); *Si tous les ports du monde* de Saint Malo, Francia (1997) en representación de la provincia de Cádiz; Festival Iberoamericano de Teatro de Cádiz (diversas ediciones). En noviembre de 2001 realizó un proyecto que perseguía desde varias generaciones atrás: la puesta en escena de *El retablo de Maese Pedro* de Manuel de Falla. El estreno tuvo lugar en Cádiz, dentro de los actos conmemorativos del 125 aniversario del músico gaditano en el teatro que lleva su nombre, con la participación de la Orquesta "Manuel de Falla" de la Diputación Provincial de Cádiz. Por otro lado, en el apartado de reconocimientos, el 27 de junio de 2000, *La Tía Norica* fue homenajeada por la profesión teatral andaluza, en el marco de la XVII Feria de Teatro en el Sur de Palma del Río (Córdoba). El 15 de febrero de 2002 le fue concedida, en Consejo de Ministros, la más alta condecoración en el mundo artístico español: Medalla de Oro al Mérito en las Bellas Artes del Ministerio de Cultura. La ceremonia de entrega de este galardón tuvo lugar, además, en la ciudad de Cádiz, el 10 de junio del mismo año en la Iglesia de San Francisco. El acto fue presidido por sus majestades los reyes de España, Don Juan Carlos I y Doña Sofía, quienes entregaron personalmente todas las distinciones a los diecinueve homenajeados, entre los que se encontraban otros representantes del mundo teatral: María Fernanda D'Ocón, Tina Sainz, Miguel Narros, Ventura Pons y Sancho Gracia.

En la actualidad *La Tía Norica* ocupa una sede estable, aunque provisional, en el Baluarte de La Candelaria, a la espera de la reconstrucción del Teatro Cómico de Cádiz, que se convertirá en el futuro en su

residencia definitiva. El Excmo. Ayuntamiento de Cádiz, a través de la Fundación Municipal de Cultura, sufragada, mediante un presupuesto anual, los gastos de mantenimiento de la compañía. Sus miembros se han agrupado bajo la figura jurídica de asociación cultural y, mediante convenio suscrito con la entidad municipal, llevan a cabo las diferentes actividades que genera la recuperación del legado, así como su conservación como tradición viva.

La sala de *La Tía Norica*, con una capacidad para unos 130 espectadores, alberga además el taller de construcción de decorados y muñecos, así como una muestra permanente de fotografías, carteles, títeres, etc. Aparte de la creación de espectáculos la compañía ha organizado otras exposiciones que han recorrido toda España y varios países extranjeros, destacando la gira de exposiciones realizada por toda la geografía andaluza durante los años 2000 a 2002, a través del Circuito Andaluz de Teatro. Anualmente, de diciembre

a enero se ofrecen las típicas representaciones de los *Autos de Navidad* que agotan las localidades y, desde hace varios años, hay otra cita ineludible durante la Feria del Libro. También se realizan representaciones puntuales y extraordinarias a petición de aquellos organismos que lo requieran, como los Cursos de Verano de la Universidad de Cádiz o secretarías de organización de congresos de todo tipo que tienen lugar en la ciudad.

La Tía Norica cuenta además con su propia historiadora y documentalista, Désirée Ortega Cerpa, que ha obtenido la "suficiencia investigadora" con la máxima calificación gracias al trabajo de investigación *El sainete de la Tía Norica: edición crítica, introducción y*

en la actualidad *La Tía Norica*

ocupa una sede estable,

aunque provisional,

en el Baluarte de La Candelaria

notas. En la actualidad, elabora su tesis doctoral *Historia crítica y revisada de la Tía Norica de Cádiz*, por cuyo proyecto ganó la Beca de Investigación Humanística del Ayuntamiento de Cádiz en 1996. De igual manera, prepara la edición de los textos restantes que conforman el repertorio del legado de cara a su publicación.

Otras actividades de la compañía se centran en la enseñanza, como los talleres de iniciación al títere gaditano en las escuelas, organizados por la Delegación de Enseñanza del Ayuntamiento de Cádiz. También se han impartido clases magistrales de manipulación en el Museo de Cádiz en mayo de 1999, como complemento a las actividades del *Día Internacional de los Museos* dedicado a la Tía Norica.

4. Espectáculos

La supervivencia de La Tía Norica se basa en la combinación de tradición y modernidad, en la capacidad de adaptación a cada generación, manteniendo unas constantes que se amoldan a los cambios históricos, sociales y artísticos. Así ocurre, con el tratamiento de los textos: guiones básicos sobre los que se improvisa continuamente, introduciendo todo tipo de morcillas, o sea, comentarios, chismes y anécdotas de la actualidad con lo que cada espectáculo se renueva constantemente.

El proceso de recuperación se realiza en dos etapas: en primer lugar, investigación y recuperación propiamente dicha, a modo de reconstrucción de los textos utilizando todas las versiones conservadas, en ocasiones, hasta siete u ocho diferentes. Una vez elaborado el texto, se realiza el trabajo de dramaturgia para su proyección escénica, única manera de recuperar la verdadera esencia del legado y relanzar el teatro de títeres en general: se aúna el teatro popular y tradicional que representa *La Tía Norica*, con todos los soportes técnicos y medios actuales, ofreciendo nuevas dimensiones de las obras más antiguas del repertorio.

El primer espectáculo de la nueva compañía *La Tía Norica* se estrenó en el Gran Teatro Falla el 13-12-1985, dentro del II Festival del Títere *Ciudad de Cádiz* y contó con la colaboración de la Consejería de Cultura de la Junta de Andalucía. Se construyeron telones, muñecos y se recuperaron las siguientes piezas:

·*Autos de Navidad*: textos anónimos continuadores de la tradición europea medieval de representaciones religiosas de *misterios*, con su mezcla de sagrado y profano, sublime y grotesco, cotidiano y universal. Constan de 21 cuadros separados por ciclos diferenciados de representación, de los que se eligieron cinco en esta primera fase: "El palacio de Herodes" (Cuadro 9, ciclo 2); "Pidiendo posada" (cuadro 12, ciclo 2); "La anunciación a los pastores" (cuadro 13, ciclo 2); "El portal de Belén"; (cuadro 17, ciclo 3); "La adoración de los Reyes" (cuadro 18, ciclo 3).

·*Baile de marionetas*: entreacto o escena final para demostrar el virtuosismo de los manipuladores.

·*Sainete de la Tía Norica*: disparate cómico en un acto y tres cuadros que recoge la cogida de la Tía Norica por un toro y su posterior postración en cama. Tras la visita del médico y ante la gravedad de su estado, D^a Norica llama al escribano para redactar su estrafalario testamento. Todas las situaciones están aderezadas por las correrías y travesuras de su sobrino-nieto, Batillo, imprimiendo un ritmo vertiginoso al espectáculo, poco usual en otros montajes de marionetas.

Posteriormente, se recuperaron otros dos cuadros de los *Autos*, estrenados el 22-10-1989 en la Sala Tabacalera, IV FIT de Cádiz: "La gruta infernal" (cuadro 1, ciclo 1) y "Paso de reyes" (Cuadro 16, ciclo 2). En el primero, los efectos especiales junto con el empleo de focos y música provocaban en el espectador la ilusión de una auténtica lucha entre San Miguel y Luzbel. El segundo cuadro había sido eliminado tiempo atrás del repertorio por considerarse poco interesante. El problema se resolvió a través de una propuesta plástica basada en la iluminación y grabaciones musica-

les, resultando un cuadro de gran delicadeza estética. La inclusión de la Coral de la Universidad de Cádiz en el diseño de sonido, dotaba además de una gran magnificencia a todo el conjunto. Más adelante, se incluyó "Anunciación a María" (cuadro 6, ciclo 2), conformándose definitivamente el espectáculo actual de ocho escenas.

Estas puestas en escena que guardan especial fidelidad a la antigua tradición, se alternan con otras que recuperan sainetes como *Batillo Cicerone* (1928) de Manuel Martínez Couto, introduciendo nuevas formas teatrales, que mezclan el títere con la proyección cinematográfica, conservando del original sólo su línea argumental: Batillo se convierte en guía del negro Pancho, productor de cine, que se enamora de la gaditana Rosarito. Estrenado bajo el título de *Batillo Cicerone: "pimpi" de Cai* -con dramaturgia de Pepe Bablé- en la Sala La Lechera de Cádiz (16-11-1990), contó con la colaboración de Pedro Payán Sotomayor, Felipe Campuzano y Fernando Quiñones, entre otros.

El 2 de mayo de 1999 se presentó una nueva versión de la farsa de D^o Norica en el Baluarte de la Candelaria, *La Tía Norica: el sainete*, con texto de Eduardo Bablé. Los antiguos decorados pintados se sustituyeron por una escenografía corpórea que copiaba la realidad hasta el mínimo detalle, como las calles gaditanas con sus piedras redondas de los ríos de América y cañones por las esquinas, apoyada en una iluminación que recorre todas las horas del día. El realismo se combinó, sin embargo, con elementos distanciadores que incidían en la teatralidad del espectáculo, como la música de fondo y la intención de mostrar la maquinaria escénica con el mágico cambio de decorados, a vista del público. En esta ocasión se contó con la colaboración de varios artistas flamencos como Nani de Cádiz, Niño de la Leo y el pintor cubano Ajubel, entre otros.

El último proyecto escénico ha sido el montaje de *El sueño de Batillo* de Manuel Martínez Couto, conce-

bido, a través de una dramaturgia de Pepe Bablé, como la segunda parte de una trilogía iniciada con *Batillo Cicerone*, “*pimpi de Cáí*” y que se cierra con una nueva propuesta de otro sainete, *La boda de la Tía Norica*. Este disparate cómico en siete cuadros -escrito probablemente entre la década de los 20 y 30- constituye un guiño popular gaditano al movimiento surrealista. El texto de Couto consistía en un mínimo apunte argumental en el que se describe el viaje de Batillo por el fondo del mar, tras caer por la cubierta de un barco: un itinerario extravagante por la fantasía, aderezado con algunas de las constantes del sainete gaditano. En la versión de Pepe Bablé -en cuya producción ha participado la Consejería de Cultura de la Junta de Andalucía- la imaginación se ha desbordado para crear un montaje musical cuyos efectos especiales no tendrían nada que envidiar a una producción cinematográfica. No obstante, se trata de un espectáculo absolutamente gaditano donde la sencilla técnica tradicional de manipulación contrasta con la nueva tecnología.

**el realismo se combinó
con elementos distanciadores
que incidían en la teatralidad
del espectáculo**

En *El sueño...*, el mar ha diluido parte del carácter ácido e irreverente que Batillo comparte con Pulchinella o Don Cristóbal, pero no ha perdido en ningún momento el punto de vista irónico de un pueblo que sabe más por viejo que por diablo. Su devenir onírico conecta con la ilusión del emigrante, aquel españolito que soñaba una vida mejor en Cuba, o con el africano que hoy embarca en patera; con los mundos paralelos de la literatura y los mitos engendrados por el mar, desde Ulises a Popeye. La puesta en escena, además, en la corriente inmemorial de este retablo que posee vocación de microcosmos, ha aprovechado para homenajear al teatro musical en todas sus

facetas, de manera que Broadway, la revista, la calle 42, la sicalíptica y Walt Disney bajan juntos la escalera con doña Norica reconvertida en vedette.

Esta quimera se resuelve en un auténtico espectáculo para todos los públicos: es una aventura fantástica que contribuye a que los "locos bajitos" se incorporen mirando hacia el mágico mundo del teatro. Pero también contiene, para los que han perdido la inocencia, una interesante revisión del tema clásico de la identidad del personaje imaginario. Esta reflexión alcanza su punto culminante en el encuentro entre Pinocho -el muñeco que se convirtió en niño- y Batillo -el chiquillo gaditano transformado en títere- para recordarnos la simbología de la Antigüedad sobre la marioneta: el ser humano dominado por los hilos del destino.

El estreno de esta última producción tuvo lugar, con un éxito absoluto, el 7 de diciembre de 2002 en el Teatro Alhambra de Granada. Posteriormente, se presentó en Cádiz el 18 de diciembre dentro de la programación del XIX Festival Internacional del Títere Ciudad de Cádiz. El día anterior, el 17 de diciembre, tuvo lugar una representación protocolaria tras la cual La Tía Norica hizo entrega de la Medalla de Oro al Mérito en Bellas Artes a la alcaldesa de Cádiz, Dña. Teófila Martínez. De esta manera, la compañía hacía depositario de dicho galardón al Ayuntamiento y a la ciudad de Cádiz, como homenaje al cariño que ha recibido por parte del público gaditano durante los doscientos años de su existencia.

D. O. C.

Zemos 98

Proyectando desde el suelo (tercera parte)

Éste es un artículo modular, que además está compuesto de documentos de trabajo, primeras notas para conferencias futuras y textos publicados en Internet. Cada uno de éstos intenta explicar qué es zemos98.

1. COORDENADAS PARA LA REFLEXIÓN: un espacio y un tiempo para la cultura audiovisual

zemos98 es un festival audiovisual, con todo aquello que de ambiguo e impreciso conllevan ambos términos.

La noción de festival, aplicada al propio zemos98, ha ido evolucionando y si ya desde un principio no se presentó como un festival de cortometrajes al uso, ha ido alejándose aún más de este concepto al integrar una serie de actividades paralelas a la muestra que han crecido en presencia e importancia, y que ahondan en lo audiovisual a través de las múltiples disciplinas artísticas que abordan este concepto.

Por tanto, la idea de festival ha acabado por concebirse como una serie de actividades dedicadas a la reflexión artística y teórica que se concentran en un espacio y un tiempo más o menos determinado y concreto. Y decimos "más o menos" porque las múltiples actividades de zemos98 no tienen lugar en un único espacio puntual, si no que tienen lugar en diversas sedes que ni siquiera se concentran en un único centro de población, sino que en un afán de translocalidad repartimos actividades entre un centro urbano de cierto tamaño, como es Sevilla, y una población mucho más pequeña, El Viso del Alcor. Experimentamos, no sin problemas, en el concepto de lo glocal, porque además de estas múltiples sedes físicas le damos gran importancia a internet como un espacio más en el que difundir y programar contenidos a través de nuestra web, nuestras listas y nuestros foros.

Por otro lado, también es complicado eso de situar todas las actividades en un momento determinado, porque a pesar de que el festival en sí se concentra en unos días determinados -que para la próxima edición serán del 1 al 6 de marzo de 2004- el resto del año también programamos actividades concretas que se agrupan en unos períodos que hemos venido en llamar *pre.zemos* y *post.zemos*.

Como ya hemos dicho, éste no es un festival de cortometrajes sino audiovisual. Y ante esta afirmación cabe preguntarse por qué audiovisual o qué es audiovisual.

Éste es el punto de partida y el referente constante en la reflexión que nuestro festival pretende fomentar. A lo largo de estos años hemos decidido calificar a la muestra resultante de la convocatoria como "audiovisual" porque es el término que, en su amplitud, mejor recoge la heterodoxia que la caracteriza.

La muestra de *zemos98* está abierta a múltiples modalidades narrativas -cortometrajes, documentales, videocreaciones, etc.- que tienen en común tres factores: han de ser audiovisuales, tienen que ser considerados como microrrelatos (es decir, deben ceñirse a una corta duración) y deben de estar realizados en soporte videográfico.

Esta muestra audiovisual es precisamente la que ha dado unidad y la que constituye el eje transversal a partir del cual se desarrollan el resto de actividades del festival, que poco a poco han pasado a tomar la misma importancia que la muestra en la estructura del festival, llegando a desarrollar sus propias áreas que gestionan sus actividades.

Estamos en un momento de crisis tecnológica, de cambio permanente en el que para sorpresa de muchos, y disgusto de otros tantos, es bastante difícil poner etiquetas y hacer delimitaciones. Frente a la espe-

cificidad de discursos y disciplinas que antes podía encontrarse en la génesis tecnológica de los mismos soportes, nos encontramos que ahora lo característico de los discursos audiovisuales se haya en una serie de prácticas asociadas en un momento determinado a unas tecnologías y que ahora se han extrapolado a otras "nuevas" tecnologías que les abren además nuevas vías de desarrollo: los lenguajes se deshacen de las tecnologías que los gestaron y se desplazan hacia otras.

Así pues, partiendo de esos lenguajes que se hibridan cada vez más, *zemos98_6* propone un espacio y un tiempo para la reflexión sobre la cultura y el arte audiovisual en el que se programarán múltiples actividades que se acercarán más o menos al cine, a la fotografía o la música.

1.2 sextaedición_

zemos98 se estructura en una serie de áreas -más por funcionalidad organizativa que por verdadera delimitación en las competencias- encargadas de poner en marcha todas las actividades recogidas en nuestra programación.

Como ya hemos dicho, lo audiovisual se convierte en uno de los ejes transversales de *zemos98* que va más allá de la propia muestra audiovisual - de la cual podréis obtener más información leyendo la Declaración de principios audiovisuales que hay más adelante-.

Por otro lado, encontramos en la reflexión el otro eje que atraviesa todas las actividades. En la sexta edición de *zemos98* retomaremos y re-pensaremos iniciativas que surgieron en pasadas ediciones, y además iniciaremos algunas otras nuevas.

Volveremos a editar un catálogo/libro que recoja toda una serie de textos teóricos de diversos autores especializados que hagan referencia o tomen como

punto de partida las actividades del festival y toda una serie de ámbitos que nos interesan y que están relacionados con el mismo. También volveremos a llevar a cabo un conjunto itinerante de conferencias, ponencias y presentaciones que abordarán todas estas disciplinas, y que darán lugar a una parte importante de los textos del citado catálogo/libro.

El encuentro de realizadores de pasadas ediciones pasa a ser en *zemos98_6* un Seminario de cortometrajistas/videoastas, en el que los autores de los trabajos seleccionados para la sección oficial, así como toda una serie de personas vinculadas con el mundo del audiovisual, se reunirán durante tres días para tratar toda una serie de temas vitales en las múltiples fases y aspectos de la creación audiovisual en la actualidad, con el objetivo de hacer un diagnóstico sobre las peculiaridades de esta situación así como plantear soluciones a los problemas que se observen.

Y además, *zemos98* organizará por segundo año consecutivo el Taller de Narrativa y Nuevos Medios en la Universidad Internacional de Andalucía, una propuesta pionera en Europa que investiga las posibilidades y desarrollos de los nuevos lenguajes en los nuevos medios narrativos digitales (ver *El nuevo_ El medio_*, más adelante). En esta ocasión el Taller cambia su formato con respecto al del año pasado y pasa a formar parte del programa UNIA arteypensamiento. [<http://www.unia.es/arteypensamiento>]

Dentro del área de fotografía contaremos con Sesiones Photolatente, un proyecto de Oscar Molina que investiga sobre los procesos de creación y recepción a partir del medio fotográfico [<http://www.oscarmolina.com/phlbienvenida.html>]. Este proyecto se completará además con la Bellamatic, una máquina expendedorora de "obras de arte", perteneciente a la revista *La más bella*, que entre otras cosas difundirá sobres photolatente. [<http://www.bellamatic.com/>]

Por otro lado, el colectivo ProyeccionesAtempora-

les, intentará ir más allá de lo fotográfico haciendo de la fotografía algo mucho más personal y sobre todo conquistando nuevos espacios de difusión.

En el área musical volveremos a mostrar las tendencias más experimentales de la música contemporánea con su programa *Experiencias Sonoras?*; un proyecto que recoge las tendencias más radicales e innovadoras de la escena experimental europea. Así mismo seguirá desarrollando conciertos y sets de DJ que reúna a artistas de renombre internacional con propuestas cercanas. Como clausura del festival tendremos un concierto del músico Scanner, también ponente del Taller de Narrativa y Nuevos Medios.

En cuanto al área escénica *zemos98_6* tomará el pulso de la efervescencia escénica que se está desarrollando en Andalucía y Sevilla, gracias a los canales alternativos e independientes; y apostaremos por la producción del proyecto de danza contemporánea en permanente construcción llamado *El gran juego*.
[<http://www.zemos98.org/voluble/elgranjuego/>]

Por último, y siguiendo por la línea de la reflexión, nos encontramos con el diseño y desarrollo de toda la imagen del festival. En un mundo donde el diseño vacuo y meramente funcional nos asedia desde múltiples flancos mediáticos, somos más conscientes que nunca de que es necesario apostar por un diseño reflexivo que no se limite a ser una vía invisible de acceso a determinada información, sino que sea una estructura cargada de significado y de sentido por sí misma.

Con la idea de impulsar un diseño inteligente he-

**la muestra zemos98 está abierta
a múltiples modalidades narrativas:
cortometrajes, documentales,
videocreaciones...**

mos emprendido una iniciativa que hemos llamado Diseño de autor y que concibe al diseño no como una forma de dar a conocer visualmente los contenidos de nuestro festival, sino como una actividad más del mismo, a la altura creativa de cualquier obra proyectada, cualquier concierto o cualquier exposición dentro del marco del zemos98_6.

Le hemos pedido a una serie de diseñadores que reflexionasen acerca de la época en que vivimos, y que partiendo de aquello que consideran lo específico de este tiempo lo relacionen con el concepto de polución en su más amplio sentido. De esta mezcla sale la imagen corporativa de zemos98_6.

Y es el colectivo de diseñadores Brain Runner quien ha hecho una propuesta más coherente y versátil respecto a nuestros planteamientos y quienes están llevando a cabo dicha labor creativa.

Daniel Villar Onrubia
dvo@zemos98.org
www.zemos98.org

2. DECLARACIÓN DE PRINCIPIOS AUDIOVISUALES

La RAE define la palabra "base" en su primera acepción como: fundamento o apoyo principal de algo (Del lat. basis).

A lo largo de los últimos años hay una frase que parece haberse instituido como la más representativa de entre las muchas que pronunciamos: "Resulta necesario crear vías alternativas para que los artistas puedan seguir creando y exhibiendo sus trabajos. Sin embargo, es fundamental adoptar un enfoque distinto a lo que se entiende hoy por arte. No es posible que los artistas sean tratados como individuos cuyo propósito reside en decorar el interior de un museo. Los artistas no son decoradores de interiores". Aunque en este caso la frase no es nuestra. ¿O sí? ¿Por qué

en el seno de lo que mucha gente conoce como un simple festival de cortos sus organizadores se dedican a hablar de cuestiones como el "apropiacionismo"? ¿Qué es el apropiacionismo? Eso ahora no importa. ¿O sí?

En una conversación reciente con la responsable de una distribuidora de cortos surgía el debate acerca de la "calidad formal". Responsable: "Nosotros necesitamos que los cortos tengan un mínimo de calidad formal para poder apostar por ellos"; zemos98: "Pero...¿qué es la calidad formal?"; Responsable: "Bueno, se trata de que para poder vender un corto debe cumplir unos requisitos básicos"; zemos98: "mmm, decía un libro de análisis del discurso audiovisual que para que una fórmula tuviera éxito comercial, debía estar basada en una ruptura y en cierto grado de riesgo, pero que su mantenimiento posterior depende de la repetición y de una postura algo más conservadora... eso en relación con los cortos se podría interpretar como que si su desarrollo, expansión y progreso dependen de su comercialidad, estarán siempre sujetos a parámetros no arriesgados, conservadores al fin y al cabo, ¿no?"; Responsable: "¿Otro café?".

ComenZEMOS. Only video, why? Se podría ser más metafórico acerca de por qué sólo aceptamos cortometrajes en vídeo, pero en este caso seremos contundentes. El proceso de producción cinematográfica es demasiado caro, y ya no garantiza lo que en teoría se le atribuye: calidad. En el nuevo mundo de culto al píxel nuestra oportunidad prioritaria es para el VÍDEO: por precio, por agilidad e innovación, por aspiración democratizadora, por variedad, por otros festivales, por la televisión que viene, por internet... por todo.

en el nuevo mundo

de culto al píxel

nuestra oportunidad prioritaria

es para el vídeo

Hablemos ahora de exclusión. O mejor no. O sea, de no-exclusión. Porque es una cuestión sujeta a justificación en el pre-sente-pre-ámbulo. Todas las obras serán proyectadas. Ninguna quedará excluida del festival. Rezan las bases.

¿Por qué? Siempre nos resultó incómodo tener que decidir quién NO debía asistir al Olimpo de las Proyecciones. No es lo mismo tener que decidir qué cortos consideras "mejores" que decidir cuáles NO lo son. Bajo los parámetros "comerciales" anteriormente esbozados, está claro que todo sería mucho más fácil. Este no. Este no. Este tampoco. Este podría ser... no, tampoco.

Pongamos 2 ejemplos: supongamos que llega un corto que a juicio de quienes han de hacer la famosa criba no merece estar entre "los seleccionados". Supongamos (más), que luego se descubre que el corto fue realizado por alumnos de secundaria, en unas condiciones increíbles de producción. ¿Se supone que la valoración sobre el corto debería ser la misma teniendo esa información que no teniéndola? Nosotros creemos que no. El auténtico valor de esa producción no residiría en una pésima dirección de actores, o en los errores de raccord, o en las deficiencias de la iluminación, o en los ilegibles créditos... el auténtico valor reside en el tipo de iniciativa humana que ha puesto en marcha ese proyecto. No amigos, esto no es un texto de filosofía post.trascendental, simplemente se trata de que no podemos rechazar visionar un corto argentino por muy "malo" que nos parezca si el autor se toma la molestia de mandarlo hasta 4 veces porque por diversas razones las copias anteriores nunca llegaban correctamente (éste era el segundo ejemplo, reforzando la idea de "iniciativa humana" vs. "iniciativa comercial"). Por eso se diluye nuestra responsabilidad como inquisidores audiovisuales -aunque no todo merezca ser vendido, todo merece ser visto- y se crea un concepto nuevo a través de la sección informativa: *Maratón del corto*.

Ahora podemos hacer un descanso. O no.

Sólo hay algo que un Jurado Convencional de un Festival Cualquiera (en su trigésimo quinta edición, o más) comparta -o pueda compartir- con nuestro Comité de Zelección con respecto a la acción de "premiar": el juicio. Este año, aparte del premio al mejor corto, elegido por las votaciones de los asistentes a las proyecciones de la sección oficial -hay que empollarse la chuleta: "sección que contendrá los cortos que podrán ser premiados, los mejores a juicio del Comité de Zelección"- habrá en el DVD una selección de las mejores obras de la sección oficial bajo el criterio (el juicio) del Comité de Zelección. ¿En qué contexto se produce esto? No es anormal ver cómo muchos festivales premian siempre sobre la base de categorías consolidadas como "montaje", "música", "interpretación"... incluso nosotros lo hacíamos. Claro, que un día nos preguntamos: ¿y qué ocurre si no hay ningún corto que merezca el premio al montaje? "Pues que se deja ese premio desierto", dijo el más cauto. Pero claro, estamos hablando de que el premio es la inclusión en un DVD con los mejores cortos del año. Los criterios "objetivos" se diluyen un poco, sobre todo teniendo en cuenta que ya el año pasado dimos Menciones Especiales a "Propuesta Multimedia" o a una productora -por su trabajo en conjunto-. Por eso lo más lógico y coherente es enjuiciar (tras el visionado completo, a posteriori) en función de cualquier cuestión específica y extraordinaria que haga que un corto merezca ser premiado y distinguido del resto. O simplemente sin motivos. Porque muchas veces es imposible encontrarlos.

Por último, y no por ello menos importante -tópico recurrente- habría realmente que ahondar en la cuestión de la cultura audiovisual. ¡Qué denso! Daría para una reflexión más extensa ¿Por qué no hacer un festival como el zemos98 en Sevilla? Otro tópico recurrente dice algo así como "renovarse o morir". Podría ser borrada de los Anales de la Historia de las Citas. No creemos ni en los parches ni en las modas,

creemos que el sentido de dicha cultura audiovisual ha de permanecer en el tiempo más allá de cualquier corto A o B, y que ha de tener la posibilidad de extenderse a lo largo y ancho del plano. Por eso creamos la videoteca. Porque *todos* los cortos que han llegado al Zemos forman parte de ella. Porque es una herramienta de uso y de conocimiento a disposición de cualquiera -con minúsculas-. Y por eso el hecho de que a pesar de habernos ido introduciendo en Sevilla cada vez con más actividades, sigamos proyectando los mejores de esos cortos en el Viso del Alcor -sólo la sección oficial, el resto "invadirán" Sevilla Capital-. Esto no sólo mantiene el espíritu inicial del festival de luchar por crear alternativas de ocio en un espacio concreto -buscar en google *g/local*-, sino que además se convierte en una opción "ejemplar" con posibilidad de imitación. Porque sería mucho más "fácil" para nosotros hacer este festival únicamente en Sevilla. Más comercial, por qué no decirlo. ¿Y por qué no hacerlo? Porque si lo que de verdad importara fuesen los cortos, ALGUIEN -en mayúsculas- ya nos habría llamado para hacer uso de dicha videoteca y proyectar los mejores -que no son pocos- en cualquier lugar. Pero no ha sido el caso.

Felipe G. Gil
audiovisual@zemos98.org
www.zemos98.org

3. EL NUEVO_EL MEDIO_

La consecución del uso de los nuevos_medios en el zemos98 ha sufrido diversas contradicciones internas encaradas con un planteamiento teórico bastante volátil y sobre todo en constante formación. Para muchos, responder a la pregunta ¿Qué es la cibercultura? y por tanto desarrollar prácticas culturales relacionadas con ella es muy fácil. La cibercultura puede ser muchas cosas. Precisamente por esto para otros (nosotros) es muy difícil, y un empeño que podríamos llamar absurdo definir algo que está en constante formación y que nuestras prácticas son ca-

paces de cambiar o insertar un ápice de descontrol a esa ecuación que intenta decir qué es y qué no es cibercultura. Para qué trabajar definiendo los límites, mejor los traspasamos.

Cuando hablamos de cibercultura, estamos hablando de nuevos medios, arte electrónico, net.art, media.art, o como se quiera llamar. Definir unas prácticas que se convierten en una realidad palpable por momentos no es el cometido de nuestro festival, preferimos estar inmersos en ella. La pregunta ¿qué es la cibercultura? la insertamos en el mismo eje de ¿qué es el arte? No lo sabemos, pero es que tampoco es algo que verdaderamente nos preocupe.

Esta evolución ha ido generando diversos proyectos que responden a diversas razones de ser. En un primer lugar, en el año 2000 (7 años después del nacimiento oficial del net.art), se organiza la primera muestra de net.art como subárea del área de plástica del zemos98. Una pequeña muestra, muy pequeña, del arte en red local, autoproduciendo principalmente algunas piezas de primeras investigaciones sobre lo que se llamó UN ARTE PARA EL HOMBRE, piezas de net.art en torno al arte público [<http://www.zemos98.org/festivales/zemos983/indnet.htm>]

En el año 2001 comienza el proyecto Hambre/Comida: "una reflexión más allá del net.art" que pone en boga diversos conceptos relacionados con la producción distribuida, los tiempos de cocción y las reflexiones a la hora de comer. Este proyecto aún en constante formación a fuego lento no es más que la creación de un espacio para el debate, con algunos logros como telemadre.com, ¿se puede comer de

**cuando hablamos de cibercultura,
estamos hablando de nuevos medios,
arte electrónico, net.art, media.art,
o como se quiera llamar**

la cibercultura? o la videoconvocatoria Hambre/Comida [<http://www.zemos98.org/hambre/comida>]

La crisis llega cuando la cibercultura se convierte en moda, cuando la línea adsl se incorpora a la vida doméstica y cuando los portales "de información y contenidos" comienzan a hacer su agosto, por lo menos en España. Ahora, oficialmente, parece que existe un arte, el arte de la red que es muy tecnológico y cyborg y al mismo tiempo nadie lo entiende, los centros de arte empiezan a hacer supuestas producciones de net.art, y los festivales aceptan animaciones en flash... Se trata de código, pero sobre todo, se trata de espectáculo. En el peor sentido que pueda tener una palabra como "espectáculo". Vemos cómo la estetización de las prácticas en la red se convierten en una pura máscara que devienen en una importante características de todas estas producciones el vacío de contenidos y la ausencia de la autocrítica y la reflexión, como piedras de toque de las prácticas culturales.

Encontramos evidentemente, como siempre, los refugios o las excepciones. Y éstas son las que nos mueven hacia otro tipo de prácticas, alejadas ahora del net.art (si es que alguna vez tuvimos claro qué era el net.art), que por otro lado está sufriendo una auténtica crisis de identidad (cierre de aleph-arts.org, problemas de censura en thing.net o las cuotas de rizome.org no son más que algunos ejemplos).

"Cada época tiene su narrativa, así como alguna vez el humano se reunía alrededor de la fogata para escuchar historias, un día se internó en bibliotecas para leer una novela o se adentró a una sala oscura llamada cine para ver una historia audiovisual. Si en los 50's, una nueva generación de cineastas franceses trabajan con recursos cinematográficos que revolucionaron la estética de la narrativa audiovisual, con la idea de ser más fieles a la época en que vivían, ahora a principios del siglo 21 cuando se considera que el cine digital viene a rebajar costes de producción, se

introduce la computadora como espacio de narración". (Fran Ilich, Taller de Narrativa Digital, enero 2003, UNIA-zemos98).

Nos preocupa la falta de reflexión en "el océano infinito de pocos centímetros de profundidad" que es la red Internet y por otro lado queremos apostar por la realidad y sus espacios. Teniendo claro que la red o la computadora no son más que un nuevo espacio dentro del que trabajar, no es ni el mejor ni el peor, uno más, con sus características y sus contextos.

La actividad que nos ocupa ahora, desde enero de 2003, es la del Taller de Narrativa Digital y Nuevos Medios. Una propuesta de trabajo que parte del zemos98 y que se extiende a diversos nodos internacionales, México, Holanda, La India... Un trabajo incipiente que ya tiene antecedentes.

**cuando se considera
que el cine digital viene a rebajar
costes de producción,
se introduce la computadora
como espacio de narración**

En un vértice nos encontramos con la necesidad de recopilar y generar teoría e investigación acerca de los postulados planteados y otras que surjan en los medios narrativas, así por citar algunas, se están trabajando las posibilidades educativas que proporcionan las nuevas narrativas, las relaciones entre colonización y el nuevo mundo, las posibilidades de subversión del control total que se está consiguiendo con la videovigilancia...

Estas líneas se llevan a la práctica en una serie de producciones y en la edición de una revista internacional de Medios Narrativos, que tendrá su aparición en el contexto del Taller de Narrativa programado por UNIA arteypensamiento y zemos98_6 en marzo de 2004. Un Taller dirigido por Fran Ilich y que trabajará "remezclando la realidad: el realismo en los narra-

tive media". Con un claro acercamiento a las líneas de investigación sobre educación y nuevos medios.

Y precisamente ahí es donde está la clave, y quizás uno de los ejes transversales del zemos98. La educación y la reflexión, como posibilidad de acción y de actuación en un medio complejo y caótico.

Pedro Jiménez
info@zemos98.org
www.zemos98.org

Rehabilitación del Antiguo Cabildo para Biblioteca Pública de Sanlúcar

Rafael González Calderón

Promotor: Excmo. Ayuntamiento de Sanlúcar de Barrameda

Presupuesto: 141.625.495 ptas.

Constructora: Avisur, S.L.

Arquitecto: Rafael González Calderón

Introducción

El principio esencial que debe caracterizar a todo elemento considerado como patrimonio debe basarse en su valor como seña de identidad, interpretándose desde su singularización en una estructura urbana como desde su significado para la historia material de su entorno. Así, el valor de un elemento vendrá determinado por su situación única e irrepetible o por formar parte destacada de una secuencia tipológica, entendida ésta como un fragmento significativo del proceso histórico de la ciudad.



Ambas consideraciones son aplicables al Antiguo Cabildo y ahora Biblioteca Pública de Sanlúcar.

La singularidad constructiva del edificio hace que sea difícil pasar junto a él sin alzar la mirada ante el señorío de su fachada de piedra. Telón de fondo de la Plaza del Cabildo es fácil observar su contorno, magnífico recorte arquitectónico entre las calles Amargura e Isaac Peral. Bajando desde Palacio, y al

pasar por Las Covachas, ya se divisa su figura entre la Plaza de San Roque y del Cabildo. Si ya de por sí tiene presencia física destacada, su situación privilegiada entre los ejes urbanos más populares del centro urbano invitaban a la recuperación de este patrimonio para la ciudad.



La rehabilitación de un edificio debemos entenderla no sólo como la adecuación de un inmueble para un uso acorde con nuestro tiempo, sino que también como una labor de recuperación de la obra para la memoria histórica.

Entendamos la rehabilitación como aquellas obras cuya finalidad es la de permitir un uso y destino adecuado al edificio en concreto, con las modernas condiciones exigibles de habitabilidad, y sin menoscabo de poder simultanearse prioritariamente con las obras propias de la restauración y recuperación anteriores, manteniendo, en todo caso, la estructura resistente y apariencia exterior.

En el edificio del Cabildo podemos encontrar estas circunstancias.

Gracias a la iniciativa de numerosas personas comprometidas con el enriquecimiento cultural de la ciudad se pusieron las bases, allá por el año 1997, para proponer la adecuación del Cabildo y ubicar en él un uso tan necesario para el crecimiento cultural de Sanlúcar.

Reseña histórica

Remontándonos al antiguo Cabildo sanluqueño, Barbadillo ya lo calificaba de "el más importante factor representativo de la vida de la ciudad".

No sabemos con certeza la antigüedad del organismo capitular sanluqueño, pero muy bien puede datar, como suponía Guillamas, "del tiempo en que la villa fue dada por el Rey a don Alonso Pérez de Guzmán el Bueno, y acaso con anterioridad". Nos situamos así a principios del siglo XIII, en 1297.

La ubicación del Cabildo fue trasladándose en el tiempo; por 1511 se reunían en una vieja torre del antiguo Alcázar, la cual ocupaba el centro del lienzo del muro del Alcázar, recayente a la plaza, por donde después se edificaron el Pósito viejo y la Alhóndiga. Esta torre subsistió hasta 1546, según Barbadillo.

Desde entonces, se iban desarrollando los cabildos en distintos lugares. Ya en 1556 se pudo inaugurar una nueva casa consistorial, conocida como el "Cabildillo", situada en la esquina de la plaza y la Corredera (calle de Francisco de Paula Rodríguez), donde vivía un zapatero y era propiedad del candelero Antón Pérez. Este local subsistiría 175 años.

Por último, desde 1715 a 1731, duraron las gestiones y las obras para habilitar el nuevo consistorio que llamaron de la Plaza Mayor o de la Lonja, reinando Felipe V y siendo Gobernador de esta ciudad el Brigadier don Francisco Escobar y Bazán.

Este último edificio, "no es de grandiosa fábrica ni capacidad, pero sí bastante para su cometido, especialmente desde su ampliación en el siglo pasado por la Plaza de San Roque, que permitió llevar a él todas las dependencias municipales", según lo describe P. Barbadillo Delgado en su libro *Historia de la Ciudad de Sanlúcar de Barrameda*.



Destaca el conjunto de su fachada de piedra, blanqueada durante años, y su balcón corrido desde el cual se juraban los soberanos y se presenciaban por la Corporación las fiestas de toros, que antiguamente se celebraban en la plaza de la ribera.



Ya durante el Movimiento Nacional se realizaron diversas modificaciones, destacando el nuevo despacho del Alcalde, trasladado a lo que era Depositaría, pintando de rojo las paredes, y la bóveda imitando piedra, y abriendo una ventana a la calle Amargura, entre otras cosas. Igualmente, se dotó de montera al patio, arreglándose el salón de sesiones en 1939.

El edificio en 1977

Cuando se propone estudiar su rehabilitación, encontramos un edificio bastante deteriorado en su conservación, con una apariencia maquillada por las distintas actuaciones encaminadas a su transformación para dependencias administrativas, no considerándose el valor patrimonial del inmueble. Incluso la ampliación realizada en el siglo XIX no tuvo en cuenta la escala del edificio al que se adosaba, provocando un salto importante en la continuidad lateral de la fachada.

Era sugerente descubrir cómo debajo de esas desafortunadas fábricas de ladrillo que configuraban el patio se vislumbraban capiteles de estilo mudéjar enterrados entre su labra. Sin descubrir por entonces todos los mármoles ya pensábamos en recuperar ese espacio como patio porticado por arcadas

de columnas y bóvedas rebajadas.

Sobre el solar de 428,74 m² se conformaba una manzana de forma irregular en la que se construye una edificación de dos plantas, con distintas alturas que definen su proceso constructivo. Así, la Plaza del Cabildo contempla dos plantas de carácter monumental, mientras que la Plaza de San Roque alberga dos plantas de menor entidad. La planta baja del edificio del XVIII se compartimentaba a izquierda y derecha habilitando despachos, no apreciándose la bóveda existente. Incluso en el que era antiguo despacho del alcalde, se decoraba dicha bóveda con apariencia pétreo. Entrando, aparecía la escalera que llevaba al Salón de Plenos. Utilizado para cursos y charlas, se decoraba su bóveda con escudos llamativos, mientras que los lunetos albergaban telas y tablas pintadas con motivos de Sanlúcar, algunos de los cuales eran presa de los efectos de la humedad que se derramaba desde la cubierta.

En el edificio más moderno destacaba una precaria montera que daba luz a las dos plantas existentes fragmentadas por múltiples despachos. La arcada de planta baja tan sólo se intuía por los arcos existentes tras el vestíbulo de la entrada por San Roque. Habían desaparecido bóvedas y eran sustituidas por falsos techos de escayola y alicatados. Cómo sería ese espacio porticado en continuidad con los presumiblemente existentes en los bajos de las casas de la Plaza de San Roque, donde todavía quedan algunos en pie.

El exterior se configuraba con mediocridad, conta-



minándose la cubierta con cobertizos y palomares hasta su total desfiguración. El blanco de su fachada y las mochetas albero de las ventanas dejaban en el anonimato el pasado histórico de uno de los edificios más representativos de la ciudad. Tan sólo la fachada principal era testigo envejecido de la importancia del elemento arquitectónico, acompañada sobriamente por su compañera trasera en la Plaza de San Roque con elementos decorativos que enmarcaban su portada y dignas cerrajerías.



Propuesta de intervención

Con tales antecedentes, la actuación consistió en la recuperación de un edificio singular, con un enclave estratégico, para transformarlo en biblioteca pública municipal.

Esto conllevaba una serie de servidumbres creadas por su estructura primitiva que se pretendieron resolver con la mayor discreción, respetando las características más notables del edificio y suprimiendo aquellos elementos añadidos en el tiempo, fruto de necesidades administrativas,

que enmascaraban las posibilidades reales del inmueble. Al ser un edificio catalogado, se respetó al máximo su arquitectura tendiendo a la recuperación arquitectónica de sus trazas originales.

El emplazamiento se caracteriza por ser céntrico, en una zona de ciudad con una importante vida cultural y comercial, con unas dimensiones acordes al uso propuesto, y con unos accesos definidos por el carácter peatonal de las zonas adyacentes, destacando su ubicación entre dos plazas.

El acceso a la biblioteca se plantea único por la

Plaza de San Roque. No obstante, se propone otro acceso restringido a la Sala de Exposiciones y al núcleo de comunicaciones por la Plaza del Cabildo, pudiendo funcionar el edificio de forma polivalente según lo requieran las necesidades.

La actuación en general se caracteriza por lograr la mayor diafanidad posible, permitiendo un mayor control de la actividad así como mejor calidad estética de los espacios.

En planta baja se localiza el acceso a la biblioteca, el vestíbulo principal, con la escalera y la conserjería, dando entrada a la sala destinada a Sección Infantil. En ésta se distingue la zona de lectura general, haciendo distinción entre la población infantil y la juvenil. Al fondo se accede a otra escalera, el ascensor y los aseos.



En planta primera, se suprime toda la tabiquería existente para lograr un gran espacio de lectura y consulta, reduciendo la dimensión del patio original, a la vez que se dispone un acristalamiento acorde con la ampliación de la última planta que permita mantener el ambiente de silencio que requiere la lectura. Se flanquea únicamente por los dos accesos anteriormente citados.

Ya en planta segunda se produce la transformación del edificio original, construyendo una cubierta inclinada sobre la nave de Plaza de San Roque, incorporando una estructura de madera que resuelva la dimensión de la sala. Este espacio ubicará la Sala de Investigadores, la Sección de Audiovisuales y una zona de archivo. De este modo igualmente se logra una

lectura más homogénea de la Plaza de San Roque en cuanto a alturas e imagen compositiva, entroncando con la altura del volumen principal que da fachada a la Plaza del Cabildo.

En planta tercera tan sólo se conforma el volumen que alberga a la bóveda de la escalera principal, que en su prolongación formaliza un espacio destinado a Archivo-almacén. Esta dependencia se comunica con la cubierta mediante una pequeña escalera hexagonal culminada con una linterna. También se construirá una nueva Cámara del reloj, sustituyendo a la existente.



Las dos salas diáfanas que se consiguen en el edificio principal se destinan en planta baja a Sala de Exposiciones y en planta alta a Sala de Conferencias, en lo que era antes el Salón de Plenos.

Dicho programa supone una superficie construida total de 1.180,42 m², siendo útiles 896,96 m².

La obra

El estado de conservación del edificio, así como por las necesidades planteadas, hacía necesaria la demolición parcial de la estructura, afectando en principio al forjado de cubierta del edificio secundario, a la cubierta de tejas sobre la crujía que alberga

la bóveda de la escalera y a casi la totalidad de la tabiquería existente, proyectando diferentes sistemas estructurales en función de la zona a restituir, capaces de soportar las nuevas cargas previstas.

El estado en el que se encontraban los arcos y bóvedas portantes existentes en el patio del inmueble, así como la desaparición de muchas de éstas últimas, hizo decidir su desmontado con el fin de, sustituyendo dichos elementos estructurales, garantizar la estabilidad y resistencias necesarias para el uso público previsto.

Así, lo que en principio suponía tan sólo el desmontado del forjado de cubierta se transformó en la reconstrucción del sistema estructural del edificio.

Las columnas encontradas se desmontaron y clasificaron para, una vez limpias de restos de mortero, recuperasen todo su esplendor en la nueva actuación. No todas eran iguales, ni en diámetro ni longitud, empleándose las de más envergadura en las esquinas para soportar más carga y las menores en los apoyos intermedios. Entre la composición de los mármoles aparecieron restos de lápidas fechadas sobre 1700 que sirvieron para suplir la falta de material durante la construcción del inmueble.

Ejecutada la nueva cimentación, para las nuevas arcadas aprovechamos un derribo en el Barrio Alto y utilizamos el ladrillo de tejar recuperado, trabándolo con mortero de cal. A partir de aquí, se construyen nuevos forjados para formalizar el volumen definitivo del edificio.

Se mantiene en todo momento el esquema estructural del inmueble, si bien experimenta transformación el patio interior, que se reduce, permitiendo con ello una mayor racionalización en la distribución y circula-



ción del espacio interior del edificio. Además se añade una planta adicional que aprovecha el sistema estructural existente, cubriéndose mediante una nueva estructura de madera acabada mediante panel sándwich y planchas de cobre solapadas.

Exteriormente, la actuación se centra en la recuperación de la fachada principal mediante la limpieza de sus paramentos y la reconstrucción de algunos elementos deteriorados por el tiempo. El resto del edificio se procede al picado general de su superficie, eliminando cualquier resto de morteros de cemento. Tras recristalizar su superficie de sales solubles, se embarra con mortero de cal para recubrirlo con estuquillo de cal.



Formalmente, tan sólo se transforman las ventanas de planta baja para garantizar el aislamiento necesario para la nueva biblioteca, configurándose pequeñas aberturas respetando el ritmo vertical de los huecos existentes.

En definitiva, se consigue con esta actuación un espacio prácticamente diáfano en todas sus plantas en donde cada una de ellas se trata de modo diferente, identificándolas mediante materiales y usos distintos. La piedra, el ladrillo, el ripio, la madera y el vidrio se entremezclan para intentar conseguir una armoniosa combinación de contrastes. El espacio y la luz se convierten de este modo en protagonistas del edificio.

Conclusiones

Pocas veces se disfruta tanto en el proceso arquitectónico como con la intervención en elementos notables del patrimonio histórico. Desde el proceso de investigación del edificio, su historia, su transformación y sus posibilidades, hasta la sucesión de deci-

siones in situ que van generando el resultado final de la obra.

La accesibilidad y eliminación de barreras arquitectónicas para todos sus usuarios a pesar de los inconvenientes que para ello presenta un edificio de estas características, sobre todo si consideramos sus incuestionables cualidades patrimoniales, la facilidad en el uso de las distintas estancias y recorridos planteados, la compatibilidad del edificio con los nuevos usos en el convencimiento de que esto no suponga merma de sus cualidades funcionales, sino al contrario, una significación de las mismas, y la recuperación de los valores histórico-culturales del edificio contenedor de las actividades, son suficientes parámetros para justificar una actuación sobre el bien patrimonial que nos ocupa.

Como resultado, una nueva Biblioteca. Un nuevo centro cultural donde el tiempo se ralentiza al ritmo del paso de las páginas. Un edificio histórico recuperado para que siga siendo referente histórico de la ciudad. Una Sala de Exposiciones en el lugar más emblemático de Sanlúcar con las máximas posibilidades para convertirse en faro cultural de la ciudad.

R.G.C.

Arquitecto de Proyectos de la GMU de Sanlúcar

Bibliópolis

El nacimiento de una editorial independiente

Luis G. Prado

En noviembre de 2002 di los primeros pasos para crear Bibliópolis, una editorial independiente que de entrada estaría consagrada a la narrativa fantástica. Las razones por las que elegí este género literario fueron de peso: como editor amateur y aficionado al fantástico durante muchos años, me encontraba en una excelente posición para aprovechar eso que los especialistas en marketing llaman un nicho, una zona especializada donde el conocimiento experto puede suplir la menor inversión, por ejemplo, en publicidad y promoción.

Los primeros títulos de Bibliópolis Fantástica, la primera colección abierta en Bibliópolis, fueron una auténtica declaración de principios. Por un lado, *El último deseo*, inicio de una serie de fantasía épica... polaca. Su autor, Andrzej Sapkowski, ha cosechado un éxito sin precedentes durante la década de los noventa en Europa central y oriental, pero ni siquiera sus ventas millonarias y la existencia de cómic, juego de rol, película y serie de televisión basados en su obra fueron suficientes para hacer que las editoriales consolidadas españolas mirasen más allá de sus fuentes de originales habituales: era, pues, un terreno virgen para una nueva editorial emprendedora. El otro título de arrancada fue *Los ladrones de cuerpos*, de Jack Finney, y aquí también se cubrió una ausencia inexplicable en el mercado español: con tres versiones cinematográficas, ésta es la primera edición en España de este clásico de los años cincuenta.

La feliz coincidencia de la aparición de la primera novela de Sapkowski con la culminación de los actos del Año de Polonia en España hizo posible que, una vez me puse en contacto con el Instituto Adam Mickiewicz de Varsovia, surgiese la oportunidad de traer al autor a España, y concretamente a la Convención Nacional de Ciencia Ficción y Fantasía (HispaCon) celebrada en Barcelona, al mismo tiempo que editaba su novela. La presencia de Sapkowski no sólo tuvo un gran impacto entre los aficionados reunidos en la convención, sino que, a través de una rueda de prensa organizada por el Consulado de Polonia en Barcelona, llegó también a medios de comunicación más allá del alcance de mis posibilidades. La promoción de *El último deseo* se complementó con diversos artículos en la prensa especializada y la publicación de varios relatos de Sapkowski en revistas.

Los siguientes títulos reafirmaron la línea de Bibliópolis de publicar fantástico de calidad, recuperando obras que otros edi-

tores han pasado por alto. Así, el tercer número de la colección Bibliópolis Fantástica fue *Magia de reina, magia de rey*, del británico Ian Watson (guionista de *Al. Inteligencia Artificial* de Steven Spielberg), una deliciosa trasposición de las reglas del ajedrez a un escenario mágico publicada originalmente a mediados de los ochenta. Y el cuarto, *En alas de la canción* de Thomas M. Disch, fue una novela distópica situada en unos Estados Unidos balcanizados y asediados por el fundamentalismo cristiano, inédita en castellano a pesar de haber sido escrita en 1979, y sobre todo a pesar de estar incluida en *El canon occidental* de Harold Bloom.

Ante el éxito relativamente inesperado pero claro de *El último deseo*, se impuso continuar al cabo de

**una editorial independiente
que, de entrada,
estaría consagrada
a la narrativa fantástica**

pocos meses con las siguientes novelas de la serie de Sapkowski. *La espada del destino* fue el quinto título de la colección, y el primero en el que se aumentó la tirada inicial para hacerla más acorde a las nuevas expectativas de ventas. Además, junto con esta segunda novela se tiró una segunda edición de *El último deseo*, aprovechando para corregir las erratas fruto de la in-experiencia y para mejorar la reproducción de la cubierta. A la vista de los buenos resultados de la primera visita de Sapkowski, se acordó con la Semana Negra de Gijón su invitación a la edición de 2003, y de nuevo el autor polaco sorprendió a aficionados y simples curiosos con su personalidad arrolladora, sin olvidar que la calidad de sus libros sigue una línea ascendente. De nuevo, los periodistas presentes en Gijón atendieron a Sapkowski más allá de mis expectativas, incluyendo una entrevista para el suplemento literario de *El País*, *Babelia*. Junto con *La espada del destino* se publicó el sexto número de *Bibliópolis Fantástica*, la primera reedición del catálogo, *Marcianos Go Home!* de Fredric Brown, una sátira de las novelas de invasiones extraterrestres muy popular escrita en los años cincuenta y descatalogada en España desde mediados de los ochenta. Se aprovechó también para poner al día la novela con una traducción completamente nueva, en la confianza de que, aunque la práctica de retraducir no es habitual en la edición española, los lectores lo apreciarían.

La corta trayectoria de *Bibliópolis* llega al momento presente con el tercer servicio de novedades del año, que incluye la tercera parte de la saga de Sapkowski, *La sangre de los elfos*, para la que de nuevo he decidido aumentar la tirada, al tiempo que se realiza una reimpresión de *La espada del destino*. Los otros dos libros recientemente editados son: *Luz*, de M. John Harrison, una aventura espacial con trasfondo existencialista que ha sido uno de los grandes éxitos de la ciencia-ficción británica de 2002 (para la presentación del libro contamos con el propio autor, invitado a la Convención Nacional celebrada en octubre en Getafe, y de nuevo comprobé que la presen-

cia del escritor, cuando éste tiene una personalidad interesante, aumenta enormemente el atractivo del libro para los aficionados); y una nueva reedición de los años cincuenta, en este caso *Bóvedas de acero*, de un autor tan conocido como Isaac Asimov, con la particularidad de que no sólo se trata de una nueva traducción puesta al día, sino que es la primera edición a la venta en librerías desde su primera publicación en España que cuenta con todo el texto del original inglés (recortado en gran medida en las ediciones anteriores).

Bibliópolis Fantástica se va consolidando así como una colección que recupera clásicos descatalogados en ediciones que se pretenden definitivas, que trae por primera vez literaturas no vistas antes en nuestro país, y que rellena los huecos de la edición habitual de fantástico con novelas que incomprensiblemente permanecían inéditas, además de tener un ojo puesto siempre en la actualidad de los géneros fantásticos.

Dado el buen funcionamiento de los primeros nueve títulos de la colección (dos en 2002 y siete en 2003), para el año 2004 se prevé aumentar el número de novedades hasta doce, si las ventas lo siguen permitiendo. Entre los títulos previstos se encuentran *Los gigantes de caliza* del británico Keith Roberts, *Los tejedores de cabellos* del alemán Andreas Eschbach, *El maestro de los enigmas* de la estadounidense Patricia A. McKillip, nuevas novelas de Andrzej Sapkowski, y varias novedades en nuestra línea: la primera novela de autor español (*Sherlock Holmes y la sabiduría de los muertos*, del asturiano Rodolfo Martínez), la primera antología de relatos (*La historia de tu vida*, de Ted Chiang), e incluso una primera novela (*A Scattering of Jades*, de Alexander C. Irvine).

Bibliópolis Fantástica

se va consolidando

como una colección que recupera

clásicos descatalogados

En su corto camino hasta ahora, Bibliópolis ha encontrado la ayuda inestimable de traductores competentes y dispuestos a colaborar con una editorial que empieza (entre los que hay que destacar a José María Faraldo, cuya versión del polaco de Sapkowski es una de las causas del éxito de este autor en nuestro país, y que residiendo en Berlín ha tenido tanto entusiasmo por estas novelas que en cada visita de Sapkowski ha venido él también a hacerle de intérprete); de instituciones extranjeras cuyo apoyo ha sido providencial (caso del Instituto Mickiewicz, pero también de otras entidades que ofrecen ayudas a la traducción); y de las organizaciones de las Convenciones Nacionales de Ciencia Ficción y Fantasía (HispaCones), que han entendido el interés de tener invitados extranjeros. Pero sobre todo ha concitado un entusiasmo inesperado entre los lectores, los aficionados y los periodistas con los que he contactado: parte de esta reacción se explica por la alegría ante cualquier novedad, pero no toda. La conclusión final que querría extraer de este año de funcionamiento es que cuando se pone ilusión y ganas en un proyecto, éste funciona (la prudencia y la serenidad también son necesarias, pero no suficientes) porque el entusiasmo se transmite, y así todas las piezas de la cadena contribuyen, en la medida de sus capacidades, a hacer de cada libro un éxito.

L. G. P.

Interpretar Patrimonio con Teatro

Pedro J. González

El término interpretación nos permite acercar dos sectores culturales: Patrimonio y Teatro.

La interpretación en el Patrimonio es una actividad educativa y recreativa para comunicar los valores históricos-artísticos a los públicos adaptándose a sus intereses.

La interpretación en el Teatro es una actividad artística y recreativa para comunicar los valores argumentales de un autor y la puesta en escena de un director a los públicos.

**el Teatro se convierte
en un recurso ilustrativo
y no en el fin del proyecto cultural**

La comunicación liga y favorece las dos propuestas interpretativas: una más interesada por lo educativo y otra por lo artístico, pero ambas buscando la recreación y comunicación con el público. En ambas se pretende el contacto directo y no una mera información de los hechos.

Diversos motivos han favorecido la programación de espectáculos en espacios patrimoniales:

(a) Climatológicos: por nuestro ambiente mediterráneo que atrae públicos en lugares abiertos con la llegada de marzo y hasta octubre en patios de castillos, palacios, plazas de centros históricos de ciudades y pueblos, jardines y espacios paisajísticos que se ubican entre la naturaleza y los restos del patrimonio cultural.

(b) Turísticos: por el fuerte atractivo que supone conocer un espacio patrimonial con el valor añadido de un espectáculo en directo y en un horario de difícil acceso, que atrae a visitantes y residentes al aumentar la oferta de servicios culturales y de ocio.

(c) Económicos: al responder a una demanda de turismo cultural muy potenciada en los medios de comunicación con las noticias de experiencias en otras ciudades europeas (Verona, Avignon, etc.) y españolas (Mérida, Almagro, etc.), que pueden atraer patrocinios públicos y privados, así como solicitar precio de entradas rentables si la oferta es original, el espacio atractivo y los servicios variados y de calidad.

(d) Dramáticos: al unir en la puesta en escena personajes y paisajes que estuvieron ligados en la historia o la leyenda, en un diálogo entre artistas y espacios que se trasmite al público como experiencia auténtica, que envuelve a los espectadores y permite una interrelación acercándose e inmiscuyéndose en parte el espectáculo con su participación

(e) Socio-culturales: crear productos y servicios culturales nuevos en un trabajo en equipo de investigadores, conservadores, gestores, artistas, hosteleros, voluntarios, etc. Una organización compleja y abierta al abrir el abanico de servicios a diferentes tipos de públicos, que obliga a una coordinación entre distintos tipos de agentes públicos y privados del territorio donde se ubica ese espacio patrimonial.

Pero la gestión de un proyecto cultural que persiga la interpretación patrimonial con teatro no es adaptar únicamente ese espacio a las mejores condiciones de audición y visibilidad para la representación, ya que no debemos convertir aquello en un espacio teatral. Es un espacio patrimonial.

Se han venido realizando muchas propuestas y primaban valores teatrales sobre los patrimoniales, que llevaba a desencuentros y problemas.

El festival de Itálica en los 80 es un ejemplo negativo, pues no se contaba con los conservadores y otros usos que prestaba ese sitio arqueológico. Se pasó de un acontecimiento cargado de atractivo con utilidades funcionales, simbólicas y vivenciales a no hacer nada.

F. Tilden, padre de la Interpretación del Patrimonio, lo describía como una actividad educativa y recreativa que quiere revelar significados e interrelaciones a través del uso de objetos originales, por un contacto directo con el recurso o por medios ilustrativos, que favorecen la comunicación con los públicos(1) .

El Teatro se convierte en un recurso ilustrativo y no en el fin del proyecto cultural. Justo aquí radica la dificultad, gestionar el mensaje de los investigadores-conservadores-arqueólogos-historiadores con la aportación de los dramaturgos/director/actores. El espectáculo se subordina al patrimonio a comunicar, pero no se tiene que perder calidad artística a la hora de la puesta en escena.

Las licencias artísticas deben tener en cuenta la documentación histórica, las investigaciones recientes y el asesoramiento de los conservadores y gestores del patrimonio.

El Teatro Contemporáneo ha propuesto diversas experiencias dramáticas que han roto con la cuarta pared que separa a los actores del público.

La participación del público en la representación y la interpretación de actores, bailarines y músicos entre los espectadores sin otros recursos que su expresión, vestuario e iluminación, facilita la adaptación

**el Teatro Contemporáneo
ha propuesto diversas experiencias
dramáticas que han roto
con la cuarta pared**

del teatro como recurso interpretativo de un espacio patrimonial.

Peter Brooks titulaba un libro *El espacio vacío*, donde la economía de medios y la fuerza interpretativa serían claves de la interpretación teatral, que permite muchas posibilidades expresivas y estéticas en la utilización de los espacios patrimoniales sin otros aditamentos.

No se debe cargar el paisaje natural/cultural con excesiva infraestructura teatral ajena, sino más bien la simplificación de medios y la interpretación de los artistas para hacerla cercana y directa a los públicos, que quedarían envueltos para facilitar la comunicación con ellos.

La reducción en tamaño de los equipos de sonidos y luces permite mejorar esa excesiva intromisión de infraestructuras en los espacios patrimoniales, que además del teatro tiene otros usos culturales en otros horarios, que no deben ser interferidos con un despliegue de medios materiales y técnicos que los perjudicarían.

Se pueden apuntar unas condiciones para que la Interpretación del Patrimonio con Teatro sea un éxito para todos:

1. Historia o leyenda que vincule a los personajes con esos paisajes o espacios. No aprovechar el patrimonio para montar un espectáculo alrededor de una efeméride que podría realizar en otro lugar teatral.

2. Argumento escrito por un dramaturgo o varios pero que cuente con la colaboración de investigadores que han estudiado la época donde transcurre la acción. El guión puede unir personajes históricos o ficticios, pero no puede olvidar la documentación que se conserva.

3. Puesta en escena que se respete lo que se conserva con una intromisión material y técnica mínima, que procure ocultarse y que guarde todo tipo de seguridad para el espacio patrimonial, los artistas y el público. Hay que estudiar el número máximo de participantes (artistas y públicos), los itinerarios y las interacciones entre público, artistas, colaboradores y espacios patrimoniales y de acceso. La participación del público debe tenerse en cuenta en parte del espectáculo y de la organización.

Existen tres propuestas: (a) un solo lugar para la interpretación que sea significativo y que permita la narración artística con audición y visibilidad adecuada para el público; (b) varios lugares que llevaría a estudiar el itinerario de traslado del público, que requeriría acompañantes y señalizadores, que exigiría más seguridad y menos aforo; y, (c) una oferta a elegir entre varios servicios, unos harían itinerarios completos y otros una parte reuniéndose en un lugar con más aforo dónde se realizaría el espectáculo principal.

4. Comunicación de los artistas, colaboradores y organizadores con los públicos participantes para que comprendan intelectual y emocionalmente el mensaje patrimonial a través del teatro; conviene para ello prestar diferentes servicios antes, durante y después del espectáculo, que vendrán recogidos en el programa.

Se tendrán en cuenta los diferentes tipos de participación:

- Solamente espectáculo.
- Espectáculo y otros medios de comunicación.
- Itinerario, espectáculo y otros medios.
- Lo anterior más gastronomía.
- Otros por inventar.

Es este un campo cultural muy atractivo y amplio para ciudades y pueblos con patrimonio tangible e intangible. Las zonas del sur de Europa pueden ofrecer estos servicios de interpretación en gran parte del

año. Un porcentaje amplio de público puede acudir, más de los que van al teatro o museo. Estos proyectos culturales requieren equipos multiprofesionales, con capacidad de riesgo por parte de los organizadores públicos y privados y una oferta de aventura controlada amplia bien comunicada a los públicos potenciales. No renunciar a los significados profundos del museo, conjunto histórico o espacio patrimonial para rodearlo de servicios tan atractivos como los de un parque temático. Es un reto cultural, económico y social que merece la pena.

P. J. G.

1. Morales, J. *Guía práctica para la interpretación del patrimonio*. Edit. Junta de Andalucía. Sevilla 2001.

Simplemente Javier

Alejandro Pérez

En la película *Descubriendo a Forrester*, los dos protagonistas establecen una alianza mediante la cual se ofrecen ayuda mutua. Un escritor consagrado a la literatura por un solo libro editado debe superar su incapacidad para adentrarse en el mundo de las relaciones sociales y un inquieto aprendiz de la palabra anhela alcanzar el éxito de su maestro, de modo que el joven alumno le enseña a caminar por la selva despiadada de la calle y el afamado novelista le muestra la flor de las letras con sus espinas, lo deja inmerso en uno de los laberintos más angustiosos de un posible escritor, se debe enfrentar a la cruel soledad de un folio en blanco ante una máquina de escribir cuyas teclas arrancan las notas amables de un piano, pero sus dedos vacilan unos instantes, vuelan entre la niebla de la duda simplemente porque ha dado rienda suelta al pensamiento y se detienen definitivamente ante el grito observador de un maestro de ceremonias que le aconseja uno de los principios básicos de la escritura: el primer boceto hay que escribirlo con el corazón sin freno. Es más fácil perder la virginidad cuando uno se deja llevar por el instinto. Ya habrá tiempo de rescribir ese borrador con la cabeza, ya habrá tiempo de pensar el sentimiento, ya habrá tiempo de sentir el pensamiento.

Empecé a darle forma a estas líneas sin necesidad de acunar mis ideas a la horma de unas palabras, bajo la atenta libertad de quien va planificando los sueños antes de que ese fantasma se convierta en una realidad de carne y hueso para lanzarle una advertencia a los lectores: quien firma estas páginas no se responsabiliza de su contenido, sino que se lava las ma-

nos puesto que es el narrador quien se erige como verdadero protagonista, un narrador que se niega a darme su nombre, aunque espero que a lo largo de esta historia sea capaz de dar la cara, de confesar su identidad sin ningún tipo de tapujos y de propalar a los cuatro vientos sus intenciones. Como toda narración que se precie debe contar con una serie de personajes anclados en un espacio y en un tiempo determinados. Los personajes ya irán desfilando por entre los escombros de esta epopeya, el tiempo se dilatará a través del tiempo, a través del siglo veinte de manera intermitente y el espacio se concentra en la frontera de un pueblo: en su intrahistoria y en su idiosincrasia.

El hombre desde sus orígenes no ha cejado en el empeño de buscar una explicación satisfactoria a lo inefable, como una especie de antídoto ante el miedo a lo desconocido. Cabe, sobre todo, remontarse a la Grecia clásica para conocer in situ los primeros brotes de la cultura occidental. La imagen actual del emblemático Partenón encarna el estado reciente de las letras bajo el amparo de un edificio en ruinas que se identifica con el estado ruinoso de la literatura capaz, al mismo tiempo, de conocer a través de los mitos los arcanos de la raza humana. El templo fue construido para ofrecer cobijo a la diosa Atenea allá por el año 447. Hoy en día queda ante nuestros ojos el espacio que vibra entre las columnas derruidas y la melancolía que silba en la soledad de las piedras, pero sigue intacto el espíritu de su grandeza, el sueño inabarcable de su leyenda.

Cada flor tiene esa entrañable historia de andar por casa y Benalup-Casas Viejas lleva en su sangre el viejo pétalo de la tragedia. Yo, querido autor, era demasiado joven para comprender que aún no había nacido y la muerte campaba a sus anchas en la alfombra ensangrentada de mi cuna. Todo presagiaba ese fin. Un mendigo deshojaba los pétalos crucificados de la muerte a los 33 años. Era el año 33. Faetón, el hijo del sol, se quemó por el capricho de jugar

con fuego. Dédalo construyó unas alas para huir con su hijo de Creta y de su laberinto, aunque el ansia desmedida de la juventud por llevarse la vida por delante precipitó a Ícaro al vacío, hizo que su vuelo de papel se remojara en las aguas del mar justo cuando las plumas del muchacho se desvanecieron en el aire como las hojas de un árbol barridas por la escoba del levante que renuncian a la horca de sus ramas. Los Sucesos de Casas Viejas conservan la esencia de Ícaro, la rebeldía del hombre ante los abusos del poderoso y el fuego apasionado de Faetón. El gobierno de la República española se dispuso a reprimir el intento de implantar el comunismo libertario en un pueblo mayoritariamente campesino y hambriento y la emprendió con un tal Seisdedos y su familia que decidieron entregar su cuerpo a las llamas antes de abandonar el alma a su suerte, antes de contemplar cómo el cuerpo sin vida del sueño caía rendido ante los pies de la injusticia, pues el tiempo se toma sus propias venganzas y la entereza de sus personajes no suele caer en saco roto. Los Sucesos de Casas Viejas fueron una Azaña con mayúsculas.

**después de los sucesos
de Casas Viejas, tuvo lugar
el segundo gran hito histórico
de este pueblo:
la ansiada segregación
de Medina Sidonia**

Después de Los Sucesos de Casas Viejas, tuvo lugar el segundo gran hito histórico de este pueblo: La ansiada segregación de Medina Sidonia por lo que suponía de autogestión y autogobierno. Los sueños tienen el privilegio de levantarse de la cama una mañana cualquiera para asomarse por la ventana de la realidad en un proceso en el que el futuro ya no depende de las noches en vela, sino en el sudor diario de quienes han entregado su alma a un proyecto cuya libertad de pájaro herido no está hecha para las jaulas de la dependencia. El Ayuntamiento tenía las manos libres para actuar en consecuencia hasta que en un proceso selectivo de deducción llegamos a las

puertas de una biblioteca en la que se van generando los primeros balbuceos de un niño que nos mira con buenos ojos o como alternativa posible de ocio sin necesidad de concebimos como un lugar extraño y ajeno a sus intereses, sino que, al contrario, se siente acogido como uno más. Perdónenme, atentos lectores, que me dirija a ustedes con el plural, pero es la forma más sutil de involucrarlos en este apasionante episodio. Simplemente soy uno más como cualquiera de ustedes. La existencia de la biblioteca viene jalada por la labor de Juana María Cózar de la Flor que la ha mantenido con vida durante unos largos veintitantos años, desde su nacimiento allá por los años 70 hasta agosto de 2000, momento en que este trabajo incansable ha pasado a ser desempeñado por quien suscribe estas líneas. Hace algo más de tres años entré a trabajar en la Biblioteca de Benalup. Se preguntarán cómo es posible que un personaje ficticio como yo pueda llevar a cabo estas actividades y su resultado roce los parámetros de lo verosímil, mas ustedes deben saber que entre la ficción y la realidad cuelga un pasadizo muy estrecho que comunica ambos frentes: la imaginación. El panorama era un tanto desalentador. Había muchos libros- unos 8.000 para una población de algo más de 6.000 habitantes entre los cuales había niños que aún no sabían leer- pero eran todos muy antiguos debido a que no se contaba con presupuesto. Estábamos a expensas del Centro Coordinador de Bibliotecas.

La infraestructura era aún peor: sólo contaba con una máquina de escribir y había en principio que pelearse duramente con el Ayuntamiento. Ya sabéis que las cosas de palacio van despacio. Pero antes de pedir había que mostrar que la biblioteca funcionaba. ¿Cómo podría atraer a la gente en esta situación? La primera situación de urgencia fue sobornar a los usuarios, pero llegué a la conclusión de que era demasiada recompensa para tan poco fruto. Me iba a salir muy caro y además iba a ser una solución momentánea. También podría ponerme a amenazar a los niños, pero el papel de malo no iba conmigo has-

ta que di con la propuesta no definitiva, pero sí la que dio resultado. La biblioteca deja de concebirse como un almacén donde se depositan libros y amplía sus miras y sus horizontes. Tocaba pedir limosna un día sí y otro también en la puerta del Ayuntamiento hasta que me hicieran caso. El siglo XXI viene marcado por un desarrollo a gran escala de la biblioteca que ha pretendido responder al carácter público de su denominación abriéndose a la población sin reservas e iniciando un proceso acelerado de modernización que comienza con el abandono parcial de la máquina de escribir para dar paso a la informática, con dos ordenadores distribuidos de una manera equilibrada: por un lado, uno de ellos se ha empleado para el uso particular del bibliotecario y, de otra parte, se ha instalado un segundo ordenador para que los usuarios lo puedan utilizar, con la ventaja añadida de contar con Internet de forma totalmente gratuita. Como todo aprendiz, al igual que el protagonista de *Descubriendo a Forrester*, uno debe comenzar a construir su propio mundo desde el suelo, con los pies en la tierra, para, a paso de hormiga, llegar a cubrir sus necesidades con un techo que dé cobijo, sobre todo, a los lectores. Comencé mi andadura con una carta de presentación que fui repartiendo por el pueblo para que la gente se diera cuenta de que la Biblioteca también existe. En esta epístola se lanzaban varias preguntas que tendían un puente imaginario hacia la reflexión: ¿Por qué y para qué debemos ir a una biblioteca pública? ¿Para qué queremos un libro?... junto a un intento torpe y tímido de respuesta abierta a las sugerencias de cualquiera. El primer paso estaba dado. Había que cultivar el inquieto germen de la curiosidad y del misterio para que la gente acudiera a la biblioteca. Una vez allí había que darles a entender que no era un sitio tan desagradable como

**la biblioteca deja de concebirse
como un almacén
donde se depositan libros
y amplía sus miras
y sus horizontes**

podría dibujarlo la imaginación de un niño o de alguien no tan niño que siente fobia por la lectura, por todo aquello que implique estudio y esfuerzo. No había que descuidar en ningún caso el componente lúdico de los libros y su capacidad de entretenimiento y de ocio. Para quienes no estaban por la labor de la lectura, había que usar un envoltorio atrayente para que quisieran asomarse en su interior y para los adictos no había más remedio que seguir incentivándolos, darles mayor protagonismo con el fin de que se sintieran importantes e influyentes. Algunos salían con la idea de que no estaba tan mal al fin y al cabo. En esa carta de presentación daba a entender que la biblioteca emprendía una nueva andadura con un lema eficaz para llamar la atención de los usuarios y vecinos de la localidad: en letras mayúsculas, a sabiendas de que este tipo de letras puede hacerle sombra a quien las usa, se fraguó el reclamo que reza: LEER

**había que cultivar
el inquieto germen de la curiosidad
y del misterio
para que la gente
acudiera a la biblioteca**

NO CUESTA DINERO, como una falsa novedad que incitaba a los usuarios a

acudir a la biblioteca o al menos a perder la manida excusa de que los libros son muy caros. Con el carnet en la mano y sin necesidad de soltar un duro, ni un euro, uno puede aprovecharse de los servicios que están a su disposición, puede disfrutar con la lectura de las últimas novedades del mercado y acceder a los préstamos interbibliotecarios, un nuevo mecanismo capaz de satisfacer aquellas necesidades que no están al alcance del bolsillo, que van más allá del presupuesto establecido. Si no se dispone de un ejemplar determinado y éste se halla en cualquier biblioteca pública española, desde aquí podemos gestionar sus peticiones contando con ese libro en unos 10 días aproximadamente, con la salvedad de que no puede salir de la biblioteca, pero sí ser usado en su interior por cualquier persona que lo desee. Obviedades que no deberían caminar por la senda torpe de esta aven-

tura, pero que empezaron a darle forma a un proyecto ilusionante: con esta carta redactada a modo de libro abierto se quiere hacer llegar el nuevo espíritu y el entusiasmo con el que se va a trabajar desde este preciso momento. Se quiere, en pocas palabras, estrechar los lazos entre el lector y la biblioteca.

También comencé a traer a los niños del colegio que aún no sabían leer o estaban en el proceso intrigante de conocer las letras para enseñarles la Biblioteca y su funcionamiento. Acababa leyéndoles un cuento. El futuro está en los que aún no saben leer.

Saqué todos los libros del depósito y los catalogué lo antes posible para que todos los ejemplares estuvieran a disposición de los lectores y repartí un listado de todas las novedades. Ya tenía argumentos más sólidos para convencer a la gente a que acudiera a la biblioteca. Llegaba el día 23 de abril y estaba dispuesto a organizar alguna actividad como homenaje al día del libro. Organicé un maratón de lectura en el que una vez al año participara el pueblo. Se leería en voz alta y sin interrupciones desde las 9 de la mañana hasta las 9 de la tarde, de modo que tenía que encontrar a unas 170 personas dispuestas a enfrentarse a un público y a sus nervios. Por la mañana era más sencillo. Consistía en ponerse en contacto con los dos centros de primaria del pueblo para que de dos cursos en dos vinieran cada 50 minutos a la biblioteca y de esas dos clases 6 u 8 alumnos leyeran para sus compañeros. De 2 a 4 podría contar con el Instituto y a partir de las 4 con el Centro de Educación de Adultos que leerían encantados -todavía estoy sorprendido por la voluntad y el heroísmo de esas personas mayores que, a pesar de que les costaba un esfuerzo enorme salir al estrado y leer, terminaban satisfechos de haberlo conseguido- y gente del pueblo hasta las 9. Me faltaba encontrar a las personas, buscar las lecturas para muchos de ellos y encajar todos los horarios. Yo intenté conseguir a cambio un separador de libros exclusivo del pueblo, repartí el libro de lectura que la Junta ofrece y un diploma por haber dado la cara. Así

que todo salió perfectamente.

Asimismo, se ha asistido a las III Jornadas de Dinamización en Bibliotecas Públicas, durante el 29 y 30 de noviembre del 2000, que ha contado con la presencia de un cuentacuentos, figura principal en el proceso de fomento de la lectura, una especie de juglar moderno que juega a desentrañar cuentos e historias en el escenario apropiado para los más jóvenes, un bombero que apaga todos los incendios provocados por una concepción de la lectura mal entendida. Con esta idea grabada entre ceja y ceja se organizó un taller de narración oral en el que Quico Butrón saltaba a la palestra para enseñarnos el digno oficio de contar cuentos, en unas 8 sesiones en las que, fundamentalmente, se insistía en el aspecto práctico de esta formación. Salíamos al escenario para recrear nuestras propias historias desde el principio. Los clubes de lectura están adquiriendo un papel sobresaliente en el ánimo de fomentar la lectura, ya que acuden cada semana tres grupos de unas 15 personas para arrostrar el desafío de un libro. Hay un club para niños con edades comprendidas entre los 10 y los 11 años, a los que el bibliotecario les cuenta una historia, les hace preguntas sobre su contenido en una especie de juego que concluye con la lectura en voz alta de todos los participantes. Hay otro club destinado a niños con edades comprendidas entre los 14 y los 16 años. La actividad de este grupo se concentra principalmente en la lectura. Y finalmente entran en escena los adultos en unas sesiones donde prima más el debate y el diálogo entre todos los asistentes que la lectura en sí. Ésta última es efectuada de manera individualizada y en casa por cada uno de los miembros del grupo. Tertulias colectivas que ayudarán a los participantes y a los oyentes a enriquecerse mutuamente y a contemplar la realidad desde todos los ángulos posibles. Para adultos empecé a celebrar recitales de poesía o presentaciones de libros en la Biblioteca para que el dúo lector-libro pase a formar un triángulo: el autor. Estos actos tratan de romper con la concepción tradicional de una biblioteca que ya no se define

como lugar o almacén donde se depositan libros, sino que rebasando esos límites se aúpa a la tendencia dinámica de aproximar la letra impresa a la gente de a pie. Quisiera que esa comunión perfecta que se establece entre el lector y la lectura se apoye en un tercer elemento, el escritor. Los escritores que enviaba el Centro Andaluz de las Letras celebraban sus charlas y sus lecturas en la misma biblioteca, junto a aquellos autores que acudían al pueblo invitados por el bibliotecario. Cada año se acercan a la biblioteca 5 ó 6 escritores: han desfilado nombres tan conocidos como Juan Madrid, Jesús María Ballaz, Juan José Téllez, Dolores Alberola, Mercedes Escolano, José Manuel Benítez Ariza, Félix Palma, Selva Otero, Miguel Ángel García Argüez, Manuel Ramos Ortega, Rafael Soto Vergés... Vienen simplemente a establecer un vínculo más próximo entre los lectores y los autores.

El cine y la literatura se han dado la mano en este lugar donde películas basadas en el mundo de la literatura dilucidarán el

combate imaginario entre la palabra y la imagen, entre dos realidades que nos entran por los ojos y por los oídos. Actualmente, la biblioteca acomete el proceso de informatización de todos sus registros que tardará varios años en llevarse a la práctica, puesto que hay que catalogar e informatizar unos 9.000 ejemplares y más de 1.800 carnés. De igual modo, el año pasado nuestro pueblo fue seleccionado por la Consejería de Cultura de la Junta de Andalucía para integrarnos en el Plan Andaluz de Fomento de la lectura. En este sentido no hay nada mejor que tropezar con una cita de Baudelaire para desmentirla tajantemente: "creo que siempre seré feliz allí donde no estoy". Confío en que los benalupenses sean felices en la biblioteca.

**una biblioteca que aspira
a convertirse
en una alternativa más
para los ciudadanos que representa**

Ya quedan esbozadas grosso modo las líneas maestras de una biblioteca que aspira a convertirse en una alternativa más para los ciudadanos que representa. Si uno coloca un pie en el pasado y otro en el futuro corre el riesgo de descojonarse en el sentido literal del término, de despatarrarse si uno pierde el equilibrio. Soy consciente de esta realidad y por ello busco en la dedicación, en el esfuerzo y en el entusiasmo el faro capaz de alumbrar el presente de una vida entregada a la cultura. En este contexto, es preciso sacar a relucir el pensamiento de Emerson acerca de las letras: "Mientras que todo el mundo va tras el poder, tras la riqueza como medio de alcanzar el poder, la cultura corrige la teoría del éxito". Dejar la cultura en manos de la gente es el mayor éxito de un pueblo.

Recuerdo siempre una anécdota aparecida en *El Libro del Buen Amor* acerca de la disputa entre los griegos y los romanos. Todo buen narrador debe haber sido con anterioridad buen lector. El Arcipreste de Hita en un contexto teocentrista como es la Edad Media insertó este pasaje para mostrar el carácter ambiguo de la literatura y de la realidad. También como un recurso eficaz para escapar de las posibles garras de la Inquisición. Al parecer su libro trataba de cantar al verdadero amor que era aquel que el hombre puede sentir hacia Dios, pero como es humano el pecado, el autor quiso dar ejemplos de lo que no se debe llevar a cabo, del gozo hacia el amor carnal. En esa lucha entre estos dos pueblos, los romanos, caracterizados por su valor y su belicismo, solicitaron a sus vecinos los griegos, pueblo marcado por su potencial cultural, sus propias leyes. Éstos últimos no estaban por la labor de entregar uno de sus bienes más preciados a un pueblo incapaz de mostrar sensibilidad hacia la justicia, pero insistieron tanto que los griegos lanzaron una propuesta: Os daremos nuestras leyes si salís airosos en un diálogo de señales entre nuestros dos pueblos. Cada uno elegirá a su representante. Ya estaba el sabio griego subido en una tarima para iniciar el combate y mostró un solo dedo a su contrincante.

La respuesta del romano consistía en señalar tres dedos. El diálogo continuaba y su rival extendió la palma de la mano, a lo que le respondió el puño cerrado del romano. Todo había llegado a su fin cuando el griego alzó la voz para anunciar que los romanos eran merecedores de las leyes griegas, aunque ninguno de los asistentes había entendido nada, de modo que se acercaron al sabio y le pidieron que les explicara qué había ocurrido. Yo le dije que había un solo dios con un dedo extendido y su respuesta fue contundente: un solo dios en tres personalidades: padre, hijo y espíritu santo, con tres dedos señalados. Con mi palma extendida indicaba que Dios controla el mundo y el romano, con el puño cerrado venía a decir que Dios es todopoderoso.

Ante estas evidencias terminé el diálogo satisfecho y con la conciencia de que nuestras leyes caían en buenas manos. A continuación asaltaron al romano que inmediatamente dio su versión de los hechos. El griego me dijo que me iba a sacar un ojo con su dedo y yo le contes-

té que con tres dedos míos no sólo le iba a sacar los dos ojos, sino también la nariz. Cabreado me lanzó una nueva ofensa: me quería ahora tortear con la palma de la mano, pero yo no me iba a asustar, así que estaba dispuesto a dirimir esta disputa a puñetazos en limpio. El griego vio que tenía la pelea perdida y por ese motivo se retiró asustado. La literatura tiene muchas ventajas: vivir lo que uno nunca ha vivido metiéndose de lleno en la aventura de los libros. La literatura tiene la capacidad de ofrecer distintas lecturas, de modo que no todos los libros pueden gustar a todo el mundo, pero sí que hay un libro para todos. *El Libro del Buen Amor* nos enseña que todo libro tiene infinidad de lecturas y éstas dependen del lector que se enfrenta a ellas, incluso en un mismo lector dependen de su estado de ánimo, de la edad que tenga en

**en esto radica la importancia
de los libros, en que no sólo
se detiene en el campo
de la literatura, sino que aborda
la realidad y la vida misma**

ese momento, de la situación personal en la que se encuentre... La lectura es un enriquecimiento personal que se puede compartir con los demás. *El Libro del Buen Amor* va más allá de la literatura y enlaza con la idea de que no hay verdades absolutas, sino que entre el blanco y el negro hay una amplia gama de grises. Y la vida no se interpreta de una sola manera, sino que tiene infinidad de lecturas. En esto radica la importancia de los libros en que no sólo se detiene en el campo de la literatura, sino que aborda la realidad y la vida misma.

Ésta es la filosofía en la que uno ha de moverse donde la importancia principal no la tienen ni los libros, ni la biblioteca, ni el bibliotecario, sino los lectores.

A ellos me debo y, como prometí al principio de esta historia, no tengo más remedio que abordar a este presunto autor con el fin de que se quede conforme cuando le confiese, al menos, mi nombre. De este modo dejará de darme la lata, abortará definitivamente las ansias de ser el verdadero protagonista, cuando no ha contraído ningún tipo de méritos. Me viene a la memoria el diálogo reñido entre Miguel de Unamuno, en su novela *Niebla*, y un personaje suyo que no contento con el destino que el autor le había preparado decide quejarse y echarle en cara a su creador el mal trato que le ha dispensado. Ahora yo como narrador paciente me enfrentaba a quien dice ser el autor para responder a la tan esperada pregunta. Dejemos que éste se desahogue un poco y se crea imprescindible:

- ¿Nos vas decir a todos cómo te llamas?

El narrador estaba dispuesto a burlarse de mí, cuando sabe a ciencia cierta que yo soy su creador y que puedo hacer que desaparezca. Sin embargo, la conversación iba por buenos cauces, salvo ese deje de ironía que derramó en su respuesta.

- Si has esperado casi toda la historia, no tendrás ningún problema en esperar un poco más. Llevas por dentro el demonio de la curiosidad. En fin, me llamo Javier.

- ¿Cómo es posible que te llames Javier cuando eres un vasco de pura cepa?

- Realmente me llamo Echávarri. ¿Sabes lo que significa?

- No tengo ni idea, pero ¿qué importancia puede tener en esta aventura?

Me miró por encima del hombro y respondió con una carcajada dibujada en el rostro.

- Toda. Sin mí esta historia no tendría sentido.

- Querrás decir sin el autor que escribe estas líneas. Menos lobos Caperucita.

- He dicho sin mí. ¿Quieres saber qué significa mi nombre en euskera? En él está implícito el progreso de un pueblo que corre conforme a los avances del tiempo, que pasa de Casas Viejas a denominarse...

- Dímelo y cállate de una vez por todas. Ya estamos con los malditos acertijos. Pues a mí me apodan El Seis Pesetas.

- Mi nombre significa Casas Nuevas, pero el tuyo no tiene ninguna trascendencia.

- Me dicen El Seis Pesetas porque soy más duro que un duro, así que no te resbales un pelo conmigo. Ya sólo me queda despedirme de ti con unos versos del poeta: "Recuerda que yo existo porque existe este libro, que puedo suicidarnos con romper una página".

A veces el corazón escribe con la cabeza.

A. P.

RESEÑAS

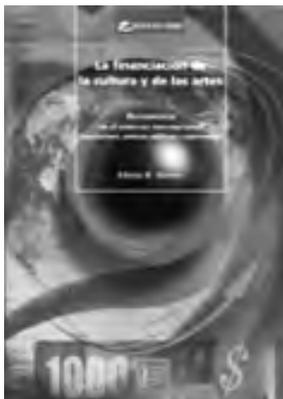


La financiación de la cultura y de las artes

Iberoamérica en el contexto internacional

Instituciones, políticas públicas y experiencias

HARVEY, E. (2003)
658 pgs.
Madrid, IBERAUTOR-SGAE



El contenido de esta obra está vinculado a experiencias, instituciones y políticas públicas en materia de financiación de la cultura y las artes, referidas a todo el conjunto de los países de Iberoamérica lo cual lo convierte en un documento clave para un mejor entendimiento de lo que está pasando en los países de dicha región.

Se trata de un documento exhaustivo, global, continental y actualizado, con mucha información especializada en una materia escasa de bibliografía. El autor analiza las distintas vías utilizadas para abordar los aspectos financieros y fiscales de la cultura. Asimismo, recoge las recomendaciones que se han

formulado a partir de los foros internacionales relacionados con la financiación pública y privada de la cultura, luego analiza la función de las instituciones y de los fondos nacionales e internacionales y por último, evalúa la utilización de otros fondos y las bases fiscales de las distintas realidades.

Comunicación y cultura en la era digital

Industrias, mercados y diversidad en España

BUSTAMANTE, E. (Ed.).
(2002) 382 pgs.
Barcelona, Editorial Gedisa



Libro de indispensable lectura para todo aquel relacionado a los medios de comunicación o al sector cultural. Ofrece una compilación de artículos de un equipo de especialistas que ha realizado, por encargo de la Fundación Alternativas, una radiografía empírica de las industrias culturales en España, de sus mayores transformaciones a lo largo de las últimas décadas, y de sus avances

de cara a la era digital.

Bajo la coordinación de Enrique Bustamante, esta publicación es una especie de "libro blanco", que además de haber tomado en cuenta las conclusiones de una serie de mesas de debate y de un consejo asesor, pretende ser un punto de partida para la reflexión global de las industrias, mercados y diversidad de los medios de comunicación en España.

Con abundantes cifras, los autores contribuyen con lo que podrían ser líneas estratégicas a seguir. Entre ellas, la consolidación del mercado español -unido al hispanoamericano- como una masa crítica con una misma lengua y, con posibilidades de convertirse en un sector cultural potente que apela al capital, a la rentabilidad y a los contenidos.

Este libro detalla así la creación, la producción y consumo de la edición de libros y fonográfica, de la industria del cine y de la prensa, de la radio y la televisión y, como sector piloto de la nueva

cultura multimedia, de los videojuegos. En él se estudian también las políticas culturales, nacionales y regionales, desarrrolladas hasta ahora y las políticas públicas que deberían implementarse en el nuevo contexto. Sobre esta base, el diagnóstico de las fortalezas y debilidades, de las amenazas y oportunidades de nuestra industria cultural muestra una creatividad creciente, un mercado considerable y una industria potente, pero también el deterioro de la diversidad y del espacio público. La situación es especialmente preocupante para la transición al mundo digital, dada la precariedad de las posiciones de partida. Ante la incoherencia y miopía de las políticas públicas, incapaces de remediar los peores efectos del mercado y de conciliar cultura y pluralismo con beneficios, la obra aboga por una política cultural y comunicativa integrada, ausente en el pasado pero vital para el futuro, con propuestas concretas para cada sector.

Hacia un nuevo sistema mundial de comunicación

Las industrias culturales en la era digital

BUSTAMANTE, E. (ed).
(2003) 379 pgs.
Barcelona, Editorial Gedisa.

El equipo de investigadores y académicos, coordinado por Enrique Bustamante, catedrático de comunicación audiovisual y publicidad en la Universidad Complutense de Madrid, ofrecen una perspectiva internacional de las transformaciones en la comunicación y las industrias culturales propiciadas por las nuevas tecnologías y las redes digitales.

Para cada uno de los principales sectores digitales, los autores ofrecen un repaso de las particularidades del mismo, las características más destacables de los cambios estructurales sufridos en la última década y de las principales problemáticas surgidas en dicho proceso de cambio. Asimismo, dis-

cuten las tendencias que dan forma a nuevos modelos de negocio, de políticas públicas o de estrategias de gestión y que caracterizarán esta nueva etapa de desarrollo. Finalmente, sobre la base de los retos planteados, no dejan de puntualizar sobre el papel que juegan los agentes para adaptarse a los cambios de las industrias culturales.

Teniendo como objetivo principal realizar un análisis de las industrias culturales en la era digital, se analizan los principales sectores digitales: el libro, el disco, el cine, la prensa, la radio, la televisión y los videojuegos. Además, examinan los grandes retos transversales planteados: las estrategias de los grupos multimedias, los derechos de autor, las experiencias de políticas culturales y comunicativas en nuevas redes.

Como ejemplo del enfoque del análisis en algunos de los sectores, cabe mencionar la observación del Sr. Bustamante, refiriéndose tanto al sector del libro como al



del cine, en la que destaca que a pesar de las innovaciones tecnológicas, existe un freno al desarrollo de nuevas aplicaciones digitales debido a la actitud defensiva de los respectivos agentes.

Por otra parte, en el capítulo dedicado al análisis de la industria discográfica, Gustavo Buquet discute el enfrentamiento entre los agentes del sector musical con los nuevos agentes de los sectores de las telecomunicaciones y la informática. El autor nos ayuda a comprender la pugna entre el interés público y los intereses privados que ha dado forma a una nueva estructura de mercado y que a su vez ha llevado

a la creación de nuevos instrumentos legales y al enfrentamiento entre diferentes modelos de negocio.

En líneas generales, esta publicación sugiere que se está construyendo un nuevo sistema mundial de comunicación y cultura, formado por pugnas y coexistencias analógicas y digitales, y que tiene notables posibilidades para construir una cultura más rica y plural. También se identifica un salto cualitativo de la internacionalización y mercantilización de las industrias culturales, con riesgos de ahondar la fractura digital en este campo.

Creación Colectiva En Internet el creador es el público

CASACUBERTA, D.
(2003) 156 pgs.
Barcelona: Editorial Gedisa

Creación colectiva es una interesante contribución a los estudios en lengua castellana acerca de qué es Internet y las ventajas que supone para nuestras vidas. En este libro, David Casacuberta dedica buena parte de sus reflexiones a desmentir y desmontar con argumentos las maravillas del multimedia, de la interactividad, el hipertexto o la velocidad, entre otros avances revolucionarios que algunos autores adjudican a las nuevas tecnologías e Internet. Y es que muchas de estas posibilidades que brinda Internet no son exclusivas de este medio y ya están presentes en obras analógicas que nada tienen que ver con la cultura digital.

Para Casacuberta, lo verdaderamente revolucionario de Internet en la esfera cultural es el he-



cho de dar la capacidad al público para convertirse el mismo en creador. En este nuevo paradigma del arte, el artista es simplemente un productor que ofrece una herramienta y es el público el que crea.

Pero las posibilidades no se limitan sólo al arte. También en el campo de las ideas Internet facilita la cooperación y discusión. Por eso, el autor extiende el horizonte de la creación colectiva a muchos temas estrella de la cultura digital, como la interactividad, la inteligencia artificial o las posibilidades de programación de talleres virtuales. Para facilitar al lector el acceso a las dimensiones del espacio electrónico, el libro usa los estilos textuales de la comunica-

ción en Internet, como el chat, el correo electrónico y otras modalidades de conversación. En una gran variedad de ejemplos concretos se puede asistir, a lo largo del libro, a las experimentaciones más sorprendentes y estimulantes de creaciones colectivas que se están realizando actualmente en Internet.

David Casacuberta es profesor de filosofía de la ciencia y la tecnología de la Universitat Autònoma de Barcelona y centra sus investigaciones en los impactos cognitivo, social y político de las nuevas tecnologías. Es secretario del capítulo español de la ONG internacional Computer Professionals for Social Responsibility, editor de Globaldrome, un e-zine dedicado a la cultura digital, colaborador de la publicación electrónica Kriptopolis y autor de numerosos artículos sobre su especialidad. Además ha creado con Marco Bellonzi el grupo de arte electrónico "Santo File".

La distribución de música en Internet

Análisis tecnológico, marco regulatorio y modelos de negocio

REBOLLO, A.
(2003) 209 pgs.
Madrid, Fundación Autor/
SGAE



La presente publicación estudia las posibilidades que ofrece la red internet para la distribución de la música. Luego de hacer una revisión histórica de la creación de la red, la publicación analiza la distribución tradicional de la música y las diferentes posibilidades de negocios que ofrece Internet, profundizando en los modelos de funcionamiento de estos negocios. Este estudio se basa en el Proyecto de

Fin de Carrera presentado, con idéntico título, en la Escuela Técnica Superior de Ingenieros de Telecomunicaciones de la Universidad Politécnica de Madrid.

Industrias Culturales

Mercado y Políticas Públicas en Argentina

SCHARGORODSKY, H.
(ed.). (2003).
Buenos Aires,
Secretaría de Cultura de
la Presidencia
de la Nación

El objetivo del libro es promover una mirada que reúna los principales desafíos que enfrentan las industrias culturales y las inquietudes de los sectores empresariales y sindicales vinculados a este campo. Su principal aporte es conformar un punto de partida para la construcción de políticas públicas que promuevan el desarrollo del mundo de la comunicación y la cultura. En el libro participan los distintos sectores involucrados en la producción cultural, en

la investigación y docencia universitaria y en el sector público.

En la primera parte del libro se presentan un conjunto de reflexiones que abordan problemas considerados fundamentales para la comprensión de las perspectivas de las industrias culturales en el actual contexto político, económico y social de Argentina. En la segunda parte del libro se cede la palabra a las instituciones vinculadas directamente con la producción cultural, como las cámaras empresariales y sindicatos del sector. Finalmente, se incluyó una guía básica que permitiera abordar conjuntamente las perspectivas económicas y políticas de la cultura.

La función social del patrimonio histórico

El turismo cultural

GARCIA, J., POYATO, M. (eds.). (2002) 179 pgs. Cuenca, Ediciones de la Universidad de Castilla-La Mancha

Es una publicación que recoge una serie de artículos de autores hispanoamericanos que tratan temas como: el patrimonio arquitectónico y urbanístico como recurso turístico, la atracción del interior y los nuevos espacios turísticos, el turismo cultural como alternativa al desarrollo en las áreas deprimidas, el turismo cultural en México, la demanda de servicios turísticos en España, y el turismo rural en Castilla-La Mancha.



Términos críticos de sociología de la cultura

ALTAMIRANO, C. (2002) 269 pgs. Buenos Aires, Editorial Paidós Ibérica S.A.

Es indudable que la cultura se ha puesto en el foco del pensamiento social en Europa y en los Estados Unidos desde finales del siglo XX. Latinoamérica no ha sido una excepción, especialmente en lo que se refiere al interés en las relaciones cultura y sociedad, que no sólo ha caracterizado al ámbito académico sino que también ha invadido el lenguaje corriente. Todas las disciplinas del mundo social, incluida la histo-

ria, han extendido su interés en la cultura.

La idea de este volumen surge de la apreciación de este interés, convirtiéndose en una publicación que recoge en forma de entradas para un diccionario, los temas centrales de la sociología de la cultura (50 en total). En él participan sociólogos, críticos literarios, historiadores, semiólogos, y especialistas en educación y en medios masivos de comunicación, en su mayoría latinoamericanos, que tuvieron toda la libertad de encarar el tema. El resultado: han convertido esta obra en un mapa muy actual de la sociología de la cultura.

Referencias bibliográficas elaboradas por Melba G. Claudio-González, coordinadora general del Portal Iberoamericano de Gestión Cultural.

Parabólica

Revista ilustrada de cultura contemporánea

Edita: "arte/facto",
Colectivo Cultura
Contemporánea

¿Se puede escribir sobre arte y cultura de una forma más acorde a la dinámica cultural actual dejando de lado actitudes autoritarias y evangelizadoras? ¿Se puede asumir que el lector deje de ser un mero consumidor a quien convencer y/o dirigir y pase a ser considerado un experimentador cultural, un "cómplice" a quién y con quién proponer e intercambiar experiencias y vivencias culturales? Esta es la apuesta de *Parabólica*, una revista editada en Sevilla con colaboraciones provenientes de diferentes países iberoamericanos.

El primer número de *Parabólica*, el 00, apareció en mayo de 2002 y el segundo, número 0, en diciembre del mismo año. Ahora ha aparecido el número uno perteneciente al segundo semestre de 2003. Temáti-

camente la revista gira fundamentalmente en torno a la cultura contemporánea y sus nuevas configuraciones, en torno a esas zonas culturales de perfiles poco definidos donde la cultura de masas se mezcla con la tradición cultural occidental.



Los espacios híbridos, donde la cultura se define como urbana, a caballo entre lo local y la "cultura mundo" y los medios de comunicación masivos, y de masas, que juegan un papel fundamental en la conformación de las expresiones simbólicas y los imaginarios sociales, fue el eje del primer número, dedicado a la frontera y la ciudad como espacios culturales periféricos en constante transformación. El segundo se centró en la

música contemporánea y sus manifestaciones a la luz de las nuevas tecnologías de producción y distribución sonora. El tercer número está dedicado a las culturas electrodigitales, a las nuevas formas de estar juntos y comunicarnos; y para el próximo número anuncian ocuparse del turismo, un elemento cultural fundamental para entender el mundo contemporáneo y su modelo civilizatorio.

La revista se puede encontrar en Internet: www.parabolica.org Desde la página web se puede solicitar la revista o bien escribir a: revistaparabolica@hotmail.com

Adolfo Luján

Cuadernos de Economía de la Cultura

Nº 1 Enero-Julio
2003-11-20

Se presentó recientemente el primer número de una revista, un tanto insólita, en el panorama español, y que nos pone en línea con los es-

tudios que se están realizando desde hace años en Europa, sobre estos temas en España se uniría, con una visión más especializada a revistas ya desaparecidas como *K@ris* (en su edición en papel) de Barcelona u *Observa*, de Valladolid y, también a la que hoy acoge estos comentarios, que disfruta de buena salud, *Periférica*.

Esta revista es uno de los órganos de expresión de la Asociación Oikós, que ya se presentaba, en el Nº 3 de *Periférica*, como Observatorio Andaluz de Cultura, Economía y Desarrollo, y es su objetivo: "Difundir, a través de publicaciones en sus distintos formatos, investigaciones y opiniones sobre el mundo de la cultura y su relación con el desarrollo económico".

Los *Cuadernos de Economía de la Cultura* pretenden situarse en la línea de la italiana *Economía della Cultura*, trimestral, órgano de la Asociación por la Economía de la Cultura que editó su Nº 1 en el año 2000 y de *El Journal of Cultural Eco-*

nomics, órgano de la ACEI (Association for Cultural Economics International) que edita cuatro números al año y, actualmente, ha publicado el Nº 28.

A los estudios de Economía de la Cultura se les ha puesto una fecha mítica, 1966, en que se publica el clásico *Performing Arts-The Economics Dilemma* de Baumol y Bowen, aunque en todo el mundo, y también en España, se habían publicado estudios de diversos campos de la Cultura, fundamentalmente de la música, el cine y el libro.

En la Introducción de los *Cuadernos* y refiriéndose a los contenidos se dice: "Por supuesto, abundarán los planteamientos dentro del ámbito de la Comunidad por razones obvias funcionales, pero la presente revista no desdeña los estudios teóricos generales, ni mucho menos las experiencias de otras comunidades hispanas e incluso de naciones vecinas, que se constituyen en ejemplos o modelos de planes a seguir en nuestro territorio".

Al ser el primer número, su Sumario es solo una primera impresión de lo que se pretende y, suponemos que, sufrirá pequeñas modificaciones de ajuste. Se organiza en secciones: Artículos, de cierto calado; Notas, donde se recogerán trabajos más breves; seguido de Experiencias; y, las Recesiones, sean de libros, encuentros o seminarios.

En este número hay una carga de artículos vinculados a Italia, fundamentalmente, a Siena y Florencia, producto de las relaciones de la Asociación Oikós con las dos Universidades italianas y con su experiencia en la gestión del Patrimonio Histórico y los Museos.

También pretende esta revista colaborar en el difícil campo de los Indicadores Culturales y en este número publica un artículo referente a los Museos, Zonas Arqueológicas y Conjuntos Históricos Andaluces y su grado de utilización.

Chus Cantero

On-the-move

www.on-the-move.org

Idioma: Inglés



Página dedicada a proveer información sobre movilidad profesional en las áreas del teatro, la danza, la música y otras disciplinas artísticas en la Unión Europea y sus países circundantes. Es un proyecto nacido en el Informal European Theatre Meeting y desarrollado a mediados de 2002. Actualmente es apoyado por la Fundación Cultural Europea con el objetivo de ayudar a los profesionales de las artes escénicas a encontrar información y financiación para sus proyectos y actividades internacionales.

On-the-move cuenta con una base de datos de más de mil registros, enlaces y documentos, clasificados entre:

- Redes, centros de información y bases de datos.
- Oportunidades nacionales y regionales de financiación.
- Oportunidades internacionales de financiamiento, públicas y

privadas.

- Información administrativa, fiscal y legal.
- Consejos para los viajeros.

Como servicios complementarios, esta web ofrece tres modos de búsquedas transversales:

- Consultas simples por palabra clave: aunque no provee una opción directa para seleccionar un país o países específicos, si se indica el país deseado en el apartado de palabra clave, la búsqueda seleccionará sólo la información relacionada al país indicado.
- Consultas guiadas por opciones predeterminadas: los resultados se generan ordenados alfabéticamente por país. Las opciones a elegir son las siguientes:
 - Festivales
 - Promotores y lugares
 - Residencias
 - Investigadores

- Cursos y talleres
- Consultas individualizadas: esta opción dirige al usuario a proveer datos sobre su perfil y sobre qué tipo de información quiere seleccionando opciones predeterminadas que unidas generarán una pregunta base para realizar la consulta. Por ejemplo:

- ¿Quién eres?
Gestor cultural.
- ¿De qué sector?
Danza.
- ¿De dónde?
España.
- ¿Qué te interesa hacer?
Intercambiar experiencias.
- ¿Dónde?
Reino Unido.
- ¿Qué buscas?
Información sobre actividades.

On-the-move, no es, ni lo pretende, un portal que genera soluciones directas. Más bien, identifica, ordena y ofre-

ce un sistema de manejo simple que dirige a los usuarios a la información que necesitan con tal de acercarles a posibles soluciones. A finales de 2003, con el apoyo y la financiación concertada a través de la European Comision, se espera que este portal estrene un nuevo y mejorado diseño.

Acronim

Euclid
International
[www.euclid.info/
acronim/spanish/](http://www.euclid.info/acronim/spanish/)

Idioma: Inglés, con secciones y algunos contenidos en castellano

Acronim es una base de datos bibliográfica internacional sobre arte y cultura. Ofrece un servicio de consulta gratuito, previo registro, sobre una extensa lista de libros, informes, artículos, ponencias y tesis. Ninguno de los documentos se ofrece a texto íntegro. Su objetivo se centra en ofrecer los contactos necesarios para orientar al usuario sobre cómo conseguir los textos ya sean en formato papel o a través

ACRONIM

de enlaces en línea.

Acronim cuenta con un sistema de alimentación para su base de datos que permite a los usuarios añadir directamente sus propias reseñas bibliográficas a través de formularios en línea. Esta característica, que en principio es muy atractiva para quienes deseen difundir sus escritos, de algún modo puede ser que esté afectando la rigurosidad y homogeneidad de la información contenida en la base de datos. Esto puede apreciarse en fichas que no contienen datos básicos, como por ejemplo el idioma del texto reseñado.

Por otra parte, aunque ofrece una versión de los formularios de consulta en castellano, contiene muy poca información en dicho idioma. A pesar de ello, es una herramienta útil para consultas generales de bibliografía en habla inglesa.

Arteguias

www.arteguias.com/

Idioma: Castellano

Para interesados en temas patrimoniales y proyectos que vinculan el turismo y la cultura, sean profesionales de la cultura o público en general, este portal ofrece un formato de navegación de fácil acceso en un diseño claro y sencillo.

El portal Arteguias se presenta como un proyecto que se originó en el 1999 con la finalidad de difundir información especializada en el arte románico y medieval y cuyo ámbito territorial se circunscribía a las provincias de Segovia y Ávila.

Actualmente, Arteguias se ha consolidado como un centro de información cultural que ha ampliado su ámbito territorial ofreciendo información de todas las provincias de España y algunos países europeos

como Francia, Alemania, Portugal e Inglaterra. De otra parte, ya no se limita al estudio y difusión del arte románico y medieval, sino que también ha ampliado sus contenidos abordando desde al arte antiguo y románico, pasando por estilos medievales como el mudéjar, el mozárabe y el gótico hasta presentar información sobre el arte islámico, castillos y un poco sobre arte moderno.

que pueden encargarse muchos de los libros referenciados así como maquetas y artesanías.

El portal Arteguias, fue premiado en el 2001 como mejor web del año en la categoría de Ciencias Sociales por Yahoo y ha ganado una valoración de máxima puntuación, de parte de la prestigiosa revista *Historia y Vida*, por su diseño y características de navegabilidad.

las catedrales de Cuenca, Oviedo, Mallorca, el Palacio Real, el Real Sitio de Aranjuez o el Pardo, son algunos de los monumentos que pueden apreciarse recorriendo este enlace.



La información ofrecida va desde relatos históricos de los diferentes estilos, noticias sobre acontecimientos que afectan al sector patrimonial y referencias bibliográficas, hasta una sección dedicada a rutas especializadas en arte románico y otros estilos medievales españoles. Como información y servicios complementarios, este portal contiene un glosario de arquitectura y una tienda desde la

ArsVirtual

Galería para el Arte y la Cultura Virtual de Fundación Telefónica
www.arsvirtual.com

Idioma: Inglés y castellano.

Arsvirtual es un portal elaborado por la Fundación Telefónica que ofrece a los internautas una visita virtual lúdica-didáctica por ciudades de España donde



Este portal contiene, además de imágenes y planos detallados, información de las actividades que se realizarán en cada lugar (conciertos, exposiciones, etc.), enlaces de interés y un espacio de comunidad virtual en la que los amantes del patrimonio histórico-cultural de España podrán entrar en contacto e intercambiar información.

Una de las ventajas de este portal es que el internauta puede decidir si desea realizar una visita guiada, en la que se van mostrando los principales rincones del monumento de forma secuencial. Se le facilita el recorrido por los lugares más importantes e interesantes o bien puede optar por una visita li-

bre, en la que elige los recorridos que quiera conocer en el orden que desee, incluidos aquellos rincones que no son accesibles en la realidad; y por último, una visita de los Rincones Ocultos, en la que tendrá acceso a lugares inusuales que en una visita normal al monumento, apenas se logran descubrir.

Festivales

www.festivales.com

Idioma: Castellano,
inglés y catalán

FESTIVALES.COM es una iniciativa de la empresa Bajo el Sol, Festivales y Turismo S.L, fundada en 1999 con el objetivo de impulsar la promoción a través de Internet de los festivales de cine, teatro y música que se realizan en el territorio español.

Se trata de un portal con un claro interés en fortalecer las sinergias entre agentes turísticos, promotores, creadores y gestores de eventos artísticos como una apuesta por la dimensión del festival como producto turístico.

FESTIVALES.COM

Actualmente cuenta con información de más de 600 festivales clasificados por provincia y por áreas temáticas dentro de los sectores del cine, el teatro y la música. Paralelamente a la información de los eventos, esta web ofrece servicios de información relacionada con venta de entradas, reservas de vuelos, hoteles y guías turísticas.

La estructura de esta web logra un balance correcto de accesibilidad de la información para un público diverso. Por un lado, ofrece los datos necesarios para atraer la atención del público en general cuyo interés primordial es orientarse de cómo planificar sus vacaciones en torno a su interés por eventos culturales específicos. Por otro lado, ofrece información muy útil para promotores y artistas que desean encontrar, con tiempo, información sobre convocatorias para participar en dichos eventos.

PORTAFOLIO

José Pérez Olivares

















