

Hay un gestor cultural gallego que suele sostener como Pereira, que si la palabra evaluación se utiliza en el ámbito de la gestión cultural sólo para enfatizar discursos y redondear ideas, lo mejor sería que la borráramos del diccionario.

El mismo axioma podría aplicarse a la mal llamada *formación de públicos* en el ámbito de las políticas culturales municipales. Todos los estudios cuantitativos y cualitativos sotto voce nos van acercando un grito que a veces no queremos escuchar: nuestros públicos, los públicos de la cultura y de las artes están envejeciendo. Frente a esta amenaza, las soluciones de gestores y políticos de la cultura están siendo poco imaginativas -en cierta forma recuerda a algunas tácticas de guerra defensiva-: fidelicemos a éstos que acuden aunque se estén haciendo talluditos y talluditas.

A esta verdadera revolución del marketing cultural -*la fidelización*- le sigue la correspondiente desaceleración de contenidos innovadores: "es que con este espectáculo aseguro el público", se escucha entre murmullos, en muchos teatros, auditorios y equipamientos de la cultura. Probablemente, si seguimos en la estrategia "antiteenager", llegará un día en que nos pase algo parecido a lo que contaba uno de los codirectores del Lincoln Center: "cuando inicio la campaña de renovación de abonos, cada temporada recibo más notas de familiares comunicando que el titular ha fallecido"

Mientras, en despachos próximos, en otras parcelas de las políticas públicas casi todos los recursos se van a atender a un destinatario tipo que se encuentra en el rango de edad de los 3 a los 16 años. Las políticas deportivas municipales son todo un espejo donde mirarse y sin ir más lejos, las tan a veces denostadas "ofertas educativas municipales" hacen más por la formación de públicos para la cultura que muchísimas campañas de comunicación surgidas desde la iniciativa pública.

Hasta que las infraestructuras culturales de las ciudades no sean un lugar cotidiano para nuestros niños y jóvenes, hasta que a estos espacios la algarabía retorne, la tarea está completamente por hacer.

Y si los niños y jóvenes no pasan a ser el centro de nuestros programas y actividades, y si ellos no comienzan a ocupar poco a poco nuestros herméticos templos de la cultura, quizás lo mejor y más sincero es que, sin que lo sostenga ningún Pereira o gallego de turno, los borremos, a ellos, de nuestro diccionario y de nuestras programaciones.

"**Pocos parecen advertir** que el célebre aforismo de André Gide -"lo que se comprende en un abrir y cerrar de ojos no suele dejar huella"- mantiene su vigencia al hilo de los días"

JUAN GOYTISOLO

El País. Babelia. (2.007/03/02) Pág. 9

"**Exacto:** la música es grande pero encoge con sus nuevos soportes, se devalúa con los actuales hábitos de consumo"

DIEGO A. MANRIQUE

El País (19.03.07) Pág. 52

"**Me interesa mucho** también el concepto de fracaso: porque tiene que ver con intentar algo, con haber probado, con aproximarse a algo. La ciencia no progresaría sin la noción de fracaso"

PAUL HOLDENGRÄBER

El País (19.03.07) Pág. 51

"**La cultura sirve para poco.** Me parece que los Ayuntamientos y los gobiernos tienen que decir que hay que apoyarla siempre, pero a la hora de la verdad se hacen cientos de actividades a lo largo del año y no va nadie, o van siempre los mismos. Si quieren seguir haciéndolo, que lo paguen ellos. La gente regala libros y luego no se los leen, y para ver películas ya tenemos los ordenadores. Habría que cambiar mucho las cosas para que nos engancháramos, con conciertos y cosas así. Que levante la mano quien haya pisado un museo en los últimos dos años, por ejemplo"

Sección Tu opinión cuenta

ANTONIO CADENAS CADENAS

Peón de albañil, 28 años. Cádiz.

La Voz de Cádiz (28.03.07) Pág. 62

"Y, sin embargo, persistía en su ánimo la sensación de que, como en los grandes dramas, la asunción de las nuevas formas era un proceso de larga duración que dependía de un delicado equilibrio entre el atavismo y el deseo de cambio; de que, una vez cubiertas las primeras necesidades, las segundas quedaban postergadas o sepultadas por la satisfacción inesperada que procuraban las primeras; de la misma manera que, en los tiempos de la Universidad contestataria, se decía que para una sociedad oprimida y precaria lo primero era comer y detrás vendría la cultura, pero la realidad mostraba que una vez satisfecha el hambre, lo que venía era la siesta y, al despertar, el deseo insistente de volver a comer"

JOSÉ MARÍA GUELLENZU
El cadáver arrepentido

"No son los productores, los realizadores o los editores quienes matan el gusto del consumidor sino el barato paladar de los receptores que inspira el sabor de las recetas. Oferta y demanda se comunican en una lengua cada vez más elemental y juntos ruedan hacia un llano donde impera la banalidad y la ganga de la inmediatez"

VICENTE VERDÚ
El País (03.05.07)

"Todos los artistas están preparados para sufrir por su trabajo, ¿pero por qué tan pocos están preparados para aprender a dibujar"

Atribuido a BANSKI
Público (02.11.07) Pág. 45

"Los museos deben dirigirlos intelectuales, no gestores"

MANUEL BORJA-VILLEL (Director del MACBA)
El País (02/09/07) Pág. 48

UNA CIUDADANÍA RESPONSABLE EN EL CONTEXTO DE LA GLOBALIZACIÓN

Jacinto M. Porro Gutiérrez

Los seres humanos, en los inicios del siglo XXI, vivimos en eso que se denomina como la globalización. Esta nueva era tiene como uno de sus efectos más logrados contribuir al fomento de una realidad social en la que siguen no solo existiendo sino aumentando el numero de seres humanos que tienen escasas posibilidades y oportunidades de mejorar sus condiciones de vida. La globalización produce un aumento de las distancias y de los niveles de desigualdad social a nivel global, manteniendo y creando zonas pobres y periféricas, también en el corazón de las grandes ciudades, países y regiones más ricos. Ellas albergan a los excluidos.

En este mundo globalizado, la vida de los seres humanos se mueve como si estuviera "surfeando" sobre una gran ola, en un mar de aguas frías y turbulentas. Aquellos que caen de la tabla encuentran serias dificultades para subir y seguir deslizándose hacia la playa soleada, cálida y apacible del bienestar, quedando a merced de las fuertes corrientes de la precariedad y la incertidumbre. En la era de la globalización, la precariedad y la incertidumbre empujan cada vez más a hombres y mujeres a enfrentarse a su futuro con mayor inseguridad, con más miedo, y lo que es más preocupante, contemplándolo como amenaza a la que deben responder y enfrentarse solos, individualmente. Una grave consecuencia de este proceso de individualización es la consideración y aceptación de las personas como actores y diseñadores de su propia biografía, de modo que los reveses de esa biografía, derivados de las consecuencias del funcionamiento del sistema, son transformados y asumidos no como efectos de la desigualdad estructural de aquel, sino funda-

mentalmente como un fracaso personal (Beck, 1.998; Beck, 1997; Bauman, 2.001).

En este proceso de individualización, en este escenario que pone un énfasis excesivo en la centralidad del sujeto individualizado, se construye una realidad social, compuesta de individuos, que han interiorizado hasta tal punto la creencia de que ya no hay solución social a sus problemas, que renuncian a la acción colectiva como vehículo de mejora de sus condiciones de vida y de resolución de sus problemas en sus barrios, en sus ciudades, en sus regiones, en el planeta. Si esto es así, solo nos queda contemplar con gran estoicismo el devenir de los acontecimientos y asumir que lo más a lo que podemos aspirar es a mirar a los otros compañeros de viaje como seres que tienen problemas similares a los nuestros. ¿Solo nos resta el consuelo de que hacemos lo que hace todo el mundo, luchar solos, como lo hacen cada día todos los demás? ¿Solo nos resta tomar la decisión de seguir haciendo precisamente eso: luchar solos? (Bauman, 2.001).

Puede que no. Puede que estemos ante un nuevo individualismo, que esté ante el redescubrimiento de un hecho consustancial a los seres humanos, el de vivir juntos. Porque vivir, aunque sea vivir individualmente, no significa otra cosa que vivir juntos, es decir vivir socialmente (Beck, 2.002). Vivir, vivir socialmente, implica en cualquier caso que el bienestar de los otros depende de lo que yo haga o deje de hacer. Esta conciencia y preocupación por los otros, no es otra cosa que una preocupación emocional, que es constitutiva de nuestra coexistencia social (Maturana, 1.995).

El reconocimiento de que la vida de los otros depende de lo que yo haga nos sumerge en el ámbito de la responsabilidad de los ciudadanos. Desde el momento que asumimos que como seres sociales, somos dependientes unos de otros, y que nuestra existencia, social, se constituye en el reconocimiento de esa dependencia, concluimos que no es posible sobrevivir solos (Bauman, 2.001). De modo, que nuestra supervivencia pasa por lograr la de los demás.

La supervivencia no nos cae del cielo. Para lograr la nuestra y la de los demás, los ciudadanos debemos hacer algo. Tenemos que asumir la responsabilidad de convertirnos en sujetos y protagonistas de la acción para representar a los desplazados, a las poblaciones "desechables", a los exiliados, a los refugiados, a los inmigrantes sin documentos, a los ilegales en Europa o cualquier parte. La responsabilidad de los ciudadanos, consiste en representar a los que se encuentran apartados en mayor o menor grado, de nuestro "sistema de protección social", de "nuestra atención sanitaria", de "nuestras libertades democráticas", de "nuestras oportunidades para acceder libremente al conocimiento" o de "nuestras oportunidades para acceder al bienestar social". En definitiva, la obligación y la responsabilidad de los ciudadanos reside en comprometerse con la suerte del mundo, consciente y consecuentemente (Clarke, 1.999).

J. M. P. G.

Profesor de Sociología de la UCA

BIBLIOGRAFIA

- Alonso, L. E. (1999), Trabajo y ciudadanía, Madrid, Trotta.
- Alonso, L. E. (2000): Trabajo y posmodernidad: el empleo débil, Editorial Fundamentos, Madrid.
- Alonso, L. E. (2004): "El trabajo sin fin", en www.pensamiento critico.org
- Beck, U. (1997): La reinvención de la política: hacia una teoría de la modernización reflexiva" en Beck, U.; Giddens, A.; y Lash, S. Modernización reflexiva. Política, tradición y estética en el orden social moderno. Alianza, Madrid, p. 27-31.
- Beck, U. (1998), La sociedad del riesgo, Barcelona, Editorial Paidós.
- Beck, U. (2002a), ¿Qué es la globalización?, Barcelona, Editorial Paidós.
- Beck, U. (2002b), La sociedad del riesgo global, Barcelona, Editorial Paidós.
- Castel, R. (1997), La metamorfosis de la cuestión social. Una crónica del salariado, Buenos Aires, Editorial Paidós.
- Castells, M. (1997), La era de la información. Economía, sociedad y cultura, El poder de la identidad, vol. 2. Madrid Alianza Editorial, Madrid.
- Clarke, P. B. (1999): Ser ciudadano, Madrid Sequitur, Madrid.
- Delgado Cabezas, M. (1999), "La globalización. ¿Nuevo orden o crisis del viejo?", en Desde el sur, Cuadernos de economía y sociedad,
- Fleury, S. (2005): "Construcción de ciudadanía en entornos de desigualdad", en www.revistafuturos.info/futuros_10.
- Fromm, E. (1988), El miedo a la libertad, Paidós, Barcelona.
- Gavira Álvarez, Lina (2003): Andalucía sobreviviendo en la globalización, Mergablum, Sevilla.
- Giddens, A. (2000), Un mundo desbocado. Los efectos de la globalización e nuestras vidas, Madrid, Taurus.
- Maturana, H. (1995): La realidad ¿objetiva o construida?, II. Fundamentos biológicos del conocimiento, Anthropos, Barcelona.
- Santos, B. de Sousa (1999). Reinventar la democracia, reinventar el Estado, Madrid, Ediciones Sequitur.
- Santos, B. de Sousa (), Globalización y Democracia, www.ces.uc.pt/bss/papers/htm.
- Schnapper, D. (2001): La comunidad de los ciudadanos, Alianza Ensayo, Madrid.
- Vidal Beneyto, J. (2003), Hacia una sociedad civil global, Taurus, Madrid, 2003.

REGRESO AL FUTURO IMPERFECTO

Fernando de la Riva

0101TEMAS

AUTOR: Fernando de la Riva

ADSCRIPCIÓN: Centro de Recursos para la Asociaciones de Cádiz

TÍTULO: Regreso al futuro imperfecto

FECHA ACEPTACIÓN ARTÍCULO: 01/05/2007

CORREO ELECTRÓNICO: cerocadiz@ono.com

Resumen: "Mirada" a la realidad actual y repaso a los problemas e incertidumbres que se plantean y que se encuentran los jóvenes, y la sociedad en general, al inicio del siglo XXI, así como posibles respuestas y acciones para intentar mejorar nuestro mundo.

Palabras clave: Convivencialidad, sostenibilidad, consumo responsable, sociedad del miedo, contrapublicidad.

Licencia del presente documento:

El presente texto se halla licenciado bajo Creative Commons - By-SA, y es de libre copia, distribución y transformación, incluso con fines comerciales, con las solas condiciones de mantener la misma licencia.

Puede consultar las condiciones de la licencia en el siguiente enlace:

<http://creativecommons.org/licenses/by-sa/es/>

Copyleft 2007 - Fernando de la Riva

<http://derecho-internet.org>

Versión del presente documento: 0.1.

13. EN EPISODIOS ANTERIORES...

Mis palabras no se apoyan en nada, no puedo proporcionaros ninguna prueba. Todo esto no son más que figuras trazadas con el dedo en el espacio, imágenes pintadas de vivos colores, ilustraciones didácticas.

Lin-tsi ¹

rompecabezas sobre el tablero- 12 reflexiones, unas propias y otras ajenas, para que cada cual sumara las suyas y elaborara sus propias síntesis, sus propios significados.

Como ya aventuré hace casi veinte años -a cuenta de otro rompecabezas- "nuestro tiempo, nuestra realidad, no admiten ya lecturas lineales, interpretaciones unívocas y definitivas"³.

De la dirección que tomaran unos u otros factores, de la combinación de unas u otras piezas, podían derivarse consecuencias optimistas o pesimistas para el futuro.

Ocho años después, quienes me abrieron estas páginas me invitan a volver a este futuro (de ayer) imperfecto, al presente cotidiano, para ver qué ha ocurrido con las amenazas o las oportunidades que entonces se vislumbraban.

Hoy, lejos de remitir, la incertidumbre, el torbellino del cambio, el mestizaje, la fragmentariedad... parecen multiplicarse y acelerarse.

Hoy es todavía más difícil que hace ocho años entender lo que (nos) está pasando.

Hace no mucho, en un taller formativo con animadores juveniles, componíamos colectivamente un "graffiti", combinando los problemas, necesidades, retos, capacidades, oportunidades, desafíos... que somos capaces de descubrir en el "laberinto de la realidad actual".

El resultado reflejaba el bonito galimatías que hemos de descifrar cuando nos levantamos cada mañana.

Pero aquí estamos, una vez más, aliados a la tozudez, tratando de rescatar algunos fragmentos significativos de esta realidad mutifacética que nos ayuden a recomponer el sentido, o los sentidos, del presente.

Esta es la continuación de ese eterno relato.

14. EL INTERIOR DE LA CRISIS

Una Investigación pública y radical puede ayudar de manera significativa a muchos hombres a ganar cohesión y lucidez en la condena a un crecimiento que se juzga destructivo.

Seguramente sus voces se harán oír mejor cuando la crisis de la sociedad super-productora se agrave.

Sin formar partido, son los portavoces de una mayoría de la cual cada uno es miembro en potencia...

Para ser capaces de controlar la situación en un momento dado, estas minorías deben captar la naturaleza profunda de la crisis y saber formular, en un lenguaje que llegue, aquello que quieren, aquello que pueden y aquello que no necesitan.

Desde ahora, esas gentes pueden identificar las cosas a que renunciarán. La recuperación del

En 1.999 escribí, para el primer número de PERIFÉRICA, un artículo² que reunía algunas miradas a la realidad en aquél momento inaugural de un nuevo siglo.

Eran miradas fragmentarias y periféricas, desde el fronterizo Mar de Cádiz.

En aquel collage desplegaba -como las piezas de un rompecabezas sobre el tablero- 12 reflexiones, unas propias y otras ajenas, para que cada cual sumara las suyas y elaborara sus propias síntesis, sus propios significados.

Como ya aventuré hace casi veinte años -a cuenta de otro rompecabezas- "nuestro tiempo, nuestra realidad, no admiten ya lecturas lineales, interpretaciones unívocas y definitivas"³.

De la dirección que tomaran unos u otros factores, de la combinación de unas u otras piezas, podían derivarse consecuencias optimistas o pesimistas para el futuro.

Ocho años después, quienes me abrieron estas páginas me invitan a volver a este futuro (de ayer) imperfecto, al presente cotidiano, para ver qué ha ocurrido con las amenazas o las oportunidades que entonces se vislumbraban.

Hoy, lejos de remitir, la incertidumbre, el torbellino del cambio, el mestizaje, la fragmentariedad... parecen multiplicarse y acelerarse.

Hoy es todavía más difícil que hace ocho años entender lo que (nos) está pasando.

Hace no mucho, en un taller formativo con animadores juveniles, componíamos colectivamente un "graffiti", combinando los problemas, necesidades, retos, capacidades, oportunidades, desafíos... que somos capaces de descubrir en el "laberinto de la realidad actual".

El resultado reflejaba el bonito galimatías que hemos de descifrar cuando nos levantamos cada mañana.

Pero aquí estamos, una vez más, aliados a la tozudez, tratando de rescatar algunos fragmentos significativos de esta realidad mutifacética que nos ayuden a recomponer el sentido, o los sentidos, del presente.

Esta es la continuación de ese eterno relato.

lenguaje es el primer pivote de esta inversión política...

Más crecimiento conduce obligatoriamente al desastre, pero este presenta un rostro doble. El suceso catastrófico puede ser el fin de la civilización política, o incluso de la especie "hombre". Puede ser también la Gran Crisis, es decir, la oportunidad de una elección sin precedente... Será necesario entonces demostrar que el desvanecimiento del espejismo industrial presenta la oportunidad de elegir un modo de producción convivencial y eficaz.

Ivan Illich⁴

15. CRÓNICA DE UN DESASTRE ANUNCIADO

En los primeros 90, Ramón Fernández Durán publicaba "La Explosión del Desorden"⁵, y nos avisaba -como en los 70 ya lo hiciera Ivan Illich- de que el "actual modelo productivo, económico y social, basado en la lógica del crecimiento y la acumulación, y sustentado en un aumento constante del consumo energético, genera en su evolución un orden aparente -cimentado sobre crecientes desigualdades-, que engendra a su vez un desorden creciente de índole interna -económica y social- y externa -ambiental-."

La explosión de ese desorden, decía, es cuestión de tiempo, poco.

Ese libro contribuyó a cimentar su fama de catastrofista y extremista, pero ni sus más furibundos críticos podían imaginar que, en un plazo tan corto de tiempo, la realidad haya desbordado sus peores presagios (lo que no ha servido para mejorar la fama de Ramón).

Ahora son los informes gubernamentales, las Naciones Unidas y el ex vicepresidente de los EEUU, quienes nos alertan, con todos los avales oficiales y científicos, de que el cambio climático -producido en gran parte por el actual modelo productivo, económico y social - modificará el mundo y la vida humana, incrementándose los problemas, desapareciendo gran cantidad de especies animales y vegetales, contaminándose los mares, multiplicándose las migraciones y la exclusión, llevándose a cabo guerras por el agua escasa,...

En el momento que escribo esto, se reúnen en Valencia gobiernos y expertos de todo el mundo, bajo el patrocinio de la ONU, en una nueva escenificación de la alarma mundial, cada día más crítica.

Se me ocurren muchas preguntas, por ejemplo... ¿y ellos -los gobiernos y los científicos-, no sabían nada? ¿dónde estaban hasta ahora? ¿qué hacían para evitar que llegáramos a esta situación?

Pero, si sorprende la pasividad y el silencio culpable de políticos, gobiernos y científicos ante la avidez depredadora del productivismo y el capitalismo salvaje, todavía es más alarmante la apatía ciudadana, la capacidad de las personas, de los grupos y sectores sociales, de cada uno y una de nosotros, para mirar hacia otro lado, para aceptar con resignación (o mejor, colaborando activamente) la degradación de la naturaleza y de la vida, para asumir que nuestros nietos vivirán en un mundo mucho más triste, más pobre, más violento, más hostil...

Personalmente, creo que la denuncia del estado actual de las cosas es una exigencia ética para las personas y las sociedades dignas.

En cada uno de los cursos, conferencias o encuentros que me toca participar, sea cual sea su temática, reservo un tiempo para llamar la atención sobre los silencios culpables.

Quienes callamos (por no ser incómodos o no resultar agoreros, para no ganarnos antipatías o no comprometer nuestra situación particular, porque total no sirve de nada...) no somos si-no cobardes y cómplices.

Solo los necios y los suicidas se atreven a negar la gravedad de la situación, (aunque "haberlos haylos" y algunos incluso se presentan a las elecciones).

16. EL GRAN VACIO

En este siglo el pensamiento occidental ha cambiado tan rápidamente que nos encontramos en un estado de enorme confusión.

No solo hay dificultades de comunicación entre los intelectuales y el público en general sino que la dirección de nuestro pensamiento y hasta de nuestra misma historia ha minado considerablemente los supuestos del sentido común donde arraigan nuestras convenciones e instituciones sociales.

Los conceptos otrora familiares acerca del espacio, el tiempo, el movimiento, la naturaleza, el derecho natural, la historia y el cambio social, y hasta de la personalidad humana, se han disuelto, y nos encontramos a la deriva, sin mojones, en un universo que cada vez más se parece al principio budista del Gran Vacío.

Las diversas sabidurías de Occidente -religiosa, filosófica y científica- no ofrecen mucha orientación en el arte de vivir en tal universo, y vemos que la perspectiva de trazar nuestra ruta en este océano sin rumbos es bastante aterradora.

Ocurre que estamos acostumbrados a términos absolutos, a principios y leyes firmes a los que podamos aferrarnos para nuestra seguridad psicológica y espiritual.

Alan Watts⁶

17. PERDIDOS EN EL ESPACIO

Cuando Mac Luhan decía, en los 60 del siglo pasado, a cuenta de la aparición de la televisión y el desarrollo de las comunicaciones, que el mundo era una "aldea global", no podía imaginar a donde hemos llegado en poco más de cincuenta años y le faltarían epítetos para calificar esta sociedad de Internet, los teléfonos móviles y la televisión digital. ¿El "Cubículo Global"?

La revolución tecnológica y el desarrollo de las TIC están en plena explosión y ponen a nuestro alcance herramientas y medios de comunicación completamente inéditos, que implican en la práctica cotidiana una completa revolución cultural y social.

Hay que aclarar que esto no ha hecho más que empezar y que cada día conocemos nuevos inventos y aplicaciones que transforman de facto la realidad. El cambio es vertiginoso y constante.

Para una persona "normal" es imposible estar al día, conocer y aprovechar todos los avances, todos los cambios y mejoras.

Eso, descontando a esa amplia mayoría de la humanidad, que corre el riesgo cierto de que-

darse excluida -también- de esta revolución tecnológica y de las comunicaciones. Especialmente para quienes vivimos en los "países desarrollados" (algunos prefieren hablar de "enriquecidos") la dosis de información que recibimos se ha multiplicado exponencialmente. Recibimos cada día más y más mensajes y estímulos, por todos los medios posibles. Es una información fragmentaria, manipulada, incompleta... como en un zapping sin fin. Y, por si fuera poco, esa saturación de información, paradójicamente, contribuye a la ceguera, tapona nuestros sentidos, adormece nuestra sensibilidad.

¿Cómo diferenciar las churras de las merinas, la verdad de la mentira?

Tenemos más información que nunca y estamos más perdidos que nunca. ¿Cómo entender una realidad tan compleja en medio de tanto ruido "mediático"?

Nuestra sociedad y nuestro tiempo no se podrían explicar sin tener en cuenta a los medios de comunicación de masas. ¿El "cuarto" poder? ¿Pero es que hay cuatro?

Vivimos en la Sociedad del Espectáculo, o, por decirlo con propiedad, del "show business" (porque el gusto pedante por el uso de términos ingleses es otra seña de los tiempos).

Todo es espectáculo, incluida la guerra, el deporte, la política, la cultura, la muerte... La televisión lo devora todo.

Los medios de comunicación (ya nos avisó Noam Chomsky) son hoy más poderosos que nunca, están ligados a los grandes intereses económicos y, en consecuencia, políticos. Berlusconi es un ejemplo paradigmático de las alianzas entre el capital, los medios de comunicación y la política, al que le han salido imitadores por todas partes.

El control de los medios es de importancia estratégica, es clave para la manipulación de la opinión pública.

Los medios de comunicación cumplieron un papel estelar en la creación del clima social y amplificación de las mentiras que condujeron a la guerra de Irak, sin que nadie haya pedido disculpas por ello.

Frente a esta situación, que implica un nivel inédito de acumulación y concentración del poder (en nombre de la democracia!), la pregunta es qué pueden hacer las tecnologías: ¿servirán para democratizar la información y la comunicación? ¿Podrán lograrlo mientras siga existiendo una tremenda brecha digital entre ricos y pobres?

Los gobiernos más autoritarios -es el caso de China- se ocupan de controlar Internet (con la complicidad de empresas como Google, por cierto), pero nos tememos que sea un ejemplo a seguir por los demás gobiernos, en nombre de valores como la seguridad, la democracia, las libertades...⁷

18. SORPRESA, SORPRESA



Miguel Brieva⁸

19. EL MUNDO MERCADO

Quien manda es el Mercado, a él obedecen sumisamente los restantes actores sociales. El Mercado es Dios, su religión es el Shopping, y su Biblia el Marketing. Todo se vende, todo se compra.

Los norteamericanos declaran que su principal afición en el tiempo libre es comprar y sus espacios favoritos los centros comerciales. No estamos muy lejos de ese ideal del Mundo Mercado. Susan George, la presidenta de ATTAC Internacional, dice que uno de nuestros principales problemas globales, una barrera mental decisiva, es la identificación de desarrollo y crecimiento, la interiorización -individual y social- de la idea de que, si paramos de crecer...nos morimos. Esa es la gran mentira en la que se cimientan (nunca mejor dicho) los brutales procesos de "desarrollo urbanístico" a los que hemos asistido en los últimos años en nuestro país.

Los pueblos y ciudades han competido por el número de grúas y paredes de cemento que eran capaces de levantar en sus solares y descampados. A ver quien era capaz de llegar más lejos. El resultado ha sido un impacto brutal sobre el entorno que en la periferia de las grandes ciudades (ay! Sevilla, ay! el Aljarafe) llena de cemento los campos y reduce la naturaleza a las omnipresentes rotundas de las autovías interurbanas, y en las costas (ay! Cádiz) se convierte en despropósito y abuso.

El Ministerio de Medioambiente acaba de anunciar su intención de comprar millones de kilómetros cuadrados de costa, para intentar corregir algo del daño causado en estos años.

Es un claro ejemplo, una analogía perfecta del sistema mismo: sus consecuencias son tan dañinas, que cuesta más dinero y esfuerzo reparar los desperfectos (en términos de catástrofes, impacto ambiental, carencias y exclusión social...) que los supuestos beneficios que reporta (a unos pocos).

Es la entropía en estado puro.

"Consumo hasta morir", así se llama un colectivo social que trata de sensibilizarnos acerca del consumo responsable y que utiliza la contra-publicidad como herramienta, subvirtiendo (y desvelando) los mensajes publicitarios que nos invitan a consumir y consumir y consumir y consumir y consumir y consumir y consumir...hasta morir.

20. PRINCIPIOS FUNDAMENTALES

El hombre mismo es mayor que cualquier idea que él pueda inventar. Hay momentos en que las pasiones de los hombres son más dignas de confianza que sus principios. Como los principios o ideologías opuestas son irreconciliables, las guerras que se hacen por principio serán de mutuo exterminio. Pero las guerras que se desatan por mera codicia serán mucho menos destructivas, porque el agresor pondrá cuidado en no destruir lo que está tratando de capturar.

Los hombres razonables -es decir los que se comportan como verdaderos seres humanos- serán siempre capaces de llegar a un compromiso, pero los hombres que se han deshumanizado convirtiéndose en ciegos adoradores de una idea o un ideal son fanáticos cuya devoción por las abstracciones los convierte en enemigos de la vida.

Alan Watts⁹

21. DIOS HA VUELTO

Lo del miedo al otro, al que es diferente a "nosotros", es tan viejo como la humanidad, pero el 11 de septiembre de 2.001 marcó un antes y un después.

En aquellos días, algunas personas llegaron a celebrar el golpe brutal al orgullo y el poderío estadounidense.

Otras, pese a lamentar el sufrimiento de tantos inocentes, creyeron que serviría para que se abrieran los ojos de todo el mundo y se diera respuesta a las causas que alimentaban el drama: la injusticia, la pobreza, el reparto del poder...

Hoy, probablemente, comprueban que aquellos problemas se han agravado y que, quienes más sufren, en Nueva York, como en Irak, como en Palestina, siguen siendo los más pobres, los más débiles, los niños, las mujeres...

Pero, además, la seguridad se ha convertido en una obsesión omnipresente y en una prioridad, a costa de recortar derechos individuales y colectivos. Es producto del miedo.

La inmigración continúa, el otro está dentro de casa, no sabemos quién es quién, donde se esconde la amenaza.

Entre las mil etiquetas que se le han puesto a este momento histórico que vivimos, también le cuadra la de la "Sociedad del Miedo". Eduardo Galeano lo cuenta muy bien.

En nuestra moderna sociedad occidental, nunca había estado tan desarrollada la medicina, nunca mayor la expectativa de vida, y nunca fue tan grande el miedo a la enfermedad y la muerte.

En los informativos de la televisión se ha instalado una sección fija que nos alerta diariamente de los peligros del tabaco, el colesterol, la gripe aviar, el sida, el alcohol, la anorexia, la obesidad, etc., etc.

¿Es señal de una mayor "sensibilidad y educación sanitaria de la población" o es expresión del miedo?

En nuestro mundo hay mucha incertidumbre. ¿Quién se atreve a vaticinar el futuro?

La globalización, el cambio, el mestizaje, la pérdida de referentes y paradigmas, difuminan y ponen en cuestión las señas de identidad que nos estructuraban y daban sentido.

En medio de tanto desconcierto y tanto miedo, Dios ha vuelto. Vuelve el pensamiento mágico. Vuelven las religiones. Crecen los fanatismos.

En vez de abrirnos a lo nuevo, tendemos a cerrarnos en lo tradicional, en lo de siempre, en lo "nacional", en lo local, en lo particular, en lo cateto.

El fundamentalismo está de moda.

Hay talibanes de todas las religiones, de todas las ideologías, de todos los países, de todas las "naciones", de todas las razas, de todas las cofradías, de todos los equipos de fútbol...

Manuel Vázquez Montalbán decía que "el fútbol es una religión en busca de un dios". En torno a él se construyen hoy muchas identidades, con auténtico fervor religioso.

Los neocon norteamericanos (y su comparsa, ¿o era "chirigota"?) invaden Irak en nombre de Dios.

El Papa de Roma, vestido como hace 300 años, autoriza el regreso al latín en la misa y beatifica a los "Mártires de la Cruzada", mientras prohíbe el uso del condón y echa tierra sobre los escándalos de abusos sexuales a menores entre el clero. Es para tranquilizar a cualquiera. Qué ejemplo para los fanáticos de otras religiones.

Tal vez, por este estado de cosas (¿kafkiano?), en nuestras sociedades occidentales tienen cada vez mayor éxito las propuestas del budismo (una religión sin dios) y su llamada a la "mirada interior" y a la " fusión con el todo". Es como una cura de humildad, en medio de tanta prepotencia ignorante.

¿Acaso alguien puede tener todas las respuestas, LA solución a todos nuestros problemas? Debemos desconfiar -por sistema- de quienes nos prometen soluciones fáciles, de quienes conocen las recetas mágicas que proporcionan la felicidad. No son sino farsantes y vendedores de feria.

Los dogmáticos, los sectarios, los fundamentalistas de todos los colores, se parecen mucho entre sí, son igualmente ridículos. Pero nuestro miedo les da poder, les hace peligrosos.

22. EL MIEDO GLOBAL

Los que trabajan tienen miedo de perder el trabajo.

Los que no trabajan tienen miedo de no encontrar nunca trabajo.

Quien no tiene miedo al hambre, tiene miedo a la comida.

Los automovilistas tienen miedo a caminar y los peatones tienen miedo a ser atropellados.

La democracia tiene miedo de recordar y el lenguaje tiene miedo de decir.

Los civiles tienen miedo a los militares, los militares tienen miedo a la falta de armas, las armas tienen miedo a la falta de guerras.

Es el tiempo del miedo.

Miedo de la mujer a la violencia del hombre y miedo del hombre a la mujer sin miedo.

Miedo a los ladrones, miedo a la policía.

Miedo a la puerta sin cerradura, al tiempo sin relojes, al niño sin televisión, miedo a la noche sin pastillas para dormir y miedo al día sin pastillas para despertar.

Miedo a la multitud, miedo a la soledad, miedo a lo que fue y a lo que puede ser, miedo de morir, miedo de vivir.

Eduardo Galeano¹⁰

23. MIRANDO AL TENDIDO

Los Objetivos del Milenio, que señaló la Asamblea General de Naciones Unidas en 2000 para ser alcanzados en 2.015, consiguiendo así superar o aliviar algunos de los problemas y necesidades más sangrantes de nuestro tiempo para la mayoría de la humanidad (el acceso al agua, la alimentación, la atención sanitaria, la educación...), están más lejos de alcanzarse que hace ocho años. Las desigualdades entre ricos y pobres aumentan.

Mientras tanto, quienes hemos de reaccionar y dar respuesta a esta realidad brutal, los sujetos del cambio social, los actores de la construcción de ese Otro Mundo Posible, participamos de la ceremonia de la confusión y nos debatimos en mil dilemas y disputas.

El pasado verano tuve oportunidad de trabajar con dos organizaciones juveniles diferentes. Los códigos, lenguajes, la estética y señas de identidad de ambas parecían antagónicos.

Una, de inspiración religiosa, la otra de carácter laico y progresista, ambas compartían mucho más de lo que serían capaces de reconocer: un compromiso con la justicia y el cambio social, una apuesta por la participación solidaria y el trabajo en equipo, mucho entusiasmo, una cierta disciplina militante...

Más allá de las diferencias "culturales", son muchos los parecidos entre quienes pretenden transformar el mundo y, sin embargo, son más poderosos los prejuicios mutuos y los estereotipos -resultado del desconocimiento y la ignorancia- que los separan.

Es la eterna historia de las fuerzas de cambio, de aquellos sectores y personas que dicen trabajar por la transformación social, de la izquierda si se quiere, que sigue dividida y disputándose identidades y principios, creciendo a base de fragmentarse. Mientras, el mundo gira.

Los actores sociales -todos ellos- se encuentran en plena reconstrucción. No hay otra. Reinventarse o perecer en el tumulto.

Las grandes empresas -las grandes fortunas- hace tiempo que vienen reinventándose, sin respetar reglas ni fronteras.

Ya dominan el mundo, y en un giro mortal sin red, han cumplido el viejo sueño libertario: "ni dios, ni patria, ni rey". Solo obedecen al afán de lucro y acumulación. Véase el caso Halliburton, o -mirando más cerca- el caso Delphi.

Los gobiernos locales -y hasta nacionales- son cada vez más insignificantes, pintan menos. Las decisiones verdaderamente importantes se toman en las grandes corporaciones o en las instancias supra-gubernamentales (G-7, BM, FMI, OMC, UE...).

Las viejas administraciones públicas son estructuras desbordadas, superadas, obsoletas, ineficaces y costosas, contaminadas por la corrupción.

El escepticismo de la gente sobre sus políticos ("que se vayan todos", gritaban en la Argentina) crece y crece, junto a la desafección por la democracia formal.

En la playa de Santa María del Mar, en Cádiz, alguien ha reproducido la consigna zapatista: "Nuestros sueños no caben en sus urnas", toda una declaración de divorcio.

En esta desilusión tienen una clara responsabilidad los poderes públicos. A los políticos les sobra ambición electoral, ambición de poder, y les ha faltado liderazgo social.

No han sabido (¿no han querido?) formular proyectos de futuro capaces de ilusionar a las comunidades sociales. Estaban más pendientes de sus ombligos. Han matado las penúltimas ilusiones.

¿Y qué pasa con los Movimientos Sociales?

También aquí se pinchan globos.

Durante los últimos años hemos vivido, junto a la crisis de la participación social y la democracia, la eclosión del voluntariado y las ONG.

El voluntariado ha tenido más de operación mediática -pilotada por los poderes públicos- que de realidad tangible. Es más cierto que muchas organizaciones sociales, para poder sobrevivir, han tenido que "profesionalizarse" y contratar a los técnicos y gestores necesarios para poder desenvolverse en esta realidad más y más compleja.

Así han nacido y se han extendido las ONG.

Muchas asociaciones y organizaciones solidarias se gestionan hoy mejor que hace unos años, con niveles de calidad competitivos con las empresas privadas (que se han introducido -también - en el "mercado de lo social").

Han ganado en eficacia y eficiencia, pero tienen serios riesgos de perder en participación. Su

discurso cada día es menos crítico -más "políticamente correcto"- sus "bases sociales" son más etéreas y sus modos de gestión más fríos y verticales.

Muchas han dejado de ser un medio -para transformar la realidad- convirtiéndose en un fin - mantener su supervivencia, crecer=desarrollarse-.

En algunos momentos del pasado reciente hemos estado a punto de sucumbir al espejismo del "mercado de la solidaridad".

Parecía que era compatible una síntesis -conceptual y metodológica- entre solidaridad y mercado, "capitalismo con corazón" se ha dicho. Aunque el riesgo es acabar consolidando la "industria de la miseria", convirtiendo en negocio, en política y en espectáculo, el "Tercer Sector", integrado ya en la "normalidad social".

La participación y la democracia, son valores fundamentales en la transformación social que necesitamos, y son condición necesaria -de dimensión ética- en la actuación y organización de las organizaciones solidarias. Sin ellas, sobran.

Están en crisis los viejos modelos organizativos. Los movimientos y las organizaciones sociales están en plena reconstrucción, patas arriba.

Pero que nadie se engañe, las Nuevas Organizaciones Solidarias serán. Ya están gestándose y naciendo en medio del caos.

Es imposible atrapar la iniciativa social, la disidencia. Por mucho que se empeñen el poder y el mercado, las personas siguen moviéndose, organizándose. Cada día se tejen, más fuertes, las redes invisibles, que recorren todo el planeta.

Hoy sabemos, con mayor claridad que nunca, que el cambio social pasa necesariamente por el cambio de las organizaciones solidarias, y éste no tiene otro camino que el cambio personal. Si no cambiamos las personas y nuestras formas de relacionarnos y organizarnos, ese Otro Mundo no será posible.

Sabemos que no hay dos búsquedas, que son solo una: la de la felicidad interior y la de la transformación social.

24. EL ESTADO DEL ARTE

Vi garabateado en la esquina de una pared garabagabado en una paraperaped garesquibantido diagascado en la pared que vi garabateado en la pareced no me acuerdo así que no debe ser tan importante PERCIBIR EN SUS PROPIAS MANOS LAS SENSACIONES DE MIGUEL ANGEL Y MOORE Y RODIN Y ROUAULT ESTA AHORA A SU ALCANCE CON EL EQUIPO POLIFORMADO nos debe permitir que analicemos su metabolismo y le preparamos una mezcla para usted y solo para usted Totalmente Garantizada que le hará viajar más alto más lejos más tiempo al cruzar el caleidoscopio con el ordenador hemos creado en Choquescopio que transforma su triste entorno diario en un maravilloso misterio AQUEL QUE TENGA OÍDOS PARA OIR OIGA TODO LO QUE HAY EN LOS SONIDOS ALEATORIOS DE UN GENERADOR DE RUIDO BLANCO © la arquitectura del mañana será cuestión de condensación e introversión del volumen espacial CONCIERTO DE VIOLIN DE BEETHOVEN SOLISTA ERICH MUNNK-GREEN al redescubrir no se olvide de consultarnos para conocer las obras de arte creadas por ordenador de que disponemos para complementar su esquema de colores sensaciones gustativas raras y exóticas en la comida más corriente si usted la adereza con un poco de

"Sal-pi-anó" antes de cocinar EL ULTIMO ÉXITO DEL TAMAÑO DE UN CHOQUE PLANETARIO DE LOS M 31 ESTA EN EL CARRETE EG92745 si no lo ha leído no ha celebrado el XXI: ida un significado totalmente diferente al término "novela"! JAMAS NETSUKE FUE COMO AHORA LAS TEXTURAS LAS FORMAS SWON INFINITAMENTE ABSORBENTES AUNQUE NO CREA HABITO (TOTALMENTE GARANTIZADO) uno de los grandes artistas creativos de nuestra generación es el responsable de las ropas "Góndola" de alta fabricación EL MACBETH DE LA BASE LUNAR CERO POR WILLIAM SHAKESPEARE Y HANK MARICOPIA acontelibre esta noche pirotecnia y amplias posibilidades de expresión propia traiga sus propios odios, ¿quieres decir que aún no has comprado una de las cajitas del tiempo de Ed Ferlingham?, convierta su hogar en un marco de su individualidad NOSOTRAS LAS MARIONETAS UN NUEVO BALLET DE SHAUN una de las empresas más fascinantes de este siglo es estudiar el potencial estocástico del inglés "verbal es la caricia que siempre parece estar allí y nunca consigue llegar" EL ARTE GRANDE ES EL MENOS CONSIDERADO, ¿CUÁNDO EXPERIMENTO USTED EL EXTRASIS EN LA CAMA POR ULTIMA VEZ? Ahora venga a la galería del Siglo XXII para llevar puesto su vestido más antiguo o para comprar nuestras únicas ropas de usar y tirar o para abuchear el cuadro "ducha de mierda" de Alan Zelgin por fin el perfume ha alcanzado la categoría de arte verdadero en los frascos de Perfusiglo XXI de Arpège ESTA NOCHE EN EL CANAL CINCUENTA CON LA PERFECCION DE LA SOLIDEZ HOLOGRÁFICA enigmas polícromos por los Tres en Latienden Latienden AME A SUS TENDENCIAS DESINTEGRADORES Y DEJE QUE LE AYUDEMOS A SACARLAS ADELANTE hay antigüedades que nunca jamás habrá visto porque las inventamos nosotros y hay montones y montones de ellas, ¿qué le parece un tapacubos balines o un equipo de alta fidelidad imitación "art nouveau"? , aprenda a bailar la resaca con ese genuino toque de hábito a la caída libre en nuestros estudios TEATRO EN EL ESCENARIO PRESENTA LO SNIF E LUENGOS DE WAGNER el autovitor para los intelectuales se acopla gratis a su receptor EXPERIMENTE LA "PESTE" DE QUATRUMANO E OFRECEN TODA CLASE DE INSTRUCCIONES no se aburra con la lista de canciones populares Barítono las compone al estilo que usted prefiera desde Bach a Beidebercke o a Bronstein o a cualquier CUANDO DECIMOS SENSACIONAL ES EN SERIO REAVIVE TODAS SUS PERCEPCIONES CON ALGO SUAVE Y NO ADICTO si está asqueado y aburrido llámenos por ejemplo 1000\$ por invasión de apartamento por 3 personas con pintura y cubos de basura 1500\$ por atraco a mano armada y robo de todos los bienes muebles con diálogo y daño max. A los inmuebles pedidos especiales hasta 3000\$ por fin la gastronomía alcanza el rango de arte verdadero en manos de Noël Noël NUESTRAS LATAS SON DISEÑADAS ESPACILENTE POR ALGUNOS DE LOS GRANDES ARTISTAS CREATIVOS DE HOY usted también puede explotar su potencial artístico con uno de nuestros cursos especializados en USTED SERA LA UNICA PERSONA DE SU BLOQUE QUE LEA ESTOS RELATOS EN PERGAMINO TRABAJADO A MANO Y ESCRITO CON UNA MARAVILLOSA CALIGRAFIA por fin ese sentido tan poco tenido en cuenta del toque justo usted puede disfrutar los frutos de la creatividad de un gran artista compre "Sensarte" © ¿YA HA PINTADO USTED "JESUCRISTO EN EMAUS"? tire esa vieja cámara al cubo de la basura y entre en la corriente holográfica EDICIÓN LIMITADA DE UN MILLÓN DE COPIAS NUMERADAS podemos reprogramas su vida para convertirla en un conjunto artísticamente coherente CUANDO ALGUIEN HABLA DE BOTICELLI ACASO PIENSA USTED QUE ES UN QUESO PUES BIEN HOY DIA LO ES Y LOS GASTRÓNOMOS ALABAN LO QUE HEMOS CONSEGUIDO la Escuela de Televisión Libre presenta un viaje a ciegas nocturno a cualquier

cosa que constituya el tema de un acontelibre mañana el Museo de la Semana Pasada cambia todos los días EL ARTE DE LA PELÍCULA PORNOGRÁFICA CONFERENCIA CON PROYECCIONES NO CENSURADAS DE PELÍCULAS REALES por fin se aprovecha el potencial de la televisión en manos de un gran artista creativo qué tal sueñas últimamente y no te lo pregunta tu loquero sino la gente que ha adoptado el inductor del sueño el siguiente paso lógicopor fin la moda asume su categoría de derecho entre las artes creativas en manos de UN VERDADERO ARTISTA CREATIVO EN EL CAMPO DE LA CIRUGÍA ESTETICA ES EL DR. no desperdicie la oportunidad de convertir a su familia en un trabajo de ARTE DEL ÉXITO LLAME Y PREGUNTE admirará en vez de odiar lo que el mundo le ofrece cuando sea VOLUNTARIO SE BUSCA PARA ACONTELIBRE EMPORRADO CON INTERFERENCIA SENSORIAL DE 24 HORAS conchas piedras antigüedades decorativas NOVELAS VIVAS VENGA E INTERACTIVE CON EL AUTOR DE desmoronarse es otro aspecto del conjunto no del arte no de la vida sino de la experiencia adapta tus mascotas a tu personalidad animales modelados genéticamente según todas las descripciones POR FIN SE RECONOCE LA CATEGORÍA DE VERDADERO ARTE CREATIVO A LA reconfiguración de nuestra experiencia en una estructura simétrica TAMBIEN PUEDE SER UNA OBRA DE ARTE SU FIN PENSADO POR USTED MISMO DISPONEMOS DE TODAS LAS FORMAS DE EJECUCIÓN TRADICIONALES CON DETALLES HISTORICOS RIGUROSAMENTE EXACTOS EJEMPLO EXPLOSION AHOGAMIENTO PRECIPITACIÓN DESDE CUALQUIER ALTURA TODA CLASE DE ARMAS DISPARADAS POR USTED MISMO O POR OTRO PRECIOS RAZONABLES TERMINACIÓN S.A. LA COMPAÑÍA QUE CONVIERTE E ARTE SU FIN PARA USTED (no legal en los siguientes Estados...).

John Brunner¹¹

25. COMO ACABAR DE UNA VEZ POR TODAS CON LA CULTURA

La cultura siempre ha sido memoria e innovación, pasado y futuro, adaptación, mirada hacia delante, imaginación, búsqueda, creatividad...

Pero hoy, al igual que en muchos otros ámbitos de la vida, también en este punto se difuminan las fronteras y los perfiles.

Resulta muy difícil -como en la novela de John Brunner- diferenciar entre la cultura, el mercado, la política, el espectáculo... todo se mezcla en un torbellino vertiginoso que no para de cambiar, como en un caleidoscopio (o un "choquescopio", si se cruza con un ordenador).

Si paramos un momento y miramos atrás, tomando como ejemplo el impacto del teléfono móvil, en los 15 últimos años, tal vez tomemos conciencia de los cambios que ha introducido en nuestras vidas, en nuestras formas de comunicación y relación, en nuestra forma de ver el mundo, en nuestra cultura. Toda una revolución. Y no ha hecho más que empezar.

¿Cuál es el papel de quienes trabajan hoy en la cultura?

En el territorio local, próximo, y en los despachos oficiales, "la cultura" es, sobre todo, cuestión de política y espectáculo.

Las grandes "instituciones culturales" son parte del aparato político-institucional y se dedican, como marca su naturaleza, a perpetuarse a sí mismas, en una continua endogamia que hace que la mirada -y el esfuerzo- se vuelva hacia los entresijos del sistema -y a la manera de so-

brevivir y medrar en él- ignorando la realidad, lo que pasa afuera, la vida misma.

La "oferta cultural" se contempla como complemento de la oferta turística. El patrimonio es parte de la escenografía del gran parque temático en que aspira a convertirse cualquier población que se precie. Para salir en la tele y ocupar un lugar en el mundo.

En uno de los muchos viajes que me toca hacer, conocí hace no mucho a una extensa familia, tres generaciones, que dedica sus fines de semana a recorrer todas las fiestas de su región vestida como personajes de la Edad Media y representando algunas actividades propias de aquella época. En todas partes son acogidos, alojados y alimentados, comparten su ocio en familia y reciben una remuneración que complementa sus ingresos. Todo un ejemplo de "emprendimiento cultural". Un modelo a seguir.

Las grandes (y menos grandes) ciudades compiten por levantar edificios singulares, que cambien la silueta urbana y sirvan como museos o grandes auditorios, grandes "complejos culturales", capaces de atraer a los visitantes y turistas.

Continúa el eterno dilema: que queremos construir ¿una cultura de espectadores o una cultura de actores?

Quienes observan las tendencias y la innovación en el mercado nos dicen que llega la "economía de la experiencia", que los consumidores -ahítos de consumir objetos- buscamos experiencias, no queremos productos ni servicios fríos, asépticos, impersonales, queremos que nos hagan sentir, queremos emociones, aunque sean virtuales.

Parece que este sería un buen momento para recuperar el valor de la experiencia, del hacer, del crear... una buena ocasión para empezar a dejar de ser meros consumidores culturales y convertirnos en protagonistas de nuestra película, personal y colectiva.

La construcción de las nuevas culturas se desarrolla al margen de los "canales oficiales", que suelen enterarse mal y tarde de por donde van los tiros, aunque no renuncien a fagocitar todo lo que se menee, institucionalizándolo, convirtiéndolo -una vez más- en objeto de la política y el espectáculo (o del "espectáculo de la política").

La construcción de las nuevas culturas, en este mundo global y fragmentario, se produce en otros espacios, "periféricos", y es -por el momento- un proceso abierto y en plena proyección. El mestizaje cultural continua imparable, arrastrado por la inmigración, por la revolución de las comunicaciones, por la mezcla y la fusión de las músicas y culturas populares.

El fenómeno de la blogmanía, la web 2.0, la explosión de las comunidades y redes sociales, alrededor de los intereses más diversos, el éxito de los espacios de intercambio de imágenes, músicas, opiniones, experiencias, emociones... constituye una de las sorpresas del momento. ¿Qué está pasando? ¿La gente toma la Red para expresarse, para crear sus propios significados, más allá de los que les impone el mercado, el poder, las instituciones?

Es todavía muy pronto, hay muchas incógnitas sobre la mesa, para saber en qué quedará todo este fenómeno. Tendremos que dejar pasar algunos años más.

¿Qué hará el poder, el mercado, las instituciones, si cuaja -y se universaliza, alcanzando a los más pobres- esta apropiación colectiva, masiva, democrática de la comunicación y el intercambio de ideas y conocimientos?

¿Qué efectos sinérgicos se producirán como consecuencia de esta explosión de la comunicación y del proceso de mestizaje, de "fusión", en que se encuentran -como no podía ser de otra forma- todas las culturas?

¿Dónde está la Cultura Oficial para ayudarnos a entender lo que nos está ocurriendo?

26. EL MONJE SENSIBLE

Un discípulo absorbe las enseñanzas de su viejo maestro y desarrolla, de manera excepcional, su sensibilidad.

Como deja de acudir al templo donde él y sus camaradas suelen meditar cada día guiados por un sabio anciano, éste va a su casa y lo encuentra, sufriente, en cama.

-Muchacho, se te ve profundamente deprimido...¿Qué te sucede?

-Ay, gran maestro... mi sensibilidad está tan aguzada que se ha unido al planeta. Siento en mi carne todos los dramas: gente que muere de hambre, guerras, asesinatos, polución, drogas, niños explotados... no puedo más. Cada suceso negativo, aunque sea en el último rincón del mundo, se me clava como una aguja en la carne...

-¡Necio, has desarrollado la sensibilidad solo para captar lo negativo! Crees que ser santo es solo sufrir por el dolor de los otros, pero en este momento en el mundo están ocurriendo también multitud de cosas maravillosas... Tu cuerpo debería sentir las como energéticas caricias... Nuestro planeta sigue girando alrededor del sol, una mitad en la noche y la otra en el día.

Alejandro Jodorowsky¹²

27. LA IDEOLOGÍA DE LA DERROTA

Cuando hacemos análisis de la realidad actual, en los talleres y encuentros con dinamizadores sociales, el resultado suele ser pesimista.

La cantidad y complejidad de los problemas es tan grande que nos abruma y deprime.

¿Cómo hacer frente a tanto desatino?

En medio de la atonía, de la pasividad social, del mirar para otro lado, cuando la ideología de la derrota. No hay nada que hacer. Carpe diem. A vivir que son dos días.

El sentimiento de impotencia se refleja en nuestra frustración y en la dificultad para encontrar -en medio del caos y de las sombras- las luces que señalan ese Otro Mundo Posible. Que está ya en éste.

Yin y Yang: en la rueda del cambio permanente, no existe nada sin su contrario.

Como el monje del cuento, solo somos capaces de captar lo negativo.

La realidad no se transforma mágicamente, como se cambia de escenario en el teatro, con un golpe de telón.

La realidad se está transformando en cada instante, sin cesar.

No depende de nosotros, aunque lo que hacemos o dejamos de hacer SIEMPRE influye en la dirección de esos cambios.

Existen miles y miles de ejemplos en la historia, se le ha llamado de distintas formas: el "efecto mariposa", "la fuerza de los pocos", etc. Pero su poder y su fuerza es evidente.

Desde que tenemos memoria como especie, la acción de unos pocos hombres y mujeres, organizándose con lo que sabían y tenían en cada momento, han transformado el mundo, lo han ido haciendo un lugar más habitable.

Todo lo que somos hoy -lo bueno y malo- es el resultado de esa larga historia.

Hoy estamos mejor preparados, contamos con más y mejores medios que nunca para trans-

formar la realidad, construir un mundo mejor, ser felices.

La revolución de las comunicaciones ha de ser -lo es ya- una herramienta eficaz en la construcción de esa ciudadanía global que se vislumbra.

El mestizaje -también en los valores culturales, en las señas de identidad, en las culturas organizativas- es otro aliado en este proceso, que enriquece y multiplica nuestra inteligencia colectiva.

Cada vez son más quienes creen que la diversidad, la suma de lo diverso y lo pequeño, es la clave de la película y apuestan por la comunicación, el intercambio, el trabajo en red.

Ya hemos hablado de las "redes invisibles", existen por todas partes, recorren todo el planeta, vinculan a las personas más diversas, en todos los ámbitos de la vida social y comunitaria, al margen de las instituciones formales, movidas por los afectos, las emociones, los sueños compartidos, la solidaridad...

Consiguen muchas cosas. Cosas muy importantes. Intercambian sus experiencias, aprenden juntas, generan opinión social, movilizan la voluntad de las instituciones... cambian la realidad concreta.

Hemos de volver a mirar la realidad, otra vez más. Aprender a descubrir las señales y las fuerzas positivas, esa multitud de pequeñas cosas que, sumadas, son capaces de producir grandes cambios.

Están ocultas, tapadas por tanta mierda, pero están.

Y no podemos tener prisa. Lo importante es sembrar, decía el poeta.

"Hay que dejar el pesimismo para tiempos mejores"

Pintada callejera, recogida por Eduardo Galeano

NOTAS

1. Lin-tsi. Maestro zen del siglo IX. Tomado de "Los Maestros Zen". Jaques Brosse. La Aventura Interior nº4. Jose J. De Olañeta (Ed.) Palma de Mallorca 1999.
2. Crónicas del Futuro Imperfecto. PERIFERICA 1. Universidad de Cádiz 2000
3. Piezas para un rompecabezas: Participación y procesos socioculturales en la sociedad industrial avanzada del fin del milenio (Agítese antes de usarlo) Fernando de la Riva. En: Procesos Socioculturales y Participación. Editorial Popular. Madrid 1999. Textos del mítico "Simposio de Palma", que tendrá un lugar en la historia de la ASC en nuestro país.
4. Ivan Illich. La Convivencialidad. Barral Editores SA. Barcelona. 1974.
5. Ramón Fernández Durán. La Explosión del Desorden. Editorial Fundamentos. Madrid 1993
6. Alan Watts. El Camino del Zen. RBA. Barcelona 2006
7. Si, no nos hemos equivocado, la democracia, la libertad y la seguridad son utilizadas hoy para justificar la represión, las guerras o los paraísos de la tortura, como Guantánamo.
8. Miguel Brieva. Enciclopedia Universal Crismón. Bienvenido al Mundo. Reservoir Books. Random House Mondadori. SA. Barcelona. 2007.
9. Alan Watts. El Camino del Zen. RBA. Barcelona 2006
10. Eduardo Galeano. Patas Arriba. La escuela del mundo al revés. Siglo XXI. 1998.
11. John Brunner. "Todos sobre Zanzíbar". Acervo. Barcelona. 1979. El autor de esta excelente novela de ciencia ficción, publicada en 1968, sitúa la acción en el futuro, en el año 2010. A punto de llegar a esa fecha, su visión resulta un curioso contrapunto de la realidad actual.
12. Alejandro Jodorowsky. Cabaret Místico. Ediciones Siruela. Madrid 2006.

LAS ULTIMAS TENDENCIAS EN LA CREACIÓN DE MUSEOS

Dra. Florencia Torrego Serrano

0102TEMAS

AUTOR: Florencia Tórrego Serrano

ADSCRIPCIÓN: Universidad Complutense

TÍTULO: Las últimas tendencias en la creación de museos

FECHA ACEPTACIÓN ARTÍCULO: 02/10/2007

CORREO ELECTRÓNICO: torregose@yahoo.es

Resumen: Gracias a las grandes transformaciones sociales y económicas, artísticas y culturales se han producido exigencias y demandas que han obligado, desde los años ochenta del siglo XX, a numerosas transformaciones y ampliaciones en los museos españoles, así como a la creación de otros nuevos, como los de ciencia o los de arte contemporáneo. En este artículo se pormenoriza sobre los cambios acaecidos tanto en la cultura como en los museos, con los ejemplos de las ciudades de Berlín, Viena y Madrid.

Palabras clave: museo, museología, museo de arte contemporáneo, museo de la ciencia.

Licencia del presente documento:

El presente texto se halla licenciado bajo Creative Commons - By-SA, y es de libre copia, distribución y transformación, incluso con fines comerciales, con las solas condiciones de mantener la misma licencia. Puede consultar las condiciones de la licencia en el siguiente enlace:

<http://creativecommons.org/licenses/by-sa/es/>

Copyleft 2007 - Florencia Tórrego

<http://derecho-internet.org>

Versión del presente documento: 0.1.

I. INTRODUCCIÓN

Como nunca antes ocurriera se construyen hoy nuevos museos, se amplían y remodelan los antiguos, se organizan grandes exposiciones con afluencia cada vez de un mayor número de personas, al punto de convertir el éxito del museo en uno de los rasgos más imprevisibles de la cultura occidental.

La vida cultural ha experimentado profundas transformaciones, aparecen nuevas expresiones artísticas, se desarrollan nuevas prácticas culturales, se liberaliza la cultura, lo que va a incidir en la aparición de nuevos museos y en el cambio de los tradicionales, así el museo actual es distinto del clásico.

Cambia la forma del museo que ha pasado a ser más complejo con muchas actividades, lo que en él se expone es una pequeña parte de lo que conserva, el espacio dedicado a exposiciones es pequeño en relación a los espacios que se dedican a otros usos...

Con la incorporación de las nuevas tecnologías el museo de arte se nos presenta no solo como depositario de la memoria colectiva, sino como entidad educativa. El museo ha dejado de ser solo un lugar de contemplación directa de la obra de arte, para irse convirtiendo en foco cultural dentro del cual se instalan salas para el trabajo, el aprendizaje, el estudio. Al aplicar las tecnologías de la comunicación son necesarias salas de vídeo, de audiovisuales, cine y de reproducciones.

Los nuevos museos realizados durante los años de la década de los ochenta del siglo XX adoptaron un enfoque más técnico y especializado, se mueven en dos direcciones opuestas, una es en el aumento de grandes complejos culturales, donde salas de exposiciones constituyen partes importantes y otra donde cada vez más proliferan los pequeños museos especializados y monográficos dedicados a un artista concreto, o a una colección sobre los más diversos temas de la cultura contemporánea. Si el tiempo cambia, y lo hace constantemente, también tiene que cambiar lo que se representa, que es lo que la sociedad demanda al museo.

Es a partir de la década antes señalada cuando se consolida la cultura postmoderna del ocio dentro de la sociedad, la afluencia masiva de visitantes al museo implica la necesidad de multiplicar sus servicios (el Louvre recibió algo más de ocho millones de visitantes en 2.006).

Otra novedad de los museos contemporáneos está en la ampliación de tendencias que se pueden contemplar, más allá de las artes plásticas están también las artes decorativas, la arquitectura, industria, tecnología, fotografía, así surgen museos de las más diversas temáticas.

II. LOS CAMBIOS DE LOS GRANDES MUSEOS

El museo contemporáneo necesita modernizarse en su interior para irse adaptando a las siempre cambiantes ideas museográficas, de cómo presentar las obras o de cómo explicar los fe-

nómenos del momento. Casi todos los grandes museos del mundo, por cuanto acabamos de señalar, han experimentado cambios significativos en las últimas décadas. Se han ampliado y modernizado grandes e importantes museos comenzando por el Metropolitan de Nueva York, siguen El Louvre de París y la National Galery de Londres, ya en nuestro país tenemos la ampliación del Instituto Valenciano de Arte Moderno, del Reina Sofía y del Prado. El museo ha dejado de ser solo lugar de contemplación directa de la obra de arte para irse convirtiendo en un foco cultural dentro del cual se instalarán salas para el trabajo, el aprendizaje y el estudio.

Los grandes museos nacionales tienen su origen en los museos públicos y estatales de finales del siglo XVIII, por su complejidad necesitan grandes espacios que los articulen y permitan a sus visitantes orientarse dentro del edificio. Por sus características tienden a ser museos espectáculo y pensados con criterios de tiempos pasados han necesitado de una actualización y ampliación muy compleja, por cuanto han de modernizar la forma de presentar las obras, reestructurar los espacios de circulación, mejorar la accesibilidad, añadir nuevas salas e introducir los servicios que el museo actual requiere. En la ampliación del Louvre del arquitecto Ming Pei mediante la gran pirámide y los nuevos corredores se solucionan los problemas de acceso al mismo al mejorar los sistemas de acceso al público, unifica la relación con el entorno de la ciudad, define un nuevo acceso monumental que se sitúa en un punto central de sus tres alas, esta pirámide ha sido ejemplo para la ampliación de otros museos. El museo es hoy un instrumento al servicio de la cultura de las masas, en torno a él se producen toda una serie de actividades diversas, desde las exposiciones temporales (17 presentó el Louvre en 2.006) a los cursos especializados. Es también un lugar de reunión para la gente, un salón al que tienen acceso las masas por lo que han de contar con todos aquellos servicios necesarios para atender su demanda, cafetería, restaurante, tienda, aseos, librería, etc.



Fig.1. La pirámide del Louvre. París.

Las prestaciones que actualmente se solicitan a los grandes museos se pueden clasificar en tres grupos según MONEO:

- a) *prestaciones para el público*, son aquellas que derivan del confort, que requieren grandes espacios de acogida, son estas muy importantes.



Fig.2. La ampliación del Museo Reina Sofía en el MOMA de Nueva York.

b) *Prestaciones para el desarrollo de exposiciones temporales*, ha de contar con salas bien dotadas para ello. Hoy gran parte de la vida de los museos se desarrolla en torno a este montaje que permite mantener vivo el museo, al ofrecer nuevos alicientes a las masas.

c) *desarrollo de actividades académicas* que hoy son demandadas y que exigen disponer de espacios adecuados para ello, biblioteca, sala de conferencias, auditorios, salas de reuniones, etc.

Con la modernización de los grandes museos se supera el sistema tradicional de museo basado exclusivamente en espacios de exposición de sus obras. La ampliación de los grandes museos no se hace a veces sin polémica, la tuvo la pirámide de cristal del Louvre y la ha tenido la ampliación del Prado con el cubo de Moneo.

III. LOS MUSEOS DE ARTE CONTEMPORÁNEO

Los museos de arte contemporáneo surgen como respuesta a la continua evolución del arte, son espacios singulares que ensayan nuevas maneras de mostrar el arte reciente de la sociedad. Estos museos siguen la lógica de los museos del siglo XIX, pero el paso del tiempo ha introducido en ellos cambios significativos. Al museo se le concibe ahora como un centro activo, por otra parte cambian las características de la obra de arte, los cambios radicales se producen con las vanguardias de las últimas décadas del siglo XX. Con el cambio producido en el concepto de lo que es la obra de arte se pone en crisis el espacio tradicional del museo. Los museos de arte contemporáneo requieren de nuevos espacios para albergar las obras de arte, plantas totalmente libres, salas capaces de poder observar lo expuesto y de expresar la nueva imagen del museo. Dos tendencias contrapuestas conviven en la actualidad:

a) Museos abiertos y flexibles defienden la desacralización de la obra de arte y son lugar de producción y consumo de cultura. b) La pervivencia de la idea tradicional que tiende a recuperar la estructura espacial a base de salas y galerías y potenciando la exposición ordenada de las piezas.



Fig.3. Sala en el Museo de Arte Contemporáneo. Viena.

La proliferación de museos de arte contemporáneo se produce a partir de los años sesenta, que es cuando el arte de vanguardia alcanza

una importante proyección social considerable, con inserción en el mercado, que le permite competir como tal arte de vanguardia con el arte tradicional y es a partir de ese triunfo social de la vanguardia, de la modernidad, que empiezan a multiplicarse estos centros. La importancia reside en crear una imagen espectacular y con una cierta difusión simbólica en la ciudad. El Pompidou de París funcionó no tanto por su extraordinaria colección sino porque los arquitectos hicieron de su edificio y su localización un lugar emblemático de París.

El uso que hace el visitante de estos museos tiene poco que ver, por lo general, con lo que los mismos coleccionan, la gente en muchos de ellos va a ver el edificio y un pequeño número de personas contempla sus colecciones y las exposiciones temporales. La construcción de nuevos museos puede realizarse en edificios de nueva planta, articulados a partir de una serie de salas donde las obras se colocan de forma neutra y flexible. En muchos casos cuando se plantea la construcción del museo se desconoce con exactitud que obras se van a instalar en él. Desde mediados de los años ochenta del pasado siglo, al igual que en otros países, en España se ha realizado un proceso de profunda renovación y transformación de los museos y se ha incorporado a la generación de nuevos museos, distintos a los tradicionales, hemos pasado del museo académico, institución cultural con función de guardián de obras del pasado, reservado a la admiración de un grupo selecto de entendidos, al museo activo. Mientras que los museos tradicionales están vinculados a la existencia de grandes colecciones de obras de arte y objetos valiosos depositados en centros monumentales (palacios, residencias privadas, edificios monumentales), las colecciones de los museos actuales constituyen la más variada gama de objetos posibles, al definir su temática cada museo orienta el campo para sus colecciones que luego se incrementan en la medida de sus necesidades y posibilidades.

Los museos modernos que despiertan más controversia son los de arte contemporáneo, se trata de contenedores para unas manifestaciones artísticas que siempre están intentando innovar, proponen nuevos espacios a medida que se cambia la mirada del espectador sobre el arte. En ellos por lo general no se van a instalar grandes colecciones permanentes, ni selecciones didácticas, sino que van a ser contenedores de instalaciones realizadas en colaboración directa con los artistas, que basan su trabajo en la innovación, ya sean artistas consagrados o artis-



Fig. 4. Museo de Arte Contemporáneo. León.



Fig. 5. Museo Guggenheim. Bilbao.

tas jóvenes. Ensayan nuevas maneras de mostrar el arte reciente de la sociedad, intentan explicar de manera didáctica la complejidad de las tendencias y contracorrientes en el arte actual.

Los museos de arte contemporáneo tienden a situarse bien en edificios de nueva planta con grandes salas de exposiciones o en antiguos contenedores, ya sean almacenes, contenedores industriales, etc., rehabilitados para ello. En la mayoría de los casos el contenedor arquitectónico se constituye en la primera pieza del museo, además de resolver el programa funcional, su función primordial es la de expresar el contenido del museo como colección y como edificio cultural y público. Encontramos dos formas contrapuestas: 1) El museo de forma orgánica e irrepetible, monumental y específico, ejemplo el *Guggenheim* de Gehry, en Bilbao, gigantesca escultura que espera a un público que busca un objeto singular que le impacte, un contenedor que por si mismo se convierte en espectáculo arquitectónico, en estímulo para sus sentidos. El 70 % de los dos millones quinientos mil visitantes de este museo en sus dos primeros

años reconocen haberlo visitado para ver el edificio más que para ver el arte contemporáneo expuesto en él, este año 2.007 celebra su décimo aniversario y la media de visitantes ha sido de una media anual de un millón, de los cuales el 50 % han sido extranjeros. La *Tate* de Londres recibió un millón de visitantes en mes y medio atraídos por la reconversión de un ícono familiar en el paisaje urbano, pero sobre todo por la controvertida disposición de las obras en sus salas ya que el museo está por sectores y 2) El museo entendido como contenedor polifuncional, perfeccionable y repetible, ejemplo el Museo de Arte Contemporáneo de Palma de Mallorca, o el de Castilla León, ambas formas son nuevas maneras de mostrar el arte a la sociedad.



Fig. 6. La TATE. Museo de Arte Contemporáneo. Londres.

En las ciudades de segundo rango, por la necesidad de promoción de las mismas, han acogido los museos como símbolo e imagen de su identidad, modernización y transformación urbana. Las capitales autonómicas españolas han creado infraestructuras culturales y han modernizado los museos existentes, ejemplo el Centro Gallego de Arte Contemporáneo de Santiago de Compostela, el Museo de arte Contemporáneo de Valladolid o el Centro Andaluz de Arte Contemporáneo de Sevilla por poner algunos ejemplos.

En estos tiempos el museo puede rivalizar con el centro comercial, ya no se trata de añorar silencios en las salas por entendidos, sino de encontrar formas audaces de renovar la experiencia estética y de allanar el diálogo del arte del siglo XX con el arte del futuro, renovar la nueva *Tate* ha sido una experiencia estética del futuro.

IV. LOS MUSEOS DE LA CIENCIA

Los primeros museos de la ciencia fueron museos de ciencia natural, dedicados a exhibir piezas reales en vitrinas para los ciudadanos, con vocación de conservar colecciones para inves-

tigadores y científicos. Los nuevos museos de la ciencia son museos de física donde se ofrecen fenómenos reales que pueden interaccionar con el visitante, pero sin piezas reales y con recursos audiovisuales e informáticos. En la segunda mitad del siglo XX los nuevos museos de la ciencia se plantean como centros didácticos, fruto de una nueva concepción del museo, ya que en ellos la nueva característica es su apertura radical a toda forma de expresión.

Estos nuevos museos han contribuido a cambiar los planteamientos de la museología, tienden a ser interactivos donde el visitante, mira, escucha, manipula y observa lo que hay en ellos, no renuncia a ningún medio útil para comunicarse, hacer cosas y tener experiencias, aprender y comprender mejor el mundo en el que vive. Más de cincuenta millones de personas han visitado alguno de los museos de la ciencia que se reparten por Europa, son divulgadores del conocimiento, han dejado de ser un lugar estático donde se exponen obras y objetos de colección para ser una oferta para todos los públicos, que compaginan ocio y cultura, diversión y ciencia. Palabras clave de estos museos son ciencia, comunicar, divulgar y popularizar, plasmadas a través de todo tipo de exposiciones diseñadas para ello, lo que se muestra en muchos casos no tiene un alto valor económico como ocurre en los museos de arte, ni son objetos únicos, ni artísticos, se nutren de objetos provenientes sobre todo del mundo natural orgánico y del artificial e industrial. El lema de estos museos es prohibido no tocar, no sentir, no pensar y la idea común de todos ellos es que la ciencia se convierta en una oferta cultural alternativa, una ciencia divertida donde la curiosidad se encauza a través del juego y la experiencia individualizada. Su característica básica está en la libertad para manipular lo que se observa, no coleccionan ni conservan pero cumplen una función educativa y cultural. Dos características los definen: un alto nivel de tecnificación y la introducción de grandes novedades en la presentación por una parte y la concepción del museo como lugar abierto y activo por otra.

Los museos de la ciencia se valen de las técnicas más avanzadas, sofisticadas y atractivas para llamar la atención de los visitantes, estimular su curiosidad y despertar el interés por la ciencia. Son museos interactivos porque el visitante se hace protagonista del fenómeno físico, facilitan nuevas experiencias y diferentes sensaciones que despiertan su curiosidad. En los museos recientes de la ciencia el visitante manipula aparatos para experimentar por ejemplo la luz, el sonido, la mecánica, la óptica, etc. Original es también en que no se basan en colecciones científicas tradicionales sino en su diseño como centros de experimentación directa de la ciencia por parte del visitante, por lo que deben estar continuamente reinstalándose y ofreciendo exposiciones monográficas. Pretenden enseñar y educar pero sobre todo sorprender tanto a niños como a adultos, divulgar la ciencia, difundirla y popularizarla es su objetivo.



Fig. 7. Museo de la Ciencia Príncipe Felipe. Valencia.

La ciencia está fuera de la órbita de la mayoría de los ciudadanos, cambiar esta situación es uno de los grandes retos de estos museos, invitar a la reflexión individual sobre cualquier tema.

V. LOS NUEVOS MUSEOS EN LOS CAMBIOS URBANOS

El paso a las sociedades postindustriales, donde el sector servicios alcanza el mayor peso económico, produce grandes transformaciones en las ciudades. En este contexto grandes almacenes, estaciones en desuso, industrias obsoletas, galerías comerciales, se convierten en complejos culturales, bibliotecas o museos y son las tipologías arquitectónicas del momento. En la Europa de las ciudades cada una de ellas debe luchar para fortalecer su identidad y poder competir con las otras ciudades, así surge el enriquecimiento de su identidad con centros culturales y muy especialmente con museos, que además de monumentos son también focos urbanos que albergan colecciones y son por si mismos objeto cultural, configuran así importantes espacios urbanos.

Los museos son una oferta cultural característica de la ciudad y cada vez son más valorados, hay como una competición no solo en tener un museo original sino que éste esté diseñado por un arquitecto de renombre internacional, motivado por la importancia que tiene para la proyección de la ciudad en el exterior y para atraer visitantes.

En las últimas décadas la cultura ha adquirido una posición central en las estrategias y procesos de transformación urbana. Museos, revalorización del patrimonio histórico, ocio cultural, muchas zonas se han poblado de nuevas actividades, espacios cuyo principal atractivo reside en sus valores estéticos o culturales. La cultura se convierte así en motor de la ciudad y es visita como uno de sus factores de mayor proyección de futuro. La competencia entre ciudades por hacerse atractivas a futuros visitantes, inversores, residentes, las mueve a preocuparse por conseguir una ciudad cosmopolita, hacen que la cultura las proyecte a través de sus centros culturales y como centro de grandes acontecimientos atractiva para las masas turísticas. En los museos contemporáneos predomina el respeto por el entorno paisajístico, la arquitectura preexistente, ampliaciones o rehabilitación son tomadas como datos positivos y referencias urbanas importantes.

Las principales ciudades españolas han apostado por crear una amplia y permanente oferta cultural a través de la apertura de nuevos museos, centros culturales y otros. En su relación con el exterior el museo ha reforzado su dimensión colectiva y se ha convertido en uno de los lugares públicos más característicos de la ciudad contemporánea, con el tiempo la clave del museo consiste en aportar urbanidad, representatividad y vida activa. El museo es cada vez más un lugar de influencia social por su relación con la ciudad, es generador de espacios urbanos y polo de atracción e influencia para visitantes, expertos, estudiantes y turistas. Es una institución cultural de gran prestigio y con gran capacidad de agente transformador del entorno urbano, con claras y positivas consecuencias socioeconómicas, construcción de grandes complejos y atractivos edificios, crecimiento imparable de nuevos museos que surgen a la som-

bra de instituciones que los promueven para responder a la sociedad civil. Así han surgido algunos de los espacios más importantes del momento como son La Isla de los Museos de Berlín, El Barrio de los Museos de Viena y el que siguiendo este modelo está en construcción Matadero Madrid.

La Isla de los Museos de Berlín

Esta isla está situada en el centro de la ciudad, en el barrio Mitte, entre el río Spree y un canal, es uno de los complejos museísticos de mayor riqueza cultural del mundo, con más de tres millones de visitantes al año, ocupa la mitad del norte de la isla (originariamente ésta era un área residencial dedicada al arte y la ciencia).

Dados los daños sufridos en varios museos durante la segunda Guerra Mundial han tenido que ser reconstruidos o rehabilitados (ejemplo, el museo Bode de escultura). Este espacio urbano está dedicado enteramente al arte y en él se encuentran cinco de los más importantes edificios dedicados a museo, el Museo Pérgamo, el Museo Antiguo, el Museo Nuevo, la Galería Nacional Antigua y el Museo Bode. Fue declarado por la UNESCO Patrimonio de la Humanidad. Se ha proyectado la construcción de un nuevo edificio moderno de cristal y acero (el sexto del lugar, que estará abierto en 2.012) para dar acceso a los museos de la isla, ocupará un espacio entre el Museo Pérgamo y el Museo Nuevo y donde se instalarán entre otros un auditorio, cine, teatro, tiendas, librería, sala de actividades y de documentación, así como restaurantes. Se ha organizado entre los berlineses una cierta polémica por la construcción de este edificio del arquitecto inglés Chipperfield ante el temor de que desvirtúe la zona y suponga la descalificación de la misma como Patrimonio de la Humanidad, polémica parecida a la que surgió en París cuando el arquitecto Ming Pei construyó la pirámide del Louvre de acero y cristal.



Fig. 8. Museo Bode. Berlín.



Fig. 9. Ampliación de Chipperfield.

El Barrio de los Museos de Viena

Viena ha definido el concepto de museo con su Barrio de los Museos, moderno complejo museístico que ofrece una unión cultural entre el arte más clásico y el más vanguardista. Conservar lo antiguo, vivir lo nuevo y disfrutar todo junto es el lema de este espacio singular de arte, que atrae tanto por sus museos y exposiciones como por sus locales, restaurantes, cafés, tiendas, donde el diseño moderno puede estar presente hasta en un bar de copas...

El Barrio de los Museos (Museum Quartier, QM) es uno de los complejos museísticos más grandes del mundo, más de veintisiete Instituciones Culturales se reúnen en él, esta el Museo de Arte Moderno, el Museo de los Niños, el Centro de Arquitectura de Viena, el Museo Leopoldo (nombre que recibe del oftalmólogo Rudolf Leopold que en 1.994 vendió al Gobierno

su colección de más de 5.000 obras de arte), el Pabellón Kums-talle, un centro de exposiciones de vanguardia, centros dedicados a las nuevas tecnologías, a la danza, etc. Se localiza en la frontera de la vieja ciudad, donde se encuentran las que fueran las caballerizas imperiales, edificios barrocos rehabilitados para albergar museos y que conviven con otros edificios modernos, lo que supone un recinto cultural de

primer orden. Funciona de manera descentralizada, cada museo se administra por si mismo y compite con los demás.

Este Barrio es lo más representativo de la Viena contemporánea, punto de encuentro para los vieneses que no sólo llenan los museos sino que también se dan cita en las tiendas de música, o de libros, asisten a conferencias o pasan en él sus ratos de ocio nocturno y para los turistas que visitan la ciudad algo que les impacta favorablemente.



Fig. 10. Barrio de los Museos. Viena.



Fig. 11. Antiguo matadero.
Madrid.

Matadero Madrid

Teniendo como referencia el Barrio de los Museos de Viena, el Ayuntamiento de Madrid ha proyectado un gran complejo cultural de vanguardia al sur de la ciudad, rehabilitando para ello una serie de naves neo-

mudéjares, arquitectura industrial de principios del siglo XX.

El proyecto se enmarca dentro de una operación urbanística que prolongará hasta el matadero el eje museístico del Paseo del Prado donde se encuentran los museos más importantes de la ciudad, El Prado, El Tissen y El Reina Sofía. La mitad del espacio cubierto va destinado a equipamientos culturales (biblioteca, salas de exposiciones, museos, el museo de la colección Arco ocupará dos pabellones), en él se darán cita las artes plásticas, escénicas y visuales (literatura, música, diseño, arquitectura). La otra mitad se destina a locales de ocio (cines, teatros, tiendas, restaurantes, cafés y locales nocturnos, entrarán en servicio a medida que se vayan rehabilitando y esta prevista su terminación en 2.011. Un espacio único y de gran belleza que aspira a convertirse en un símbolo cultural de Madrid y a proyectar su imagen en el exterior.

No hay ningún espacio cultural de nueva creación que no tenga en cuenta la presencia de algún museo en el mismo. Los más importantes museos se integran en grandes espacios culturales. El papel de los museos en el planeamiento urbano esta cambiando, ambos son campos de convergencia y lo hemos podido ver en los anteriores ejemplos.

VI. APUNTE FINAL

Las líneas que anteceden nos han permitido ver cuan significativos han sido los cambios acaecidos en los museos y que han ido al unísono con los que ha experimentado la cultura en las últimas décadas. Los cambios sufridos por los museos no se han centrado sólo en el edificio, sino también en la manera de exponer su contenido.

Las nuevas formas del arte en sus manifestaciones más diversas, han exigido nuevos museos, también la ciencia ha querido manifestarse y participar con un nuevo atractivo para todos los públicos, no solo para los entendidos. Hoy las ciudades apuestan por la cultura, se enriquecen con la construcción de nuevos museos, lo que las hace más atractivas y con una proyección mayor al exterior, también el museo resulta ser centro y punto de referencia de su vida social.

Madrid, 10 de octubre de 2.007

F. T. S.

Profesora de la Universidad Complutense

BIBLIOGRAFIA

- ALONSO FERNÁNDEZ, L. (1999) Introducción a la nueva museología. Madrid, Alianza Ed.
- BAZTÁN, C. (1997) Museos españoles. La renovación arquitectónica. Madrid, Mº de Educación y Ciencia.
- CALVO SERRALLER, F. (2001) El fin de los Museos de Arte contemporáneo. En los Museos y la conservación del Patrimonio, pp 31-57. Madrid Fundación BBVA
- CARBONELL I ESTELLER, E. (2001) El proyecto museístico del Museo Nacional de Arte Contemporáneo de Cataluña .En Los Museos y la Conservación del Patrimonio. Pp 97-115. Madrid, Fundación BBVA.
- DIARIO DIGITAL DE MADRID (1-02-07) El Ayuntamiento quiere convertir el matadero en un moderno centro de artes aplicadas. Madridiario.es
- EL MUNDO (12-06-02) De matadero a gran centro comercial. Madrid.
- FERANDEZ GALIANO, L. (1994) Tantos museos: La proliferación de escenarios para el arte. Rev. Arquitectura Viva, nº 45-46 pp. 14-15
- FORO HISPANO BRITÁNICO (2002) Los museos públicos en el siglo XXI. Madrid, Fundación Hispano Británica.
- GREWCOCK, D. (2001) Museos de las ciudades y de los futuros urbanos. Rev. Museum International. UNESCO nº 231.
- JORGE, J. Y SELFA, C. (2002) Los espacios de la cultura en las políticas de transformación urbana de la ciudad neoliberal. Boletín de la AGE, nº 34.
- KUDSON, K. (1987) Museum of influence. Cambridge University Press.
- LAYUNO M.A. (2002) Los nuevos museos en España. Madrid, Edilupa Ediciones.
- LAYUNO M.A. (2003) Museos de Arte Contemporáneo en España. Del palacio de las artes a la arquitectura como arte. Gijón, El Trea.
- MONEO, R. (2001) Arquitectos y museos. En los museos y la conservación del patrimonio. pp. 155-163 Madrid, Fundación BBVA.
- MONTANER,J. MA.Y OLIVERAS, J. (1986) Los museos de la última generación. Barcelona Gustavo Gili.
- MONTANER, J. MA. (1990) Nuevos Museos : Espacio para el arte y la cultura. Barcelona, Gustavo Gili.
- MONTANER, J. MA. (1995) Museos para el nuevo siglo. Barcelona, Gustavo Gili.
- MONTANER, J. MA. (1995) Museos para el siglo XXI. Barcelona, Gustavo Gili.
- MONTANER, J. MA. (2007) El laberinto de los museos en España. Madrid, Centro Cultural Cervantes.
- MORENTIN, J. (2007) Museos: nuevos públicos o nuevas actitudes. Geocities.com.
- PEREZ , F. (2006) Los grandes museos de arte del mundo occidental. Diario Digital.com

- REGIL, L. (2007) Nuevos balcones digitales: La incorporación del Hipermedia en los Museos de Arte. Rev. Balcones Digitales.
- TUSELL, J. (2001) Cambios esenciales producidos en los últimos tiempos en la vida de los museos de todo el mundo. En Los museos y la conservación del patrimonio. Madrid, Fundación BBVA.
- TUSELL, J. Coordinador (2001) Los museos y la conservación del patrimonio. Madrid, Fundación BBVA.
- WEBER, R. (2003) Los nuevos desafíos de la cooperación cultural europea. Rev. Pensar Iberoamérica nº 2.

APÉNDICE

NUEVOS MUSEOS DE ARTE CONTEMPORÁNEO

1989. Centro Atlántico de Arte Moderno. Las Palmas de Gran Canaria (Francisco J. Saenz de Oiza)
1990. Fundación Antoni Tapiés. Barcelona
1991. Centro Andaluz de Arte Contemporáneo. Sevilla (La Cartuja)
1992. Fundación Pilar y Joan Miró. Palma de Mallorca (Rafael Moneo)
1993. Centro Galleo de Arte Contemporáneo. Santiago de Compostela (Álvaro Siza)
1995. Arte contemporáneo. Barcelona. (Richard Meyer. Ampliado en 2006)
1995. Bellas Artes. La Coruña. (Manuel Gallego Jorret)
1997. Museo de arte Contemporáneo, Guggenheim. Bilbao. (Franc Gehry)
1997. Museo de Arte Moderno y Contemporáneo. Palma de Mallorca. (Hermanos García Ruiz)
1998. Museo de Arte Contemporáneo. Esteban Vicente. Segovia (Palacio de Enrique IV. S. XV)
2001. Cuevas de Altamira. Santillana del Mar. (Juan Navarro Baldeweg)
2002. Artium. Museo Vasco de Arte Contemporáneo. Vitoria (José Luis Catón)
2002. Museo de Arte Contemporáneo. Valladolid. Patio Herreriano (Juan,C. Anuncio y J. Blanco)
2003. Centro Andaluz de Arte Contemporáneo. Málaga. (antiguo mercado. Miguel, A. Díaz)
2004. Museo de arte Contemporáneo MUSAC. León (Mansilla-Tuñón)

NUEVOS MUSEOS DE LA CIENCIA

1981. Museo de la Ciencia. Barcelona.
1985. Domus. La casa del Hombre. La Coruña (Arista Isozaki)
1993. Museo de la Ciencia y el Cosmos. Tenerife
1995. Parque de las Ciencias Andaluzas. Granada
1996. Museo de la Ciencia y el Agua. Murcia
1996. Principia, Museos de la Ciencia. Málaga.
1996. Museo Elder de la Ciencia y la Tecnología. Las Palmas de Gran Canaria.
1999. Museo de la Ciencia de Castilla la Mancha. (Cuenca)
2000. Museo de la Ciencia Príncipe Felipe. Valencia (Santiago Calatrava)
2000. Cosmo Caixa. Alcobendas, (Madrid)
2003. Museo de la Ciencia. Badajoz.
2003. Museo de la Ciencia. Valladolid.
2003. Museo de la Ciencia y la Tecnología. Las Palmas de Gran Canaria
2007. Museo Nacional de la Ciencia y la Tecnología. La Coruña.

COMUNICACIÓN E INTERPRETACIÓN: MUSEOS Y CENTROS DE INTERPRETACIÓN EN EL ÁMBITO RURAL

Prof. Dr. José Manuel Castaño Blanco

0103TEMAS

AUTOR: José Manuel Castaño Blanco

ADSCRIPCIÓN: Universidad Rey Juan Carlos

TÍTULO: Comunicación e interpretación: museos y centros de interpretación en el ámbito rural

FECHA ACEPTACIÓN ARTÍCULO: 02/10/2007

CORREO ELECTRÓNICO: josemanuel.castano@urjc.es

Resumen: Reflexión sobre la naturaleza y papel que desempeñan los centros de interpretación en la gestión del patrimonio cultural y natural y su relación con los museos tradicionales. También en este artículo se establece como la comunicación interpretativa es la principal estrategia de estos centros. Se analiza el caso práctico del Parque Natural Las Arribes del Duero.

Palabras clave: turismo cultural, centros de interpretación, turismo rural, comunicación interpretativa, Parque Natural Arribes del Duero, patrimonio natural, patrimonio cultural.

Licencia del presente documento:

El presente texto se halla licenciado bajo Creative Commons - By-SA, y es de libre copia, distribución y transformación, incluso con fines comerciales, con las solas condiciones de mantener la misma licencia. Puede consultar las condiciones de la licencia en el siguiente enlace:

<http://creativecommons.org/licenses/by-sa/es/>

Copyleft 2007 - José Manuel Castaño

<http://derecho-internet.org>

Versión del presente documento: 0.1.

1. INTRODUCCIÓN

El trabajo que a continuación se presenta ha sido expuesto en el marco del XII Curso de Otoño de la Universidad de Cádiz celebrado en Jerez de la Frontera (septiembre 2.007) con el título: "Los Museos: Recursos del Turismo Cultural". Nos planteamos una reflexión sobre la naturaleza y el papel que desempeñan los llamados centros de interpretación en la gestión del patrimonio cultural y natural y su relación con los museos tradicionales. ¿Pueden ser consideradas verdaderas entidades museísticas? De igual modo se establecen algunos principios de la comunicación interpretativa como principal estrategia de este tipo de centros. Para abordar estas cuestiones se ha realizado un estudio de caso sobre los museos y centros de interpretación que en la actualidad existen en el territorio que ocupa el Parque Natural Las Arribes del Duero y que comprende las comarcas históricas de Sayago en Zamora y la Ribera y el Abadengo en Salamanca. Un territorio que atendiendo a sus importantes valores naturales y ecológicos fue declarado Parque Natural en el año 2.002 (Ley 5/2.002, de 11 de abril). Para la recogida de datos se ha llevado a cabo una serie de entrevistas estructuradas con el personal que atiende estos centros, así como diferentes observaciones de campo.

Los centros de interpretación, en términos generales, se definen como entidades cuya finalidad principal es el dar a conocer determinados valores culturales, históricos y naturales, ubicados generalmente en el ámbito rural, que destacan por su propia identidad y que utilizan como estrategia de comunicación la interpretación del patrimonio. Se trata en realidad de una alternativa al modelo tradicional de conservación, exposición y comunicación del patrimonio donde el museo convive con otros modelos como son los centros de interpretación o los yacimientos arqueológicos musealizados. Estas tipologías son aceptadas por el Consejo Internacional de Museos (ICOM), como quedó recogido en la asamblea general celebrada en París en 1970, donde se sentaron las bases de una nueva clase de museos cuya concepción trascendía la idea tradicional de estas instituciones. Sobre la denominación, como se ha podido comprobar, no existe por el momento un criterio homogéneo, siendo utilizada una variedad de nombres, todos ellos tal vez más comprensivos para el visitante: casas del parque, centro de interpretación, centro de visitantes, aula histórica y museo.

La proliferación actual de este tipo de entidades museísticas, no solo en esta región leonesa sino en toda España, responde por un lado a la fuerte demanda de los consumidores de espacios naturales y por otro a la tendencia cada vez más creciente de recuperación y conservación de las zonas rurales, como en el caso que nos ocupa, por medio de una oferta cultural amplia, que acompañada de una serie de equipamientos y servicios turísticos, va a facilitar el posicionamiento de la zona dentro del mercado turístico.

En efecto, el turismo en el espacio rural se ha convertido en uno de los ejes de la política rural en las regiones europeas, especialmente mediterráneas, ya que es el ámbito de actividad por excelencia que permite una perspectiva transversal y contribuye a compensar las desventajas de algunas de esas zonas y a corregir distorsiones y desigualdades. Además, esta actividad es una fuente de ingresos complementarios, generadora de empleo que cumple el objetivo previsto de paliar la fuerte tendencia al abandono de estas zonas, a la vez que sirve co-

mo vector de desarrollo y ordenación rural. En suma, se puede afirmar que el turismo rural es hoy un indicador del nivel de desarrollo de las regiones y pueblos llamados del interior.

En comparación con los museos tradicionales, estos ecomuseos en su filosofía incorporan un concepto de globalidad al estudiar de manera contextualizada una forma de vida o cultura determinada que desborda los límites del propio centro de interpretación. No en vano, su propósito principal es el de comunicar los significados de las formas de vida tradicional en su medio concreto: el territorio. Al estar situados en los ecosistemas que interpretan ofrecen al visitante una mayor posibilidad de interpretación que permite alcanzar un conocimiento más profundo del patrimonio. Por otro lado, evitan el tradicional problema del estancamiento de los discursos etnográficos y antropológicos.

Desde un punto de vista conceptual, estas entidades parten de una triple premisa; descentralización territorial, diversificación de temáticas y pluralidad de perspectivas, a la vez que plantean un triple objetivo. En primer lugar, son centros de carácter comarcal, estrechamente relacionados y comprometidos con el entorno, que transmiten a los usuarios y a la población local la importancia de su conocimiento y la conservación de su patrimonio.

En segundo lugar, actúan como verdaderos vehículos de promoción de la zona en el plano cultural y económico, posibilitando reactivar ciertas zonas a partir de la conservación y explotación del patrimonio. En último lugar, se pretende llevar a cabo un desarrollo turístico sostenible del patrimonio, donde el visitante tiene la oportunidad de vivir una experiencia auténtica contextualizada.

El logro de algunos de estos objetivos se puede apreciar además en la elección de los espacios y edificios donde se ubican estos centros, verdaderos emblemas patrimoniales de la zona, que, al ser rehabilitados, implementan nuevas medidas de conservación y puesta en valor del patrimonio. Algunos de estos principios y conceptos quedan recogidos en el marco del Programa "Parques Naturales de Castilla y León" cuyos objetivos principales son los siguientes:

- a) Puesta en valor de los recursos naturales de manera sostenible.
- b) Dar a conocer los valores histórico-culturales, así como los recursos rurales y tradicionales.
- c) Facilitar la participación de la población en la gestión del patrimonio.
- d) Aplicación de las tecnologías de la información y de las comunicaciones.
- e) Mejorar la calidad de vida local mediante el desarrollo de infraestructuras y servicios necesarios.

Los centros de interpretación se definen como entidades cuya finalidad principal es el dar a conocer determinados valores culturales, históricos y naturales.

f) Crear empleo y fijar la población local de la zona de influencia socioeconómica (ZIS).

La herramienta principal de los Centros de Interpretación es la denominada comunicación interpretativa. El concepto de interpretación ha evolucionado notablemente desde la definición de Tilden (1.957), el primero en usar el término, y aplicarlo en los parques naturales en EE.UU. La definición queda recogida en su obra "Interpreting Our Heritage":

Interpretar es el arte de presentar la historia de un lugar a una audiencia identificada de manera que estimule, informe y entreteenga, todo ello con el fin de dejar en el visitante un entendimiento de por qué y en qué sentido es importante ese lugar.

Se trata, por otro lado, de un recurso de la museografía didáctica y un instrumento de comercialización de gran eficacia que se define como una estrategia de comunicación diseñada para revelar, mediante el lenguaje del consumidor, el significado y los vínculos existentes entre el patrimonio cultural y natural, y su implicación con objetos, paisajes y emplazamientos (Veberka, 1.994). La importancia que actualmente se otorga a este tipo de comunicación en el marco del turismo queda recogida en el enunciado nº 15 del Plan de Impulso del Turismo de Naturaleza publicado por la Secretaría General de Turismo en el año 2.004:

Programa piloto de interpretación del patrimonio natural y cultural en destinos de turismo de naturaleza y de sol y playa y culturales, relacionados con el patrimonio natural.

La interpretación del patrimonio es el arte de traducir el lenguaje técnico y complejo del legado histórico cultural y natural a una forma casi coloquial y comprensible para los no entendidos o desmotivados en los fenómenos del patrimonio, o el público que se halla de forma casual o no, en lugares que poseen valor patrimonial con el propósito de desvelar el significado del lugar que se visita. En suma, la comunicación es definida por sus destinatarios; visitantes, turistas, excursionistas, etc.

Entre los visitantes y los destinos rurales deben establecerse mecanismos de comunicación de manera que se pueda lograr una rentabilidad, tanto para el entorno como para el consumidor. Para ello es necesario planificar cuidadosamente todo el proceso tratando de despertar en primer lugar la curiosidad, estimular el interés y captar la atención del público, así como transmitir el mensaje a la vida cotidiana para activar su motivación. Cuando la comunicación interpretativa es eficaz se produce una educación sobre un determinado tema, es decir, el visitante recibe un mensaje, lo comprende, recuerda algunos contenidos y los utiliza.

El proceso se realiza en presencia del objeto real (paisaje, animal, edificio, etc.) y combina elementos artísticos (creativos) con otros técnicos (procedimientos) para transmitir un mensaje positivo y eficaz sobre el entorno que se visita. La tarea la realiza generalmente el informador turístico, aunque se utilizan nuevas tecnologías como recursos complementarios. Gran parte del éxito del proceso radica en el establecimiento previo de tres objetivos interrelacionados pero de diferente naturaleza por parte de los planificadores del centro (Veberka, 1.994). En primer lugar, los llamados objetivos de aprendizaje con los que se establecen los principales contenidos.

dos temáticos del centro que, tras el recorrido por el parque, el turista ha de identificar (por ejemplo, el significado de la construcción de chozos o de las características paredes (cortinas) en los Arribes, la existencia de los verracos, o la identificación de tres especies de aves). En segundo lugar, los llamados objetivos emocionales, que refieren el contenido afectivo de nuestros mensajes: es decir, que el visitante sienta, comprenda y acepte la propuesta del centro (por ejemplo, la importancia de la preservación de las especies y del patrimonio local). En tercer y último lugar, los objetivos comportamentales, que es el verdadero propósito interpretativo: el cambio de actitud y pautas de comportamiento medioambiental. El logro de estos objetivos permite llevar a cabo la educación ambiental, esencia de la comunicación interpretativa.

Se puede afirmar que a la hora de gestionar el patrimonio y el turismo cultural la interpretación se ha convertido en el método de trabajo más utilizado, tanto en el ámbito anglosajón, de donde surge, como en el de la Europa continental. Existe sin embargo alguna diferencia entre ambas concepciones respecto a la forma de presentación de los recursos. En la segunda de estas concepciones, las formas de presentación no son especialmente importantes, mientras que en la primera cobra tanta relevancia como el propio mensaje. Tradicionalmente, la interpretación ha sido abordada desde una perspectiva etic, es decir, lo que se comunicaba al público no eran tanto los contenidos temáticos de la interpretación como las consecuencias psicológicas, sociales y culturales de los mismos en la vida de la población local (por ejemplo, la importancia del río Duero o de la orografía de las Arribes para la vida de la población local, la importancia de la vida en los castillos y su relación con la historia, etc.). El mensaje no incidía tanto en el objeto en sí como en sus consecuencias. El cambio de perspectiva en la interpretación del patrimonio más centrada ahora en el objeto en sí implica a su vez una mayor profundidad de análisis. No en vano, el verdadero protagonista de estos nuevos centros es el recurso en sí mismo, ya sea un territorio, una excavación arqueológica o un castillo. Como consecuencia de este cambio los Centros de Interpretación se convierten lugares únicos no repetitivos.

Interpretar es el arte de presentar la historia de un lugar a una audiencia identificada de manera que estimule, informe y entreteenga.

2. DESCRIPCIÓN DE LOS MUSEOS Y CENTROS DE INTERPRETACIÓN DE LAS ARRIBES DEL DUERO

Castilla y León, comunidad donde se encuentra ubicado el Parque Natural Arribes del Duero, es una de las regiones más extensas de la Unión Europea que cuenta con una gran variedad de ecosistemas que la convierten en uno de los territorios de mayor valor por su elevado índice de biodiversidad y también por la riqueza de su patrimonio natural y cultural. La Fundación Patrimonio Natural fue creada precisamente con el propósito de llevar a cabo una serie de actuaciones encaminadas a la restauración, promoción y gestión integral de todo ese

gran patrimonio, sirviendo además de apoyo al desarrollo cultural, social y económico de la comunidad.

Según se desprende de la legislación museística vigente en Castilla y León, los centros de interpretación quedan encuadrados dentro de la Red de Espacios Naturales Protegidos (Ley 8/1.991, de 10 de mayo), en la que se agrupan un conjunto de áreas que representan los ecosistemas de la región y cuya definición queda plasmada en el denominado Programa "Parques Naturales de Castilla y León" (aprobado en septiembre de 2.002):

Los Centros de Interpretación de la Naturaleza de Castilla y León son puntos didácticos que ofrecen una información sencilla, amena y pormenorizada de estos lugares de vital importancia para el conocimiento de los ecosistemas. El turista puede conocer las características de la fauna y la flora del entorno, el tipo de suelos y otras características, como la importancia del agua.

Este programa se basa en tres factores interrelacionados: La potencialidad de uso público del patrimonio natural, el valor añadido del patrimonio cultural y etnográfico y la aplicación al mundo rural de las nuevas tecnologías de las telecomunicaciones¹.

De igual modo, se recoge en dicha legislación una serie de actuaciones básicas encaminadas al funcionamiento de estos centros, así como al desarrollo de los servicios necesarios de atención al público².

Respecto a la descripción física del territorio, objeto de estudio, el Parque Arribes del Duero, comprende una franja de 122 Km que se extiende entre el NO de Salamanca, el SO de Zamora y la frontera con Portugal (aquí el parque se denomina Douro Internacional). Tiene una extensión de 106.105 Ha. y una altitud media de 400 m. Se delimita por una amplia red hidrográfica formada por los ríos Duero, Huebra, Camaces, Uces, Tormes y Águeda. Goza de un microclima mediterráneo que le permite el cultivo en bancales del olivo, el almendro, naranjos y viñedos. Incluye 37 municipios (24 pertenecientes a Salamanca y 13 a Zamora) y una población de 18.993 habitantes (incluyendo las Zonas de Interés Socioeconómico). En cuanto a la distribución de la población según tamaño de los municipios, señalar que el 36,2% corresponde a municipios entre 1.000 y 5.000 habitantes, el 32,9% a lugares entre 500 y 1.000 habitantes y el 30,9 % a lugares con menos de 500 habitantes.

Desde una perspectiva histórica, la zona se caracteriza por un perfil fronterizo y una jurisdiccionalidad que podíamos calificar de ambivalente, de modo que unas veces ha pertenecido al reino de Portugal y otras al reino de Castilla. Estas oscilaciones políticas se han materializado en una red de baluartes defensivos conservados en la actualidad que constituyen uno de los más genuinos recursos turísticos con que cuenta la zona. El perfil de región alejada, despoblada y periférica es también hoy un valor ecoturístico en alza.

Analizamos a continuación algunos elementos del Patrimonio natural y cultural de la zona y su implementación turística. Respecto al patrimonio natural, de gran relevancia como ya se dijo,

hay que señalar que en 1.990, fue declarada Zona de Especial Protección para las aves, dando cobijo a 205 especies³; 300 especies de vertebrados, 16 de peces, 12 de anfibios, 21 de reptiles, 46 de mamíferos⁴. El paisaje se caracteriza por la abundancia de encinas, robles, enebros, alcornoques, fresnos, iniestas, chumberas, olivos, almendros, naranjos, viñas, etc.

Dentro de la arquitectura religiosa, cabe destacar el Convento de San Francisco de Fermoselle, fundado en el siglo XVIII y reutilizado en la actualidad como centro de interpretación. Existen otros conventos como el de las Agustinas de San Felices de los Gallegos del siglo XVI, o el de Santa Marina la Seca, también del siglo XVI en Sobradillo (en ruinas). De igual modo, contamos con otros ejemplos de arquitectura religiosa desde el mozárabe y románico, como la ermita del Cristo de Hinojosa de Duero, hasta ejemplos del siglo XVI, XVII y XVIII en Sobradillo y San Felices, respectivamente. Como elementos característicos de la religiosidad popular se conservan algunos humilladeros y calvarios como los de La Redonda o los de San Felices, entre otros. Estos edificios acogen además una muestra importante del patrimonio histórico artístico de la zona, algunas de cuyas piezas han formado parte en diferentes ediciones de las Edades del Hombre tan representativas y emblemáticas de la promoción cultural de la religiosidad y el arte en Castilla y León. Hay que destacar también la fuerte personalidad de la arquitectura popular dotada de las siguientes características:

- a) La utilización de piedra berroqueña, el cuarzo (popularmente denominado gego) y la pizarra, etc., como materiales de construcción, tanto de viviendas y arquitectura auxiliar como de paredes divisorias de huertos y prados (cortinas) con técnica a cuerda seca y produciendo unos efectos de gran pictoricidad.
- b) Ordenamiento del espacio agrícola y ganadero a base de pequeños muros llamados cortinos o paredones. Una de las características de la comarca es el tipo de explotación agrícola denominada "corte" (cortina), situada de manera envolvente muy próxima a la vivienda. En realidad se trata de pequeños terrenos de propiedad privada y dedicados al cultivo doméstico de productos hortofrutícolas y de centeno para forraje de animales. La posesión de uno de estos cortinos era uno de los elementos primordiales que ha distinguido jurídicamente a los sayagueses. En efecto, las ordenanzas de Zamora otorgaban la condición de pleno propietario a aquellos que tuviesen "corte entera que es una casa y un corral y un terrenal y una tierra y un prado según costumbre de Sayago" (Castaño, 2001, 144)⁵. Las cortinas han dado lugar a un oficio, el de paredero, que se mantiene vivo en la localidad de Lumbrales.
- c) El sistema de construcción de la vivienda tradicional de la comarca sobresale por la reutilización de materiales ya empleados en épocas anteriores. Uso de la Cubierta paralela a fachada con voluminosa chimenea piramidal; puerta principal de grandes dimensiones con tres hojas; robustas tozas y jambas monolíticas; saetera para la ventilación de la bodega y uno o dos vanos para la ventilación de las alcobas y del doblado donde se almacena la cosecha. Los vanos suelen estar encalados.
- d) La construcción de chozos. Es la manifestación más primitiva de las construcciones po-

pulares del medio rural. Nacieron como "casetos" vinculados a la trashumancia en las cañadas, unidos a los viñedos- es el caso de los denominados guarda-viñas-; a las zonas cerealistas para que los pastores pudieran protegerse de las inclemencias del tiempo, y para guardar los aperos y utensilios de labranza en las eras, incluso en las zonas huertanas. Utilizan la piedra, el adobe, la madera con techumbres de paja, tierra y barro. Cuentan con cúpula por aproximación de hiladas y planta circular. Algunos poseen pequeños corrales que lo circundan. Hoy los chozos se integran en el paisaje de las rutas de senderismo, en aquellas que coinciden con cañadas, cordeles e itinerarios relacionados con la trashumancia.

e) En cuanto a otros elementos de arquitectura auxiliar, destacar diferentes tipos de horno, boíles con sus característicos portones de dos hojas, tejaroces y tornapuntas que lo sostienen; tenadas y otros establecimientos para el ganado. Fuentes y puentes de época romana y medieval. Bodegas excavadas en la roca, de época bajomedieval entre las que destacan las de Fermoselle. Pósito o Alhóndiga y lagares de vino y aceite o Almazaras como las de San Felices, son otros destacados ejemplos de la arquitectura auxiliar de la zona.

f) La vivienda tradicional suele ser predominantemente de una sola planta cuya distribución espacial es como sigue: entrada o zaguán que se transforma en espacio principal que aloja algunas actividades tradicionales como la matanza y otras relacionadas con el cultivo de la almendra. Espacio que incluye un pozo, elemento casi indispensable y característica sobresaliente de su arquitectura, junto a la cantarería. Este portal o zaguán, generalmente de holgadas dimensiones, sirve de distribuidor para el resto de los espacios de la casa con entradas adinteladas: sala y alcobas, cocina y despensa, cuadras, bodegas y subida al doblado o desván. En segundo lugar, el espacio posterior, que aloja las cuadras para los distintos ganados, lagares, cortina y algún sembrado. Alrededor de estos dos espacios se desarrollaba la vida familiar y social.

Para cerrar esta breve lectura de la zona a través de su patrimonio queremos mencionar algunos ejemplos del Patrimonio Industrial como es la rehabilitación y explotación con fines turísticos del ferrocarril del siglo XIX que hacía el recorrido desde la Fuente de San Esteban a Barca de Alba en Portugal, declarado Bien de Interés Cultural (BIC) con categoría de Monumento desde finales del año 2000⁶. Igualmente, la puesta en valor de la navegación del río Duero a través de los puertos fluviales de la Fregeneda, de Vilvestre y de Fermoselle, entre otros, que diferentes tipos de viajes y recorridos en barco.

3. RESULTADOS

Exponemos a continuación los resultados del análisis de los rasgos distintivos y actividades de los centros de interpretación existentes en el Parque Natural de las Arribes del Duero y los espacios temáticos que representan y musealizan. Los centros identificados son los siguientes:

1. Casa del Parque y Centro de Interpretación Torreón de Sobradillo (Sobradillo)

2. Aula Histórica Castillo de San Felices (San Felices de los Gallegos)
 3. Centro de Visitantes Casa del Conde (Lumbrales)
 4. Museo Arqueológico (Lumbrales)
 5. Museo del Aceite (San Felices de los Gallegos)
 6. Museo (Hinojosa de Duero)
 7. Casa del Parque y Centro de Interpretación Convento de San Francisco (Fermoselle).
1. Casa del Parque y Centro de Interpretación Torreón de Sobradillo.

Este centro de interpretación, ubicado en la localidad de Sobradillo, se creó en el año 2003 para dar a conocer el significado del patrimonio natural (fauna y flora) y etnográfico (arquitectura popular) de la zona. Ocupa una Torre defensiva del siglo XV, construida probablemente sobre otra anterior⁷. Esta torre forma parte de la red de baluartes y castillos que se construyeron para asegurar la frontera hispano portuguesa y que ha sido recientemente rehabilitada y acondicionada para albergar el centro de interpretación de la fauna y flora del Parque. El centro se estructura en cuatro bloques temáticos o ámbitos, cada uno de ellos distribuido en las tres plantas con que cuenta el edificio cuyas funciones pueden ser resumidas en el siguiente esquema:

1. Área de atención y recepción al visitante (planta baja y sótano).
2. Ambientación paisajística y fauna (entreplanta).
3. Diversidad paisajística (primera planta)
4. Mapas de la flora y su denominación técnica y dialectal (segunda planta)

El área de atención al público ocupa una gran sala en la planta baja desde la que se accede al Aljibe, situado en el sótano y destinado a sala de proyecciones del Parque Natural y aula de formación. Además cuenta con una pequeña área para la exposición de diversos mapas de la zona y del parque, así como algunos ordenadores que facilitan información general.

La ambientación paisajística de esta región se expone mediante diferentes paneles interpretativos que incluyen una maqueta con la orografía y los ríos principales del Parque. Como espina dorsal, el Duero, en el que desembocan todos los demás y sirve de frontera con Portugal. Junto a ella unas pantallas interactivas nos muestran imágenes de los miradores de las Arribes y de la Red de Espacios Naturales. De igual modo, se ofrece una exposición en paneles y grandes fotografías la diversidad paisajística y de los cultivos en terrazas de olivos, almendros y viñedos, así como construcciones auxiliares de arquitectura popular: chozos, chiviteros, cercas, puentes, molinos, "pasaderas", frecuentes también en las tierras altas.

El ambiente natural de los cañones es recreado en la primera planta: diferentes cascadas (denominadas popularmente cachoneras) y valles abruptos favorecen el asentamiento de una avifauna singular, especialmente rica en rupícolas anteriormente citadas y otras de menor porte. En la planta segunda se representan mediante una serie de reproducciones los aspectos esenciales de este paisaje (elevados paredones, cascadas, vegetación mediterránea de la que sobresalen "pailones" y roquedos). En la tercera planta se expone un gran mural representativo de la dehesa charra y su correspondiente flora.

2. Aula Histórica y Centro de Interpretación Castillo de San Felices.

El segundo de los centros se ubica en la Torre del homenaje del castillo de San Felices de los Gallegos. Se trata de una construcción del siglo XIII aunque con diferentes modificaciones a lo largo del siglo XVIII. En la actualidad el conjunto defensivo se halla en una fase de rehabilitación avanzada. El Centro de interpretación fue creado en el año 2000 y es de propiedad particular. Ocupa la Torre del homenaje, plenamente rehabilitada, y tiene como finalidad el dar a conocer de manera gráfica la evolución histórica de las Fortificaciones de Frontera.

El centro se estructura en dos ámbitos temáticos, cada uno de ellos distribuido en las tres plantas con que, al igual que el anterior, cuenta el edificio.

1. Área de atención y recepción de visitantes.
2. Ambientación y recreación de la arquitectura militar desde la época prerromana hasta la Edad Media.

La sala de atención al visitante dispone de información sobre la villa, el lugar que ocupó en la historia de la frontera, su patrimonio monumental, sus fiestas, etc. y un pequeño punto de venta de objetos relacionados con la Ruta de las Fortificaciones de Frontera. Los pisos superiores se dedican a la evolución de la arquitectura militar y de la historia de la propia fortificación, desde el origen vetón (en la villa se conserva un verraco -jabalí en posición defensiva-, fuera de su emplazamiento original) hasta la Edad Media, las luchas entre el reino de León y los territorios Islámicos, hasta las luchas de frontera con Portugal en la Edad Moderna y el abandono de estas funciones. Permite interpretar de manera gráfica y sencilla la evolución histórica de las Fortificaciones de Frontera. Los medios utilizados son carteles ilustrativos (construcción, características, cronología...), maquetas, paneles, dibujos, elementos interactivos, reproducciones de armamento de la época, etc. Pudiendo ser manipulados por los visitantes los objetos de la exposición.

3. El Centro de Visitantes Casa del Conde..

Está situado en la localidad de Lumbreras (capital de la comarca del Abadengo) y ocupa una casa-palacio construida entre 1.875 y 1.887. También se denominó en su día "Casa de los Abuelos", en honor a sus primeros propietarios emparentados políticamente con D. Ricardo Pinto da Costa, Cónsul de Portugal en La Fregeneda e impulsor del citado ferrocarril, desde La Fuente de San Esteban a Barca d'Alva, clausurado en 1.985. A finales de los años 60 del siglo pasado, esta casa fue adquirida por el Ayuntamiento, pasando a denominarse Palacio de los Condes. Consta de dos plantas con techos artesanales de escayola, realizados por trabajadores portugueses y que fueron destruidos en la primera reforma.

El pabellón se construyó con motivo del banquete que se ofreció en la inauguración del ferrocarril a la Infanta Isabel que representaba a su madre, la reina María Cristina. El edificio fue rehabilitado y acondicionado para albergar el Centro de Interpretación del Castro de las Merchanas, muy próximo a dicha localidad.

El centro, inaugurado en el año 2.005, se estructura preferentemente entorno al citado yacimiento arqueológico:

1. Área de atención y recepción del visitante.
2. Interpretación del yacimiento del castro.

En la planta baja se sitúa el área de atención al visitante así como diferentes exposiciones sobre las formas de vida de la época, paneles interpretativos sobre las estrategias bélicas utilizadas por los pueblos que habitaron el castro y paneles de arquitectura popular. El yacimiento está próximo a la citada localidad en dos tesoros defendidos por el río Camaces y por lienzos de muralla. Se accede al recinto por dos puertas y dos portillos que aún están en pie. De este castro proceden los verracos ubicados delante de la fachada de la Casa del Conde y en la Plaza del Mercado. En la planta alta se hallan cuatro salones unidos entre sí que en la actualidad se utilizan para impartir diversos cursos.

4. Museo arqueológico (Lumbrales).

Se trata de una colección de unas 500 piezas recogidas por Eduardo Martín, maestro de la localidad y procedentes del citado castro de las Merchanas (primer milenio a. C - edad del Hierro, y que sobrevivió hasta el siglo V d.C.), aunque recoge también hallazgos de la comarca del Abadengo y su entorno inmediato. Se halla ubicado en la Torre del Reloj, edificio del siglo XVIII de gran valor artístico, que fue utilizado como ayuntamiento y cárcel del pueblo. El museo se estructura en dos plantas, la primera de ellas cuenta con varias salas y la segunda con una única sala, en las que se distribuyen los fondos, siguiendo un orden cronológico que permite adquirir una visión de los diferentes momentos culturales.

1. Área de atención al visitante y sala de exposiciones (Piezas desde el Paleolítico al mundo tardorromano).
2. Sala de calcolítico.
3. Sala de exposiciones (dedicada a los hallazgos de Las Merchanas; estelas romanas y ajuar).

En una de las salas de la planta baja se hallan expuestos útiles del achelense superior. Un panel explica las características generales de este periodo cultural. Las distintas nomenclaturas de estos instrumentos y los parámetros que los definen se detallan en otro panel informativo. En la segunda sala de esta misma planta hay una vitrina con una muestra de objetos que aparecen en los yacimientos calcolíticos, muy abundantes en la comarca, especialmente en la cercana localidad de Cerralbo, donde existe un yacimiento de singular interés (puntas de flecha, fragmentos de cuchillos, pesas de telar, etc. y una abundante representación de fragmentos cerámicos decorados). En mesas expositivas hay cerámicas, restos de fíbulas, y otros objetos de la Edad del Hierro. De época romana se exponen 14 monedas (desde un denario de Augusto, hasta monedas de Constantino), pesas de telar, vasijas y téguulas con marca de alfarero. Los hallazgos de las Merchanas ocupan la única estancia que hay en la planta superior. Un plano topográfico nos informa de su situación, extensión y disposición de la muralla. Diferentes ha-

llazgos (estelas, moneda, calavera, tégulas selladas, hachas, piedras de molino...) permiten interpretar la secuencia cultural del Castro. Algunas fotografías antiguas y otras de los objetos que salieron en la excavación del Castro completan el recorrido por esta sala.

5. Museo del Aceite (San Felices de los Gallegos).

El museo del aceite de San Felices de los Gallegos (villa declarada conjunto histórico-artístico) es de propiedad particular y fue inaugurado en el año 2.001. Ocupa un antiguo molino de aceite, popularmente conocido como "El lagar del Mudo". A principios del año 2.000 el edificio, ya ruinoso, fue adquirido por un descendiente de los antiguos propietarios que inicia su restauración y puesta en valor. Miguel Angel Manzanera fue el arquitecto responsable de las obras de restauración y acondicionamiento, ayudado por personal de la propia localidad. El museo se estructura en tres ámbitos.

1. Área de visitantes y tienda.
2. Útiles y maquinaria para la fabricación del aceite.
3. Exposición de objetos relacionados con el aceite.

El edificio es de una única planta donde se distribuyen, manteniendo los usos tradicionales, los diferentes espacios para el almacenamiento, explotación de la aceituna y fabricación del aceite. En la sala de audiovisuales se expone un vídeo que recoge diferentes imágenes del edificio antes y después de la restauración, donde se siguen los diferentes pasos para la obtención del aceite. La exposición se completa con sus recipientes, lagar, propiamente dicho, tórculo, etc. En el año 2.002 esta restauración obtiene una de las seis medallas que concede Europa Nuestra. El museo ha tenido una gran aceptación entre el público, habiendo contabilizado desde su apertura más de 15.000 visitas.

6. Museo arqueológico (Hinojosa de Duero).

El museo arqueológico y etnográfico de Hinojosa, que en la actualidad ocupa un edificio contemporáneo de dos plantas, dispondrá de una ubicación definitiva en una Almazara Industrial (siglo XIX) que actualmente se encuentra en fase de rehabilitación. Este museo se creó en el año 1.999 con el propósito de exponer una valiosa colección de unas 30 estelas romanas de entre las 600 pertenecientes a la Necrópoli (Hernández Guerra et al, 2.004), conocida como Cabeza de San Pedro en el mismo término, entre los ríos Duero y Camaces.

Los fondos se distribuyen en dos plantas con varias salas:

1. Área de atención al visitante y sala de exposición (estelas romanas).
2. Sala de exposición con importantes fondos fotográficos sobre el urbanismo y las costumbres de la villa a principios del siglo XX
3. Sala de exposición (colección pedagógica).

Además de su colección permanente se realizan en este Centro exposiciones temporales, cur-

sos y conferencias.

7. Casa del parque y centro de interpretación Convento de San Francisco (Fermoselle).

El centro fue creado recientemente, en el año 2.006, sobre lo que fue el Convento de San Francisco de Fermoselle, previa rehabilitación, con el objetivo de dar a conocer la Fauna, Flora, formas de vida, costumbres, oficios, fiestas y tradiciones de las comarcas que configuran el Parque. El edificio, antiguo convento de la Orden de San Francisco fue fundado en el año 1.731 sobre una antigua ermita del siglo XIII dedicada a San Juan (Castaño Blanco, 2.001)⁸. Del convento adosado se conservan un conjunto de Estancias construidas en sillería y ladrillo en torno a un gran patio abierto a mediodía. Se identifican la cocina, bodega y oficinas, un pequeño claustro de planta cuadrada y la zona de los dormitorios. En torno al 1835, un indiano funda en él el hospital de Nª Sª del Rosario. Siendo poco después desamortizado. Fue rehabilitado por la Consejería de Fomento en 2.005. Consta de una sola planta con varias salas en las que se distribuyen los ámbitos interpretativos y expositivos del centro.

1. Área de atención al público.
2. Nave lateral: Sala de audiovisuales.
3. Nave principal: conocimiento del Parque y ámbito temático.
4. Nave lateral: rincón de la memoria.

El centro realiza también exposiciones itinerantes sobre el patrimonio natural y cultural y cuenta con una sala de exposiciones temporales y didáctica (en el verano del 2.007 se expuso una interesante colección didáctica de juegos de la Oca).

4. CONCLUSIONES

Dentro de la política de conservación del patrimonio natural y cultural y desarrollo del turismo rural en Castilla y León, los llamados Centro de Interpretación, utilizando el término anglosajón (también denominados Centros de Recepción de Visitantes, Casas del Parque, Ecomuseos, etc.) y según hemos podido observar, cumplen diversas funciones primordiales que pasamos a comentar. En primer lugar, pese a la reciente creación de este tipo de centros, constituyen un marco idóneo de comunicación, educación y sensibilización tanto de la población local como del público visitante hacia la corresponsabilidad en la conservación del patrimonio de esta zona alejada de los circuitos tradicionales turísticos. Esta función comunicativa comprende los diferentes ámbitos del patrimonio que hemos analizado (natural, histórico, etnográfico, industrial, etc.). Estos centros ayudan al visitante a profundizar en el conocimiento local, mediante la traducción al lenguaje inteligible de las características más peculiares y patrimoniales de las Arribes (ayudándose de guías, folletos, audiovisuales, vídeos interactivos, exposiciones). Este nuevo modo de presentar y difundir el patrimonio convierte estos centros en verdaderos destinos turísticos, a la vez que en instrumentos eficaces para la estructuración de los territorios rurales como el que nos ocupa.

En segundo lugar, actúan como dinamizadores socio-económicos, ya que se constituyen en motor de desarrollo de la comarca en torno al cual giran una serie de actividades de explotación (servicios hostelería y de alojamiento, equipamientos e infraestructuras viarias, actividades culturales y turísticas y otras económicas derivadas, etc.). Incluso algunos de estos centros funcionan también como verdaderos instrumentos de promoción y en algunos casos (en otras zonas) como centrales de reservas. La gestión del patrimonio es a la vez que una herramienta cultural, un recurso educativo, formativo y turístico de primer orden, con importantes y relevantes implicaciones culturales, sociales y económicas que no debemos olvidar. De todos modos, conviene señalar la necesidad de una mayor implicación por parte de la población local y de sus representantes (gestores, agentes sociales, asociaciones, emprendedores, etc.) para hacer más eficaces estos proyectos.

Además del importante papel que están jugando estos centros en la promoción y difusión de la historia y de la cultura de las Arribes, sería conveniente desarrollar unas líneas estratégicas fundamentales para paliar algunas deficiencias que hemos detectado.

Creación de un marco de interrelación entre los museos ya existentes que permita la transferencia de conocimiento e información y evite la duplicidad de objetivos y contenidos temáticos como sucede en los centros de Sobradillo y Fermoselle.

En este sentido, nos parece fundamental la creación de un centro que estudie y comunique la arquitectura vernácula en todas sus dimensiones, uno de los rasgos esenciales que enriquecen este parque.

Creación de una estructura administrativa y jurídica del personal que atiende estos museos y necesidad de una mayor profesionalización, en algunos casos, de los servicios (horarios de apertura, etc.).

Ampliar la oferta de centros para captar usuarios potenciales, así como el desarrollo de programas educativos.

Mejora de las técnicas comunicativas y de las acciones museográficas. No se detecta una planificación científica ni una coordinación que la dinamice. El lenguaje utilizado es en general poco científico, debido a una orientación hacia un público muy heterogéneo. La mayoría de estos centros son informativos y escasamente interpretativos.

Además de hacer uso de formas de presentación clásicas, como paneles, folletos, vídeos, visitas guiadas, teatro, las nuevas formas de interpretación, exigen también nuevas formas de presentación. El lenguaje del arte aparece como herramienta fundamental para ayudar a comunicar los valores, los significados; todo aquello relacionado con los aspectos emocionales. Igualmente, al no aplicar las técnicas ni los principios correctamente, no se ofrece un mensaje claro, perdiéndose así la esencia interpretativa. Se capta la espectacularidad pero no el significado.

Los recursos interpretativos, entre los que destacan las nuevas tecnologías, han de pasar, en lo posible, lo más desapercibidos pero sin dejar de cumplir su función: completar y ampliar la información desarrollada en los distintos ámbitos temáticos, respetando la importancia y significación del espacio donde se ubican.

La mayoría de estos centros parecen estar proyectados casi exclusivamente para un público escolar, cuando hay posibilidades de otros centros más educativos para este mismo segmento (aulas de naturaleza, itinerarios educativos, talleres, etc.).

Implantación en unos casos y mejora en otros de un sistema de control de visitantes que permita obtener un conocimiento segmentado de esta demanda.

Mejora de los sistemas de promoción y difusión. Creación de una página web que integre las necesarias sinergias para crear una imagen-destino, planificando unos contenidos comunes y acercando el patrimonio a través de estos centros a la sociedad.

Son centros que requieren una gran inversión para que resulten eficaces y de calidad, aspecto que no siempre se da.

En el caso de los Museos propiamente dichos, será necesario mejorar el equipamiento museístico para ir más allá del mero uso expositivo de los fondos.

Aunque la mayoría de los centros mencionados disponen de fondos bibliográficos y documentales locales parece sin duda conveniente el incremento de los mismos, de manera que el visitante pueda satisfacer todas las necesidades sobre el conocimiento del patrimonio de la zona.

Finalmente, cabe señalar el hecho de que los centros de interpretación analizados utilizan los medios audiovisuales y tecnologías de la información y comunicación, así como diversas actividades complementarias: cursos, jornadas, exposiciones temporales, itinerarios, etc.

Actúan como dinamizadores socio-económicos, ya que se constituyen en motor de desarrollo de la comarca.

J. M. C. B.
Universidad Rey Juan Carlos
Departamento de Psicología

Bibliografía de referencia

- Atkinson, C. et al. (1994). Interpretación ambiental y Turismo rural. Madrid: Centro Europeo de Formación Ambiental y Turística.
- Binks, G. (1994). The Towns in view Project. Environmental Interpretation, 7 (2) 8-9.
- Gómez Martínez, Javier (2006). Dos museologías. Las tradiciones anglosajona y mediterránea: diferencias y contactos. Ediciones Trea.
- Castaño Blanco, J.M. (2005). Psicología Social de los viajes y del Turismo. Madrid: Thomson Paraninfo.
- Castaño Blanco, J.M. (2001). Conflictividad y violencia. La sociedad sayaguesa en la documentación de los siglos XVI al XIX. Madrid: CSIC.
- Hernández Guerra, L. y Jiménez de Furundarena, A. (2004). El conjunto epigráfico de época romana de Hinojosa de Duero (Salamanca). Salamanca: Servicio de Publicaciones de la Universidad de Salamanca.
- Tilden, F. (1957). Interpreting our Heritage. The University of North Carolina Press, Chapel Hill.
- Verkerk, J.A. (1994). Interpretative Master Planning. Falcon Press, Helena, M.T.

NOTAS

1. Entre las acciones que lleva a cabo la REN destaca la gestión y mantenimiento de los Centros de Interpretación (también Casas del Parque). Otras acciones son:
 - a) Realización de cursos y asistencia a ferias nacionales e internacionales de promoción.
 - b) Realización de actividades de difusión y concienciación ciudadana sobre la importancia del Patrimonio.
 - c) Ejecución de trabajos de restauración, limpieza y mantenimiento del Patrimonio Natural.
 - d) Edición de revistas, libros, folletos, carteles etc., así como su distribución y venta.
 - e) Realización de campañas divulgativas en centros escolares.
 - f) Establecimiento de convenios de colaboración en el campo de la investigación y aplicación de las nuevas tecnologías al medio natural.
 - g) Establecimiento de líneas de ayudas y subvenciones a personas físicas y jurídicas relativas a programas específicos de defensa del medio natural en zonas Red de Espacios Naturales de Castilla y León.
 - h) Realización de actividades mercantiles, incluso industriales, para la obtención de rentas e ingresos destinados a financiar la realización de los fines fundacionales e incrementar la dotación fundamental.
 - i) Apoyo y colaboración técnica, jurídica, documental y económica para la protección del medio ambiente.
 - j) Gestión y explotación de terrenos afectados en la conservación de la Naturaleza.
 - k) Gestión de legados o cesiones temporales de bienes del patrimonio natural cuyo beneficiario pudiera ser la fundación

2. Información y atención a visitantes; Exposiciones permanentes y temporales; Sendas interpretativas; Servicios a centros educativos; Actividades con otras asociaciones y grupos de educación formal y no formal no locales; Programas destinados a la Población Local; Coordinación con los organismos encargados de la gestión del espacio; Establecimiento de programas participación: voluntariado, club de amigos, etc.; Establecimiento de la Red de Casas del Parque; Publicaciones educativas, divulgativas y técnicas; Otras actividades de educación ambiental; Programa de evaluación de las Casas del Parque; Formación externa ; Formación del equipo educativo de los centros; Actuaciones de mantenimiento y control: infraestructuras, limpieza, mantenimiento, etc.; Implantación del Sistema de Indicadores de Calidad.
3. Buitre leonado, buitre negro, cigüeña negra (en peligro de extinción), águila real, halcón peregrino, alimoche, búho real, águila perdicera, cigüeña.
4. Lobo ibérico, zorro, jineta, jabalí, garduña, gato montés, etc.
5. Segundo Lamano y Beneite: "Tierra pequeña cercada con vallado de piedra de un metro de altura aprox". Según el Diccionario de Autoridades: "La voz cortina como parte de la muralla..."
6. Esta línea entre Salamanca y Portugal se construyó entre 1885 y 1887 con capital hispano-luso, inaugurándose el 8 de diciembre de 1887 y durando hasta el año 1985, en que se dio fin a su servicio. Es uno de los proyectos de ingeniería civil más importantes de todo el siglo XIX y una de las obras más destacadas de la historia de Salamanca, tanto por las dificultades técnicas de su trazado como por su carácter fronterizo. Los primeros planos de la línea datan del año 1880.
7. Las fortificaciones defensivas de Sobradillo y sus tierras, si bien en sus inicios (siglo XIII) pertenecieron al rey de Portugal, en el siglo XIV fueron propiedad del duque de Alburquerque y posteriormente (XV, XVI) de la familia Rodríguez de Ledesma, Maldonado y Ocampo y del marquesado de Cardeñosa (XVII, XVIII). En el siglo XX el castillo pasa a ser propiedad del Estado español y en 1970, a la Dirección General de Bellas Artes. Actualmente se ha cedido su uso y mantenimiento a la Comunidad de Castilla y León. Tiene una superficie de 80 metros cuadrados y 18 metros de altura. El aparejo de toda la construcción es de mampostería, con sillares de granito en las esquinas. Las obras de restauración y acondicionamiento de la torre fueron llevadas a cabo por la Escuela Taller Torre de Sobradillo, restituyéndose elementos estructurales muy degradados o desaparecidos como la bóveda de cañón del aljibe. También se recuperó el almenado en todo su perímetro.
8. Después de muchas dificultades se construye entre los años de 1731-1734. Algunos gastos y la mano de obra corren a cargo de los vecinos. Cada uno, seglar o religioso, está obligado a proporcionar un peón, que habrá de trabajar graciosamente. Se estima necesaria una mano de obra de más de quinientos peones. Una parte de la manutención de la comunidad será costeada también por la villa, cuyo común se compromete a dar al convento anualmente seis cántaros de aceite y otras tantas arrobas de truchuela. En 6 de mayo de 1732 y gracias a la aportación de 20.000 reales de Don Pedro Díez de las Armas, se contratan maestros de arquitectura para que inicien los planos correspondientes y realicen su obra que corrió a cargo de Don José García de Cabo y Don Miguel de la Fuente, maestros de arquitectura de Salamanca. Percibieron por ello 17.500 reales de vellón, librados durante los seis meses, plazo en que debían finalizar las obras, iniciándolas ocho días a partir de la fecha. Según se desprende de la memoria presentada por los dos arquitectos, el 10 de junio de 1732, y ratificada mediante carta de obligación de la misma fecha, el ajuste lo realiza el fermosellano Dn. José Barbero Guerra, presbítero y comisario del Santo oficio de la Inquisición de Valladolid, síndico del convento de San Francisco de Zamora. Han de construir lo siguiente: Un dormitorio, bodega y aljibe, refectorio, cocina y demás elementos auxiliares de la vivienda como son cuadras, pajares, etc.

LAS EXPOSICIONES TEMPORALES Y EL TURISMO CULTURAL¹

Cristina Giménez Raurell y Trinidad Vacas Guerrero

0104TEMAS

AUTOR: Cristina Giménez Raurell y Trinidad Vacas Guerrero

ADSCRIPCIÓN: Cristina Giménez Raurell (Centro de Arte Contemporáneo Reina Sofía) y Trinidad Vacas Guerrero (Universidad Rey Juan Carlos)

TÍTULO: Las exposiciones temporales y el turismo cultural

FECHA ACEPTACIÓN ARTÍCULO: 02/10/2007

CORREO ELECTRÓNICO: trinidad.vacas@urjc.es

Resumen: Breve recorrido histórico para conocer el origen de las actuales exposiciones temporales, para después tratar diversas cuestiones generales sobre aspectos legales e institucionales que van a definir el marco de actuación en el que se puede organizar una exposición temporal. A continuación se desgranan las distintas fases que conlleva una exposición temporal.

Palabras clave: exposición temporal, turismo cultural, museo, museología, exposición itinerante.

Licencia del presente documento:

El presente texto se halla licenciado bajo Creative Commons - By-SA, y es de libre copia, distribución y transformación, incluso con fines comerciales, con las solas condiciones de mantener la misma licencia. Puede consultar las condiciones de la licencia en el siguiente enlace:

<http://creativecommons.org/licenses/by-sa/es/>

Copyleft 2007 - Trinidad Vacas y Cristina Giménez

<http://derecho-internet.org>

Versión del presente documento: 0.1.

Las cifras de turistas muestran a España como un líder mundial dentro del sector turístico. Aunque el turismo cultural no es la principal tipología demandada en nuestro país, sí podemos decir que es un mercado de creciente importancia, en el que hay buenas oportunidades derivadas tanto de las nuevas tendencias en el comportamiento de los turistas, como del rico y variado patrimonio cultural y natural que poseemos y que proporciona a España una buena base para consolidarse como destino cultural.

Dentro de la variedad de recursos culturales que conforman este rico patrimonio se encuentran los museos. Entre sus diversas funciones está la "organización periódica de exposiciones". Las exposiciones temporales son un instrumento básico en la divulgación y difusión de los contenidos de los museos, son el canal principal de comunicación entre un museo y su público, y constituyen en la actualidad uno de los principales recursos turísticos demandados por el turismo cultural.

Tras un breve recorrido histórico para conocer el origen de las actuales exposiciones temporales, trataremos en este artículo diversas cuestiones generales sobre aspectos legales e institucionales que van a definir el marco de actuación en el que se puede organizar una exposición temporal. Se realizará un recorrido por las distintas fases que conlleva el fenómeno expositivo, desde su propuesta hasta la clausura y evaluación del evento, prestando especial atención al área de difusión/comunicación que es la que especialmente tiene encomendada la tarea de atención al público.

Las exposiciones temporales son en la actualidad la actividad más notable de los museos, convirtiéndolos en centros de atracción pública, sobre todo en el caso de aquéllas exposiciones-espectáculo que acaparan la atención de los medios y acaban suponiendo un importante éxito en cuanto a número de visitantes.

EL TURISMO CULTURAL EN LA ACTUALIDAD

El turismo es una de las actividades económicas mundiales más importantes en la actualidad y es un indiscutible factor de desarrollo e intercambio humano. En el año 2.006 España ha recibido 58,4 millones de turistas internacionales y se han producido 161 millones de viajes turísticos dentro del turismo nacional. Estas cifras nos muestran a España como un líder mundial dentro del sector del turismo.

El tipo de turismo principal en nuestro país es el denominado "turismo de sol y playa", caracterizado por la alta estacionalidad y la concentración en algunas Comunidades litorales y en los dos archipiélagos, mientras que otras tipologías turísticas tienen todavía una escasa importancia cuantitativa, si bien son prioritarias ante la necesidad de diversificar la oferta si se quiere atraer nuevos segmentos de la demanda o como complemento y enriquecimiento del turismo heliotrópico ya existente.

Entre las diversas tipologías turísticas existentes, consideradas alternativas al masivo turismo de

sol y playa, se encuentra el turismo cultural. El 37% de los viajes mundiales tiene una motivación cultural, aunque la cuota de España en el mercado del turismo cultural es todavía baja en la actualidad. Así el 13,2% de los turistas extranjeros tienen una motivación cultural al visitar nuestro país, mientras que sólo el 5,6% de los turistas españoles lo hacen por el mismo motivo, según estimaciones de la Secretaría General de Turismo (IET, 2.007), que también apunta que aunque la motivación principal para hacer turismo sea otra, la realización de actividades culturales es algo más alta, y así el 53,8% de los extranjeros y el 34,1% de los españoles las realizan cuando hacen turismo.

El turismo cultural está considerado como un mercado de creciente importancia, donde hay buenas oportunidades, derivadas sobre todo de las nuevas tendencias en el comportamiento de los turistas en la actualidad: el aumento de la frecuencia de los viajes, la disminución de la duración de los mismos, la tendencia a distribuir diferentes motivaciones a lo largo del año y la búsqueda de la calidad en el viaje turístico.

Por otra parte, si el empleo de la expresión "turismo cultural" por las instituciones, los operadores culturales y turísticos y los responsables de la planificación del territorio se ha impuesto recientemente, la noción no es verdaderamente nueva. Se puede decir que las primeras formas de viaje y de turismo han sido naturalmente las culturales, sin embargo el turismo cultural como producto específico alcanza entidad propia hace pocos años y su concepto ha sufrido una rápida evolución influido por los cambios conceptuales que se están produciendo en el campo del patrimonio y por los cambios sociales y los consecuentes cambios de la demanda que busca nuevas formas de consumo cultural (Grande Ibarra, 2.001).

Las exposiciones temporales son en la actualidad la actividad más notable de los museos, convirtiéndolos en centros de atracción pública.

Existe una toma de conciencia de las Instituciones Internacionales desde la reunión de ICO-MOS en Bruselas en 1.976 donde se firma la *Carta del turismo cultural* en cuyo segundo párrafo se dice que: *El Turismo aparece como uno de los fenómenos susceptibles de ejercer sobre el entorno del hombre en general y sobre los lugares y monumentos en particular, una influencia muy significativa. Esa influencia habrá de estudiarse y ser objeto a todos los niveles de una política concertada y efectiva.* En ella se mostraban también las recomendaciones y preocupaciones de distintas instituciones internacionales como la OMT, la UNESCO y el Consejo de Europa sobre la relación cultura y turismo.

Desde entonces son múltiples las definiciones que sí intentan explicarnos en qué consiste el turismo cultural. La Organización Mundial del Turismo (1.985) lo define como "todos los movimientos de personas para satisfacer la humana necesidad de diversidad, orientados a elevar

el nivel cultural del individuo, facilitando nuevos conocimientos, experiencias y encuentros", o el grupo de trabajo de ATLAS²(1.991): "el movimiento temporal de personas hacia una atracción cultural fuera de su lugar habitual de residencia, con la intención de satisfacer sus necesidades culturales". Desde la Secretaría General de Turismo se realizó a lo largo de 2.000 un estudio sobre el turismo cultural en España con el objeto de conocer la realidad actual y sus potencialidades, se estableció como definición: "Turismo cultural es un viaje, a lugares diferentes de la residencia habitual, motivado por el deseo de conocer/comprender/estudiar otras culturas, experimentando principalmente en las actividades culturales".

La demanda del turismo cultural, el perfil del turista se caracteriza por ser un colectivo de todas las edades, aunque con un peso específico importante de los menores de 50 años (80,7%), el nivel de estudios es alto (el 71,4% estudios universitarios), el poder adquisitivo es medio (42,7%) y medio-alto, viaja en pareja (52,8%) y es importante el alto nivel de repetición y de satisfacción.

Algunas características del turismo cultural español que aparecen reflejadas en el documento *Horizonte 2020 del Turismo Español*, documento elaborado por Turespaña en 2.007 añade las siguientes características:

- Consolidación del turismo cultural y de ciudad como segundo producto turístico.
- Amplia riqueza del patrimonio cultural español³.
- Incremento sustancial de la demanda europea por los productos urbano y cultural.
- Aumento del número de ciudades que están configurando una oferta turística propia como medida dinamizadora de su economía.
- Es importante trabajar hacia la sostenibilidad de este producto turístico y de sus recursos culturales.
- Escasa gestión turística de los recursos culturales.

Los valores que especialmente destacan estos turistas son: la riqueza patrimonial histórico-artística-natural, la existencia de servicios turísticos de apoyo, la accesibilidad a los recursos patrimoniales, la calidad ambiental del entorno y el estado de conservación del patrimonio.

Por su parte, el Ministerio de Cultura (2.004) nos dice que los recursos culturales más visitados en España por los turistas españoles son, en primer lugar, los monumentos (51,7%), en segundo lugar los museos (31,3%) y en tercero las galerías de arte (17%). En cambio los más visitados por los turistas europeos son los museos (56%), los monumentos (33%), las galerías y exposiciones (25%), los centros de espectáculos artísticos (13%) y los festivales (9%).

Dentro de este contexto, los museos son considerados como importantes recursos del turismo

cultural. España cuenta con 1.437 museos (MCU, 2.004) y la realización de exposiciones temporales es una de las funciones marcadas por el Reglamento de Museos de Titularidad Estatal. Según la misma fuente, realizaron exposiciones temporales el 41% de dichos museos, siendo el número medio de exposiciones temporales anuales de 5,6 y los museos de arte contemporáneo los que las realizan en mayor número (Cuadro nº1).

CUADRO N° 1
MUSEOS POR CC.AA Y EXPOSICIONES TEMPORALES REALIZADAS

Comunidad Autónoma	Nº de museos	Realizaron exposiciones temporales (%)	Número medio de exposiciones temporales
Andalucía	126	51,6	6,0
Aragón	74	28,4	5,8
Asturias (Principado de)	41	43,9	3,9
Baleares (Illes)	59	40,7	4,1
Canarias	32	46,9	4,1
Cantabria	9	33,3	1,0
Castilla y León	137	29,9	4,0
Castilla-La Mancha	126	21,4	8,4
Cataluña	102	66,7	7,3
Comunidad Valenciana	157	40,1	4,6
Extremadura	35	42,9	12,8
Galicia	70	48,6	6,7
Madrid (Comunidad de)	113	41,6	4,8
Murcia (Región de)	49	42,9	5,1
Navarra (C. Foral de)	22	18,2	4,3
País Vasco	69	46,4	3,5
Rioja (La)	59	55,6	5,2
Ceuta	3	66,7	13,0
Melilla	5	60,0	5,7
TOTAL.	1.238¹	41,0	5,6

Fuente MCU 2.004, elaboración propia

En los últimos años se observa como el turismo está influyendo en la oferta cultural de las ciudades, y los eventos culturales, entre los que se destacan las exposiciones temporales, están adquiriendo cada vez mayor importancia hasta llegar a convertirse en unos de los recursos turístico-culturales más demandados en la actualidad.

RECORRIDO HISTÓRICO POR LAS EXPOSICIONES TEMPORALES

La mayoría de las Comunidades Autónomas cuenta con su propia ley de museos o en su defecto, legislan estas instituciones a través de sus leyes de Patrimonio Histórico. En todas ellas se define el museo, sus funciones, su organización, etc., y se hace especial hincapié en que una de las funciones básicas del museo es mostrar sus colecciones⁵. Esto lo hará a través de la exposición permanente de sus fondos o mediante las exposiciones temporales. Las primeras tienen la misión de transmitir los contenidos estables de un museo y serán la referencia permanente del mismo hacia su público, mientras que las segundas tendrán como función primordial la de complementar, actualizar o profundizar en cuestiones relacionadas con la temática del museo y su carácter será efímero, permitiendo innovar y experimentar en todos los ámbitos. Son, en la actualidad, el recurso esencial que tiene un museo para conseguir incrementar su número de visitantes.

El recorrido histórico por las exposiciones temporales se remonta a mediados del siglo XIX, cuando la era de las grandes exposiciones universales entra en la historia, pues antes de 1.851 las acaecidas habían tenido por lo general un carácter nacional y un eco limitado⁶. Los objetivos que se pretendían con la realización de las mismas eran dar a conocer la cultura de los países, posibilitar una mayor comunicación social y presentar las propuestas más novedosas en todos los ámbitos como el arte, cine, música, moda, gastronomía, los últimos avances tecnológicos, etc.

Hace un siglo y medio Londres acogía la primera Exposición Universal de la historia: el Crystal Palace de Paxton (*Hyde Park, 1.851*). Tras ella se han celebrado unas 38 exposiciones hasta hoy en diferentes ciudades del mundo, todas han constituido un foro excepcional para presentar la imagen de un país. El éxito de dichas exposiciones lo demuestran las cifras de visitantes: a Londres en 1.851, acudieron 6 millones de visitantes; a Osaka en 1.970, 64 millones; a Sevilla en 1.992, 18 millones; y a Hannover en 2.000, 18 millones. Actualmente, tienen una duración entre 3 y 6 meses, y se encarga de su organización el *Bureau International des Expositions*, cuya sede se encuentra en París.

Las próximas que se celebrarán serán la "Expo Zaragoza 2008" cuyo eje temático es "Agua y desarrollo sostenible". Para el año 2.010 se está preparando la "Exposición Universal de Shangai 2010" con el tema "Mejor ciudad, mejor vida", y para la exposición Internacional de 2.012 las posibles ciudades candidatas son Yeosu en Corea del Sur, Tánger, en Marruecos y Wroclaw en Polonia.

En España se han celebrado cuatro Exposiciones Universales, en 1.929 Barcelona (E. Universal); 1.929 Sevilla (E. Iberoamericana); en 1.992 Sevilla (E. Universal); y la próxima será en 2.008 Zaragoza (E. Internacional)⁷.

Además de las Exposiciones Universales pero con un carácter casi exclusivamente artístico podemos, desde el siglo XIX, citar importantes y decisivas exposiciones:

- "Salón de los Rechazados", abierto en París por Napoleón III para acoger las obras pictóricas rechazadas para su exposición en el Salón Oficial.
- "Salón de los Independientes", fundado en París en 1.884 por Signac y Seurat para acoger la obra de los artistas más vanguardistas, celebraba una exposición anual.
- "Salón de Otoño", exposición anual celebrada en París desde 1.903 como alternativa al Salón de los Independientes. En su fundación participaron entre otros Renoir, Rouault y Vuillard. Uno de los más importantes fue el de 1.905, en el que se presentó, en *Le Grand Palais*, a Matisse y los fauvistas.

Otros importantes acontecimientos artísticos en los que tienen un peso importante las exposiciones temporales son las Bienales de arte, ferias y exposiciones internacionales de arte contemporáneo, entre ellas hemos de destacar por su importancia:

- Bienal de Venecia: desde 1.892, exposición internacional de las artes visuales. En su 52^a edición de 2.007: "Piensa con los sentidos, siente con la mente".
- Bienal de São Paulo: desde 1.951, de carácter internacional y de arte contemporáneo (27^a edición: 2.006).
- Bienal de Praga: desde 2.003 (3^a edición: 2.007).
- Documenta de Kassel: cada 5 años (12^a edición: 2.007).
- Bienal Internacional de Arte Contemporáneo de Sevilla (BIACS): desde 2.004.

Tradicionalmente se ha considerado como el paradigma de las exposiciones temporales contemporáneas la titulada "Tesoros de Tutankamon". Fue el comienzo de las magnas exposiciones, con altísimos presupuestos y destinadas a ser visitadas multitudinariamente. La exposición fue instalada en el Museo Británico en el año 1.972 y allí fue visitada por 1,7 millones de personas. Posteriormente entre 1.977 y 1.979, recorrió siete museos y ciudades norteamericanas ⁸. Esta exposición marcó diferencias de concepto, diseño e instalación respecto a las anteriores y supuso un hito en los grandes acontecimientos expositivos con cifras millonarias de visitantes. En los dos años fue visitada por 8.251.906 personas.

Actualmente se está preparando la exposición "Tutankamon y la edad dorada de los faraones", que tras recorrer varias ciudades estadounidenses, rememorando aquélla de los años setenta, inaugurarán un nuevo centro de ocio y arte londinense, la "Cúpula del Milenio" donde podrá visitarse hasta el 30 de agosto de 2.008 y para la que hay reservadas mas de 120.000 entradas.

En España algunos de los grandes hitos en el fenómeno de las exposiciones temporales han sido y son:

- Sala Parés de Barcelona, inaugurada en 1.903, fue la primera galería abierta al público en nuestro país. En sus paredes colgaron sus obras los más importantes artistas del momento.
- Pabellón Español en la "Exposición Internacional de artes y técnicas en la vida moderna", París, 1.937. En él expusieron, Alberto, Julio González, Picasso (Guernica), Calder, García Lorca, Buñuel, Miró, Renau, etc.
- Exposición "Velázquez" celebrada en el Museo del Prado del 23 de enero al 31 de marzo de 1.990 con gran afluencia de visitantes.
- Reales Academias de Bellas Artes donde se celebraban anualmente exposiciones oficiales.
- Centro Nacional de Exposiciones, que realizó las primeras exposiciones temporales de arte contemporáneo en Madrid (Palacio de Velázquez del Retiro). Posteriormente se creó el Museo Español de Arte Contemporáneo y actualmente su sede está en el Museo Nacional Centro de Arte Reina Sofía (en adelante MNCARS).
- Museos de arte contemporáneo creados recientemente (Guggenheim, MUSAC, etc.).
- Política de exposiciones temporales de los tres museos del Paseo del Arte: Museo Nacional del Prado, MNCARS y Museo Thyssen Bornemisza.

En estos momentos hemos de citar la exposición temporal con la que se inaugurará oficialmente la ampliación realizada en el Museo del Prado. En el mes de octubre de 2.007 la exposición: "Fábulas pintadas" reunirá el conjunto más importante de la producción de Velázquez como pintor de historias sagradas o religiosas.

ORGANISMOS COMPETENTES Y NORMATIVA LEGAL

Son numerosos los organismos competentes que a nivel internacional, nacional o local, en el ámbito de la administración pública o en el entorno privado, establecen pautas y definen el marco de actuación en el seno del cual se celebran las exposiciones.

Atendiendo al ámbito internacional, es el Consejo Internacional de Museos (ICOM)⁹ el que se encarga de marcar las pautas básicas de actuación. Se integra dentro de las Naciones Unidas a través de la UNESCO, y tuvo como su primer director a Georges Henri Rivière (1.946-1.965). Los consejos y protocolos que propone recogen la experiencia de los profesionales y de los museos pioneros del mundo para compartirla con otros que tienen menos medios o son de menor envergadura. Dentro del ICOM se contemplan 30 organismos internacionales, muchos de ellos abordan cometidos que están vinculados a distintos aspectos de las exposiciones temporales. Mencionaremos los más destacados:

- ICOM-CC se dedica a regular los aspectos de conservación de los bienes culturales que se custodian en el museo
- CECA es el comité para la educación y cultura en el que se presta atención a la difusión del museo y sus colecciones así como a sus actividades, entre las que tienen especial importancia las exposiciones temporales.
- CIDOC contempla los aspectos relativos a la documentación de los fondos de la colección del museo. Es imprescindible llevar un control de movimiento de fondos para exposiciones temporales y cumplir con los preceptivos permisos que en cada caso establezcan las autoridades competentes para que se lleven a cabo los préstamos.
- ICEE es un comité dedicado en exclusiva al intercambio de exposiciones, proponiendo proyectos itinerantes para dar a conocer fondos de todo el mundo en cualquier lugar.
- INTERCOM atiende a la gestión del museo en general y por lo tanto, a la programación de exposiciones temporales, un aspecto en la gestión y organización del museo que ha ido adquiriendo cada vez más peso en estas instituciones.
- MPR (marketing y relaciones con el público), ya que no se cierra el círculo ni se cumplen objetivos, si no es con la participación de público visitante de la exposición y con su satisfacción por la experiencia vivida en su conjunto.
- ICMS, comité internacional para la seguridad en los museos, es también susceptible de ser tenido muy en cuenta en la organización, gestión y montaje de una exposición: seguridad en los movimientos, embalaje, transportes, en el montaje y el desmontaje, en las salas, etc., y no sólo atendiendo a la integridad de los bienes culturales, sino también de las instalaciones, del público y del personal del museo.

El Código deontológico del ICOM aprobado en 1.986 y revisado en varias ocasiones, la última en 2.004, es un instrumento ético para indicar a los profesionales de los museos y a las instituciones o empresas que se vinculan a éstos, cómo se debe proceder en todos los ámbitos de actuación. En lo que se refiere a las exposiciones, contempla en el punto 4: "los museos contribuyen al aprecio, conocimiento y gestión del patrimonio natural y cultural a través de presentaciones, exposiciones y otros recursos".

Además otros agentes internacionales atienden específicamente a este tipo de exposiciones, como es el caso de *Smithsonian Institution Traveling Exhibition Service (SITES)*, fundado en 1.951¹⁰.

La organización de exposiciones, además de atender a estas pautas internacionales, ha de ajustarse a lo dispuesto en el derecho positivo que en cada caso sea de aplicación. En España, en especial en lo que se refiere a las exposiciones de arte contemporáneo, se respetará lo dispuesto en el recientemente aprobado "Documento de las buenas prácticas en museos y centros de arte". Se trata de un "código o documento cero", redactado el 31 de enero de 2.007,

al que se han adherido el Ministerio de Cultura, la Asociación de Directores de Arte Contemporáneo, el Consorcio de Galerías de Arte Contemporáneo, el Consejo de Críticos de Artes Visuales, el Instituto de Arte Contemporáneo, la Unión de Asociaciones de Artistas Visuales y la Unión de Asociaciones de Galerías de Arte de España. El documento contempla en primer lugar, que por regla general, al crearse o renovarse una institución artística, se tienen en cuenta criterios y oportunidades relacionados con la atracción del turismo cultural. En numerosos apartados del documento se habla de la política expositiva.

Por su parte la normativa de aplicación sobre museos en el ámbito estatal se enmarca dentro de las disposiciones de la Unión Europea y de convenios y tratados de ámbito internacional. La Ley 16/1.985 de Patrimonio Histórico Español y el Real Decreto 620/1.987, del Reglamento de Museos de Titularidad Estatal y del Sistema Español de Museos, el cual está previsto que sea próximamente reformado, regulan la actividad expositiva dentro de los museos estatales.

El art. 59.3 de la Ley y el art. 1 del Reglamento contemplan la definición de museo, siguiendo la misma orientación que apunta el ICOM. En ella, como ya vimos, se menciona la importancia de la difusión, las exposiciones y el público. En el art. 2 del Reglamento se recogen las funciones del museo, entre las que destacamos la organización periódica de exposiciones científicas y divulgativas acordes con la naturaleza del museo, perfilando además todas las áreas en las que el museo debe ejercer su actividad, y dado que las exposiciones temporales son actividades de primer orden en estas instituciones, en su gestación y desarrollo intervienen todos los departamentos:

- Área de registro: movimientos de fondos museográficos para exposiciones temporales¹¹.
- Colección permanente: exposición y montaje de los fondos. El museo organizará exposiciones para acercarse a la sociedad por medio de métodos didácticos, aplicación de nuevas tecnologías de la información y la comunicación (en adelante NTICs) y la celebración de actividades complementarias.

Por su parte la Subdirección General de Museos Estatales del Ministerio de Cultura publicó en 2.005 Criterios para la elaboración del plan museológico, donde de nuevo el fenómeno expositivo se considera como una pieza clave en el engranaje que permite funcionar al museo.

Las Cartas de Servicios de los museos estatales son también herramientas a disposición del público donde se citan los objetivos y la misión del museo. Entre los servicios, se ofrece como colofón, las exposiciones temporales, indicando su periodicidad, la ubicación de las salas, condiciones de acceso, etc.

La normativa legal aplicable a nivel estatal abarca necesariamente el ámbito de la contratación de personal y servicios, el seguro de las obras, la publicación de catálogos, la vigilancia de los bienes culturales y del público, la participación de voluntarios y la publicidad y comunicación institucional¹². En su caso, se tendrá asimismo en cuenta lo dispuesto en relación con las Fundaciones culturales y además se deberá atender a la normativa local y, en todo caso, a lo dis-

puesto en el Código Civil en lo que a actividad mercantil se refiere (Regulación de préstamos).

La Subdirección General de Promoción de las Bellas Artes, integrada dentro de la Dirección General de Bellas Artes y Bienes Culturales del Ministerio de Cultura, edita cada año una memoria de las exposiciones que ha coordinado el personal técnico de la Subdirección. En 2.006 preparó un práctico manual de *Organización, gestión y coordinación de exposiciones temporales* que es de obligada consulta para conocer con detenimiento los pasos a seguir para trabajar con esta subdirección, un tema que es también objeto de frecuentes artículos monográficos en revistas especializadas, como la que publica la Subdirección General de Museos Estatales: *museo.es*, en cuyo próximo número se incluyen varias colaboraciones al respecto¹³.

En torno a esta actual y interesante cuestión, se convocan frecuentemente encuentros, jornadas, cursos, congresos y otros foros de debate donde las exposiciones temporales tienen cabida para ser analizadas desde los más diversos enfoques. Entre otras, destacan las jornadas de la Asociación Profesional de Museólogos de España, que en su convocatoria de 2.002 se celebraron en Teruel y se dedicaron monográficamente a este tema¹⁴. También la Asociación Española de Museólogos a través de sus convocatorias y de la revista *Museología*, aborda frecuentemente el asunto, como por ejemplo la "Jornada técnica sobre iluminación de exposiciones", celebrada en octubre de 2.005. Es asimismo importante destacar las actividades de la Federación Española de Archiveros, Bibliotecarios, Arqueólogos Museólogos y Documentalistas (ANABAD), el tema "Museos y TIC: aplicación a las exposiciones" se tratará en su VIII Congreso de ANABAD: "Memoria y Tecnología" y se celebrará en Madrid en febrero de 2.008¹⁵.

El museo tiene una misión conservadora y recuperadora del Patrimonio, una dimensión científica, y una social divulgadora, didáctica o educativa.

EL ÁREA DE DIFUSIÓN

El museo tiene una misión conservadora y recuperadora del Patrimonio; una dimensión científica como centro de investigación; una dimensión social divulgadora, didáctica o educativa, desarrollada a través de su exposición permanente, de las exposiciones temporales, de las distintas actividades y del material necesario para hacerlas llegar al público; y también de una dimensión participativa y activa del público frente a la pasiva de los siglos anteriores.

En cuanto a su organización, por lo general, cuentan con una estructura dividida en distintas áreas como son: la Dirección, el área de Conservación e Investigación, el área de Difusión y el área de Administración. Dentro de este organigrama es el área de Difusión la encargada de proyectar públicamente la imagen del museo, de sus colecciones y actividades. Sus tareas en relación

con la exposición quedan definidas del siguiente modo (García Blanco, 1.999: 82):

- Estudiar científicamente las características, necesidades y motivaciones del público.
- Programar, proyectar y realizar las exposiciones en coordinación con los departamentos implicados en la misma.
- Elaborar medios de información con las técnicas adecuadas a su fin.
- Evaluar científicamente la incidencia de las exposiciones en el público.
- Desarrollar la necesaria investigación sobre técnicas museográficas y colaborar con programas de investigación de instituciones ajenas al museo en el área de su competencia.

El público y la exposición son las competencias clave de estos departamentos, y así realizarán los estudios de público que permitan un mejor conocimiento de las características, motivaciones y necesidades del mismo; la investigación sobre la influencia de las exposiciones en sus visitantes y la investigación sobre aspectos museográficos, de montaje, que inciden en la comunicación, así como la didáctica. En cuanto a la exposición, la programación y el proyecto se hará conjuntamente con los otros departamentos.

Los diversos aspectos de la exposición temporal de los que se ocupará el departamento serán los siguientes:

- Campaña de difusión y marketing que permita dar a conocer la convocatoria e indicarlo en lugares estratégicos del entorno urbano. La publicidad es un valioso instrumento que tiene la exposición temporal para promocionarse, es necesario cuidar la imagen y el mensaje que se transmite a través de ella, porque de esto dependerá la clase de público que se sentirá atraído y acabará visitando o no la exposición.
- Los profesionales de los museos que montan las exposiciones temporales habrán de asumir las exigencias de los mercados reales y potenciales, tendrán que realizar los oportunos estudios de público, y establecer las estrategias con que mejorar su comunicación con él, así como estudiar la mejor atención al visitante, tanto en la admisión y receptividad como en el ofrecimiento de los servicios socioculturales, comerciales y personales.
- Exposición y montaje de los fondos con medios didácticos que permitan la contextualización de los objetos: trípticos, pósters, folletos, guías, hojas informativas y otro material de apoyo que se precise en los idiomas considerados necesarios.
- Protocolo: mailing, invitaciones VIP, atención al comisario y prestadores, cóctel, atención a los medios (rueda de prensa).
- Actividades complementarias en el museo: atención a grupos escolares, talleres, visitas

guiadas, etc.

- Actividades complementarias en el museo o fuera de éste: seminarios, cursos, conferencias, excursiones, conciertos, etc.
- Difusión en los medios de comunicación: prensa, radio, televisión, internet, etc. Será ésta la forma de llegar a los públicos susceptibles de estar interesados en la misma.
- Accesibilidad física y sensorial: redacción de textos breves y comprensibles, empleo de macrocaracteres, sistema braille, etc.
- Señalética en el entorno urbano, en el exterior del edificio (banderolas) y dentro de éste para llegar a las salas de exposición y dentro de ellas marcando los recorridos.
- Las salas de exposición deben estar dotadas de: mostrador de información, audioguías, terminales de ordenador y multimedia, etc., que constituyen los canales de información más aconsejables para cualquier exposición Una buena iniciativa a este respecto fue la propuesta MOMO, difundida por el Museo de Bellas Artes San Pío V de Valencia como prueba piloto en la exposición "Michavila" (febrero 2.007). Una PDA con imagen y sonido, permitía al visitante localizar el comentario de cada obra expuesta, escuchando los comentarios del artista.

Para todo ello el departamento debe estar dotado de personal técnico que haya preparado las funciones anteriormente mencionadas. En las salas se dispondrá de personal de información y de personal voluntario o contratado para las visitas guiadas que esté capacitado para atender en otras lenguas¹⁷.

Otro aspecto que hemos querido destacar especialmente en las exposiciones temporales es el de la evaluación. El interés de los museos por su público es debido a un intento por mejorar la comunicación y proporcionar un mayor y mejor servicio público. Una de las formas de conocerlo será a través de la evaluación, que es también un valioso instrumento para asegurar el buen funcionamiento de la exposición a lo largo de todas sus fases (diseño, realización, efectividad, etc.). Es una estimación cuantitativa y cualitativa del programa y proyecto de la exposición en relación a los objetivos previstos, puede realizarse de muy diversas formas y niveles. La mayoría de las evaluaciones suelen hacerse de las siguientes áreas de estudio: características sociodemográficas del público, motivación, aspectos emocionales, aspectos espaciales o ambientales y aspectos de percepción y comprensión.

El departamento de difusión diseñará una estrategia para poder conocer el grado de satisfacción de los visitantes. Para ello es conveniente disponer de un libro de firmas o un buzón de sugerencias en la sala. Paralelamente se realizarán encuestas o entrevistas a los grupos y al público en general a lo largo de todo el período de tiempo en que la muestra permanezca abierta¹⁸.

Muchas veces estas herramientas permiten proponer una prórroga de la exposición dados los

comentarios de los encuestados que, unidos a otros aspectos organizativos, pueden aconsejar dilatar la fecha de clausura de la muestra, lo cual suele gozar de muy buena acogida, aunque no siempre es posible, sobre todo por los compromisos de los prestadores con otras exposiciones, por no poder prorrogarse la póliza de seguro, etc.

El control de acceso de visitantes a las exposiciones temporales es todavía una asignatura pendiente en muchos museos españoles, en la mayoría de las ocasiones sólo se contabilizan los que acceden a la colección permanente o a cualquier otro espacio del museo. Algunos centros importantes, como el MNCARS, el Thyssen o el Museo del Prado sí realizan específicamente ese control y así podemos contar con algunas de estas cifras¹⁹.

Complementariamente a la visita de la exposición, el centro que ofrece al visitante más servicios, conseguirá fidelizar al público, pues así podrá continuar por más tiempo en el centro recorriendo las salas de exposición permanente, acudiendo a la biblioteca, o a la tienda, restaurante, cafetería, talleres infantiles, conferencias, etc. Si todo ello va también unido a una buena atención personal, disponibilidad de aseos, facilidad de accesos, cajero automático, guardarropa, etc, comprobará y comparará con otros museos del mundo que conozca, y observará que el museo se ha convertido en un espacio social amigable en el que niños, jóvenes, adultos y mayores, tienen una atractiva oferta que les permite dilatar su estancia de buen grado.

LA EXPOSICIÓN: GÉNESIS Y DESARROLLO

Dada la importancia que las exposiciones temporales han ido adquiriendo en los últimos años, son muchas, no sólo los museos, las instituciones que se han unido a este impulso y organizan eventos de mayor o menor calado y de distinta naturaleza.

Atendiendo a este último aspecto, encontraremos exposiciones con distintos enfoques que motivan y justifican su producción:

- Temáticas: referidas a un asunto de interés puntual, como "Los Etruscos" (Museo Arqueológico Nacional, 27 de septiembre - 6 de enero 2.008).
- Conmemorativas: "Josep Renau (1.907-1.982): Compromiso y Cultura". Universidad de Valencia (Fundació General Universitat de València) y Centre de Cultura Contemporània (Valencia), organizada por la Sociedad Estatal de Conmemoraciones Culturales (SECC) (septiembre-diciembre 2.007) con motivo del 70 aniversario de la capitalidad de Valencia durante la Segunda República (1.936-1.937) y de la conmemoración del primer centenario del nacimiento de Josep Renau.
- Nuevas adquisiciones: "La colección Vález Fisa en el Museo Arqueológico Nacional", Madrid, septiembre-noviembre, 2.003
- Nuevas aportaciones en investigación: "Atapuerca: nuestros antecesores" en el Museo

Nacional de Ciencias Naturales (CSIC) (mayo-1.999 a mayo 2.000).

- Fondos de la colección permanente: "Jano. La doble cara de la fotografía" (MNCARS, 9 de Octubre al 30 de diciembre de 2.007)
- Colectivas: por lo general de artistas contemporáneos, que trabajan en torno a un tema propuesto. En esa línea se puede mencionar la propuesta anual de ferias como ARCO o Flecha o las exposiciones de galerías de arte, por ejemplo "Panorama 2007" de La Galería Rayuela (verano 2.007)²⁰.
- Monográficas: "Patinir y la invención del paisaje", Museo Nacional del Prado, del 3 de julio al 7 de octubre 2.007).
- Antológicas, si se refieren a artistas finados: "Benjamín Palencia" (Barraz-1894, Albacete-1.980) en la Sala de exposiciones del Palacio Almudí de Murcia, del 25 de enero a 1 de marzo de 2.007²¹.
- Retrospectivas, en las que se recorre la trayectoria de un artista contemporáneo (Paula Rego, MNCARS, 10 de octubre de 2.007 - 30 de diciembre de 2.007).

Es frecuente encontrar exposiciones que, por su idiosincrasia requieran de la fórmula de la co-producción. En este caso serán dos o más instituciones las que organicen la exposición, como ocurrió con la exposición "Picasso. Tradición y Vanguardia" coproducida por el MNCARS y el Museo Nacional del Prado (Madrid, 6 de junio a 3 de septiembre de 2.006). Esta exposición fue a la vez conmemorativa, pues celebraba el 25 aniversario del traslado del "Guernica" de Nueva York a Madrid. En un primer momento se expuso en el Casón del Buen Retiro (Museo Nacional del Prado) y posteriormente pasó a las salas de exposición permanente del MNCARS.

Otras exposiciones, por su diseño y temática permiten el planteamiento de las itinerancias²². La celebración de la muestra en varias sedes, por lo general en fechas correlativas, exige que se mantengan en la medida de lo posible, las mismas obras expuestas, pero tendrán que ajustarse a cada espacio disponible, a los permisos de los prestadores, etc. Es el caso de "Rusíñol Desconeget", esta exposición se incluyó dentro de los actos del "Any Rusíñol", por lo que se considera también un evento conmemorativo, que se desarrolló paralelamente a otras exposiciones y actos relativos a esta efeméride²³. Celebrada entre el 15 de diciembre de 2.006 y el 26 de septiembre de 2.007, ha visitado cuatro sedes: Aranjuez (Madrid), Valencia, Granada y Manlleu (Gerona), una selección de lugares entrañables con los que Rusíñol mantuvo una significativa relación. En este tipo de eventos la organización, el cronograma, la financiación, el diseño del montaje y la coordinación desde cada sede, deben ser especialmente cuidados por parte del comisario y de la institución que organice el evento.

Las sedes donde tienen lugar las exposiciones pueden ir desde un local comercial más o menos apto para celebrar este tipo de eventos, hasta grandes instituciones, a veces con varias sedes, como vienen realizando el Museo Thyssen Bornemisza y la Fundación Caja Madrid en la

capital (Durero y Cranach, inaugurada en octubre 2.007, entre otras). Los espacios expositivos pueden pertenecer a la Administración Pública (salas de museos, archivos, bibliotecas, etc.), a instituciones privadas (entidades bancarias, aseguradoras, recintos feriales, fundaciones, etc.), o a locales de titularidad mixta. Es cada vez más frecuente que los eventos de gran envergadura requieran de la cooperación técnica y económica de organismos públicos y privados. El organizador del evento suele celebrarlo en su sede y proponer itinerancias a instituciones afines si lo considera adecuado.

Las sociedades estatales organizan las exposiciones que proponen a instituciones en cuyas sedes se acogen, pues no cuentan con salas propias. Tras el impulso que estos eventos tomaron en nuestro país al celebrarse el V Centenario del descubrimiento de América en 1.992, se gestaron las tres grandes Sociedades estatales vinculadas a la promoción y difusión del arte y la cultura que hoy promueven en y desde nuestro país el rico patrimonio cultural de nuestras gentes:

- SEACEX (Sociedad Estatal para la Acción Cultural Exterior), creada en 2.000²⁴.
- SEEI (Sociedad Estatal para Exposiciones Internacionales), desde 2.001²⁵.
- SECC (Sociedad Estatal de Conmemoraciones Culturales)²⁶.

Los avances informáticos nos llevan a hablar hoy en día de un tipo de exposiciones que antaño hubieran sido impensables: las exposiciones virtuales, que sólo se visitan on line ("Exposición virtual de la Universidad Complutense de Madrid con motivo del día internacional de la mujer trabajadora"²⁷), un fenómeno que cada vez goza de mayor aceptación en el mundo de los museos. Actualmente son prácticamente inexistentes las instituciones que no tienen su sitio web en la red. El MNCARS por ejemplo, presenta en su página todas las exposiciones en cartel y las anteriores hasta 2.004.

Visto el marco general en el que se puede gestar una exposición temporal, pasemos a exponer las fases fundamentales de su desarrollo, desde que se plantea un proyecto hasta que se clausura la muestra, pasando por la gestión y el montaje del evento y relacionando cada etapa con el equipo humano que se encarga de hacer de una idea una realidad.

El objetivo final, el más importante, es mostrar a la sociedad un conjunto de bienes culturales seleccionados con un criterio científico que permita comunicar un discurso y así pueda el público aprender y apreciar el patrimonio cultural.

Para conseguir llevar a buen puerto una exposición deben seguirse unos pasos imprescindibles que se realizarán contando con los mejores profesionales y aprovechando todos los recursos económicos y humanos de que disponga la entidad organizadora y respetando la legalidad vigente. Deberán, por lo tanto, implicarse todos los departamentos del museo o entidad organizadora, contando con sus respectivos equipos de trabajo y con el personal externo que se precise y que sea de reconocido prestigio.

Pensando en el caso de un museo de envergadura media, se contará en primer lugar, con la

opinión del patronato, la dirección y la subdirección, que analizarán la viabilidad del proyecto, si es necesario y oportuno. Este equipo de dirección será el encargado de dar el visto bueno al proyecto y de tomar decisiones al respecto durante todo el proceso. Si se considera conveniente, se planteará la esponsorización o patrocinio del evento, la colaboración de otras instituciones y la posible itinerancia del evento.

Un responsable del departamento de exposiciones temporales y un coordinador dedicado sólo a la exposición en cuestión serán quienes lleven el peso del proyecto en la sede. Su cometido inicial será ponerse en contacto con los prestadores de las obras seleccionadas por el comisario y solventar de acuerdo con éste, las posibles incidencias. La información se recogerá en una base de datos que sea versátil y clara y permita intercambiar información en todo momento con todos los agentes implicados en la muestra. Los museos estatales han difundido ampliamente la aplicación informática DOMUS, con la que ya trabajan también muchos otros museos españoles y del extranjero.

Es importante disponer de un pormenorizado *facility report*²⁸, informe preciso con planta acotada de las salas, condiciones de seguridad, control medioambiental, etc., pues es un requisito que garantiza al prestador que su obra va a estar "en buenas manos" durante el tiempo que dure el préstamo.

A continuación, el coordinador deberá organizar el transporte y el montaje de las obras. Al transportista le facilitará su *packing list*, con la ruta a seguir y precisas indicaciones de cómo embalar cada obra, dónde recogerla, cuál es la persona de contacto, si el transporte es terrestre, aéreo o marítimo, etc.

Cuando las obras llegan al museo se procede al desembalaje y al montaje. Es un momento en el que se debe prestar la máxima atención. Al igual que en el desmontaje, será imprescindible la tarea del área de documentación del museo, que designará personal técnico de registro que controle los movimientos de fondos, entradas y salidas temporales de los mismos en el museo, y atenderá a los correos²⁹, montadores y transportistas. Será también tarea del coordinador el seguimiento del catálogo en colaboración con el comisario y el equipo de publicaciones del museo. En todo momento deberá tener presente el cronograma de la exposición, plazos de confirmación de préstamos, de entrega de proyectos (diseño de exposición, diseño de catálogo, contratos de seguros y transportes), y tramitar toda la documentación necesaria para inaugurar puntualmente. Se ocupará asimismo del seguimiento y clausura de la muestra, y si es el caso, de gestionar la itinerancia a otra sede, siempre en estrecha colaboración con el comisario.

Junto con el registrador, el equipo de restauración del museo comprobará el estado de conservación de cada obra realizando informes exhaustivos y restaurando la obra con el tratamiento adecuado si se da el caso, siempre con el consentimiento del propietario de la pieza. Por lo general, la obra llega a la exposición en buen estado de conservación, pues es frecuente que se acceda al préstamo con la condición de que se restaure antes si es que se encuentra en un estado en el que precise ser intervenida. De este modo, una de las ventajas de estos

eventos es precisamente, que se cuida y se restaura el patrimonio a exponer.

El responsable de la colección permanente, en caso de que haya obras de la colección seleccionadas para la exposición o si ha de exhibirse en áreas del centro destinadas a los fondos de ésta, tomará también las decisiones que le competan.

El encargado de biblioteca apoyará la muestra con bibliografía y hemerografía u otros materiales documentales en soporte audiovisual, a través de los cuales los visitantes puedan complementar la información que se les facilite en la exposición, bien *in situ*, en un área reservada para consulta, o en la propia sala de lectura de la biblioteca del centro.

El departamento de publicaciones del museo se encargará de gestionar la edición del catálogo de la exposición y, en su caso, otros materiales complementarios. Es tarea de gran responsabilidad pedir permisos para publicar las imágenes de las obras (que en España los gestiona VGAP: Visual Entidad de gestión de artistas plásticos), coordinar la entrega de textos y cumplir con todas la exigencias de los prestadores y de los organizadores, colaboradores, patrocinadores, etc., a la hora de citar a cada uno no olvidar incluir logos y respetar las pautas institucionales. Recordemos que, pasado el tiempo, el catálogo será el único testimonio material que se conservará del evento. De ahí su vital importancia y que deba prestársele la máxima atención y cuidado. Paralelamente, se precisará la asistencia de un fotógrafo para completar el material gráfico que se precise. El equipo de audiovisuales y de nuevas tecnologías facilitará en el montaje los materiales y equipamientos que sean necesarios para completar el discurso propuesto por el comisario.

No menos importante será la tarea de la gestión económica de la exposición. A este departamento se le encomienda dar cauce a la tramitación de facturas, contratos, convenios y todo tipo de gastos que se deriven de la organización, transporte (*ida y vuelta*), seguro (clavo a clavo), montaje y desmontaje de la muestra, hasta su archivo definitivo. Los contratos se ajustarán a la normativa legar que rija el centro organizador o los convenios que se firmen a tal efecto dentro de dicho marco legal (contratos de comisariado, de asistencia técnica, de montaje, de seguro, de transporte, etc.). En estas tareas si procede, participará el administrador del museo y el departamento de personal y contabilidad si lo hubiere. En todo caso, pero especialmente en el contrato de las empresas de transporte y la de montaje, se valorará que sean firmas muy cualificadas.

Una vez encauzado el proyecto, el departamento de difusión/comunicación se encargará de divulgar el evento en los medios, enviar invitaciones para la inauguración, organizar el protocolo y darle en definitiva, la proyección institucional que requiera. En esta tarea y en la de captación de recursos económicos, si es el caso, participará también el área de marketing. Se encargarán ambos de organizar los eventos de rigor: rueda de prensa, inauguración, protocolo, seguridad, etc., apoyados en estas tareas por los equipos de prensa y seguridad del centro.

En todo momento será imprescindible que colabore con el jefe de seguridad un responsable de infraestructuras y equipamientos, que facilite los medios para que la recepción de obras, el

montaje y la atención a personal ajeno al centro durante el montaje y posterior desmontaje sea la adecuada³⁰.

En cuanto al personal contratado para el evento, hay que mencionar en primer lugar al comisario: responsable máximo del proyecto, del discurso expositivo, de la selección de las obras a exponer y de la dirección científica del catálogo. Por lo general, se trata de un profesional de reconocido prestigio con perfil de investigador (profesor de universidad, científico, etc.), experto en la materia a exponer. Su función es primordial y desde el primer momento, formará un tandem con el coordinador de la muestra que designe el centro. En ocasiones, cuando se trata de exposiciones de gran calado, se crea un comité científico o varios comisarios.

Asimismo, se firmará un contrato con un diseñador de montaje que sepa plasmar la idea del comisario en las salas. Actualmente existen profesionales muy cualificados que son capaces de dar soluciones y traducir a un lenguaje accesible al público profundos planteamientos teóricos de los comisarios, que se reflejan en recorridos lógicos y sencillos sin desviarse del discurso propuesto³¹.

También se firmará contrato con el diseñador del catálogo, con el editor, en su caso, con la empresa de montaje y desmontaje y con la aseguradora. Por lo general, sólo en el caso del transporte se acude a procedimiento negociado con concurrencia de ofertas.

Cuando las obras llegan al museo, es importante tener prevista la accesibilidad, la vigilancia y las preceptivas condiciones de conservación preventiva en los espacios de circulación de los bienes culturales, en espacios privados (muelle de carga y descarga, almacenes de tránsito, montacargas, etc.) y en salas con público, cuando la muestra quede inaugurada.

Al comenzar el montaje es conveniente que las salas estén pintadas y la instalación eléctrica de monitores u otros elementos para emplear las NTICs previstas. Las vitrinas deben estar ya realizadas y dispuestas para albergar las piezas. Paralelamente al montaje, se irán realizando los pequeños trabajos de carpintería que sean necesarios y se irá regulando y controlando la iluminación y la humedad relativa empleando termo higrómetros o termo higrógrafos (en función de si se desea que la información quede impresa en papel milimetrado o no), atendiendo al empleo de materiales con PH neutro que no dañen a las obras y prestando especial atención a los luxes, que no sobrepasen más de 100 en el caso de lienzos, tablas, dibujos, grabados y obras sobre papel, tejido o materiales orgánicos en especial. En todo caso se atenderá a las necesidades que haya establecido el prestador, o se consultará con él en caso de duda. Las cajas climáticas cada vez son más requeridas para obras delicadas (trípticos, tablas, etc.). Las empresas de transporte y montaje están altamente especializadas, y el personal está muy

El objetivo final es mostrar a la sociedad un conjunto de bienes culturales seleccionados con un criterio científico que permita comunicar un discurso.

sensibilizado respecto a este tipo de requerimientos y velan por realizar la manipulación de los fondos con una exquisita pulcritud. Las obras se embalan en origen en presencia del correo o de personal técnico designado por el prestador. Por lo general se emplean cajas de madera diseñadas ex profeso para la obra en la mayoría de los casos. Allí mismo se precintan y se ubican en el camión aclimatado bien aseguradas con sujeción de seguridad.

El correo estará presente en el desembalaje. Ante él y el registrador se cortarán los precintos numerados y se le entregarán, lo que dará fe de que la obra no ha sido manipulada fuera de la caja en ningún momento³². El momento final del montaje llega con la gráfica: se ubican los paneles o vinilos, se ponen las cartelas, que deberán ser legibles y estar en más de un idioma, según se precise. Se instalarán y comprobarán medios audiovisuales, si se han contemplado, y se comprobará la señalización del recorrido así como que los extintores, ventanas, luxes y HR estén controlados. Hay que tener presente que el visitante pueda disponer siempre de un tríptico gratuito a la entrada de la exposición y de un catálogo de consulta en un atril, próximo a un vigilante de sala.

Lo realmente importante en cualquier caso, es que el espacio sea el adecuado para la exposición propuesta y que la infraestructura del inmueble sea óptima. No olvidemos que en la actualidad, las exposiciones en muchas ocasiones son instalaciones que contemplan las más variopintas posibilidades: objetos efímeros (comida, agua, polen, etc.), *land art* (Goldsworthy en el MNCARS, 2.007), es decir, no siempre exponemos cuadros y esculturas.

Los grandes museos programan su calendario de exposiciones a dos o tres años vista. En el caso del Museo Nacional del Prado, su director, Miguel Zugaza, ya presentó su plan de exposiciones 2.005-2.008³³.

En el transcurso de la exposición no suelen presentarse circunstancias excepcionales, pero es importante que el coordinador visite con regularidad la muestra y vigile que el personal de limpieza utilice los productos adecuados para mantener el espacio y las obras como corresponde, así como que hagan los ajustes necesarios para que los audiovisuales funcionen correctamente, el público disponga de materiales de apoyo y se hagan los retoques y mejoras precisas para mantener el control medioambiental. Asimismo se enviarán informes periódicos del estado de las obras y de las salas a los prestadores que así lo hayan solicitado. Igualmente se atenderá a visitas VIP, muchas veces a propuesta del comisario, y se seguirá el desarrollo de las actividades paralelas que se hayan programado. El área de prensa o comunicación se encargará de hacer un seguimiento sobre lo publicado o emitido en los medios para elaborar la memoria final.

Finalizada la exposición, se procederá al desmontaje, contando de nuevo con el equipo del museo, que elaborará los informes preceptivos (coordinación, registro, restauración, seguridad, limpieza, etc.) y con el personal externo (montaje, transporte, correos, etc.). En la devolución de préstamos se atenderá a los requerimientos del prestador y a lo previsto en los estándares internacionales (M. Educación, 2.006). Al llevar a cabo el registro de movimiento de obras, debe tenerse muy en cuenta la posible itinerancia de todas o algunas de ellas y deberán embalarse en cajas especialmente señalizadas y guardarse en almacenes de tránsito para

salir, desde ahí, con destino a la nueva sede.

El coordinador cerrará su expediente administrativo adjuntando los informes de cada obra y remitiendo una carta de agradecimiento al prestador. Se le enviarán los catálogos que haya solicitado y el dossier de prensa de referencias aparecidas en los medios de comunicación. Se archivará toda la documentación generada en soporte papel, audio-vídeo o informático, contemplando desde la propuesta del proyecto hasta la estadística de visitantes y la memoria de las actividades paralelas realizadas así como una evaluación económica el evento³⁴. Es el momento de valorar si se lograron los objetivos propuestos.

CONCLUSIONES

El tiempo dedicado al ocio y al turismo cada vez es mayor dentro de la creciente industria turística, la cultura y el patrimonio histórico son uno de los reclamos más importantes. Dentro de ellos podemos considerar a los museos como importantes recursos del turismo cultural que ven incrementadas las cifras de visitantes especialmente cuando realizan exposiciones temporales.

Las exposiciones temporales son un instrumento básico en la divulgación y difusión de los contenidos de los museos, son el canal principal de comunicación entre un museo y su público y entre los muchos aspectos positivos que podemos destacar de su realización, están entre otros: rentabilidad económica directa e indirecta, rentabilidad sociocultural, conservación y difusión del patrimonio, experimentación y aplicación de mejoras museográficas, divulgación de las investigaciones.

Consideramos que en la actualidad, en los más importantes museos, ya desde finales del siglo XX, las exposiciones temporales han adquirido, en numerosas ocasiones, más relevancia que la propia exposición permanente del museo, ya que son la actividad más notable de los museos, convirtiéndolos en centros de atracción pública, sobre todo aquellas exposiciones-espéctáculo que acaparan la atención de los medios y que acaban suponiendo un importante éxito en cuanto a número de visitantes, uno de los objetivos fundamentales que persigue el museo. No obstante hay que señalar la actual preocupación, que a veces puede llegar a ser determinante en la programación y en el destino de los recursos económicos y humanos del museo, de las grandes exposiciones temporales, lo que repercute e interfiere en otras funciones fundamentales e inherentes al propio museo.

El museo es por definición productor de exposiciones, pero también éstas pueden realizarse independientemente del museo. En la actualidad se está produciendo una financiación y desarrollo autónomo de las exposiciones temporales, desvinculándose del museo como productor o como sede. La financiación por parte de diversas instituciones económicas, culturales o políticas está aportando nuevos e innovadores planteamientos expositivos así como una mayor preocupación por su aceptación y éxito. Consideramos que es necesario conocer todo el complejo entramado que hay detrás de la realización de cada una de las exposiciones temporales.

BIBLIOGRAFÍA

- ALONSO FERNÁNDEZ, L. y GARCÍA FERNÁNDEZ, I. (1999): *Diseño de exposiciones: concepto, instalación y montaje*. Madrid, Alianza Editorial.
- APME (2002): "Exposiciones temporales y museos" en *Revista Museo. Actas de las VI Jornadas APME* (Té-
ruel). Asociación Profesional de Museólogos de España, Madrid.
- BARRACA DE RAMOS, P. (2007): "Exposiciones temporales y gestión del patrimonio", en *Revista de Museo-
ología*, nº 38, pp.123-133. Asociación Española de Museólogos, Madrid.
- BELCHER, M. (1990): *Exhibitions in Museum*, Leicester University Press. Leicester y Londres.
- (1994): *Organización y diseño de exposiciones. Su relación con el museo*, Trea, Gijón.
- BOLAÑOS, M. (1997): *Historia de los museos en España: memoria, cultura y sociedad*. Trea, Gijón.
- BRAVO JUEGA, M. I. (1982): *Un capítulo fundamental de la museología: la seguridad en los museos*,
ANABAD, Madrid.
- CASTRO MORALES, F. y BELLIDO GANT, M. L. (1998): *Patrimonio, museos y turismo cultural: claves pa-
ra la gestión de un nuevo concepto de ocio: Actas del curso celebrado en el marco de los Seminarios "Fons
Mellaria 1997"* (Fuente Obejuna, Córdoba, 21-25 de julio).
- COLL CONESA, J., (2007): "Las colecciones y la exposición permanente. Su documentación, selección,
tratamiento y procesos" en *PmEp* (Plan museológico y exposición permanente). Ministerio de Cultura, Ma-
drid.
- CHINCHILLA GÓMEZ M. (2000): "Exposiciones temporales. Estado de la cuestión", en J.M. Iglesias Gil
(ed), *Actas de los X Cursos Monográficos sobre el Patrimonio Histórico* (Reinosa, julio 1999), Universidad
de Cantabria, Ayuntamiento de Reinosa.
- DAVALLON, J. (2000): *L'exposition à l'oeuvre : stratégies de communication et
médiation symbolique*. Montréal, L'Harmattan, París.
- GARCÍA BLANCO, Á. (1999): *La exposición, un medio de comunicación*. Akal, Madrid.
- GUTIÉRREZ BURÓN, J. (1992): "Exposiciones nacionales de bellas artes" en *Información y Revistas*, Ma-
drid.
- HALL, M. (1987): *On display: Design grammar for Museum Exhibitions*, Lund Humphries. Londres.
- HASKELL, F. (2002): *El museo efímero: los maestros antiguos y el auge de las exposiciones artísticas*. Crí-
tica, Barcelona.
- LAYUNO ROSAS, M. Á. (1998): *Museos y centros de arte contemporáneo en España*, Servicio de Investi-
gación de la Universidad Nacional de Educación a Distancia. Madrid.
- LORD, B. y LORD, G. D. (2000): *The manual of museum exhibitions*. Altamira Press, California.
- MCU (2005): *Criterios para la elaboración del plan museológico*. Ministerio de Cultura, Madrid.

- (2006): Exposiciones temporales Organización, gestión y coordinación, Ministerio de Cultura. Madrid.
 - (2007): Plan museológico y exposición permanente en el museo (PmEp) Ministerio de Cultura, Madrid.
- M. EDUCACIÓN (2006): Action Plan para la Unión Europea: movimiento de fondos y estándares para préstamos. Ministerio de Educación, Helsinki, Finlandia.
- NEAL, A. (1978): Exhibits for the small museum: a handbook, American Association for State and Local History, Nashville.
- PANTORBA, B. (1948): Historia y crítica de las exposiciones nacionales de Bellas Artes celebradas en España. Alcor, Madrid.
- PRATS, C. (2000): "Plan museológico y exposiciones temporales". Revista Museo, Asociación Profesional de Museólogos de España, Madrid.
- RICO, J. C. (2006): Manual práctico de museología, museografía y técnicas expositivas. Sílex, Madrid.
- RIVIÈRE, G. H. (1993): La museología: curso de museología: textos y testimonios, Akal, Madrid.
- RUIZ BREMÓN, M. (2002): "La gestión de exposiciones en el Museo Nacional Centro de Arte Reina Sofía" en Revista Museo, Actas de las VI Jornadas APME Asociación Profesional de Museólogos de España (Teruel), Madrid.
- STANISZEWSKI, M.A. (1998): The power of display: A history of exhibition translations at the Museum of Modern Art. MIT Press, Cambridge.
- TEJEDA MARTÍN, I. (2006): El montaje expositivo como traducción: fidelidades, traiciones y hallazgos en el arte contemporáneo desde los años 70. Trama : Fundación Arte y Derecho, Madrid.
- TURESPAÑA (2001): Plan de Impulso del turismo cultural e idiomático. Secretaría General de Turismo, Madrid.- (2007): Horizonte 2020 del turismo español. Secretaría General de Turismo, Madrid.
- VALDÉS SAGÜES, M.C. (1999): La difusión cultural en el museo: servicios destinados al gran público. Gijón, Trea.
- www.inside-instalations.org. (2007): INC, Tate, MNCARS, SMAK, SBMK. Programa Cultural 2000 de la Comisión Europea
- WITTEBORG, L. P. (1981): Good show! A practical Guide for Temporary Exhibitions, Smithsonian Institution Traveling Exhibition Service. Washington D.C.

NOTAS

1. Los contenidos de este artículo forman parte de lo expuesto por las autoras en las conferencias impartidas en el curso "Los museos: recursos del turismo cultural", dentro de los XII Cursos de Otoño de la Universidad de Cádiz, celebrados en el campus de Jerez de la Frontera del 26 al 28 de septiembre de 2007, por las autoras Cristina Giménez Raurell -conservadora del Museo Nacional Centro de Arte Reina Sofía- y Trinidad Vacas Guerrero -profesora de la Universidad Rey Juan Carlos-.

2. European Association for Tourism and Leisure Education.
3. En el Anuario de Estadísticas Culturales del Ministerio de Cultura (2004) se especifican 14.529 bienes inmuebles (BIC, siendo monumentos 12.583), 4.655 bienes muebles (BIC), 1.437 museos y 40 bienes Patrimonio de la Humanidad.
4. De los 1437 museos y colecciones que forman el censo del Ministerio de Cultura respondieron sólo 1238 museos, que son los datos que aparecen contabilizados en esta tabla.
5. La visita pública de colecciones tiene sus antecedentes más remotos en la Edad Antigua y en el emblemático caso del Ashmolean Museum (1683).
6. Como resultado del paulatino interés por los avances de la industria y de la producción mecanizada, surgen en España según decreto de septiembre de 1827 las exposiciones de la Industria y del Arte Industrial, certámenes creados a semejanza de los que se venían organizando en otros países europeos. En la segunda mitad del siglo XIX y en la primera del siglo XX, algunas de las más importantes ciudades industriales españolas comienzan a organizar sus propias exposiciones de artes decorativas e industriales, siendo, algunas de ellas, el germen de futuros museos.
7. También podrían citarse otras exposiciones de ámbito internacional como las celebradas en Madrid (Exposición histórica-americana, 1892) o en Zaragoza (Exposición hispano-francesa, 1908), entre otras.
8. Los museos en los que se expuso "Tesoros de Tutankamon" fueron: National Gallery (Washington D.C.), Field Museum of Natural History (Chicago), New Orleans Museum of Art, Los Angeles County Museum of Art, Seattle Art Museum, Metropolitan Museum of Art (New York), y M.H. de Young Memorial Museum (San Francisco). En cada uno de los museos estuvo expuesta durante cuatro meses (17 de septiembre de 1977/ 30 de septiembre de 1979).
9. International Council of Museums, www.icom.org.
10. <http://www.sites.si.edu>
11. En esta línea son de interés las conclusiones de la V Conferencia Europea de Registros de Museos, celebrada en Madrid el 13 y 14 de noviembre de 2006. <http://www.registrars-spain.com/armice.html>
12. La legislación que regula: Contratos; Seguros; Propiedad intelectual; Vigilancia; Voluntariado; Publicidad y Comunicación y Fundaciones culturales.
13. "El préstamo de la Dama de Elche. Gestión, condiciones y difusión" por M. Barril , E. Galán y S. Rovira; "La exposición del Museo del Ejército"; "Picasso, tradición y vanguardia" (2006) a cargo de K. Marotta y M. García Yelo; "El señor de Sipán" en el Museo Arqueológico de Alicante, por W. Alva.
14. Exposiciones temporales y museos (2002)
15. Para consultar estos foros: www.mcu.es/museos, www.apme.es, www.museologia.net y www.anabad.es
16. Según la institución este departamento toma diferentes denominaciones: Educación, Pedagógico, Comunicación, Difusión, etc.
17. Pensamos que para esta función se debería contar con los Diplomados en Turismo, al igual que en otras áreas relacionadas con la gestión cultural, para lo cual están plenamente capacitados.
18. En la propuesta MOMO, anteriormente citada, al finalizar la visita se pregunta al usuario sobre la utilidad y nivel de satisfacción del nuevo recurso audiovisual utilizado.

19. En el M. Thyssen: "El Greco. Identidad y transformación" en 1999, 229.473 visitantes; "Sisley. Poeta del Impresionismo" en 2002 En el Museo Thyssen: "El Greco. Identidad y transformación" en 1999, 229.473 visitantes; "Sisley. Poeta del Impresionismo" en 2002, 160.838; "Brucke. El nacimiento del expresionismo alemán", en 2005, 102.881; "Van Gogh. Los últimos paisajes" en 2007, 237.714. En el MNCARS: en 2007 "Espacios para habitar", 121.878; "Cinéticos", 104.528. En el M.N. del Prado: Tintoretto, entre enero y mayo de 2007 ha recibido más de 350.000 visitantes.
20. Selección de obras de casi veinte artistas contemporáneos de primera fila.
21. Antológica de Palencia (40 obras) y Escuela de Vallecas. Itinerancia: Murcia-Alicante-Madrid.
22. Las itinerancias cada vez son más demandadas, pues permiten rentabilizar la inversión realizada. En algunos casos, son muestras que se diseñan como un pack con paneles, fotografías y piezas significativas. y se ofertan con los requisitos mínimos exigidos y la versatilidad que se considera viable. Suelen ser exposiciones temáticas, literarias, científicas, medioambientales, etc., divulgativas en general, que encuentran en esta fórmula un medio idóneo de difusión (ejemplo: "Una aventura de 350 millones de años" de la Asociación Española de Entomología. Comisión de Educación Ambiental).
23. www.secc.es. Organiza: Ayuntamiento y Consorcio del Patrimonio de Sitges y SECC.
24. www.seacex.es
25. www.seei.es
26. www.secc.es
27. www.ucm.es/BUCM/exposiciones/mujer/index.htm
28. Hemos utilizado términos anglosajones en algunos casos por ser los aceptados y utilizados internacionalmente.
29. El correo es una persona que se desplaza con la pieza prestada en representación de su institución, o del prestador en cuestión, o bien el propio prestador. En caso de obras de extremado valor, el prestador puede exigir la presencia de un escolta, que acompañará a la obra incluso durante el transporte.
30. Estos servicios frecuentemente están externalizados: seguridad, limpieza, etc.
31. Es tarea del diseñador respetar criterios de conservación preventiva, diseñar los soportes de las obras, preparar la gráfica (paneles y/o vinilos, cartelas y señalética en general) y trabajar en el montaje con la empresa a la que se le adjudique dicha tarea, junto con el tandem comisario-coordinador.
32. Todo el equipo que participe en el montaje debe ser consciente de la necesidad de respetar la integridad de los bienes mientras se está montando la exposición, tapando con papel tisú los lienzos, evitando ensuciar, manipulando las obras con guantes de algodón o látex, según proceda, y atendiendo en todo momento a las indicaciones de los responsables del montaje.
33. www.museoprado.es
34. Ver propuesta de archivo en: Ministerio de Cultura (2006): Exposiciones temporales Organización, gestión y coordinación, pp. 143-145. Ministerio de Cultura, Madrid.

GESTIÓN DE PORTALES DE MUSEO

LA DIMENSIÓN SOCIAL DE LA DIFUSIÓN

EN INTERNET DESDE LA PERSPECTIVA

DE LOS OPERADORES CULTURALES

C. Carreras y P. Báscones

0105TEMAS

AUTOR: C.Carreras y P.Báscones

ADSCRIPCIÓN: Grupo Òliba - Universitat Oberta de Catalunya

TÍTULO: Gestión de portales de museo: La dimensión social de la difusión en Internet desde la perspectiva de los operadores culturales

FECHA ACEPTACIÓN ARTÍCULO: 10/09/2007

CORREO ELECTRÓNICO: ccarreras@uoc.edu

Resumen:

Este artículo pretende ilustrar un aspecto poco tratado sobre la presencia de los museos en Internet. Se trata de la gestión de los portales de los centros, y como esta actividad afecta a la organización del propio personal del museo, así como su adaptación a este nuevo entorno. Actualmente se orienta hacia un modelo que permite implicar activamente al personal en la gestión del contenido del portal, a partir de la adaptación de Gestores de Contenidos de software libre. El texto refleja los cambios experimentados en los proyectos realizados por el grupo Òliba en los últimos años y plantea una reflexión sobre la aplicación de dichos gestores.

Palabras claves: Gestores de contenido, bases de datos, museos, portales, Internet, cultura digital.

En los últimos años se ha observado un cambio sustantivo en la creación y mantenimiento de portales de instituciones culturales en Internet, y más concretamente de museos. Si inicialmente los museos delegaban estas funciones a empresas externas, con conocimientos tecnológicos, para que diseñaran y mantuvieran el portal de la institución, sin querer participar activamente; en la actualidad, el personal del museo cada vez más quiere gestionar estos espacios. Desde el grupo Òliba (<http://oliba.uoc.edu>)¹ en los últimos años se han venido realizando distintos proyectos de portales de museos o centros culturales, en los cuales se ha observado esta evolución y la necesidad de adaptarse a las nuevas demandas de los operadores culturales con la introducción de los gestores de contenidos (CMS).

Este artículo pretende explicar la experiencia del grupo Òliba en su colaboración con distintos museos y centros culturales, y cómo se han ido adaptando las herramientas informáticas para proporcionar un mejor servicio a los gestores de museos. Su introducción también ha supuesto un cambio en la forma de trabajar del personal de los museos, y una necesidad de actualizar de su formación.

PORTALES DE MUSEOS: ESPACIOS DINÁMICOS REFLEJO DE LA ACTIVIDAD DE LOS MUSEOS

Hacía el año 1.994 nacía Internet y con ella las primeras aplicaciones de portales de museos que tuvieron en el Exploratorium de San Francisco, el primer pionero en la difusión de contenidos de museos por la red. Ya han pasado más de 10 años de esta efemérides, y la mayor parte de museos han ido incorporándose poco a poco a Internet como un fenómeno natural, y casi obligatorio. Para algunos teóricos como Bertuglia et alii (1.999), la presencia en Internet es necesaria para la supervivencia de aquellos centros de pequeño o mediano tamaño, que sino serán invisibles para el público.

Sin llegar a estas afirmaciones extremas, si que parece claro que la presencia en Internet ha supuesto unas nuevas posibilidades para los centros de menor tamaño, que pueden ser conocidos por el gran público con una simple búsqueda. En una época en que el turismo cultural parece prescindir de las agencias y utiliza Internet para reservar alojamiento, contratar el transporte y decidir destinos, resulta apropiado tener una presencia en la red (Mills y Law, 2.004).

Los primeros portales de museo en Internet eran una simple digitalización de la documentación básica que podía proporcionar un folleto informativo de la institución, con los horarios, dirección y teléfono de contacto. En aquel momento se desconocía el potencial de Internet, y se utilizaba simplemente como un espacio para el marketing de la institución. Los primeros estudios de públicos de museos en Internet de Teather y Willhem (1.999) indicaban que los usuarios se sentían defraudados ante estos portales, que únicamente recogían la información de un folleto.

Si se tuviera que establecer una gradación entre los diversos niveles de un portal de museo, podríamos distinguir tres tipos generales, que a veces corresponden a diferentes fases de la

evolución de un portal a lo largo del tiempo:

a. Folleto electrónico

Serían portales que muestran la información mínima para facilitar la visita presencial a la institución. Por lo tanto, proporcionan detalles de horarios, accesos y una mínima documentación sobre el contenido. De alguna manera reproduce el contenido de un prospecto del museo, y tiene como objetivo tener tan sólo una mínima presencia en Internet².

b. Espacio informativo

Serán portales con un gran volumen de información sobre el museo, sus actividades y secciones. Está diseñado en función de los distintos públicos a los que puede interesar el contenido de la institución, tanto a aquellos que podrán visitarlo presencialmente como a aquellos que sólo lo conocerán virtualmente.

c. Espacio interactivo

Serán portales que además de un gran volumen de información, estando diseñados con el objetivo de satisfacer el aprendizaje o experimentación del visitante virtual. Se intenta aprovechar el medio, en este caso Internet, para realizar una presentación de los contenidos de forma distinta (p.e. cibermuseografía), complementaria a la que se puede realizar presencialmente.

Actualmente, gran parte de los museos tienen su propio portal en Internet. Por ejemplo, en el caso de Cataluña en el 2.006, el 81% de los museos censados tienen presencia en la red, aunque existen provincias como Girona o Lleida que están cerca o por encima del 90% (Carreras y Redondo, 2.006). De ellas, sólo un 35% son gestionadas por los propios museos, mientras que la mayoría son subcontratadas a empresas del sector.

Por supuesto, la mayoría de los portales son aún simples folletos electrónicos que pretenden únicamente proporcionar una mínima visibilidad de la institución. Cuando realmente se aprovecha de verdad el nuevo medio es al crear espacios informativos o interactivos, los cuales generan un esfuerzo extra al personal de la institución.

En los primeros proyectos del grupo Òliba se buscó una cierta complicidad con los operadores culturales para que pudieran realizar portales con una mínima información de los contenidos de la institución y sus actividades (Carreras y Munilla, 2.005). En aquel momento, sólo se intuían algunos espacios dinámicos como la agenda o noticias que se podían actualizar con la edición de las páginas HTML correspondientes. En principio, esta tarea se reservaba a los gestores de los museos, aunque la experiencia no fue del todo satisfactoria ya que se suponían unos conocimientos informáticos que éstos no poseían.

Por lo tanto, si se entiende que Internet es un nuevo medio de comunicación, el esquema ideal de su aplicación en el museo sería el siguiente (Carreras, 2.005):

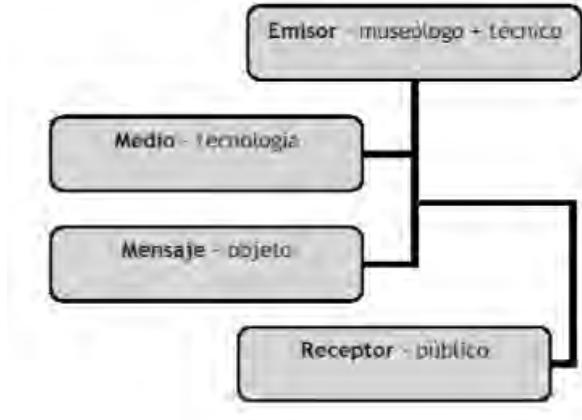
Uno de los primeros proyectos de portal que realizó el grupo Òliba fue el del Jardín Botánico

de Barcelona (http://oliba.uoc.edu/jardi_botanic)³, en que se jugaba con el mapa del Jardín que identificaba distintos climas mediterráneos del mundo y las especies que allí se encontraban. Además existía un espacio de juegos para los más jóvenes, y otras secciones que combinaban el arte con las flores (Carreras y Munilla, 2.005, 240-253).

La estructura de la web se diseñó pensando en unos contenidos estables a los que se podrían incluir, de tanto en tanto, nuevas fichas de plantas o apartados culturales. No obstante, ya desde un inicio se observó que el portal facilitaba la comunicación con los distintos colectivos que estaban interesados en sus servicios (escolares, amigos del jardín, visitantes...), por lo que se requerían espacios dinámicos para actualizar los contenidos de horarios, noticias, agenda o actividades. Para resolver los problemas de actualización de contenidos, se confeccionaron plantillas en HTML, para que los gestores del Jardín Botánico pudieran actualizar los contenidos

de archivos concretos, enviando ellos mismos los cambios al servidor vía FTP. Estas primeras plantillas HTML estaban pensadas más desde el lado del diseñador que desde el lado de usuario, en este caso el gestor del Jardín Botánico. El alto nivel de diseño gráfico que comportaba la página todavía basada en marcos dificultaba la manipulación si se quería respetar la hoja de estilos de la página. Finalmente, se desarrolló una segunda versión la quiso gestionar directamente el propio Ayuntamiento de Barcelona, al cual pertenece el Jardín Botánico de Barcelona.

Figura 1: Esquema de comunicación del museo a través de las TIC.



```

graph TD
    A[Emisor - museólogo + técnica] --- B[Media - tecnología]
    B --- C[Mensaje - objeto]
    C --- D[Receptor - público]
  
```

(<http://oliba.uoc.edu/boi/portal>) (Carreras y Berni, 2.003), en que participaban distintas instituciones, y que para cada uno se creó una fórmula de colaboración que denominamos modelo galaxia. En este modelo, cada institución aportaba unos contenidos y algunas de ellas se hacían responsables de gestionar algunas secciones concretas desde su propio servidor.

Así, el Patronato de Turismo de la vall de Boí se hacía responsable de actualizar las direcciones, y precios de referencia de los alojamientos de la vall de Boí; lo cual se realizaba a través de la edición de una plantilla de HTML que se actualizaba en su servidor, situado en la población de Tremp. Otra de las secciones dinámicas que se proyectó era una especie de revista digital con contenidos de los estudiantes del IES de Pont de Suert, que se debía actualizar a través de plantillas y enviándolo vía FTP. Tampoco en este caso funcionó la propuesta, ni tan sólo en una versión posterior simplificada en que existía un formulario en línea relacionado con una base de datos en MySQL, al cual se podían adjuntar archivos, y que era una primera ten-

En esa misma época se inició otro proyecto de creación de un portal, en este caso de la Vall de Boí

tativa de gestor de contenidos. Sin embargo el proyecto planteaba un gran avance en la gestión de contenidos dinámicos a nivel de portal y desde el grupo Òliba se realizó todo un trabajo pionero de conceptualización y de arquitectura de la información en el ámbito del patrimonio cultural.

RESOLVIENDO LA COMPLEJIDAD: NUEVAS NECESIDADES

A medida que los operadores culturales se apercibían de las ventajas de Internet como medio de comunicación para explicar contenidos y difundir su institución, más complejas resultaban las demandas, y éstas estaban siempre relacionadas con crear espacios dinámicos que pudieran ser gestionados directamente por ellos. En esencia estas demandas resultaban sumamente razonables, si bien el problema estaba en adaptar los espacios y las herramientas para que fueran fáciles de gestionar y flexibles a sus necesidades.

Por ello, desde el 2.003 se han venido creando una serie de herramientas para gestionar directamente aquellos espacios dinámicos de cualquiera de los portales en que estuviéramos trabajando. Esto es lo que se conoce como gestor de contenidos o CMS (Content Management System) y son herramientas que sirven para gestionar y crear webs de forma sencilla (Cuesta y Mingüillón, 2.004). La gestión de los contenidos la realizan los propios operadores culturales a través del acceso a un espacio especial con un nombre de usuario y password (ver figura 2).

Este gestor de contenidos a medida creado en PHP con bases de datos en MySQL, tenía una serie de herramientas que venían a resolver de forma generalizada las necesidades detectadas de los centros.

¿Y cuáles eran estas necesidades? El siguiente listado viene a responder a esta pregunta:

1. Accesos a la web: Desde los primeros proyectos, el grupo Òliba ha evaluado la respuesta del público a través del análisis de los accesos (logins) a la web y el recorrido de los visitantes virtuales. Se utilizan dos programas, Webalizer y Awstats⁴, con módulos complementarios como GEO-IP para determinar el origen de los visitantes. Estos datos también han resultado interesantes para los operadores culturales, que ahora os pueden consultar interactivamente
2. Encuestas a los visitantes: Otra información para evaluar el éxito de los portales son las encuestas a los visitantes, que ahora se han estandarizado con una herramienta que permite crear cualquier tipo de encuesta de forma automática
3. Noticias/actividades/agenda: Cada centro tiene un conjunto de informaciones que periódicamente quiere transmitir a su comunidad de visitantes presenciales e incluso a los medios de comunicación. Estas secciones ahora se organizan a través de un formulario de noticias breves que se pueden ampliar con imágenes y archivos asociados.

4. Pieza del mes: Una demanda cada vez más común es un espacio en que se destaque una pieza con una pequeña ficha descriptiva, algo que también se ha resuelto con un formulario con su imagen correspondiente.

5. Vínculos recomendados: Recomendaciones de vínculos a otras instituciones similares, cuyos contenidos pueden ser de características similares

6. Boletín digital: La necesidad de mantener una comunicación más estrecha con los visitantes virtuales ha facilitado la creación de este servicio, por el cual cualquier visitante virtual se puede apuntar (y borrar) de una lista en dónde proporciona tan sólo su correo electrónico. Desde un editor de correo electrónico los operadores culturales pueden enviar todo tipo de información a las personas apuntadas a esta lista que se gestiona a través de una base de datos.



Figura 2: Imagen de la estructura del gestor de contenidos del grup Òliba (OCMS)

<http://www.educathyssen.org>), blogs o wikis que todavía no se han incorporado a este gestor de contenidos a medida.

Las primeras aplicaciones de este gestor de contenidos a medida comienzan en el propio portal de la Vall de Boí, así como dos proyectos como son el portal del Museo de Historia de la Inmigración de Cataluña (<http://www.mhic.net>) y el portal del Museo de Lleida (<http://www.mu-seudelleida.net>) realizados durante el 2.004 y 2.005. En todos estos proyectos, ya inicialmente se identificaron secciones fijas y dinámicas, éstas últimas eran las que se debían adaptar con el gestor de contenidos.

En el caso del Museo de Historia de la Inmigración de Cataluña, su versión de portal partía de un proyecto europeo con el nombre de COINE (<http://www.uoc.edu/in3/coine/eng/index.html>), que pretendía crear una base de datos multimedia en línea de historias de vida. Se trata por lo tanto de un archivo virtual, que constituiría

7. Libro de accesos: Herramienta para que cualquiera pueda dejar su opinión sobre la web o temáticas afines. A veces conlleva problemas asociados sobretodo con el spam (mensajes de propaganda)

8. Foros: Se han adaptado herramientas para generar foros virtuales, aunque por el momento no se han utilizado

Por supuesto, existen muchas herramientas como las que permiten crear comunidades virtuales (como en el caso del Educathyssen -

parte de la colección del propio museo. La aplicación desarrollada durante el proyecto no acabó de cuajar debido a que la interfaz era excesivamente complicada para el uso de un visitante virtual sin conocimiento de la tecnología, y por lo tanto poco usable para la gente mayor que debía incorporar su historia de vida. Se trataba inicialmente de una interfaz poco clara y accesible.

Además del archivo virtual, el portal del Museo de Historia de la Inmigración de Cataluña, incorporó desde el inicio un conjunto de secciones dinámicas gestionadas por los operadores culturales del museo. Entre otras cosas, se gestionaba una sección de vínculos recomendados, la agenda y el boletín virtual. Además podían visualizar toda la información relativa a las estadísticas de accesos (logins), e incluso se podían crear encuestas a visitantes.

Si bien la experiencia ha sido positiva para los gestores del museo, que les ha permitido explotar el portal como medio de difusión y comunicación con su público, estos, cada vez persiguen avanzar más en la autogestión de la web, buscando la conversión de secciones estáticas en secciones dinámicas y ayudando con sugerencias a mejorar algunas funcionalidades para hacerlas más flexibles de lo que son ahora mismo. Por ejemplo, desean distinguir la agenda propia del museo (semestral), de las actividades puntuales o incluso actividades de otros centros; también cuando deben aparecer o no las noticias y cuando desaparecer. En este sentido el portal intenta encontrar un equilibrio entre las secciones de información que pueden delegarse a los gestores, y las secciones fijas de tipo promocional tanto del propio centro, como las vinculadas a exposiciones. En ellas, se utilizan animaciones en Flash que permite dotarlas de mayor atractivo y vistosidad de cara al público.

Actualmente, estamos en una segunda fase de desarrollo de este portal, creando las nuevas secciones dinámicas para que sean gestionadas por los responsables del museo. Incluso nos planteamos adaptar herramientas o incluso portales webs de gestores de contenidos para no tener que repetir módulos que posiblemente ya hayan sido creados. En este momento también hay una especial preocupación por la aplicación de los estándares del Consorcio de la World Wide Web (W3C)⁵, en cuanto al lenguaje HTML (XHTML) y las hojas de estilo. El seguimiento estricto de los estándares representa en cierta medida un sello de calidad y una garantía de accesibilidad a un primer nivel, así como de abrir la posibilidad a posteriores adaptaciones a diferentes plataformas (pda's o móviles), ya que se separa el contenido (la estructura) de la presentación formal o gráfica, que al quedar delegada en la hoja de estilos CSS permite una mayor manipulación.

En la medida que los operadores culturales actualizan más a menudo la web y utilizan herramientas como el boletín de noticias, mayor es el número de accesos a la web (Webalizer y AWstats) y por lo tanto los visitantes virtuales. Actualmente, la media de accesos mensuales es de 4.500 visitas, unos 150 visitantes diarios. Similar ha sido la experiencia con el portal del Museu de Lleida (<http://www.museudelleida.net>), que tenía un primer diseño con secciones establecidas sobre la información general del centro, así como las colecciones y exposiciones; mientras, que existían espacios como agenda, vínculos recomendados o el boletín que eran espacios gestionados por los propios responsables del centro.

Después de inaugurar la primera versión del portal, actualmente se está en una nueva fase de desarrollo que de nuevo completa el paso de algunas secciones estáticas a otras dinámicas, como pueden ser las propias colecciones, la selección de una pieza del mes, los servicios del museo, recursos educativos o un anuario. A medida que los operadores culturales se encuentran más cómodos con la tecnología, intentan participar más activamente en la creación de contenidos, y también ajustarlos a los cambios tecnológicos y de la propia institución.

Un último proyecto es el portal de un archivo gráfico, "Imagen de Traiguera" (<http://oliba.uoc.edu/traiguera>) que describe la vida cotidiana de este pequeño municipio del Maestrazgo a través de la memoria gráfica de una revista local. En este caso, los contenidos del archivo, así como los textos de pie de foto y narraciones contextuales, se organizan dentro de una base de datos. Además, este espacio dispone de su propio boletín, libro de firmas, encuestas etc. Por el momento, el proyecto no ha necesitado de cambios en su estructura en el último año, ya que los presentes servicios responden a las necesidades de su responsable.



Figura 3: Portal del Museo de Historia de la Inmigración de Cataluña (<http://www.mhic.net>)

nidos estándar a las demandas de los portales de museos. Esta es la fase actual en que nos encontramos trabajando como grupo de investigación.

Otro proyecto interesante es el del portal del Institut Català d'Arqueologia Clàssica realizado conjuntamente con la empresa Dortoka, gestionado como una base de datos con un administrador central que puede actualizar la mayoría de contenidos y con secciones particulares gestionadas por los distintos investigadores del centro. Cada investigador tiene un nombre de usuario y password que le permite actualizar su producción científica (artículos, otras publicaciones), su currículum vitae y dirección de proyectos. Con esta iniciativa se pretende descentralizar las tareas de actualizar contenidos, y dar la iniciativa a los miembros del Instituto.

Por el momento los resultados son sumamente positivos por la participación de los investigadores, sobre todo en la publicación de resultados, ya que éstas tienen una gran difusión. El número de accesos medio está entre 12.000-15.000 visitantes mensuales (datos obtenidos con Urchin), y sobre todo gracias a las publicaciones, convocatorias y noticiario.

Existen algunos problemas con el backoffice, hecho a medida y poco flexible, y que el administrador central sigue concentrando excesivo trabajo en actualización de contenidos, que obligaran a una remodelación del portal. En el futuro se prevé que la actualización de contenidos sea aún más descentralizada, participando la mayoría de los miembros del Institut, en las áreas que les afecten.

HACIA LA ADOPCIÓN DE LOS GESTORES DE CONTENIDOS (CMS): LA OPCIÓN DEL SOFTWARE LIBRE DEL CÓDIGO ABIERTO

Cada vez más, los gestores de contenidos son asequibles para los usuarios y pequeñas instituciones. Gracias a ellos, pueden disponer de herramientas amigables y muy completas para crear sus espacios web, con las que difundir sus contenidos en Internet sin excesivos problemas. En nuestro caso, al disponer de un servidor web Apache basado en Línx, y utilizar bases de datos MySQL y lenguajes de programación PHP y Perl, se ha preferido emplear gestores de contenidos de código abierto.



Figura 4: Portal del Museo de Lleida (<http://www.museudelleida.net>)

Existen actualmente, en el mercado y en Internet, numerosos gestores de contenido de código abierto con diferentes características y aplicaciones. Cuerda y Mingorrullón (2.004) proporcionaban una primera comparativa entre los productos más conocidos a finales del 2.004 entre los que podían destacar OpenCMS, PHPNuke, Mambo, Ez Publish, Joomla!, Type3 o Moddle⁶.

Los gestores de contenidos surgidos de la filosofía del software libre y a partir de un código abierto, permiten comenzar, de entrada, con un producto asequible y gratuito por el que no se paga licencia. Por un lado la filosofía de este tipo de software no propietario busca la máxima difusión en cuanto a distribución pública, y en el ámbito cultural representa un aprovechamiento de recursos y soluciones que tan sólo precisan ser adaptadas a cada proyecto. Este tipo de aplicaciones cuenta con la participación de programadores voluntarios que trabajan en los distintos proyectos implicándose desde cualquier parte del planeta, de esta manera, se puede competir con grupos empresariales especializados. Sin embargo no siempre se cuenta con todas las garantías ni el soporte técnico que puede dar un producto comercial o una marca.

En el caso de algunos de los portales antes citados el número de personas implicadas, no solo hace progresar las versiones sino que permite aumentar en número de subprogramas que

se crean para ellos. Muchos de estos portales son, por tanto, programas padre, sobre los que se aplican módulos o componentes que amplían su potencialidad y capacidad de especialización a cada proyecto.

Desde el grupo Òliba se está contemplando la posibilidad de experimentar con diferentes Gestores de contenidos en un intento de encontrar la herramienta que mejor se adapte a las necesidades que se plantean en proyectos relacionados con museos o centros culturales. Los gestores de contenido permiten avanzar en la personalización del proyecto, en la medida que ya aportan toda una serie de funcionalidades resueltas dispuestas para ser utilizadas y combinadas de manera modular. Antes de la aparición de los CMS, los proyectos de portales web debían ser realizados a medida con la pérdida de tiempo que suponía comenzar a programar el código desde cero (era el caso del portal de la Vall de Boí). De esta manera el trabajo consiste en adaptar el diseño gráfico a cada proyecto, pero aprovechando la potencialidad del sistema, esto representa un avance considerable en tiempo y recursos.



Figura 5: Imagen de Traiguera (<http://oliba.uoc.edu/traiguera>)

comunidad siguiendo la misma filosofía de código abierto y contribuyendo así a mejorar el producto.

ALGUNOS EJEMPLOS DEL CMS

En estos momentos los CMS de código abierto más destacables son Typo 3, uno de los primeros, con grandes posibilidades y nuevas mejoras en las últimas versiones. Una de las características que lo destaca es que su código sigue las especificaciones WAI en torno al nivel de accesibilidad. Sin embargo y pese a ser bastante completo tiene un curva de aprendizaje elevada debido a la complejidad del mismo.

Por otro lado encontramos al popular PHPNuke del que se han derivado otros. Este, pese a ser un sistema muy extendido y contar con un gran número de componentes, no destaca por

la profesionalidad de su diseño gráfico. Seguido en popularidad se encuentra Mambo, que ahora ha dado paso a Joomla!. Este sistema sí que parece estar en equilibrio entre los dos mencionados anteriormente y es uno con los que el grupo Òliba quiere experimentar. El gran número de usuarios y desarrolladores que trabajan en el proyecto permite contar con gran número de funcionalidades que van desde pequeñas aplicaciones, como a continuas actualizaciones en los diferentes idiomas, incluso catalán, vasco y gallego.

PHPNuke está siendo usado en uno de los proyectos de portal más tempranos del grupo Òliba, el portal de la vall de Boí (<http://oliba.uoc.edu/boi/portal>). Este es el CMS empleado para actualizar toda la información turística gestionada por el Patronato de Turismo de Barruera y la empresa CITA. El siguiente CMS en popularidad es Mambo, que ha evolucionado y cambiado de nombre por el de Joomla!. Este es un sistema que mantiene un equilibrio entre los dos CMS mencionados anteriormente, y es el que actualmente utiliza el grupo Òliba para experimentar con él. El gran número de usuarios y desarrolladores de este proyecto hacen fácil acceder a un gran número de funciones, desde pequeñas aplicaciones a actualizaciones continuas en diferentes lenguajes, entre ellos el catalán, vasco y gallego. Actualmente, el grupo Òliba ha creado una nueva versión del portal de Museo de Historia de la Inmigración de Cataluña hecha completamente en JOOMLA! La razón es simple, los museólogos desean tener un control completo de la mayoría de las secciones del portal y la mejor solución es implementar todo el site en un CMS como JOOMLA!

El portal del museo de Lleida está sufriendo el mismo proceso, y en un futuro próximo será accesible en una versión JOOMLA! por la misma razón, los operadores culturales dese-



Figura 6: Portal del Institut Català d'Arqueologia Clàssica (<http://www.icac.net>)



Figura 7: Sección de turismo hecha por CITA en el portal de la vall de Boí (<http://oliba.uoc.edu/boi/portal>)



Figura 8: El Museo de la Historia de la Inmigración en Cataluña en JOOMLA! (http://oliba.uoc.edu/mhic_joomla)



Figura 9: Portal de la arquitectura románica en la vall d'Aneu en JOOMLA! (<http://oliba.uoc.edu/daneu>)



Figura 10: Portal de las colonias textiles del Alto Llobregat en JOOMLA! (<http://oliba.uoc.edu/textil>)

ban tener un rol más activo y directo en la edición de los contenidos en la web. El grupo Òliba planea evaluar como el personal del museo gestiona los portales con estas herramientas así como los puntos fuertes y débiles de dichos programas. Además, nuestro grupo de investigación está experimentando con nuevos portales con el uso de JOOMLA! para la difusión de rutas culturales como la de arquitectura románica de la vall d'Aneu en los Pirineos (<http://oliba.uoc.edu/daneu>) o las colonias textiles del Alto Llobregat (<http://oliba.uoc.edu/textil>).

Tales proyectos están todavía en construcción, pero la configuración básica del CMS ya funciona. Sin embargo, la tarea más compleja es proporcionar un tratamiento didáctico al contenido cultural de la institución. Por lo tanto, ésta es la tarea que sólo pueden desarrollar los operadores culturales.

Las posibilidades, por tanto, de adaptar un sistema de gestor de contenidos al ámbito del patrimonio digital y a los museos se encuentra todavía en un momento incierto y de cambio. Es un momento también de analizar las soluciones y propuestas específicas que puedan generar grandes museos y centros internacionales, algunos de los cuales trabajan ya en esta misma línea, pero atendiendo a una adaptación continua de las necesidades específicas de cada centro.

C. C. y P. B. (grupo Òliba - UOC)

NOTAS

1. El grupo Òliba (<http://oliba.uoc.edu>) es un grupo de investigación creado en 1999 en el seno de la Universitat Oberta de Catalunya con el objetivo de evaluar las aplicaciones de las tecnologías de la información y comunicación en el ámbito de las instituciones de la memoria (museos, bibliotecas y archivos).
2. La mayor parte de portales de Cataluña son de este tipo, meramente descriptivos de cómo acceder a la institución (Carreras, 2004; Redondo y Carreras, 2005; Carreras y Redondo, 2006).
3. El portal hoy en día ha cambiado y lo gestionan desde el propio Jardín en colaboración con el Ayuntamiento de Barcelona.
4. También se ha utilizado el programa Urchin para el portal del ICAC (<http://www.icac.net>), que puede ser incorporado a otros proyectos en el futuro.
5. <http://www.w3.org/>
6. Algunas de las novedades en programas CMS de código abierto se pueden consultar desde la siguiente dirección (<http://es.wikipedia.org/wiki/CMS>)

Referencias

- BERTUGLIA, C.S.; BERTUGLIA, F.; MAGNAGHI, R. (1999) Il museo tra reale e virtuale. Roma.
- CARRERAS, C. (2004) "Situació de les Tecnologies de la Informació a les Institucions de la Memòria a Catalunya en desembre de 2004". Informe (http://oliba.uoc.edu/oliba/reports/museus_tic_catalunya_2004.pdf)
- CARRERAS, C (2005) "Museos enredados. Nuevos dilemas, nuevos horizontes en Internet". En Carreras, C. (ed.) Patrimonio cultural y tecnologías de la información y la comunicación. A la búsqueda de nuevas fronteras. Tendencias 2, Cartagena, pp.161-182
- CARRERAS, C; BERNI, P. (2003) "Difusió del patrimoni cultural a través de les TIC: el cas del portal de la vall de Boí. Digit-Hum 5 (<http://www.uoc.edu/humfil/articles/cat/carreras0303/carreras0303.html>)
- CARRERAS, C.; MUNILLA, G. (2005) Patrimonio digital. Barcelona.
- CARRERAS, C.; REDONDO, S. (2006) "Situació de les Tectnologies de la informació a les institucions de la memòria a Catalunya en desembre 2006". Informe (http://oliba.uoc.edu/oliba/reports/museus_tic_2006.pdf)
- CUERDA, X.; MINGUILLÓN, J. (2004) "Introducción a los Sistemas de Gestión de Contenidos (CMS) de código abierto". Mosaic 36 (<http://www.uoc.edu/mosaic/articulos/cms1024.html>)
- MILLS, J.E.; LAW, R. (2004) Handbook of consumer behavior, tourism, and the Internet. Binghamton.
- REDONDO, S.; CARRERAS, C (2005) "Situació de les Tectnologies de la informació a les institucions de la memòria a Catalunya en desembre 2005". Informe (http://oliba.uoc.edu/oliba/reports/museus_tic_definitiu_2005.pdf)
- TEATHER, L.; WILLHEM, K. (1999) "Web musing: evaluating museums on the web from learning theory to methodology". En Museums and the Web, New Orleans (<http://www.archimuse.com/mw99/papers/teather/teather.html>)

**EQUIPAMIENTOS CULTURALES DE PROXIMIDAD
EN ESPAÑA EN EL SIGLO XX
AULAS DE CULTURA
Y CENTROS CULTURALES**

Chus Cantero

0106TEMAS

AUTOR: Jesús Cantero

ADSCRIPCIÓN: Observatorio Oikos

TÍTULO: Equipamientos culturales de proximidad en España en el Siglo XX.
Aulas de Cultura y Centros Culturales

FECHA ACEPTACIÓN ARTÍCULO: 10/09/2007

CORREO ELECTRÓNICO: CHUSCANT@telefonica.net

Resumen: Estudio de los modelos de equipamientos culturales que se dieron en la España franquista. En otros números de esta misma revista se han analizado algunos de estos equipamientos, como fueron los Teleclubs y las Casas de cultura. El presente artículo está dedicado a las Aulas de cultura y a los Centros culturales.

Palabras clave: franquismo, equipamiento cultural, aula de cultura, centro cultural.

Licencia del presente documento:

El presente texto se halla licenciado bajo Creative Commons - By-SA, y es de libre copia, distribución y transformación, incluso con fines comerciales, con las solas condiciones de mantener la misma licencia. Puede consultar las condiciones de la licencia en el siguiente enlace:

<http://creativecommons.org/licenses/by-sa/es/>

Copyleft 2007 - Jesús Cantero

<http://derecho-internet.org>

Versión del presente documento: 0.1.

Este artículo mantiene una continuidad tanto en los contenidos como en el eje temporal que vamos desarrollando con otros publicados en esta revista¹ bajo el mismo epígrafe general e intenta rematar unos modelos de equipamientos que se dieron en el periodo histórico en el que me he centrado - el franquismo - aunque rebasado en ambos bordes por la existencia previa o la permanencia posterior de variantes de los mismos con los que comienzan o terminan las etapas, sea el caso de las Casas de Cultura en los inicios y de las Aulas de Cultura en el final del ciclo.

Es claro que estos equipamientos del periodo franquista tenían una virtualidad común, eran diseñados para su funcionamiento en red por el gobierno central, Ministerio de Educación, Información y Turismo y Cultura posteriormente, lógicamente situados en los municipios pero con una gestión compartida o bajo acuerdos con las administraciones locales, unas veces solo los Ayuntamientos y otras contando también con las Diputaciones; a veces algunos de ellos con posibilidad de hacerlo con instituciones privadas.

Este proceso que se pone en marcha durante cuarenta años, se cierra prácticamente con la creación del Ministerio de Cultura en 1.977 y va cambiando suavemente hasta la celebración de las primeras elecciones democráticas de las Administraciones Locales de 1.979 en las que todavía quedan elementos del mismo como consecuencia de la inercia de la administración.

Las competencias en las diferentes tipologías de equipamientos de proximidad que se ponen en marcha a partir de esas elecciones y por los nuevos equipos que llegan, son claramente de planificación y gestión local, aunque se cuente para su construcción o puesta en servicio con fondos del gobierno central como han podido ser los Planes de Obras y Servicios de la Diputaciones o los Planes Especiales del V Centenario del Ministerio de Administraciones Públicas, entre otros, o posteriormente los planes de financiación de las Infraestructuras Locales de las diferentes Comunidades Autónomas.

En los otros artículos a los que he hecho referencia al inicio de estas páginas, he comentado dos tipologías concretas: las Casas de Cultura y los Teleclub, aunque se hayan citado otras varias; trataré ahora de dar una visión del breve desarrollo, de otra tipología de equipamientos culturales, de una época concreta y del epílogo que intento reunificar todas las del periodo franquista, a las que genéricamente también he llamado "de proximidad", "apropiándome" del nombre Equipamientos de Proximidad de la Fundación Kaleidos, sin considerar la definición ni entrar en los contenidos. Me refiero a partir de este momento a las Aulas de Cultura, de la época, y al intento de resumen posterior de todos ellos, los Centros Culturales.

El término Aula de Cultura es muy usado durante el periodo franquista, antes de la creación de este tipo de equipamiento de proximidad, al que nos vamos a referir, por el Ministerio de Información y Turismo y lo hacen diferentes Instituciones y circunstancias, desde los casos extremos como cambiar el nombre del Ateneo de Madrid por Aula de Cultura de la Delegación Provincial de Educación de FET y de las JONS (mantuvo este nombre entre 1.939 -1.945), hasta las Aulas de Cultura de las Capitanías Generales militares, Aula de Cultura del Instituto de Estudios Madrileños del CSIC, Aula de Cultura de la Fundación SEK, Aulas de Cultura de las

Cajas de Ahorro o las Aulas de Cultura de las diferentes facultades Universitarias, que desde finales de los años sesenta se convierten en un compendio de actividades capaz de agrupar al movimiento contestatario antifranquista. Se designan durante este tiempo con el mismo nombre, indiscriminadamente, una veces el contenido y otro el continente.

Las Aulas de Cultura se crean por O.M. de 3 de Julio de 1.974, como "Red Nacional de Aulas de Cultura" a propuesta de la Dirección General de Cultura Popular del Ministerio de Información y Turismo.

La Orden establece en su exposición de motivos que "uno de los objetivos fundamentales de la política cultural consiste en proporcionar a los grupos de población que se han desplazado del ámbito rural a otro urbano, los medios de integración cultural imprescindibles para superar el desarraigo social que el movimiento migratorio comporta" para que puedan cumplir la finalidad que persignen, las Aulas de Cultura "han de alcanzar un sólido arraigo social y, en consecuencia, será preferible potenciar aquellas iniciativas surgidas en el seno de la propia sociedad y fomentar la aparición de otras nuevas, acudiendo, solo en casos extremos, a la creación directa de Centros por parte del Estado."

Las Aulas de Cultura se configuran así como centros de naturaleza pública en cuya constitución participan de una parte, el Estado y de otra, entidades públicas o privadas; el funcionamiento cotidiano de las Aulas se establecerá mediante convenios firmados entre las partes, dicho convenio se firmará, una vez aprobada la creación del Centro por la citada Dirección General, a través de las Delegaciones Provinciales.

La O.M. que examinamos establece en su artículo 1º que las Aulas se localicen "preferentemente en las zonas suburbanas, a fin de dotar a las mismas de los medios imprescindibles para el desarrollo de la vida cultural" y en el apartado 3 del artículo 2º se señala que "salvo que se disponga expresamente lo contrario en el respectivo convenio constitutivo, las Aulas de Cultura tendrán carácter público. El público que utilice sus servicios habrá de sujetarse a las condiciones que en cada caso establezcan los Estatutos."

El carácter público de las Aulas de Cultura justifica las ayudas o inversiones realizadas por la Administración del Estado; y la atención a las necesidades culturales y comunitarias de la zona en la que el Aula se establece constituye el cumplimiento por parte del Estado de una de sus obligaciones subsidiarias.

La Administración se compromete según las disponibilidades presupuestarias a proporcionar

El término Aula de Cultura es muy usado durante el periodo franquista, antes de la creación de este tipo de equipamiento de proximidad.

medios para el desenvolvimiento de las actividades culturales del centro. Dichos medios, según se recoge en la referida Orden, pueden ser para las actividades o para construcción y dotación mobiliaria; la valoración económica de los mismos se determinará anualmente a la visita de los Balances y Presupuestos del Aula de Cultura, las cuales establecen libremente sus planes de actuación que son sometidos a la Red Nacional para conocimiento y aprobación.

Con el objeto de unificar en líneas muy generales el funcionamiento de las Aulas, se establecen en los convenios, las formas de funcionamiento que se adoptan como Estatutos con su respectivo reglamento y recogen las normas establecidas en la O.M. de 3 de Julio de 1.974. En la formulación y contenido de este Reglamento la Administración del Estado no interviene, si no es para exigir su concordancia con lo establecido en los Estatutos.

El artículo 4º de la O.M. establece que al frente del Aula existirá una Junta Rectora, que estará constituida por un Director, los Vocales y el Secretario del Centro. El Director será designado por el Ministerio de Información y Turismo, previa propuesta de las entidades colaboradoras. Los vocales serán designados por las entidades colaboradoras y el Secretario será designado por el Director.

El convenio podía ser denunciado por cualquiera de las partes, lo que conllevaba la extinción del Aula y, en tal supuesto, cada parte recobraría, la aportación patrimonial de acuerdo con las previsiones que se pactaron en el convenio.

La Dirección General de Cultura Popular además de las labores de coordinación y asistencia era responsable de:

- Fomentar la creación de Aulas de Cultura
- Constitución de los Centros en la parte que en cada caso se haya obligado por el convenio de creación de cada Centro.
- Materializar la colaboración del Estado en la constitución y dotación del Centro.
- Promocionar la actividad de las Aulas de Cultura, proporcionando el material adecuado y facilitando la realización de las actividades que le son propias.
- Supervisar el funcionamiento de los Centros.
- Decidir en cuanto a la denuncia del convenio constitutivo del Centro, cuando éste no cumpla las finalidades que motivaron su creación.

En 1.975, las Aulas de Cultura siguen dependiendo, con motivo de la modificación de la estructura orgánica de la Dirección General de Cultura Popular, mediante O.M. de 23 de Diciembre, de la Subdirección General de Acción Cultural a la que pone al frente de la Sección de Aulas de Cultura asignada al Servicio de la Red Nacional de Teleclub, dicha Sección es la que tiene la responsabilidad específica de la preparación y desarrollo de los planes de actuación de la Red Nacional de Aulas de Cultura.

En las previsiones para el año 1.975 se había calculado iniciar expedientes para unas treinta Aulas. En un informe interno de primeros de Diciembre de ese año se indica la existencia

de veintiséis totalmente normalizadas que son:

1. Aula de Cultura del Instituto de Estudios Riojanos Diputación Provincial - Logroño.
2. Aula de Cultura de Fuencarral - Madrid.
- 3, 4, 5. Aulas de Cultura de Hospitalet de Llobregat: Galles Sabur, Recluss y Avda. Massnou (Barcelona).
6. Aula de Cultura de Eguia - Iruresoro - San Sebastián.
7. Aula de Cultura del Barrio de San Antón - Elche (Alicante).
8. Aula de Cultura del Barrio de Recaldeberri - Bilbao.
9. Aula de Cultura del Centro de Iniciativas y Turismo de Hijar - Teruel.
10. Aula de Cultura de Majadahonda (Madrid).
12. Aula de Cultura de Carabanchel Alto - Madrid.
13. Aula de Cultura del Centro de Enseñanza del Movimiento, Carabanchel - Madrid.
14. Aula de Cultura del Centro de Promoción "Virgen de la Chanca" - Almería.
15. Aula de Cultura de Monforte de Lemos - Lugo.
16. Aula de Cultura de la Asociación de Cabezas de Familia, La Calzada - Gijón.
17. Aula de Cultura de Palomeras-Sureste - Madrid.
18. Aula de Cultura de Guadalajara - Delegación Provincial del Ministerio de Información y Turismo.
19. Aula de Cultura de Los Barrios - Cádiz.
20. Aula de Cultura del Puerto y Villa de Garachico - Santa Cruz de Tenerife.
21. Aula de Cultura del Patio Virgen de la Luz - Cádiz.

En el informe se manifiesta que se está pendiente de la llegada de diversos Convenios como: Aula de Cultura de la Diócesis de Ibiza (Baleares), de Vallecas -Villa (Madrid) y Agaete (Gran Canaria) y que en Logroño, la Diputación Provincial mantiene tres según su convenio ya acordado entre ellas Arnedo y Haro y con noticias de expedientes comenzados en Sevilla, Valladolid, Jodar (Jaen) y previstas según el Plan anual en Málaga, Murcia, Burgos, Almazán (Soria) y Utrilla (Teruel).

Dentro del Plan General y en lo que se refiere, en concreto, al plan que se desarrolla para Madrid, estaba prevista la creación de Aulas en Aranjuez, Entrevías, Orcasitas, Pozo del Tío Raimundo, Progreso, San Fermín, y La Zaporra. El expediente relativo a la iniciación de todas que todavía no han comenzado fue enviado al Delegado Provincial del Ministerio.

En el informe se destacaba: "por falta de comprensión de lo establecido en el Decreto de 3 de Julio de 1.974 o por falta de información al respecto, no se ha producido la promoción que corresponde a los Delegados Provinciales, se estima que sería muy conveniente la orientación de estos mismos Delegados respecto a la importancia que la Red Nacional de Aulas de Cultura puede suponer en el futuro [...] Efectivamente, según previsiones autorizadas y realizadas al efecto, hacia 1.990 el 84% de la población española será urbana y solo 14 ciudades absorberán 14.000.000 de habitantes. Naturalmente estos crecimientos habrán de suponer la agravación de sus actuales problemas, con un mayor desorden de su periferia y la necesidad de atender a corregir los defectos de dotaciones mínimas de infraestructura y servicios [...] Se-

rá función importante evitar la desolación de la cultura urbana y la rural en estas nuevas zonas suburbanas, dotándolas de instalaciones y equipos que permitan, aunque sea en mínima medida, la satisfacción de las necesidades vinculadas a la dignidad de la persona, y especialmente en lo que se refiere a su dimensión espiritual y cultural [...] Naturalmente que las Aulas de Cultura no van a resolver por sí -mismas este gravísimo problema de incalculables consecuencias; pero sí pueden ayudar a paliarlo en la medida de sus disponibilidades".

En lo que respecta a los presupuestos de ese año 1.975:

Creación e Instalación según El Plan	14.000.000 pts.
Premios y Concursos	150.750 pts.
Campañas Informativas	1.000.000 pts.
Acción Cultural	1.236.362 pts.

Lo que nos da un total de 16.698.636 pts. En el año 1.976 no aparecen desagregadas las cantidades de Teleclub y Aulas de Cultura pero para el mismo tipo de partidas aparecen en los presupuestos 48.569.400 pts., para 1.977, 148.223.000 pts y para 1.978 la cantidad de 186.481.000 pts; siendo significativo, aunque sea los dos tipos de equipamientos agregados las inversiones que pasaron en el 1.977 a 103.155.000 pts. Y en 1.978 a 172.000.000 pts. (esta financiación se refiere solo a las aportaciones del Ministerio de Cultura).

En 1.977, se publica un Real Decreto 2.258/1.977 de 27 de Agosto que crea dependiendo de la Dirección General de Difusión Cultural - habían cambiado el nombre y competencias de la dirección General de Acción Cultural, aunque no había afectado a las Aulas de Cultura - la Subdirección General de Entidades y Convenios Culturales; y dentro de ésta, el Servicio de Centros Culturales.

En un informe posterior, enero de 1.978, realizado por el recientemente creado Servicio de Centros Culturales se nos dice que existen 27 Aulas de Cultura: nueve en Madrid; dos en Albacete, Cádiz y Santa Cruz de la Palma; y una en Lugo Oviedo, Santander, Bilbao, San Sebastián, Teruel, Barcelona, Cáceres, Jaén, Alicante, Ibiza, Almería y Santa Cruz de Tenerife.

Como ya he citado, en 1.977 se crea el Ministerio de Cultura y Bienestar por Real Decreto 1.558/1.977, se estructura provisionalmente por Decreto 1.961/77 de 29 de julio y se denomina oficialmente de Cultura junto con su estructura orgánica por Decreto 2.258/77 de 29 de Agosto, con competencias que le vienen dadas de tres Ministerios; Educación, Gobernación y la extinción del de Información y Turismo, esto hace que se vayan estudiando las diferentes realidades que se daban en España y de forma lenta, pero continua, se vayan modificando, unificando, las estructuras heredadas y sirva para la revisión de viejas "políticas" y creando otras nuevas a veces de forma zigzagueante, circunstancia que también llega a los Equipamientos.

La Orden Ministerial de 31 de Enero de 1.978 lo desarrolla y supone para las Aulas de Cultura su nueva orientación pues pasa a depender de un Servicio de Centros Culturales Públí-

cos, prácticamente igual que la reforma de Agosto de 1.977, compartiendo un negociado de Aulas de Cultura y Centros Oficiales, desapareciendo ya definitivamente la Red de Casas de Cultura, al igual que se hizo con los Teleclub que pasan a negociado y desaparece la Red Nacional.

En otro informe del Jefe de Servicio de Centros Culturales al Subdirector General de Entidades y Convenios Culturales de fecha 23 de Junio, se le comenta " No obstante, y pese al tiempo transcurrido, nada se ha dispuesto para que las antiguas Redes Nacionales de Teleclub y Aulas de Cultura dieran paso a una nueva normativa que ordenara con arreglo a los nuevos criterios vigentes el cometido y la regulación de estos Centros. Por el contrario, en los últimos meses de 1.977 y primeros de 1.978, se intentó dar mayor vigencia a las Aulas de Cultura y Teleclub, a la espera de una transformación que aprovechara la potenciación de los Centros para su mejor instalación en la política cultural apuntada en los propósitos de actuación del Ministerio." Anuncia también con cierta preocupación: "Por otra parte de otra Dirección del mismo Organismo -Ministerio de Cultura - (la de Desarrollo Comunitario) se está proyectando la Creación de Centros Cívicos o Centros Socio-culturales en las poblaciones superiores a los 40.000 habitantes, con tres áreas de actividad, que en muchos aspectos, y en especial el de la cultura, se superpone a lo que realizan los más completos y mejores Centros de nuestras Redes".

Por Orden de 28 de septiembre de 1.978 se regulan los Centros Culturales, a propuesta de la Dirección General de Difusión Cultural, en su preámbulo se recoge "dependiente de la Subdirección General de Entidades y Convenios Culturales, existe el Servicio de Centros Culturales, al que se concede atribución administrativa sobre Teleclubs y Aulas de Cultura. La dispersa, y en muchos extremos anticuada normativa, así como la experiencia obtenida de la actividad que ha venido desarrollándose en estos Centros, hacen aconsejable una reconsideración de las disposiciones legales que los regulan, especialmente en el sentido de encomendar a la Administración una acción de promoción y ayuda haciendo posible la extensión de la Cultura".

En el artículo 1º. De la Orden se recoge su definición: "Son Centros Culturales las Asociaciones con personalidad jurídica propia constituidas de acuerdo con lo previsto en la legislación vigente, que por cumplir fines de relación, promoción y difusión culturales sean calificadas como tales por el Ministerio de Cultura".

Los Centros Culturales deberán ser Asociaciones abiertas a todos los individuos de la población, barrio o comunidad, en la que ejerzan sus actividades. Las Asociaciones legalmente constituidas que deseen ser calificadas como Centros Culturales lo solicitarán de la Dirección

En 1975, las Aulas de Cultura siguen dependiendo, con motivo de la modificación de la estructura orgánica de la Dirección General de Cultura Popular.

General de Difusión Cultural del Ministerio de Cultura, a través de la Delegación Provincial correspondiente, acompañando una Memoria explicativa de las actividades a realizar, y del ámbito territorial al que se extienden dichas actividades; para acceder a dicha calificación además de la calificación de Asociación Cultural, según la vigente Ley de 1.964, hay que acreditar la disponibilidad del local o la propiedad del mismo para fines exclusivamente culturales, presentar una propuesta de Director y un plan de acción con su respectivo presupuesto de ingresos y gastos en los que aparte de las actividades se pueden incluir las obras de adaptación o mejora, posteriormente y con todos los informes y vistos buenos se firmara un convenio de colaboración con las obligaciones y aportaciones de las partes.

En Septiembre de 1.978 y según los informes internos el numero de Centros Culturales en estudio es de 309 de los cuales 272 son antiguos teleclub, repartidos por 21 provincias: La Coruña 57; Oviedo 2; Santander 11; León 4; Palencia 35; Valladolid 1; Segovia 7; Ávila 22; Logroño 30; Zaragoza 1; Teruel 18; Tarragona 8; Gerona 8; Madrid 16; Toledo 26; Ciudad Real 9; Badajoz 4; Alicante 18; Palma de Mallorca 8; Sevilla 17 y Jaén 7. También se impulsó un estudio vía las Delegaciones Culturales del Ministerio en las diferentes Provincias de las situación y revisión de los antiguos Centros, muchos de los cuales, en los núcleos más pequeños habían dejado de funcionar y había que darlos de baja y a otros que no alcanzaban cierto nivel se pensó que quedaran como "Centros Cívicos Sociales".

En 1.980, el Ministerio de Cultura dicta una Orden de 21 de mayo, por la que regula de nuevo los Centros Culturales y deroga la Orden de 28 de septiembre de 1.978 por las que se creaban y regulaban los mismos, dicha Orden es prácticamente similar, pero en ella la Institución se va desligando más de los Centros, que ya no están adscritos a una Dirección General concreta donde se lleva el registro, sino que éste está en el Ministerio de Cultura que califica al Centro pero no lo supervisa ni se obliga con él, solo mediante el Convenio que es más genérico y permite al Ministerio hacer aportaciones en especies y ya no se especifican ni inversiones ni actividades.

Por otro lado, se da la paradoja de que a la vez que el Ministerio parece que va desmontando sus redes de Centros Culturales -en los primeros borradores de la normativa de 28/09/1.978 aparecían las Casas de Cultura Municipales y las Provinciales y no se vuelve a hablar de ellas en estas Ordenes que están apareciendo e igualmente aparecía una catalogación de Centros Culturales Urbanos y Rurales- el dia 13 de junio del mismo año se publica otra Orden Ministerial, por el que crea las Aulas de la Tercera Edad, dependientes de la Dirección General de la Juventud y Promoción Cultural. Las define como "Centros socioculturales especialmente dedicados a la promoción integral de la tercera edad" y las califica como Aulas propias de ámbito Nacional; Aulas Provinciales, su gestión depende de la Diputaciones Provinciales en coordinación con la Dirección General de la Familia y Aulas Colaboradoras y Asociadas en las que se convenía con instituciones privadas.

Por Real Decreto 442/1.981, de 6 de marzo, se vuelve a cambiar la estructura orgánica del Ministerio de Cultura. Y los Centros van siendo subsumidos en la tela de araña administrativa y ahora pasan a depender de una Subdirección General de la Subsecretaría del Ministerio.

Como apéndice de esta serie de tres artículos citaré, sin desarrollarlos, los inicios en España de unas nominaciones de equipamientos que tienen una gran implantación en todo el país a partir de los años ochenta y que ya han ido apareciendo a lo largo de los mismos como son los Centros Cívicos, obviamente sin intentar compararlos con los que actualmente existen e incluso con los que se fundaron primero, solo mantendrían unas ciertas similitudes en la función social y cultural a desarrollar en su entorno cercano. Las primeras noticias de estos tipos de equipamientos nos vienen de los años cuarenta con la puesta en marcha de los Planes de Colonización, que tienen sus antecedentes en la Ilustración -repopulación de Sierra Morena por ejemplo- la Ley de fomento de la población Rural y Establecimiento de Colonias Agrícolas de 1.866 y la Ley de Colonización Interior de 1.907 y por supuesto la Ley de Reforma Agraria de 1.932, con la puesta en marcha por el Instituto de Colonización de los Poblados de Colonización y dentro de las necesidades de equipamientos para ellos, se cita además de la escuela, las casas de maestros, la Iglesia, la casa Rectoral, el Salón Parroquial, el Centro Cívico Social...

En el llamado Plan Jaén², Plan de Obras, Colonización, Industrialización y Electrificación de la Provincia de Jaén, se recogen dos tipos de poblados según el número de viviendas que se vayan a construir y la urgencia de los mismos; en los primeros, 1.574 viviendas, "Las atenciones espirituales, culturales y sanitarias de las familias instaladas se lograrán con la creación de cinco Centros Cívicos y tres de menor importancia para los grupos de viviendas diseminadas" en los segundos, 2.426 viviendas, las necesidades se resolverán con "seis Centros Cívicos mayores y siete de menor importancia para las viviendas diseminadas".

Comentaba al principio de este artículo que los límites del periodo histórico se desbordan y los tipos equipamientos que he descrito en su gran mayoría desaparecen o han tenido antecedentes como era el caso de las Casas de Cultura que arrancaban de los años veinte, entre los que permanecen citaba en el anterior artículo la supervivencia de algunos teleclub todavía en uso en pequeños núcleos rurales o el caso de las Aulas de Cultura de Hospitalet, que en el año 1985 seguían existiendo cinco, de las cuales dos por lo menos eran de la época en que se crearon por el Ministerio de Información y Turismo y que a fecha de hoy, con todas las adaptaciones que habrán sufrido, siguen en la brecha bajo el nombre de Centros Culturales.

C. C.
Noviembre de 2.007

NOTAS

1. Cantero Chus, Equipamientos Culturales de proximidad en España en el siglo XX , Las Casas de Cultura, Rev. Periférica nº 2 ,Cádiz 2001; Equipamientos Culturales de Proximidad, Los Teleclub, Rev. Periférica nº 6 , Cádiz 2005
2. Plan Jaén , Enrique Corma, Temas Españoles nº 238, Publicaciones Españolas, Madrid 1956

INTRODUCCIÓN AL COPYLEFT UNA PERSPECTIVA DE SU RECEPCIÓN EN ESPAÑA

Javier de la Cueva González-Cotera

0107TEMAS

AUTOR: Javier de la Cueva González-Cotera

ADSCRIPCIÓN: Profesional Independiente

TÍTULO: Introducción al Copyleft. Una perspectiva de su recepción en España

FECHA ACEPTACIÓN ARTÍCULO: 01/07/2007

CORREO ELECTRÓNICO: jdelacueva@derecho-internet.org

Resumen: Origen del concepto, definición y significado del término copyleft. Se analiza la evolución e implantación en España y los casos recogidos por la jurisprudencia española. También se explica porqué son rentables las licencias copyleft.

Palabras clave: copyleft, copyright, derechos de autor, licencia GPL, licencia Creative Commons.

Licencia del presente documento:

El presente texto se halla licenciado bajo Creative Commons - By-SA, y es de libre copia, distribución y transformación, incluso con fines comerciales, con las solas condiciones de mantener la misma licencia. Puede consultar las condiciones de la licencia en el siguiente enlace:

<http://creativecommons.org/licenses/by-sa/es/>

Copyleft 2007 - Javier de la Cueva González-Cotera

<http://derecho-internet.org>

Versión del presente documento: 0.9.

NACIMIENTO DEL CONCEPTO DE COPYLEFT Y SIGNIFICADO

El término Copyleft nace en los años 70 del siglo pasado en el Instituto Tecnológico de Massachusetts (MIT)¹ como un juego de palabras del término inglés Copyright. Fundamentándose en el sistema tradicional de derechos de autor, que establece un control de la obra por parte de su propietario, el término Copyleft designa aquellos casos en que el autor permite las libres reproducción, distribución, difusión o transformación de su obra y, por extensión, al conjunto de licencias de propiedad intelectual que hacen esto posible.

El término "right" tiene en inglés un doble sentido: significa tanto derecha como Derecho (en ambas acepciones de Ordenamiento Jurídico y de derecho subjetivo). Asimismo, el término "left" es ambivalente ya que su significado es tanto el término izquierda como el participio del verbo soltar: suelto. Así pues, en origen, Copyleft nace como un juego de palabras al contraponer los términos Copyright-Copyleft, y designa tanto un concepto político de la propiedad intelectual como la decisión soberana del autor de dejar "suelta" su obra.

En el "Boletín de traducción española en las instituciones de la Unión Europea" número 98², de fecha mayo/junio de 2.006, se trata en la sección "Cabos Sueltos" la traducción del término Copyleft ante las dudas surgidas por la ambivalencia terminológica. La sección "Cabos Sueltos" de dicho boletín tiene como finalidad publicar "notas breves en que se exponen argumentos o se facilitan datos para solucionar problemas concretos de traducción o terminología" y si bien se considera como válida la traducción de "izquierdo de copia", se señalan dos obstáculos para la aceptación de la traducción en el uso cotidiano: El primero de ellos es la consolidación actual en nuestra lengua del término "copyright" y el segundo es "la propia vitalidad de este concepto en el seno de comunidades virtuales en las que el inglés es un referente lingüístico muy potente y en las que posiblemente el aliento de libertad de creación y difusión ya resulte indisoluble de su denominación en inglés"³.

El Boletín mencionado de la Unión Europea define el término Copyleft de la siguiente manera:

"Copyleft es el término que se utiliza en el ámbito informático (y se aplica de manera análoga a la creación literaria y artística) para designar el tipo de protección jurídica que confieren determinadas licencias que garantizan el derecho de cualquier usuario a utilizar, modificar y redistribuir un programa o sus derivados, siempre que se mantengan estas mismas condiciones de utilización y difusión."

En la práctica, al igual que se hace hoy en día con otras instituciones jurídicas para las que usamos terminología de otras lenguas (leasing, renting, factoring, derecho "sui generis"), el término Copyleft se está imponiendo, lo que no deja de ser un fenómeno idéntico al que ocurre desde los orígenes del Derecho (sirva por todos el ejemplo del término castellanizado "hipoteca").

EVOLUCIÓN DE SU IMPLANTACIÓN

Ámbito informático

El nacimiento jurídico del Copyleft se produce en 1.984, mediante la redacción y su aplicación a obras informáticas de la Licencia General Pública⁴ (GPL en su acrónimo en lengua inglesa), obra del informático Richard Stallman⁵ y del profesor de Derecho de la Universidad de Columbia (Nueva York, EEUU) Eben Moglen⁶.

Los cuatro derechos básicos que la GPL asegura son los siguientes⁷:

- Libertad 0: poder usar el programa sin restricciones⁸.
- Libertad 1: poder estudiarlo y adaptarlo a necesidades particulares.
- Libertad 2: poder redistribuirlo.
- Libertad 3: poder mejorarlo y publicar las mejoras.

En la práctica y para asegurar que se puedan cumplir las cuatro libertades, la GPL requiere que el código fuente del programa se halle a disposición pública, lo que garantiza la transparencia del código, su pública auditoría y la posibilidad de construir sobre el mismo, permitiendo de esta manera una obra colectiva en la que cualquier persona que hoy en día disponga de conexión a Internet pueda colaborar.

La licencia GPL dispone como obligatorios otros dos mecanismos, cual son el carácter vírico de la licencia: toda aquella persona que modifique el código, esto es, que sobre un código produzca una obra derivada, si redistribuye su creación debe permitir, a su vez, las cuatro libertades básicas sobre su obra transformada. De esta manera, se asegura la construcción de una obra de propiedad intelectual sobre "hombros de gigantes"⁹ que ha permitido, a título de ejemplo, que Administraciones públicas como la Junta de Andalucía o la Comunidad Autónoma de Extremadura publique sistemas operativo para los ordenadores de sus administraciones: las distribución "Guadalinux"¹⁰ y "Linex"¹¹, respectivamente. En definitiva, el Copyleft toma del método científico su sistema de construcción y desarrollo.

Otras obras de propiedad intelectual

El fenómeno de compartir código y construir sobre el mismo no quedó en el ámbito informático, sino que comenzó a aplicarse a otras obras sujetas a propiedad intelectual. Para facilitar esta tarea, desde ciertos sectores doctrinales se elaboraron otras licencias que se consideraron mejor ajustadas a obras literarias, musicales, fotográficas o audiovisuales, siendo las más notorias las licencias "Creative Commons"¹².

El título de Creative Commons hace referencia a los bienes comunales desde los que se puede crear, tomando como base la cultura y fundamentándose en las tesis de que ninguna obra es absolutamente original, sino que siempre toma elementos de su entorno o del pasado y que en nuestra historia hace referencia al denominado "procomún". Ejemplos de ello son el folclo-

re, los cuentos y juegos populares, los chistes, los bailes regionales...

Las licencias Creative Commons nacieron de la mano del profesor de Derecho de la Universidad de Stanford (EE.UU) y fundador del "Center for Internet and Society" dependiente de dicha facultad Lawrence Lessig¹³, reputada autoridad mundial en la disciplina del denominado Ciberderecho, anterior profesor de Derecho en la Universidad de Harvard (EE.UU), donde fue director del "Berkman Center for Internet & Society", y ayudante del magistrado del 7º Circuito de Apelaciones Richard Posner y del magistrado del Tribunal Supremo norteamericano Antonin Scalia.

Como medio instrumental para el desarrollo y expansión de las licencias, se eligió una organización sin ánimo de lucro denominada de igual manera que las licencias: "Creative Commons". Tiene su sede en la ciudad de San Francisco con sucursales en Londres y Berlín. En la actualidad, trabajan para la entidad 20 personas en plantilla y miles de voluntarios en todo el mundo a través de la Red.

La fecha de nacimiento de las licencias se produce el 16 de febrero de 2.002¹⁴ mediante un anuncio de prensa en su web titulado "Creative Commons Unveils Machine-Readable Copyright Licenses":

"San Francisco, CA. Creative Commons, a nonprofit dedicated to promoting the creative reuse of intellectual works, launched its first product today: its machine-readable copyright licenses, available free of charge from creativecommons.org. The licenses allow copyright holders to easily inform others that their works are free for copying and other uses under specific conditions. These self-help tools offer new ways to distribute creative works on generous terms from copyright to the public domain and are available free of charge".

(Creative Commons revela licencias de Copyright legibles por máquina. San Francisco, California. Creative Commons, una organización sin ánimo de lucro dedicada a la promoción de la reutilización de obras de propiedad intelectual lanzó hoy su primer producto: sus licencias de propiedad intelectual legibles por máquinas, a las que se puede acceder sin cargo alguno desde creativecommons.org. Las licencias permiten a los titulares de propiedad intelectual informar fácilmente que sus obras son libres para reproducción y otros usos bajo condiciones específicas. Estas herramientas de autoayuda ofrecen nuevos sistemas para distribuir obras creativas en términos generosos desde los derechos de autor al dominio público y puede accederse a las mismas sin cargo alguno).

La estructura de las licencias es triple:

1. Por un lado, figura un breve resumen que especifican los derechos que el autor concede a terceros.
2. En segundo lugar, figura el texto completo de la licencia.
3. En tercer lugar, junto con el código del logotipo de la licencia figura un código informático que permite a los buscadores de Internet encontrar páginas web en las que existan

obras licenciadas bajo Creative Commons.

Esta triple estructura tiene como objetivo que las licencias sean comprensibles, que sirvan como texto legal defendible ante los Juzgados y Tribunales y que encontrar obras de otras personas que permitan utilizar sus creaciones se convierta en una cuestión sencilla sin necesidad de ser un experto en la materia. Basta introducir en un buscador de Internet los términos "Creative Commons musica" para encontrar 58.700.000 resultados¹⁵ o "Creative Commons libros" para encontrar 1.510.000 resultados¹⁶ (si bien las anteriores búsquedas hacen referencia a enlaces, no a número de obras).

Las licencias Creative Commons suponen una escala de grises ante el sistema tradicional de los derechos de autor en el que, si el creador nada expresa, se presume que no se tiene su consentimiento para copiar, difundir, distribuir ni transformar la creación. Licenciar una obra bajo Creative Commons supone mostrar al mundo que dispone de autorización previa para los derechos que el autor considera oportuno. Así, frente al tradicional "todos los derechos reservados", este tipo de licencias supone "algunos derechos reservados".

Hay seis tipos de licencias Creative Commons que el autor puede elegir:

1. Licencia "By"¹⁷¹⁸: (Atribución). El autor permite todo uso de su obra, con la única limitación de que debe reconocerse la autoría. La obra puede reproducirse, distribuirse o difundirse y permite obras derivadas.
2. Licencia By-SA¹⁹:By - Share Alike. (Atribución - obligación de que la obra derivada tenga igual licencia). Se permite la reproducción, difusión o distribución y la transformación, siempre que se licencie la obra derivada bajo la misma licencia.
3. Licencia By-NC²⁰:By - Noncommercial. (Atribución - uso no comercial). El autor permite la reproducción, distribución o difusión y obras derivadas siempre que no sea con fines comerciales.
4. Licencia By-ND²¹:Attribution No Derivatives. (Atribución - no transformación). El autor permite todo uso de su obra incluso comercialmente pero no permite construir sobre la misma, esto es, no permite obras derivadas.
5. Licencia By-NC-SA²²:(By - Share Alike - Noncommercial). (Atribución - igual licencia - uso no comercial). Se permite la reproducción, difusión o distribución y la transformación, siempre que se licencie de igual manera y que no sea con fines comerciales.
6. Licencia By-NC-ND²³:(By - No Derivatives - Noncommercial). Se permite la reproducción, la difusión o distribución pero no la transformación y siempre que no sea con fines comerciales.

En la actualidad, Creative Commons como institución se halla embarcada también en otros proyectos como Science Commons²⁴ (para facilitar la difusión de obras de contenido científico), el proyecto iCommons²⁵, cuya misión es la expansión de las licencias Creative Commons en el resto de los países del mundo y el proyecto ccMixter²⁶ donde el objetivo es la creación de librerías libres de música reutilizables por quien lo deseé. A fecha de escribir este escrito, existen algo más de 20.000 samples²⁷ que los autores pueden utilizar libremente para, me-

diente la recombinación, crear sus obras musicales.

Actualmente ya hay adaptaciones de las licencias Creative Commons a la legislación nacional de numerosos Estados, hallándose en trámite la adaptación en otros²⁸:

- Jurisdicciones con licencias ya adaptadas: Alemania, Argentina, Australia, Austria, Bélgica, Brasil, Bulgaria, Canadá, Chile, China, Colombia, Corea del Sur, Croacia, Dinamarca, Escocia, Eslovenia, España, Estados Unidos, Finlandia, Francia, Gales, Holanda, Hungría, India, Inglaterra Israel, Italia, Japón, Macedonia, Malasia, Malta, México, Perú, Polonia, Portugal, Sudáfrica, Suecia, Suiza y Taiwán.
- Jurisdicciones con licencias en fase de transposición: Filipinas, Grecia, Irlanda, Jordania, Luxemburgo, Nueva Zelanda, Nigeria, Puerto Rico, Rumanía, Serbia y Ucrania.

La transposición de las licencias a las legislaciones nacionales se lidera por una universidad local, quien mediante el voluntariado de abogados y autores nacionales traducen las licencias y modifican su clausulado para adaptarlas a su legislación pero respetando la filosofía de "compartir". Asimismo, en todas las licencias, correspondan a cualquiera de las jurisdicciones, se introduce una cláusula de reciprocidad para que sean válidas en cualquier otro Estado en que ya hayan sido traducidas o se pudieran adaptar en el futuro.

El uso de estas licencias en el ámbito no sólo creativo sino académico pretende lograr la mayor difusión de las obras. Numerosas universidades licencian sus contenidos bajo este tipo de licencias, siendo el mejor ejemplo el del Instituto Tecnológico de Massachusetts (MIT) quien a través de su OpenCourseWare²⁹ (cursos abiertos) tiene en Internet a disposición libre del público el contenido de cientos de cursos. OpenCourseWare colabora con múltiples universidades de otros países, debiendo señalarse que a nivel nacional es un proyecto en el que participan las universidades siguientes: Universidad Carlos III de Madrid, Universidad de Barcelona, Universidad de Cantabria, Universidad de Illes Balears, Universidad de Murcia, Universidad de Navarra, Universidad de Santiago de Compostela, Universidad de Sevilla, Universidad de Valencia, Universidad de Zaragoza, Universidad Jaume I, Universidad Nacional de Educación a Distancia, Universidad Politécnica de Catalunya y Universidad Politécnica de Madrid³⁰. El objetivo de este grupo de cientos de universidades es el de compartir cursos de manera gratuita y pública a través de Internet.

RECEPCIÓN DOCTRINAL EN ESPAÑA

Como ocurre en otros fenómenos de expansión de corrientes de ideas, las primeras utilizaciones de licencias Copyleft surgen en ámbitos ciudadanos desde los que, posteriormente, pasa a las instituciones académicas, organizativas y jurídicas.

La recepción doctrinal del Copyleft en España comienza a principios de los años 90 mediante el uso de programas informáticos bajo licencias libres, fundamentándose el Copyleft en

nuestro Ordenamiento Jurídico en el artículo 17 del vigente TRLPI, por el que:

"Corresponde al autor el ejercicio exclusivo de los derechos de explotación de su obra en cualquier forma y, en especial, los derechos de reproducción, distribución, comunicación pública y transformación, que no podrán ser realizadas sin su autorización, salvo en los casos previstos en la presente Ley."

Pero el Copyleft a nivel nacional no se queda en el mero uso de licencias, sino que comienzan a realizarse actos públicos de explicación de las nuevas posibilidades legales y de difusión y distribución de obras en entornos físicos o digitales, cristalizándose públicamente el concepto "Copyleft" gracias a actividades colectivas cuyos hitos señalamos:

1. Las Jornadas Copyleft.

1.1 Del 27 al 30 de marzo de 2.003, se celebraron en Madrid las primeras Jornadas Copyleft³¹ bajo el subtítulo "Propiedad intelectual: nueva frontera del poder y el saber". Uno de los lugares de celebración de los actos, entre otros, fue La Casa Encendida, perteneciente a la Obra Social de Caja de Ahorros de Madrid³².

1.2 Las II Jornadas Copyleft³³ se celebraron posteriormente los días 15 a 18 de abril de 2.004, esta vez en Barcelona, alojándose sus actos en lugares tales como el Museu d'Art Contemporani de Barcelona (MACBA)³⁴. En esta ocasión, el lema bajo el que giraron las jornadas fue "La creación se defiende compartiéndola" y fueron patrocinadas, entre otras instituciones, por la Universidad Internacional de Andalucía, dependiente de la Junta de Andalucía, y por Arteleku-Diputación Foral de Gipuzkoa³⁵.

1.3 Los días 4 y 5 de junio de 2.004 se celebraron en Málaga las siguientes Jornadas Copyleft, denominadas "Copyleft: la potencia de lo público" en el Instituto de Estudios Portuarios y el Centro Social Casa de Iniciativas.

1.4 Las denominadas III Jornadas Copyleft se celebraron en Donosti los días 24, 25 y 26 de junio de 2.005. El lugar de celebración fue Arteleku³⁶, Centro público de arte dependiente de la Diputación Foral de Gipuzkoa.

1.5 Se celebraron en Málaga nuevamente bajo el patrocinio de la Universidad Internacional de Andalucía las "Jornadas críticas de propiedad intelectual" los días 9 a 12 de marzo de 2.006. El lugar de los encuentros fue el Ateneo de Málaga, el Instituto de Estudios Portuarios y el Centro Social Casa de Iniciativas³⁷.

2. Las Jornadas Copyfight³⁸, en las que colabora el Departamento de Cultura de la Generalitat de Catalunya, con patrocinio del Departament d'Universitats, Recerca i Societat de la Informació de la Generalitat de Catalunya.

2.1 El primer encuentro Copyfight³⁹ se celebró del 15 al 17 de julio de 2.005 en Bar-

celona, amparadas bajo el Centre de Cultura Contemporània de Barcelona (CCCB)⁴⁰ consorcio entre la Diputación y el Ayuntamiento de Barcelona.

2.2 Copyfight Revisited, segunda edición de Copyfight, tuvo lugar los días 26 y 27 de enero en el Centro de Arte Santa Mónica (CASM)⁴¹ de Barcelona, dependiente de la Generalitat de Catalunya.

2.3 Del 16 de Diciembre de 2.005 al 5 de Marzo de 2.006 se celebró, también en el Centro de Arte Santa Mónica (CASM) el Punto de Consulta Copyfight, "con una amplia selección de recursos audiovisuales, bibliográficos y digitales sobre creación y propiedad intelectual, cultura libre y nuevas licencias legales. Textos y publicaciones de referencia en castellano, catalán e inglés, conferencias y entrevistas registradas en el primer evento de Copyfight, selecciones de enlaces y recursos online y toda la documentación generada por otros proyectos sobre arte y propiedad intelectual (Copilandia, Copy-art.net, Copycult, Plagiarismos, Jornadas Kopyleft)"⁴².

3. Actos en Universidades.

3.1 La primera Facultad de Derecho que se hace eco de estas licencias a través de un congreso es la Universidad de La Rioja, gracias al Profesor Dr. José Manuel Ventura, del Área de Derecho Civil quien organizó los días 15 y 16 de diciembre de 2.005 el "Congreso Internacional de Copia Privada y Piratería de Obras Protegidas por el Derecho de Autor"⁴³.

3.2 En el verano de 2.006, bajo la dirección del Profesor Dr. Juan Miguel León, se celebró durante los días 10 a 13 de julio el curso de verano de la Universidad de Extremadura "Conocimiento libre", repitiéndose en el verano del año 2.007.

3.3 Múltiples otras universidades interesadas en la regulación y nueva economía de los entornos digitales han realizado y realizan cursos y conferencias sobre estas licencias. Debemos destacar por encima de todas a la Universidad Oberta de Catalunya⁴⁴, que en la actualidad dispone de un múltiples masters sobre nuevas tecnologías, entre los que destaca el de "Dirección de sistemas de información en entornos de software libre"⁴⁵ donde uno de los profesores es Vinton Cerf, considerado padre de Internet y premio Príncipe de Asturias en el año 2.002.

Además de estos actos públicos, y bajo el amparo del Profesor Dr. Ignasi Labastida, de la Universidad de Barcelona, se planteó la recepción en España de las licencias Creative Commons, mediante su traducción al castellano, catalán, gallego y euskera, y su transposición a las normas de nuestro Ordenamiento Jurídico. Para ello, se trabajó a través de una lista de correo⁴⁶ de acceso público en la que la participación está abierta y cuyas actividades comenzaron el 25 de febrero de 2.004 con un mensaje de bienvenida del citado profesor⁴⁷.

En la transposición de las licencias se respetaron los derechos morales y los derechos irrenun-

ciables de gestión colectiva para los que se hace una remisión a la legislación nacional⁴⁸ por lo que es ésta la que se aplica.

Realizada la transposición, las licencias se presentaron públicamente en el Aula Magna de la Universidad de Barcelona el 1 de octubre de 2.004, en un acto presidido por el Secretario general de Telecomunicaciones y Sociedad de la Información de la Generalitat de Cataluña.

A los 100 días de la presentación oficial en Barcelona, se celebró el 25 de enero de 2.005 la presentación en Madrid, mediante el acto de "100 días de las licencias Creative Commons en España"⁴⁹ en jornada de mañana en la Residencia de Estudiantes de y en jornada de tarde en el Círculo de Bellas Artes.

En la actualidad, hay miles de obras bajo licencia Creative Commons en la Red creadas por autores nacionales que permiten de esa manera utilizar Internet como medio de transmisión a ínfimo coste de sus creaciones. Lo que un autor desea es ser conocido, y estas licencias son una herramienta diseñada para facilitar sus deseos.

El Movimiento Copyleft se caracteriza por su descentralización, su vida y transmisión a través de comunidades virtuales cuya sede es Internet. En el mundo físico, el poder se ejerce mediante la concentración en un espacio territorial, de lo que son paradigmas los derechos fundamentales de manifestación y reunión; en el mundo virtual, el ejercicio del poder consiste precisamente en lo contrario: la dispersión. Baste el ejemplo de las redes de pares, las redes p2p, como prueba de esta afirmación.

El Movimiento Copyleft se caracteriza por su descentralización, su vida y transmisión a través de comunidades virtuales cuya sede es Internet.

RECEPCIÓN DEL COPYLEFT EN LA JURISPRUDENCIA NACIONAL

No podía faltar mucho tiempo para que el Movimiento Copyleft se encontrase ante los Tribunales con demandas de las Entidades de Gestión, para quienes no es una buena noticia el desarrollo de grupos organizados de autores que utilizan la Red para distribuir sus obras y que se oponen a la gestión de dichas entidades.

Varias son ya las sentencias en las que se ha hecho una recepción del Copyleft, culminando las iniciales en la sentencia de 5 de julio de 2.007 de la Audiencia Provincial de Madrid.

Ladinamo

La recepción jurisprudencial del Copyleft se realiza por primera vez mediante la sentencia del caso de Ladinamo, una asociación cultural, demandada por la SGAE si bien sólo usa música de autores que no pertenecen a la actora. Es la sentencia⁵⁰ del Juzgado de lo Mercantil nº 5 de Madrid, de fecha 2 de febrero de 2.006. En ella, se determina probado que:

"...de la apreciación conjunta de la prueba practicada este órgano judicial llega a la conclusión de que la demandada evita la comunicación de obras cuya gestión este encomendada a la actora, utilizando un repertorio de autores, que no tienen cedidos los derechos de explotación a la SGAE, teniendo a su disposición una base de datos al efecto y a si lo manifiesta tanto el representante legal de la Asociación como la encargada de la programación, doña Manuela Villa Acosta, lo que es compatible con el carácter alternativo de la Asociación y su integración en el denominado movimiento "copy left"".

Discobar Metropol

Con posterioridad a esta sentencia, se produce el caso del Disco Bar Metropol de Badajoz, del Juzgado de Primera Instancia nº 6 de dicha ciudad, en la que en un local no minoritario, sino típico de los llamados "de copas", se demuestra que no se utiliza más que obras de autores bajo Creative Commons. Es la sentencia⁵¹ nº 15/2.006 de fecha 17 de febrero. En la misma, queda acreditado que: "El demandado prueba que hace uso de música cuyo uso es cedido por sus autores a través de dichas licencias CREATIVE COMMONS."

Asimismo, esta sentencia dispone en su Fundamento Sexto:

"No basta con que el demandado alegue que no reproduce música gestionada por la entidad actora, ha de probarlo. Pero no puede exigírsele la "probatio diabólica" de que todas y cada una de las obras que ha emitido no corresponden a las gestionadas por la actora. Un adecuado reparto de la carga probatoria implica en este caso, que al demandado le corresponde tan sólo destruir la presunción favorable a la actora."

Buena Vista Club Social

El 30 de marzo de 2.006, el Juzgado de lo Mercantil nº 1 de Madrid, en el procedimiento de juicio verbal nº 10/2.006, se dicta sentencia⁵² en la que, absolviendo a la demandada de la reclamación de cantidad solicitada por la SGAE, se dispone en su Fundamento Jurídico Primero:

Respecto de la existencia de un equipo de música en el local, si bien no negado por la demandada, sin embargo no puede considerarse suficientemente acreditado que dicho equipo de música y el repertorio de CD que existe en el establecimiento pertenezca a la actora, antes al contrario de la declaración del testigo Sr. GC, a la sazón periodista musical, se desprende que la música utilizada por la demandada en su establecimiento no es música de actualidad, sino que se trata de música "relativamente desconocida", no incardina-

ble en el repertorio de la SGAE, y que la música utilizada es bajada de Internet que se pasa a CD, lo que coincide con la declaración de la demandada y la documental aportada por ésta. Declaraciones corroboradas por la propia documental aportada por la actora, en concreto un documento extraído de una publicación del periódico El País, donde se dice expresamente que el local de la demandada "reproduce lo mejor del Caribe y lo más desconocido de la música latina y de otros países rítmicos". En consecuencia de cuanto se ha expuesto, del estudio ponderado del conjunto probatorio obrante en autos, no puede considerarse acreditado que la demandada haya realizado actos de comunicación no autorizados de un repertorio musical que le corresponde su gestión a la actora, por lo que la demanda ha de correr suerte desestimatoria.

Si bien en esta sentencia no se menciona expresamente la licencia bajo la que se hallan las obras emitidas, corresponde a otro local de hostelería donde se utilizan este tipo de creaciones. La sentencia referida es apelada por la demandante, la Sociedad General de Autores y Editores, quien pierde la apelación, lográndose el reconocimiento del Copyleft, por primera vez en nuestra historia judicial, en el ámbito de una Audiencia Provincial. Se trata de la sentencia 150/2.007 de la Sección 28 de la Audiencia Provincial de Madrid, de fecha 5 de julio de 2.007, que describe la realidad existente de dos modelos diferentes de producción cultural, para lo que se basa en otra sentencia que reconoce el Copyleft, la sentencia de 11 de abril de 2.007 del Juzgado de Primera Instancia núm. 4 de Salamanca, de quien copia su Fundamento Jurídico Tercero:

Ello además sería confirmado por el carácter "alternativo" de la Asociación, lo que explicaría su integración en el denominado movimiento "copyleft" y "creative commons" al que hacen referencias algunas resoluciones judiciales, como, por ejemplo, sentencia núm. 12/2.006 del Juzgado de lo Mercantil nº 5 de Madrid, de 2 de febrero, sentencia núm. 15/2.006, de 17 de febrero, del Juzgado de Primera Instancia núm. 6 de Badajoz, sentencia núm. 158/2006, de 25 de octubre, del Juzgado de lo Mercantil núm. 1 de Oviedo o la sentencia de 11 de abril de 2007 del Juzgado de Primera Instancia núm. 4 de Salamanca.

Sobre esta cuestión, son especialmente interesantes las consideraciones contenidas en la última de las sentencias citadas, en la que se afirma:

Hasta fechas recientes esa posibilidad de desvirtuar la presunción [de que los derechos de autor de las obras comunicadas públicamente en un establecimiento público eran gestionados por la SGAE] se tornaba ciertamente difícil, dada la ingente cantidad de obras ges-

**En los últimos tiempos
está alcanzando
en nuestro país cierto
auge un movimiento
denominado
de "música libre".**

tionadas por la SGAE, bien a consecuencia de contratos estipulados directamente por los autores con la SGAE o a través de contratos de reciprocidad concertados con otras entidades de gestión de todo el mundo, todo lo que ha generado hasta ahora la sensación de que la SGAE tiene un derecho a la gestión exclusiva del repertorio universal de las obras musicales.

Sin embargo, en los últimos tiempos está alcanzando en nuestro país cierto auge un movimiento denominado de "música libre", muy relacionado con la expansión de Internet como medio de distribución musical. De un modelo de difusión de los contenidos musicales limitado a la venta y al alquiler de ejemplares, controlado por la industria de contenidos, se ha pasado a un modelo casi ilimitado, gracias a la difusión global que proporciona Internet, ámbito en el que los propios creadores, sin intermediación de la industria, pueden poner a disposición de los usuarios de Internet copias digitales de sus obras. Este fenómeno ha originado la concurrencia o coexistencia de diferentes modelos de difusión de contenidos en relación a las nuevas posibilidades ofrecidas por Internet:

- a) El tradicional, basado en la protección de la copia ("copyright"), que busca una restricción del acceso y uso del contenido "on line", recurriendo a fórmulas negociales de carácter restrictivo y medidas tecnológicas de control de accesos, que se subsumen en los llamados "Digital Rights Management".
- b) Un modelo que proporciona acceso libre "on line" a los contenidos, permitiéndose en ocasiones el uso personal de los mismos (modelos de licencia implícita) y, en otros supuestos, la difusión libre de la obra, su transformación e incluso su explotación económica, con la única condición de citar la fuente. Se trata de los modelos de dominio público y de licencias generales (General Public License), como son, por ejemplo, las licencias "creative commons", algunas de las cuales incluyen la cláusula "copyleft".

Con la cláusula "copyleft" el titular permite, por medio de una licencia pública general, la transformación o modificación de su obra, obligando al responsable de la obra modificada a poner la misma a disposición del público con las mismas condiciones, esto es, permitiendo el libre acceso y su transformación. Con las licencias creative commons, el titular del derecho se reserva la explotación económica y puede impedir transformaciones de la misma. Por tanto, debe distinguirse las licencias creative commons de la cláusula "copyleft". En ocasiones habrá licencias creative commons que incluyan la cláusula "copyleft".

En todo caso, este modelo parte de la idea común de pretender colocar las obras en la Red para su acceso libre y gratuito por parte del público. Sus partidarios lo proponen como alternativa a las restricciones de derechos para hacer y redistribuir copias de una obra determinada, restricciones que dicen derivadas de las normas planteadas en los derechos de autor o propiedad intelectual. Se pretende garantizar así una mayor libertad, permitiendo que cada persona receptora de una copia o una versión derivada de un trabajo pueda, a su vez, usar, modificar y redistribuir tanto el propio trabajo como las versiones derivadas del mismo. Se trata, sostienen los partidarios de este modelo, de otorgar al autor el

control absoluto sobre sus obras, y surge como respuesta frente al tradicional modelo del copyright, controlado por la industria mediática.

HERRAMIENTAS PROCESALES

Además de herramientas legales, como las licencias libres mencionadas, el Movimiento Copyleft se halla en estos momentos desarrollando herramientas procesales para ejercer de una manera coordinada la defensa de derechos relacionados con la propiedad intelectual.

En este sentido es paradigmática la obtención de la primera sentencia que, en el ámbito español, hace referencia a la inaplicabilidad del derecho de compensación (vulgarmente llamado canon) ex artículo 25 de la Ley de Propiedad Intelectual a las actas judiciales, sentencia de la Audiencia Provincial de Málaga, de fecha 19 de septiembre de 2006, en la que el demandante, Eduardo Serrano, uno de los promotores de las Jornadas de Copyleft de Málaga de 2006, obtiene una resolución en la que se condena al establecimiento a la devolución del importe de 0,19 euros dado que el soporte digital comprado es empleado como copia del acta judicial. Dispone la sentencia en su Fundamento de Derecho Tercero:

"De las conclusiones y de los informes emitidos en el acto del juicio verbal en la primera instancia, así como de los folios 133 y siguientes del expediente que atestiguan la entrega en la secretaría del Juzgado por la representación del Sr. Serrano de un "CDRom" virgen para la emisión de la correspondiente copia del acta del juicio y su devolución grabado a la parte como ordena la Ley Procesal, se deduce sin género de duda que la compra de un concreto disco a los fines de la grabación de un acto judicial público ordenada legalmente no es incluible en el supuesto fáctico que establece el artículo 25 repetido de la Ley de Propiedad Intelectual".

La obtención de la sentencia anterior es el resultado del ejercicio de acciones legales distribuidas a lo largo del territorio nacional en reclamación del importe del canon impuesto universalmente a todos los soportes en una, entendemos, mala interpretación de la Ley pactada por las entidades de gestión y la asociación mayoritaria de importadores y fabricantes de soportes digitales (Asimelec), que impuso un canon incluso a las actas judiciales.

La sentencia anterior de la Audiencia Provincial de Málaga marca un hito en la demostración, a nivel mundial por ser la primera vez que se utiliza Internet como herramienta procesal, de las posibilidades de aplicación de la Red en defensa de los derechos de los ciudadanos y es producto del proyecto de Derecho procesal tecnológico denominado "Demanda contra el canon"⁵³.

El motivo por el que el Movimiento Copyleft ha impugnado legalmente la aplicabilidad del canon a todo soporte digital se debe no sólo a su respeto por la función de la Justicia, entendiendo que es un sinsentido que toda copia del acta de un juicio devenga un importe en favor de las entidades de gestión, sino también al hecho injusto que supone que unos autores (los autores copyleft) deban satisfacer canon por los soportes en los que graban sus obras, ca-

non que se destina a otros autores (los autores asociados a entidades de gestión).

RAZONES ECONÓMICAS

Debajo del Copyleft subyacen las razones económicas del nuevo orden digital. Señalaremos en este aspecto los cuatro elementos que entendemos explican económicamente las razones por las que las licencias Copyleft son una opción elegida por los autores de la Red, en lugar del sistema tradicional restrictivo de derechos de explotación. Haremos referencia a que en un mundo de sobreabundancia de información el bien más escaso es la atención del público; la situación actual de monopolio en el proceso productivo de la música genera las ineficiencias de todo monopolio; el coste marginal cero que supone el actual sistema de autoproducción, replicado y distribución digitales y, por último nos referiremos a la ventaja competitiva a la que puede acceder cualquier autor buen conocedor de la Red dado que el precio de la publicidad con alcance mundial se limita a costes ridículos (del orden de 10 euros mensuales, frente a campañas publicitarias millonarias).

Economía de la atención

Herbert Simon (1.916-2.001), investigador norteamericano en el campo de la organización⁵⁴ fue posiblemente el primer autor que habló de la ahora llamada "Economía de la atención" en su artículo "Designing Organizations for an Information-Rich World" (Diseñando organizaciones para un mundo rico en información)⁵⁵. En dicho artículo, el autor manifestaba:

"En un mundo rico en información, la riqueza de la información significa la muerte de otro objeto: la escasez de aquello que la información consume. Lo que la información consume es evidente: consume la atención de los que la reciben. Así pues, la riqueza de información crea una pobreza de atención y necesita recolocar eficientemente esa atención entre la sobreabundancia de fuentes que puedan consumirla."

Las tesis sobre la Economía de la Atención han sido desarrolladas ampliamente en momentos posteriores y fundamentalmente por Michael H. Goldhaber en su artículo "La Economía de la Atención y la Red"⁵⁶.

Podemos resumir los principios de esta corriente en los siguientes puntos:

- En un mundo de sobreabundancia de información, lo escaso es la atención del espectador.
- El precio de un bien sigue estableciéndose en función de la relación entre oferta y demanda.
- Dado que lo escaso es la atención del espectador, el reto de la Economía de la atención consiste en captar la misma.

- La economía del mundo actual se basa en productos y transacciones de información, que sustituye al modelo industrial sobre objetos físicos.

En lo que nos interesa a nosotros, el ámbito jurídico, el Derecho no es inmune a estas circunstancias. Así, en nuestro Ordenamiento hemos asistido al nacimiento de normas que tienen esa situación en cuenta: la normativa sobre publicidad en los laterales de la carretera, sobre "listas robinson" para el envío de publicidad vía correo postal o sobre comunicaciones comerciales electrónicas en el ámbito de la Ley de Servicios de la Sociedad de la Información, sin perjuicio de la normativa sobre tiempos de publicidad en las emisiones televisivas. El bien protegido en esos casos es el derecho a no ser perturbado, molestado o saturado en la atención, mereciendo especial regulación los menores de edad.

Monopolio de los mercados

Otro de los motivos económicos que subyacen bajo el Copyleft es la existencia de facto de un sistema monopolístico. Esta afirmación no la realiza gratuitamente esta parte, sino que se fundamenta en los siguientes datos:

- Existencia de los procedimientos abiertos por la Unión Europea sobre los Acuerdos de Santiago. Casos de competencia de la Unión Europea números COMP/C2/39152, COMP/C2/39151 y COMP/C2/38126.
- Resolución 511/01 del Tribunal de Defensa de la Competencia, que ha sido ratificado por la Sala Tercera del Tribunal Supremo, en la que se condena a la actora por prácticas contrarias a la libertad de los mercados.
- El sistema de voto de la SGAE, que se fundamenta en la legalidad del artículo 152 y que permite el voto ponderado cuya consecuencia es que, de unos 85.000 socios, sólo tienen derecho a voto unos 5.000 y, de éstos, existe un selecto clan de 200 socios con derecho a 5 votos, 200 socios que son los únicos que tienen derecho de sufragio pasivo y que determinan cómo se realiza el reparto que, casualmente, supone la entrada o no en ese grupo.
- Falta de transparencia en el pago de derechos, lo que se evidencia en numerosos procedimientos al negarse la SGAE a aportar el sondeo en el que se fundamenta el reparto de los derechos⁵⁷, a pesar de ser admitido el sondeo como prueba, requerido a la entidad de gestión e inicialmente suspendido la vista oral del juicio hasta su aportación, lo que finalmente no se realizó.
- El contrato de adhesión, obligatorio y sin que se pueda realizar elección alguna de derechos gestionados por la actora. El autor debe ceder todos los derechos cedibles, durante toda el pasado, presente y futuro de la vigencia del contrato y para todo el territorio mundial, con un mínimo de 3 años de permanencia y prórroga automática.

Precio de la autoproducción

No podemos dejar de señalar que los precios de la autoproducción son nimios ante el avance de la tecnología. Por ello, los autores ya no necesitan acudir a discográficas que financien su trabajo. Debido a esta razón, cualquiera puede producir un repertorio y explotarlo independientemente. El precio de producción de un CD ronda en la actualidad los 600 euros, por lo que numerosos autores, no interesados en las condiciones del sistema tradicional de producción, promoción y distribución, acuden a Internet gestionando su propia obra, sin cederla a terceros ajenos.

Publicidad gratuita

De las grandes cantidades que se necesitaban hasta la fecha para realizar un lanzamiento de un producto y su difusión, se ha pasado a cantidades ridículas (unos 10 euros mensuales de coste de servidor) para lograr una promoción a nivel mundial. Permitir que la música del autor pueda ser descargada y reproducida gratuitamente permite una publicidad gratuita.

En la actualidad, la música es el único sistema de publicidad que, en lugar de pagar por emitirse, cobra por emitirse. No estamos haciendo ninguna valoración sobre la bondad del sistema actual de propiedad intelectual, pero está claro que una canción emitida de una manera promiscua, supone una publicidad para el autor o el grupo que la interpreta, por lo que le supone una promoción que luego le lleva al autor a los sectores donde, verdaderamente, se hallan sus ingresos: el merchandising o comercialización de productos con su nombre, logotipo o marca, y a los conciertos.

Los ingresos derivados de la venta de reproducciones son nimios (un 5% del precio total), mientras que los ingresos de los conciertos son íntegros (menos el porcentaje de taquilla que recauda la actora).

USUARIOS EN ESPAÑA

En nuestro país, y por no extendernos ya demasiado, utilizan licencias libres (y señalamos a nuestro entender ejemplos significativos):

1. El Consejo General de la Abogacía Española, en su página web del Foro por la Justicia⁵⁸, donde puede observarse una licencia Creative Commons By-SA-NC.
2. Todas las universidades señaladas anteriormente y que participan en el proyecto OpenCourseWare.
3. El periódico 20 minutos. Puede verificarse este extremo en la parte trasera superior del periódico, en donde señala el logotipo de Creative Commons y manifiesta que quieren que nos sintamos libres de reproducir el contenido del mismo, así como un enlace a sus condiciones legales, que no son otras que las de Creative Commons⁵⁹. Se señala explícitamente en su página web:

Condiciones de copia y distribución:

El Diario 20minutos, tanto en sus ediciones de papel como digital, ha decidido acogerse a la licencia Creative Commons, que te sientas libre de:

- Copiar, distribuir y comunicar públicamente nuestra obra.
- Hacer obras derivadas.
- Hacer un uso comercial en Internet de esta obra.

4. Por último un importante sector de la hostelería, de lo que es prueba la existencia de los tres litigios señalados anteriormente en los que se discute siempre un aspecto probatorio, que no de fondo legal, sector al que le interesa evitar un coste económico adicional de su negocio.

NOTAS

1. Documento en línea: <<http://mit.edu>>. Fecha de última consulta: 16 de octubre de 2007.
2. Documento en línea: <http://ec.europa.eu/translation/bulletins/puntoycoma/98/index_es.htm>. Fecha de última consulta: 16 de octubre de 2007.
3. Documento en línea: <http://ec.europa.eu/translation/bulletins/puntoycoma/98/pyc982_es.htm>. Fecha de última consulta: 16 de octubre de 2007.
4. Documento en línea: <<http://www.gnu.org/copyleft/gpl.html>>. Fecha de última consulta: 16 de octubre de 2007.
5. Documento en línea: <<http://stallman.org/>>. Fecha de última consulta: 16 de octubre de 2007.
- 6 Documento en línea: <<http://emoglen.law.columbia.edu/>>. Fecha de última consulta: 16 de octubre de 2007.
7. Guía del software libre. Artículo del profesor Jesús M. González Barahona en «Copyleft. Manual de uso». AAVV. Editorial Traficantes de Sueños. Madrid, 2006, página 23. Descargable en línea: <http://www.manualcopyleft.net/libro_manualcopyleft.pdf>. Fecha de última consulta: 16 de octubre de 2007.
8. En numerosos lenguajes de programación se comienza a contar por el cero, en lugar del uno. De ahí que se siga dicha numeración en el número de libertades.
9. Expresión que se atribuye a Isaac Newton, quien manifestaba que él había construido su obra científica partiendo de las obras de otros autores y que sin tal obra previa nunca podría haber realizado la suya.
10. Documento en línea: <<http://guadalinex.org>>. Fecha de última consulta: 16 de octubre de 2007.
11. Documento en línea: <<http://www.linex.org>>. Fecha de última consulta: 16 de octubre de 2007.
12. Documento en línea: <<http://creativecommons.org>>. Fecha de última consulta: 16 de octubre de 2007.

13. Documento en línea: <<http://www.lessig.org/>>. Fecha de última consulta: 16 de octubre de 2007.
14. Documento en línea: <<http://creativecommons.org/press-releases/archive/2002/12/>>. Fecha de última consulta: 16 de octubre de 2007.
15. Búsqueda realizada en Google en fecha 16 de octubre de 2007.
16. Búsqueda realizada en Google en fecha 16 de octubre de 2007.
17. Preposición “por”.
18. Documento en línea: <<http://creativecommons.org/licenses/by/2.5/es/>>. Fecha de última consulta: 16 de octubre de 2007.
19. Documento en línea: <<http://creativecommons.org/licenses/by-sa/2.5/es/>>. Fecha de última consulta: 16 de octubre de 2007.
20. Documento en línea: <<http://creativecommons.org/licenses/by-nc/2.5/es/>>. Fecha de última consulta: 16 de octubre de 2007.
21. Documento en línea: <<http://creativecommons.org/licenses/by-nd/2.5/es/>>. Fecha de última consulta: 16 de octubre de 2007.
22. Documento en línea: <<http://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/2.5/es/>>. Fecha de última consulta: 16 de octubre de 2007.
23. Documento en línea: <<http://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/2.5/es/>>. Fecha de última consulta: 16 de octubre de 2007.
24. Documento en línea: <<http://sciencecommons.org/>>. Fecha de última consulta: 16 de octubre de 2007.
25. Documento en línea: <<http://icommons.org/>>. Fecha de última consulta: 16 de octubre de 2007.
26. Documento en línea: <<http://ccmixter.org/>>. Fecha de última consulta: 16 de octubre de 2007.
27. Documento en línea: <<http://ccmixter.org/freesound>>. Fecha de última consulta: 16 de octubre de 2007.
28. Documento en línea: <<http://creativecommons.org/worldwide/>>. Fecha de última consulta: 16 de octubre de 2007.
29. Documento en línea: <<http://ocw.mit.edu/>>. Fecha de última consulta: 16 de octubre de 2007.
30. Documento en línea: <<http://www.ocwconsortium.org/about/spainportugal.shtml>>. Fecha de última consulta: 16 de octubre de 2007.
31. Documento en línea: <<http://www.sindominio.net/copyleft-old/>>. Fecha de última consulta: 16 de octubre de 2007.

32. Documento en línea: <<http://www.lacasaencendida.com>>. Fecha de última consulta: 16 de octubre de 2007.
33. Documento en línea: <<http://copyleft.sindominio.net/index.php?module=ContentExpress&func=display&ceid=2>>. Fecha de última consulta: 16 de octubre de 2007.
34. Documento en línea: <<http://www.macba.es/>>. Fecha de última consulta: 16 de octubre de 2007.
35. Documento en línea: <<http://www.unia.es/arteypensamiento04/ezine/ezine04/frame.html>>. Fecha de última consulta: 16 de octubre de 2007.
36. Documento en línea: <<http://www.arteleku.net>>. Fecha de última consulta: 16 de octubre de 2007.
37. Documento en línea: <<http://sindominio.net/copyleft-malaga/>>. Fecha de última consulta: 16 de octubre de 2007.
38. Documento en línea: <<http://www.elastico.net/copyfight/>>. Fecha de última consulta: 16 de octubre de 2007.
39. Documento en línea: <<http://www.elastico.net/copyfight/index1.htm>>. Fecha de última consulta: 16 de octubre de 2007.
40. Documento en línea: <<http://www.cccb.org/>>. Fecha de última consulta: 16 de octubre de 2007.
41. Documento en línea: <<http://www.centredartsantamonica.net/>>. Fecha de última consulta: 16 de octubre de 2007.
42. Documento en línea: <http://www.elastico.net/copyfight/casm_cast_cons.htm>. Fecha de última consulta: 16 de octubre de 2007.
43. Documento en línea:
<<http://www.unirioja.es/apnoticias/servlet/Noticias?codnot=321&accion=detnot>>. Fecha de última consulta: 16 de octubre de 2007.
44. Documento en línea: <<http://www.uoc.edu/>>. Fecha de última consulta: 16 de octubre de 2007.
45. Documento en línea: <http://www.uoc.edu/web/mx/informatica/software_libre/P_dir_sist_informacion_con.html>. Fecha de última consulta: 16 de octubre de 2007.
46. Documento en línea: <<http://lists.ibiblio.org/mailman/listinfo/cc-es>>. Fecha de última consulta: 16 de octubre de 2007.
47. Documento en línea: <<http://lists.ibiblio.org/mailman/listinfo/cc-es/2004-February/000000.html>>. Fecha de última consulta: 16 de octubre de 2007.
48. "Por qué las licencias Creative Commons son legales en España", Javier de la Cueva. Texto leído en la conferencia de los 100 días de las licencias Creative Commons en España. Documento en línea: <<http://www.derecho-internet.org/node/272>>. Fecha de última consulta: 16 de octubre de 2007.
49. Documento en línea: <<http://derechointernet.org/mediawiki/index.php/>>

PresentacionEnMadridDeCcEs>. Fecha de última consulta: 16 de octubre de 2007.

50. Documento en línea: <<http://www.derecho-internet.org/node/359>>. Fecha de última consulta: 16 de octubre de 2007.

51. Documento en línea: <<http://www.derecho-internet.org/node/363>>. Fecha de última consulta: 16 de octubre de 2007.

52. Documento en línea: <<http://www.derecho-internet.org/node/377>>. Fecha de última consulta: 16 de octubre de 2007.

53. Documento en línea. Pueden consultarse las características del proyecto procesal tecnológico en <<http://derecho-internet.org>>. Fecha de última consulta: 16 de octubre de 2007.

54. Según Pablo Noriega Blanco-Vigil en su Introducción al libro "Las Ciencias de lo Artificial" Herbert Simon (1996), Colección "La Razón Áurea" (Derecho, Ciencia y Tecnología), Editorial Comares, Granada, 2006, páginas xxii y xxiii, uno de los libros más conocidos de Herbert Simon es "El comportamiento administrativo" (Madrid, Aguilar, 1962).

55. Documento en línea: <http://en.wikipedia.org/wiki/Attention_economy>. Fecha de última consulta: 16 de octubre de 2007.

56. Documento en línea: <http://www.firstmonday.org/issues/issue2_4/goldhaber/>. Fecha de última consulta: 16 de octubre de 2007.

57. Procedimiento ordinario nº 172/2005 ante el Juzgado de lo Mercantil nº 1 de Alicante.

58. Documento en línea: <<http://forojusticia.cgae.es>>. Fecha de última consulta: 16 de octubre de 2007.

59. Documento en línea: <http://www.20minutos.es/licencia_20_minutos/>. Fecha de última consulta: 16 de octubre de 2007.

**RECOGNISING NETWORKS IN CULTURAL FIELD
NETWORK MODELS IN REAL
AND VIRTUAL SPHERE¹**

Aleksandra Uzelac²

0108TEMAS

AUTOR: Aleksandra Uzelac

ADSCRIPCIÓN: Instituto de Relaciones Internacionales, Croacia.

TÍTULO: El Reconocimiento de las Redes en el Campo Cultural: Modelos de Redes en el Ámbito Real y Virtual

FECHA ACEPTACIÓN ARTÍCULO: 15/09/2007

CORREO ELECTRÓNICO: auzelac@irmo.hr

Resumen: En el presente artículo se definen las redes de trabajo y su evolución hasta la actualidad. Con la incorporación de las nuevas tecnologías a la sociedad y su aplicación al sector cultural, ha permitido la multiplicación de los recursos culturales. Se analizan los distintos tipos de redes, principalmente la cultural, y se concluye que, ésta última, no se trata sólo de una estructura, si no, también, de un método de trabajo.

Palabras clave: Red de trabajo, red de información, red tecnológica, conectividad.

CULTURAL NETWORKS - REAL AND VIRTUAL

In recent years networks have become a focus of attention in different fields. According to research in various disciplines - from mathematics to biology and social sciences - the network seems to be the broadly present organization structure. In the extensive literature on the so-called network society or information society, networks are described to be its basic organizational form. Many existing social, technical or biological phenomena are recognized to have a network structure but definitions vary from field to field. It is especially recognized in ICT applications, where network structure seems to be the element that has changed the logic of our everyday work, so that ICT networks have become one of the most prominent social phenomena of our times. The ICT networking environment has enabled the development of many online resources and the cultural sector went virtual a decade ago. But before that happened, cultural networks were already recognized phenomena that have been facilitating international cultural cooperation over the past two decades.

In the 1990s cultural networks became a popular organizational infrastructure in the cultural sector in Europe. In the discussion paper on "Evaluation Criteria for Cultural Networks in Europe" networks have been referred at as a "communication infrastructure for European cultural cooperation" (DeVlieg, 2001). In their evaluation of existing European cultural networks, Minichbauer and Mitterdorfer define the term "cultural network" as "a structure and work method characterized by non-hierarchical, horizontal cooperation, a transnational orientation, establishment by the grass roots, a non-representational character, diversity and the absence of the powerful central forces" (Minichbauer and Mitterdorfer, 2000). They consider that minimum requirements for cultural networks are that they are designed for long-term cooperation, the existence of a common goal, the existence of members, and their physical meetings. Different authors also add to these minimum requirements: loosely defined network borders, voluntary participation of members and a structure that can continue functioning if a particular member decides to leave network (see studies done by Simon Mundy, Judith Staines, Gudrun Pehn).

Networks can be viewed as a web of relations (i.e. a structure) or as an enabling environment for cooperation i.e. the context of 'emerging phenomena' (IETM, 2001). The reason for the popularity of networks as a cultural cooperation infrastructure can be found in the fact that they try to enable flexible ways of cooperation, they try to solve concrete problems that members are facing, they bring together people in common pursuit of an interest, that through them existing institutions can be bonded together around common projects, and they provide efficient communication channels for their members.

Cultural networks are significant factor in supporting international cultural cooperation, as their logic is aimed towards connecting members having same interests and transcending territorial boundaries. They are organised according to a particular scope and common aims, joining members coming from different countries or regions and thus contributing to forming of an international community of peers. Thus they serve as incubators of new ideas and meeting places for their members. The particular importance of cultural networks lies in the fact that they 'maintain a process of dialogue and intercultural exchange that magnifies the specificities and differences

and at the same time increases understanding of different cultures' (IETM, 2001: 36).

Communication is an important aspect of a network's success. The reliability of information received through the network channels and the possibility to communicate with fellow members are crucial for the efficient functioning of networks. In the situation of information overflow it is not necessarily easy to communicate one's information through existing public channels, and networks and their focus towards particular themes or types of members enable efficient filtering mechanisms that enable members to access relevant and reliable information. Quick and simple online communication can enhance communication and exchange of information among network members. The new information technology paradigm, as an underpinning material base of information/networked society that Castells describes, has enabled the spread of network models and virtual networks in particular. Its main elements - information as its basic element or raw material, networking logic, flexibility - are also basic characteristics of cultural networks, and many existing cultural networks have gone virtual in order to increase the effectiveness of their functioning.

As the Internet has become a basic information infrastructure in all developed countries, so different virtual networks and portals have become a part of the virtual landscape in the cultural sector. There is a difference between the two terms. Looking at some existing virtual networks in the cultural field we can see that they have started from an existing members' base (existing community) of real cultural networks and have then extended their activities in the virtual domain, while cultural portals started with objectives of providing infrastructure to cultural organizations and end users that first must be motivated to cooperate. But, in most cases, these virtual structures are trying to balance a technological base with communication and information elements, trying to provide to their members, and/or potential users the services that they need.

In the 1990s cultural networks became a popular organizational infrastructure in the cultural sector in Europe.

Cultural networks, as well as communication networks, enable access to their members/users, and combining them into virtual networks is an attempt to provide structure for professional virtual communities in the cultural sector. When existing cultural networks create their virtual versions it could be somewhat easier to build virtual communities, but if an attempt is made to build from scratch, the process is a bit more difficult, as the motivation and trust that exists among network members has to be built from scratch as well. Numerous discussion forums, mailing lists, and specialized portals are created with such aims. Their effectiveness depends on members' interest and motivation as well as on their goals and its underlying networking structure. Today we are witnessing a proliferation of numerous cultural portals and one question is - can we consider them to be virtual networks, in the sense described above, i.e. as a structure supporting cultural cooperation?

In other words, we could ask ourselves the same question that Eugene Tacher posed: are we connected because we are collective, or are we collective because we are connected (Tacher, 2004)?

Despite the given definitions for cultural networks it seems that the term "network" has different meanings and when we switch from cultural network (community) to ICT network (infrastructure) we are talking about different kinds of networks. Their characteristics are not the same, but their differences are sometimes blurred with different uses of the term "network" in terminology related to the network society.

VIEWING NETWORKS FROM THE PERSPECTIVE OF NETWORK THEORY

What is a network? - from the social science field here come some definitions and observations:

"Networks embody a set of fundamental principles for the ordering, distribution and coordination of different components, whether chemical, natural, social or digital" (Network Logic, 2004: 12).

"...networks provide a 'platform' for coordinating highly diverse activities, many of which are not predicted in advance" (Network Logic, 2004: 17).

Or as Fritjof Capra observes, social networks are networks of communications (Network Logic, 2004: 29).

A different, more basic and structural definition of network phenomena comes from a graph theory.

"A network is a set of interconnected nodes. A node is the point at which a curve intersects itself" (Castells, 1996: 470).

"A network is a set of items, which we will call vertices or sometimes nodes, with connections between them called edges" (Newman, 2003).

The definitions of network coming from a graph theory view a network as a graph structure consisting of nodes (vertices) and ties (edges) - nodes being individual actors within networks and ties being relationships or links between actors. What a node is depends on a concrete case of a network. Ties or links in particular networks can be directed or undirected, meaning the particular relation can go one way or two ways.

Physicists and mathematicians have studied network structures as an abstract system (random graphs) but they have also studied different real world networks and their characteristics and structures. Newman distinguishes between four loose categories of real world networks: social networks, information networks, technological networks and biological networks (Newman, 2003).

- A social network is a set of people or groups of people with some pattern of contact or interrelations between them (e.g. the patterns of friendships between individuals, business relationships between companies, sexual contacts, or different kinds of collaboration networks). A particular type of social network is an affiliation network in which participants collaborate in groups of one kind or another, and links between pairs of individuals are established by common group membership.
- Information networks - in this category Newman places networks of citations between academic papers (the node here being a particular paper and the ties being citations of other authors in the mentioned paper) and the WWW - a network of web pages containing information, linked together by hyperlinks from one page to another.
- Technological networks are man-made networks designed for distribution of some commodity or resource (e.g. an electricity power grid, a network of roads, or the Internet, which is a physical network of computers linked together by optic fibre and other data connections for distribution of information).
- A number of biological systems can be represented as networks, e.g., a network of metabolic pathways, genetic regulatory networks, neural networks, food web, etc.

These four categories describe different real world networks that, according to Newman, unlike random graphs, "...suggest both possible mechanisms that could be guiding network formation, and possible ways in which we could exploit network structure to achieve certain aims" (Newman, 2003: 9). Below I have summarized some basic characteristics that network researchers have observed in real world networks through research - mapping, and measuring of concrete network examples:

Clustering (transitivity) - a clustering coefficient is the probability that two nearest neighbours of a particular node are also nearest neighbours of one another, e.g. a friend of your friend is likely also to be your friend. Granovetter's paper *The Strength of Weak Ties* (1973) was a first work that viewed society as structured into highly connected clusters (i.e. circles of friends). A few external links are interconnecting those clusters, keeping them connected to the rest of society. Connectivity (degree) is a total number of ties of a particular node (number of nearest neighbours). Studies of different real world networks showed that in real world networks connectivity of particular nodes differs in scale as it often follows power law that leads sometimes to the so-called scale-free networks (many communication and social networks have power-law link distributions, containing a few nodes that have a very high degree and many with a low degree of connectivity). An example of power law, i.e. a scale-free network, was recorded in citation networks, the WWW, the Internet, metabolic networks, telephone call graphs, human sexual contacts, collaboration networks, etc.

Mixing patterns - assortative mixing seems to be a common phenomenon in social networks where it was observed that people tend to associate themselves preferentially with people who are similar to themselves in some way. This can lead to a "community structure" in social net-

works meaning groups of nodes having a high density of ties within them and with a lower density of ties between groups (Newman, 2003). Such networks are also called stratified networks. A small-world effect has been discovered in a famous experiment done in the 1960s by Stanley Milgram in which letters passed from person to person were able to reach the designated target individual in only a small number of steps (six steps). This was a groundbreaking study of social interconnectivity, intriguing because it suggests that despite our society's enormous size it can be easily navigated by following social links from one person to another (Barabási, 2003). This effect has been observed in a large number of different networks. The small world effect has implications for the dynamic processes taking place in real world networks, e.g. the speed of spreading information across the network, etc. It is the shortest path through the network (or network diameter).

Network navigation - in social networks people can find the shortest path through the network (a small world effect) - Newman finds this fact surprising and observes that this would not have happened in random graphs. He concludes that "if it were possible to construct artificial networks that were easy to navigate in the same way social networks appear to be, it has been suggested they could be used to build efficient database structures or better peer-to-peer computer networks", and this is exactly what I find interesting when looking into the phenomena of virtual cultural networks.

Networks are not unchangeable structures, and observations of examples of real world networks showed that different dynamic processes are taking place in the networks. Networks grow by the gradual addition of nodes and ties and the growth process in fact leads to the specific structural features of particular networks, e.g. scale-free networks that follow power-law distributions (when the amount you get goes up with the amount you already have - the rich get richer rule), a rule also known as cumulative advantage or preferential attachment. An example of a scale-free network can be observed in a network of citation where e.g. "the probability that one comes across a particular paper whilst reading the literature will presumably increase with the number of other papers that cite it, and hence the probability that you cite it yourself in a paper that you write will increase similarly" (Newman, 2003: 30). Newman reports that the same principle is noticed in the WWW or different collaboration networks.

Another related process observed to be taking place in networks was network resilience to the deletion of some nodes or links. Networks having power-law distribution were observed to be robust to the random removal of nodes, but if in such a network a node with high connectivity was removed this would greatly impact the functioning of such a network. The WWW network and the Internet, for example, are robust decentralized networks but if a node with a high connectivity ceased functioning it would affect its functioning much more than any randomly chosen node with a low connectivity degree. This fact makes scale-free networks vulnerable to targeted attacks.

Network search is another process taking place in networks which has an impact on many practical applications. This issue becomes relevant in very large networks such as the WWW, as it affects how effectively we can communicate or get the relevant information. It has been obser-

ved that relevant information is contained in the web pages (nodes) as well as in the corresponding hyperlinks (ties), since both have been created by people that wanted to highlight the content of related pages. When searching a large network such as the WWW one can opt for exhaustive search techniques (used by big search engines) or guided searches that search for specialized content by searching only a small part of a network, but doing it intelligently in a way that deliberately seeks the nodes that are most likely to contain relevant information and presuming that pages containing information on a particular topic will be clustered together. Research on searches in social networks also suggests that people navigate social networks by looking for common features between their acquaintances and the target (e.g. those belonging to a certain group - location, occupation, etc.). As such groups can be part of larger groups this can be pictured as a tree structure that defines a social distance between two people (i.e. how many steps up the tree structure one must go to find a common ancestor).

This short excursion into network theory research shows us that real world networks are not random structures and that concrete models of different networks should be identified that could be used to analyse cultural networks and portals as well.

NETWORKING AND COMMUNICATIONAL META-STRUCTURE MODELS

When looking into structures of different kinds of networks, we can see how they differ from each other. Many observed real-world networks are, in fact, informal structures that can be recognized as networks and not a registered entity called network (Figure 1). An example given below is a structure of a collaboration network and is taken from Dorogovtsev's and Mendes' article on "Evolution of Networks" (2001).

The structure in Figure 1 marked as a) shows two different kinds of nodes - black nodes representing collaboration actors and white nodes collaboration acts. This means that actors collaborating are doing this through common collaboration acts e.g., common projects that they are undertaking. But most commonly the collaboration network would be represented in a more simple but less informative way where collaborators would be directly connected by links without indicating acts of collaboration (as in example b).

As a special case of social networks Newman mentions affiliation networks and in that category we can place the cultural networks that we have described at the beginning of this paper. They usually seem to have two structural forms. The model below (Figure 2) presents the networking model of affiliation networks where the network secretariat just facilitates members' joint activities and cooperation projects (as is the case with previously described cultural networks). The secretariat facilitates information exchange but also provides infrastructure support for the realization of joint projects. The secretariat can be viewed as a node with a high connectivity de-

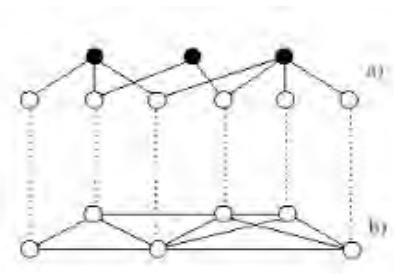


Figure 1 (Source: Dorogovtsev & Mendes, 2001)

gree in the network and thus a common point that can in fact produce a small world effect as all other nodes are connected to this one.

Cultural networks and their virtual versions are networks, whose members are communicating through Internet infrastructure, but they have common aims and activities and they collaborate on particular joint projects. They may be networking in real life (meetings, conferences) and the

Internet may be just a means of communication for them. For them, the aim is to achieve more than information exchange. In fact a cultural network advantage is that the information exchange is already present, as members are motivated to communicate among themselves (or with a network secretariat), and this facilitates networking, resulting in joint projects (research, conferences, exhibitions, etc.). In order to be a community and not just an infrastructure, a virtual network should be about communicating and common aims, and not just about access to information. Here the starting base is an existing community (a group of people networking) that is collaborating and sharing knowledge and for them a secretariat or a virtual resource point of that network serves as an artificial shortest path to necessary information (a high connectivity node). But information exchanged through the network serves as a starting point for new joint projects that really connect the members.

The second model (Figure 3), a decentralized networking model, can be recognized in some existing cultural networks, where, for example, different national networks interact with each other and in which secretariat responsibilities can be delegated and rotated after a period of time. It is a model that can be recognized in networks such as ITI, ASSITEJ, etc.

What we should keep in mind when looking at these networking structures is that in fact they all fit into version b) of Figure 1, i.e. even though the collaboration acts are not explicitly shown in these schematic models, they are implicit.

Previously, Newman has differentiated between social networks (such as the examples given above of collaboration networks and affiliation networks), information networks (such as the WWW) and technical networks in which he also included the Internet. The Internet as a network of interconnected computers is an extremely useful infrastructure for a communication network.

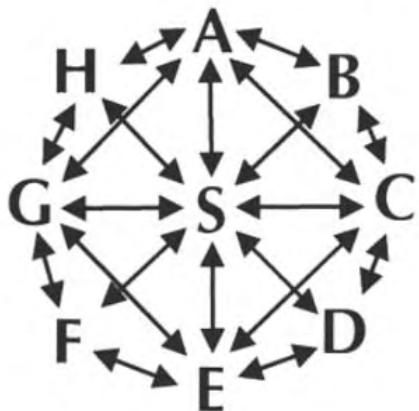


Figure 2 (Source: Starkey, 1999)

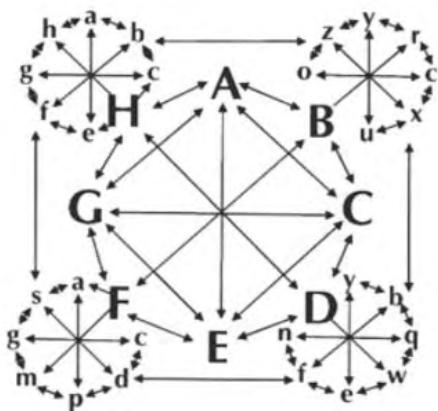


Figure 3 (Source: Starkey, 1999)

It is in fact a network of wires and hardware that gives us access to another related network of information (i.e. the WWW) and it enables us to network via emails or other peer-to-peer services, etc. Its connections are undirected and traffic that goes through it changes all the time. The Internet is a physical network with geographical coordinates. It interconnects all of its nodes and it grows constantly in both aspects - nodes and links. We could represent its schematic structure (Figure 4) with a network model in which all nodes in it are interconnected - directly or indirectly.

As an underlying infrastructure of the WWW network (information network) and other peer-to-peer services, we see that through the Internet everything is potentially accessible. It is often said that because of the network structure of the Internet and the WWW we are only a click away from a desired information or a document. Still this does not mean that information or web pages can be easily found by targeted users. As Eszter Hargittai informs us "information abundance still leaves the problem of attention scarcity" and the fact that something is available online does not mean that it is really accessible, i.e. easily reachable (Hargittai, 2000: 2). As previously mentioned, the WWW is a scale-free network, meaning that a few nodes are highly connected and many nodes have a much lower degree of connectivity (Figure 5). What this means in fact is that if one finds such a highly connected node it will allow one to find many other relevant nodes (information) much more efficiently, as often such relevant nodes in a certain thematic area are clustered around portals that serve as users' "shortcuts" to relevant web pages in the particular thematic area as well as a billboard for syndicated news in the field. The pictures below illustrate this.

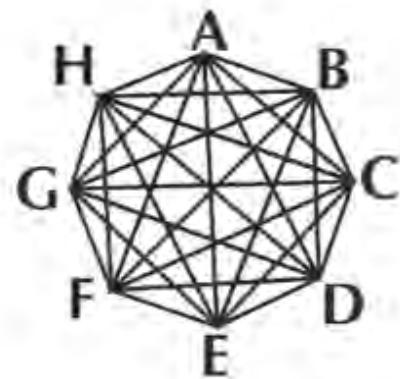
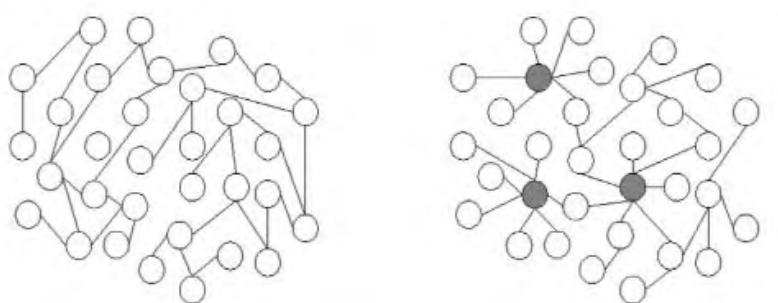


Figure 4 (Source: Starkey, 1999)



(a) Random network

(b) Scale-free network

Figure 5 (Source: Wikipedia, scale-free networks)

So, to get the information, one can search for it through search engines, browse through web pages using hyperlinks, or access some relevant portals in a particular area of interest. Strategies for attention getting and filtering are important elements in developing any e-culture service. Online search engi-

nes, e-newsletters, specialized portals and virtual networks are existing mechanisms through which users are receiving information that are of their interest. They are considered important due to their attempt to introduce a "quality control" of available information, i.e. to channel relevant information only. Today, in addition to search engines, different cultural portals are the main gateways between creators and consumers of cultural products available on the Internet/WWW network.

When looking at the level of nodes in the WWW network, we see that most web pages could be described as having a communication/networking structure like this (Figure 6).

This picture illustrates the underlying logic of the numerous websites and portals aimed at general audience. They provide information on the webpage and give links to some additional web pages, but their communication logic towards users is that of an information dissemination service. According to Paul Starkey (1999) this model does not seem to be a real network, but, as we already said, a service for information dissemination, since it does not provide for reciprocity of communication - from end users to the "network" secretariat/centre or in this case website (content is being produced by the portal team and not by users). Such a communication model we could describe as a broadcasting model. This networking model does not prompt users for participation in sharing content, but just in using it.

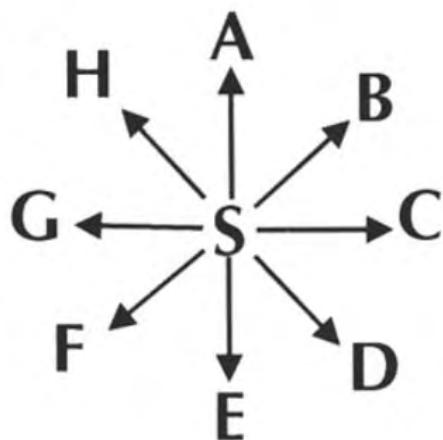


Figure 6 (Source: Paul Starkey, 1999)

reciprocity of communication - from end users to the "network" secretariat/centre or in this case website (content is being produced by the portal team and not by users). Such a communication model we could describe as a broadcasting model. This networking model does not prompt users for participation in sharing content, but just in using it.

Another communicational model that is often found in portals targeted at professional communities is the one where members/users are all communicating with the portal's secretariat, but they do not network with other users/members through the portal (Figure 7). This is not a real cooperation but information exchange that is channelled through a portal's web services and newsletter. Such portals aim to get relevant information from users and then publish it online.

This picture illustrates the underlying logic of the numerous websites and portals aimed at general audience. They provide information on the webpage and give links to some additional web pages, but their communication logic towards users is that of an information dissemination service. According to Paul Starkey (1999) this model does not seem to be a real network, but, as we already said, a service for information dissemination, since it does not provide for reciprocity of communication - from end users to the "network" secretariat/centre or in this case website (content is being produced by the portal team and not by users). Such a communication model we could describe as a broadcasting model. This networking model does not prompt users for participation in sharing content, but just in using it.

Another communicational model that is often found in portals targeted at professional communities is the one where members/users are all communicating with the portal's secretariat, but they do not network with other users/members through the portal (Figure 7). This is not a real cooperation but information exchange that is channelled through a portal's web services and newsletter. Such portals aim to get relevant information from users and then publish it online.

The described models represent a communicational meta-structure and not some physical structure, which means that a portal can get information from its users by simple emails but it has to have specific services or channels through which it will disseminate it. Both website models have provided users of a portal with the possibility for connecting, but, still, these models do not really provide structural possibilities for forming virtual communities, i.e. transforming users into a community or "a collective", since its main purpose is informing users of relevant news through established information services.

A portal being a node in the WWW network (and at the same time a specialized subnetwork) fits into the category of information network that people are trying to navigate through in search of a particular content. The definition tells us that cultural portals or gateways are defined as centrally coordinated web-based gateways, which offer access to accredited websites, with limited original content or other resources available at the gateway site (Digicult Report, 2002: 56). By facilitating access to the existing sites of interest and providing some additional structural resources or other services that do not exist elsewhere, portals contribute to the organizational enhancement of a particular field. In addition to numerous links leading to other sites, a portal also informs on news and announcements happening in the field and it must take into account where it gets the information from that it presents through the portal and for whom it is intended. Sometimes portals describe themselves as a network, but it would be more correct to think of a portal as a node in a network with a high connectivity degree, thus enabling users to find short-cuts to a resource or a type of resource he/she is looking for. So, in addition to structural pointing to other sites (a signpost or a map function), in order to be effective, a professional portal must be an information digest (a resource), bringing to users' attention relevant news. However, in all its aspects it is an information infrastructure and it is hard to see it as a community.

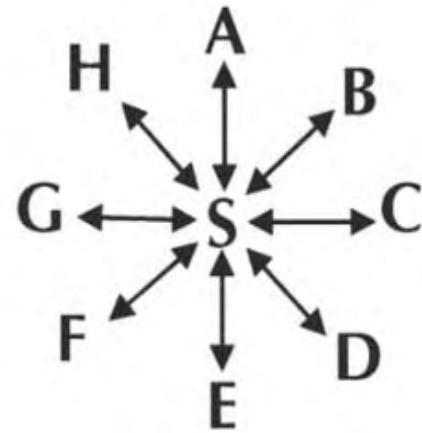


Figure 6 (Source: Paul Starkey, 1999)

CONCLUDING REMARKS

The described networking structures showed us that there is a big difference between infrastructure and community. The Internet and the WWW are giving us a necessary information and

communication infrastructure for our work but if we would like to achieve building collaboration networks in the virtual sphere, such as previously described cultural networks, we must understand what makes them a community. In order to transform a portal's networking model towards the model of the previously described cultural networks (a platform for cultural cooperation), a portal should be able to generate genuine cooperation among some of its members as a result of its own activities. It seems that acts of collaboration are the real glue of a collaboration network.

It is clear that the cultural networks that were described above rely on more than just the networked information infrastructure; they have a common goal, common projects and members that are participating voluntarily. They are not only a structure, but as the definition stresses, a work-method as well³. It is important to keep in mind that different networking structures that were described in this paper have an important effect on what kind of network will be built - the one that is simply connecting users to a certain resource, or the one that is building a kind of "collective" or community. It is clear that by providing services that would correspond to the information dissemination model, one cannot hope to achieve building a model that corresponds to cooperative cultural networks.

Today the discussion is going on in Europe on how to ensure better coordination and cooperation among the existing cultural networks and portals in the virtual sphere. Internet seems to be a good media for sharing but we still have not learned how to achieve an efficient networked collaboration on the Internet. So far online joint collaborations are not very evident. There is much talk about joint collaboration while everybody is busy doing their own virtual projects. This question of how to efficiently cooperate among different virtual projects still remains without a definite answer, but being aware of the underlying networking structures of different existing virtual structures that are attempting to cooperate might help in building some sustainable cooperative networking structures in the future.

A. U. Institute for International Relations, Croatia

REFERENCES

- Barabási, Albert-László (2003) *Linked*, A Plume book (Penguin group)
- Castells, Manuel (1996) *The Information Age: Economy Society and Culture*. Vol. 1. *The Rise of the Network Society*, Blackwell.
- DeVlieg, Mary Ann (2001) "Evaluation Criteria for Cultural Networks in Europe", www.efah.org/en/resources_for_culture/networking/evaluationnetworksma.pdf
http://www.efah.org/pdfcount.php?fln=networks Ngo_4.pdf
- Dorogovtsev, S.N. and Mendes J.F.F. (2001) "Evolution of networks", http://arxiv.org/PS_cache/cond-mat/pdf/0106/0106144.pdf

Hargittai, Eszter (2000) "Open Portals or Closed Gates", www.princeton.edu/~eszter/portals.html or <http://www.eszter.com/research/pubs/hargittai-portals.pdf>

IETM, Fondazione Fitzcarraldo, Arts Council of Finland (2001) How Networking Works - IETM Study on the Effects of Networking, Arts Council of Finland.

Minichbauer, Raimund and Mitterdorfer, Elke (2000) "European Cultural Networks and Networking in Central and Eastern Europe", eiPCP, http://www.eipcp.net/studien/s01/ecn_en1.pdf

Mundy, Simon (1999) The Context and the Structure of European Cultural Networks, The Hague, Raad voor Cultuur.

Network Logic: Who governs in an interconnected world? (2004) eds. H. McCarthy, P. Miller, P. Skidmore, DEMOS, <http://www.demos.co.uk/catalogue/networks/>

Newman, M.E.J. (2003) "The structure and function of complex networks", http://arxiv.org/PS_cache/cond-mat/pdf/0303/0303516.pdf

Pehn, Gudrun (1999) Networking culture - The role of European cultural networks, Council of Europe.

Staines, Judith. Network Solutions for Cultural Cooperation in Europe, EFAH, http://www.efah.org/en/resources_for_culture/networking/networksjsstaines.pdf

Starkey, Paul (1999) Networking for development, IFRTD.

Tacher, Eugene (2004) "Networks, Swarms, Multitudes". In: CTHEORY, www.ctheory.net/text_file.asp?pick=422

The DigiCult Report: - Technological landscapes for tomorrow cultural economy: Unlocking the value of cultural heritage. (2002) ed. Andrea Mulrenin, Luxembourg, European Commission.

Wikipedia <http://www.wikipedia.org/>

NOTES

1. This paper is an edited version of the paper Cultural Networks in Virtual Sphere - Between Infrastructure and Communities published in the book Dynamics of Communication: New Ways and New Actors, Culturelink, 2006.

2. Aleksandra Uzelac is a research fellow at the Institute for International Relations in Zagreb, Croatia. Email: auzelac@irmo.hr / www.imo.hr/imo/staff/uzelac.html

3. See Minichbauer and Mitterdorfer definition of cultural network at the beginning of this article.

En los últimos años, las redes de trabajo se han convertido en un foco de atención en diferentes campos. Según investigaciones en varios campos, desde las matemáticas a la biología o las ciencias sociales, las redes de trabajo parecen ser una estructura organizativa ampliamente presente. En la extensa literatura sobre la llamada sociedad de redes o sociedad de la información, la red se describe como su forma básica de organización. Varios fenómenos sociales, técnicos o biológicos reconocen poseer una estructura de redes, aunque sus definiciones varían entre los distintos campos. Es, especialmente, en las aplicaciones TIC, donde la estructura de redes parece ser el elemento que ha cambiado la lógica de nuestro trabajo diario, ya que las redes TIC se han convertido en uno de los fenómenos sociales más prominentes de nuestro tiempo. El entorno del trabajo en red de las TIC ha permitido el desarrollo de muchos recursos online así como que el sector cultural se convirtiera en virtual hace ya una década. Aun así, antes de que esto ocurriera, el trabajo en red en el ámbito de la cultura ya era un fenómeno reconocido que ha facilitado la cooperación cultural internacional desde hace más de dos décadas.

En los años 90, las redes culturales se convirtieron en una infraestructura organizativa popular en el sector cultural europeo. En el artículo "Evaluation Criteria for Cultural Networks in Europe" el trabajo en red ha sido referido como una "infraestructura de comunicación para la cooperación cultural en Europa" (DeVilieg, 2.001). En sus evaluaciones sobre la existencia de una red cultural europea, Minichbauer y Mitterdorfer definen el término "red de trabajo cultural" como "una estructura y un método de trabajo caracterizado por una cooperación no-jerárquica y horizontal con orientación transnacional, fundado desde la base, con carácter no-representacional, di-

verso y con ausencia de las poderosas fuerzas centrales" (Minichbauer y Mitterdorfer, 2.000). Ellos consideran que los requerimientos mínimos para una red de trabajo cultural se basan en que está diseñada para una cooperación a largo plazo, la existencia de una meta común, la existencia de miembros y de sus encuentros cara a cara. Varios autores añaden a estos requerimientos mínimos la difusa definición de las fronteras que conforman la red, la participación voluntaria de los miembros y la capacidad de la estructura para seguir funcionando cuando un miembro concreto decide dejar la red (véanse los estudios realizados por Simon Mundy, Judith Staines y Gudrun Pehn).

El trabajo en red puede ser visto como una red de relaciones (i.e. una estructura) o como un ambiente que alienta la colaboración i.e. el contexto del 'fenómeno emergente' (IETM, 2.001). La razón de la popularidad del trabajo en red como una estructura de cooperación se encuentra en el hecho de que intenta facilitar formas flexibles de cooperación, resolver problemas concretos a los que se enfrentan sus miembros, unir a personas que persiguen un interés común a través de las cuales, las instituciones existentes pueden unirse entorno a proyectos comunes proporcionando unos canales efectivos de comunicación para sus miembros.

Las redes culturales son un factor importante en el apoyo de la cooperación cultural internacional ya que sus intereses están orientados a interconectar a aquellos miembros que comparten intereses y límites territoriales trascendentales. Las redes de trabajo están organizadas de acuerdo con una visión particular y unos objetivos comunes, uniendo miembros que provienen de diferentes países o regiones y, por tanto, contribuyendo a formar una comunidad internacional de iguales. Es-

tas redes sirven como generadoras de nuevas ideas y lugar de encuentro para sus miembros. La particular importancia de estas redes culturales reside en el hecho de que 'mantienen un proceso de diálogo e intercambio cultural que magnifica las especificidades y las diferencias y, al mismo tiempo, incrementa la comprensión de diferentes culturas' (IETM, 2.001: 36).

La comunicación es un aspecto esencial en el éxito de las redes de trabajo. La veracidad de la información recibida a través de los canales de las redes y la posibilidad de comunicación entre compañeros de trabajo son cruciales para un funcionamiento eficiente de las redes. En el caso de un exceso de información, no es especialmente fácil comunicar la información propia a través de los canales y redes públicas existentes. La focalización de las redes hacia temas particulares o tipos concretos de miembros provee de un mecanismo de filtro que permite a los miembros el acceso a una información relevante y veraz.

La simple y rápida comunicación on-line puede mejorar la comunicación y el intercambio de información entre los miembros de la red. El paradigma de la nueva tecnología de la información, como pilar fundamental de la sociedad de la información y las redes, como describe Castells, ha posibilitado la extensión de los modelos de trabajo en red y, particularmente, el del trabajo virtual en red. Sus principales elementos - como elementos básicos o material prima, trabajo en red y flexibilidad - son también características básicas del trabajo cultural en red, y muchas redes culturales existentes han pasado a ser virtuales con la intención de incrementar la eficacia de su funcionamiento. Debido a que Internet se ha convertido en una infraestructura de información básica en todos los países desarrollados, diferentes redes virtuales y portales

han pasado también a formar parte del paisaje virtual en el sector cultural. Existe una diferencia entre estos dos términos; si examinamos algunos de las redes virtuales existentes en el campo cultural, podremos comprobar que éstas comenzaron por una base de miembros ya existente (una comunidad) de redes culturales de trabajo reales y que han extendido sus actividades al dominio virtual, mientras que los portales culturales comenzaron con el objetivo de proveer de infraestructuras a las organizaciones culturales y a los usuarios finales que han de ser, en primer lugar, motivados para cooperar. Pero, en la mayoría de los casos, esas estructuras virtuales intentan equilibrar una base tecnológica con elementos de comunicación e información, procurando proveer a sus miembros, y/o usuarios potenciales, de los servicios que necesitan.

Las redes culturales de trabajo, así como las de comunicación, posibilitan el acceso a sus miembros/ usuarios; combinar a estos miembros/usuarios en una red virtual es un intento de facilitarles una estructura profesional de comunidades virtuales dentro del sector cultural. Cuando una red cultural crea su versión virtual, ésta facilita la construcción de una comunidad virtual, pero si se intenta partir desde cero, el proceso se hace más difícil, ya que la motivación y la confianza que existe entre los miembros de la red ha de ser, también, construida desde cero. Numerosos foros de discusión, listas de correo y portales especializados son creados con tal fin. Su efectividad depende del interés y motivación de los miembros, así como sus objetivos y la estructura subyacente de la red. Hoy en día estamos siendo testigos de la proliferación de numerosos portales culturales y la pregunta es - ¿Podemos considerarlos redes virtuales, en el sentido descrito anteriormente, i.e. como una estructura que soporta la cooperación cultural?

En otras palabras, podríamos plantearnos la misma cuestión que Eugene Tacher: ¿Estamos conectados porque somos seres gregarios, o somos gregarios porque estamos conectados (Tacher, 2.004)?

A pesar de la definición propuesta para las redes culturales, parece que el término "network" posee diferentes significados, y cuando cambiamos de red cultural (comunidad) a red TIC (infraestructura), nos referimos a dos tipos diferentes de redes. Sus características no son las mismas aunque las diferencias son a veces difusas dados los diferentes usos del término "network" en la terminología relacionada a la sociedad de redes.

Viendo las redes de trabajo desde la perspectiva de la teoría de las redes, ¿Qué es una red de trabajo? - desde el campo de las ciencias sociales nos llegan algunas definiciones y observaciones.

"el trabajo en red implica una serie de principios fundamentales para la distribución y coordinación ordenada de diferentes componentes, ya sean éstos químicos, naturales, sociales o digitales" (Network Logic, 2004: 12).

O como observa Fritjof Capra, "las redes sociales son redes de comunicación" (Network Logic, 2.004: 29).

Una diferente definición, más básica y estructural, del fenómeno de redes llega desde una teoría gráfica.

"Una red de trabajo es una serie de nodos interconectados. Un nodo es el punto en el que una curva se corta a sí misma" (Castells, 1.996: 470).

"Una red es una serie de elementos, que llamaremos vértices o nódulos, con conexiones

entre ellos llamados bordes" (Newman, 2.003).

La definición de las redes proveniente de teorías gráficas aborda las redes como una estructura gráfica compuesta de nodos (Vértices) y vínculos (bordes) - siendo los nodos los actores individuales dentro de la red y los vínculos las relaciones o enlaces entre los actores. Un nódulo depende de cada caso concreto en una red. Los vínculos o enlaces en una red concreta pueden ser directos o indirectos, lo que implica que la relación particular puede ser unilateral o bilateral.

Físicos y matemáticos han estudiado la estructura de las redes como un sistema abstracto (gráficas aleatorias) pero también han estudiado diferentes redes del mundo real y sus características y estructuras. Newman distingue las redes del mundo real en cuatro categorías poco definidas: redes sociales, redes de información, redes tecnológicas y redes biológicas (Newman, 2.003).

- Una red social es un conjunto de personas o grupo de personas con algún patrón de contacto o relación entre ellas (e.g. los patrones de amistad, entre individuos, relaciones de negocio entre compañías, contactos sexuales, o diferentes tipos de redes de colaboración). Un tipo de red social es la red de afiliación en la que los participantes colaboran en grupos de uno u otro tipo, donde los enlaces entre parejas de individuos se establecen por la pertenencia común a un grupo.

- Redes de información - en esta categoría Newman sitúa las redes de discusión entre artículos académicos (el nódulo aquí es una comunicación particular y el enlace la cita de otros autores en el artículo mencionado) y la WWW - una red de

páginas Web que contienen información, enlazadas por hipervínculos de una página a otra.

- Redes tecnológicas - son redes creadas por individuos y diseñadas para la distribución de productos o recursos (e.g. redes de suministros eléctricos, redes de carreteras, o Internet, que es una red física de ordenadores enlazados entre sí por fibra óptica u otro tipo de conexiones de datos para distribuir información).
- Un gran número de sistemas biológicos pueden estar representados en una red, e.g. una red de sendas metabólicas, una red de reguladores genéticos, redes neuronales, redes alimentarias, etc.

Estas cuatro categorías describen diferentes redes del mundo real que, según Newman, difieren de los gráficos aleatorios, "... sugieren ambos mecanismos posibles que pudieran estar guiados por redes de información, y vías posibles en las que podríamos explotar estructuras de rede para conseguir ciertas metas" (Newman, 2.003: 9).

Más abajo he resumido algunas características básicas que los investigadores de redes han observado en el mundo real a través de sus investigaciones - trazando mapas y midiendo ejemplos concretos de redes:

Agrupamiento (transitividad) - un agrupamiento de coeficiente es la probabilidad de que los dos vecinos más próximos de un nodo en concreto sean a su vez los vecinos más cercanos de otro nodo, e.g. el amigo de tu amigo es posible que también sea tu amigo. El artículo de Granovetter "The strength of Weak Ties" (1.973), es el primer trabajo que ve a la sociedad como una estructura de grupos altamente conectados (i.e. círculos de

amigos). Con algunos enlaces externos que interconectan esos grupos manteniéndolos conectados al resto de la sociedad.

Conectividad (grados) es el número total de enlaces de un nódulo concreto (número de vecinos más cercanos). El estudio de diferentes redes del mundo real muestra que, la conectividad de las redes de nodos concretos difiere en escala ya que, generalmente, obedecen a unas leyes de influencia que los conducen, a veces, a la llamada redes de escala libre (muchas redes sociales y de comunicación poseen enlaces de distribución de leyes de influencia que contienen algunos nodos con un grado de conectividad muy alto y otros con un grado muy bajo).

Un ejemplo de ley de influencia, i.e. una red de escala libre, se encuentra en redes de ciudades, la WWW, Internet, redes metabólicas, gráficas de llamadas telefónicas, contactos sexuales entre personas, redes de colaboración, etc.

Patrones mezclados - las mezclas heterogéneas parecen ser un fenómeno común en las redes sociales donde se ha observado que las personas tienden a asociarse preferentemente con aquellas personas que son, de alguna forma, similares a ellas. Esto puede llevar a una "estructura comunitaria" lo que en redes sociales significa grupos de nodos que tienen una alta densidad de enlaces internos y una baja densidad de enlaces entre grupos (Newman, 2.003). Estos grupos son también llamados redes estratificadas.

En un famoso experimento, hecho en los años 60 por Stanley Milgram, se descubrió el efecto "pequeño mundo". En el experimento, unas cartas pasadas de persona a persona eran capaces de llegar a su destinatario final en solo unos pocos pasos (seis pasos). Este expe-

rimento se convirtió en estudio pionero en la interconexión social, ya que implica que a pesar del enorme tamaño de nuestra sociedad, ésta puede ser atravesada siguiendo enlaces sociales interpersonales (Barabási, 2.003). El efecto "pequeño mundo" ha sido observado en un gran número de redes diferentes y conlleva implicaciones en los procesos dinámicos que se llevan a cabo en las redes del mundo real, e.g. la velocidad de propagación de la información a través de las redes, etc. Este es el camino más corto a través de las redes (o diámetro de la red).

Redes de navegación - en las redes sociales, las personas pueden encontrar el camino más corto a través de la red (efecto "pequeño mundo"). Newman encuentra este hecho sorprendente y observa que esto no podría haber ocurrido en una gráfica aleatoria. Newman concluye que "si fuera posible construir redes artificiales que fueran tan fáciles de navegar como las redes sociales parecen serlo, se supone que podrían usarse para construir bases de datos más eficientes o mejores redes de ordenadores peer-to-peer", y esto es exactamente lo que encuentro interesante cuando observo el fenómeno de las redes culturales virtuales.

Las redes no son estructuras inmutables y las observaciones hechas en el mundo real muestran que diferentes procesos dinámicos tienen lugar en estas redes. Las redes crecen gracias a la adición gradual de nodos y enlaces; este proceso de crecimiento lleva, de hecho, a las específicas características estructurales de redes concretas, e.g. redes de escala libre que siguen relaciones de distribución de influencia (cuando la cantidad que consigues aumenta con la cantidad que ya posees - la regla de "el rico se hace cada vez más rico"), una regla también conocida como ventaja acumulativa o acoplamiento preferente. Un

ejemplo de red de escala libre puede ser observado en una red de citas donde, e.g. "La probabilidad de que alguien encuentre en su camino un documento mientras lee se incrementa, presumiblemente, con la cantidad de veces que otros documentos lo citan, y, por tanto, la probabilidad de que uno mismo lo cite en un documento propio se incrementa de forma similar" (Newman, 2.003: 30). Newman informa que este mismo principio se encuentra en la WWW o en diferentes redes de colaboración.

Otro proceso relacionado tiene lugar en las redes ya que estas se resisten a la eliminación de nodos o enlaces. Una red con influencia de distribución se presenta como reticente a la eliminación aleatoria de nodos, ya que un nodo con alta conectividad no será eliminado si tal acción conlleva un gran impacto en el funcionamiento de dicha red. La red WWW e Internet son, por ejemplo, redes fuertemente descentralizadas pero si un nodo con una alta conectividad dejara de funcionar, afectaría mucho más a su funcionamiento que la eliminación de cualquier otro nodo con un bajo grado de conectividad elegido al azar. Este hecho hace que las redes de escala libre sean vulnerables a ataques dirigidos.

La investigación de redes es otro proceso que tiene lugar en las redes y que tiene un gran impacto en varias aplicaciones prácticas. Este asunto se hace relevante en grandes redes como la WWW, ya que está relacionado con la efectividad con la que podemos comunicarnos u obtener una información relevante. Se ha observado que la información relevante está contenida en páginas Web (nodos) a la vez que en sus correspondientes hipervínculos (enlaces), ya que ambos son creados por personas que quieren destacar el contenido de las páginas comentadas. Cuando se busca en una gran red como la WWW se

puede optar por técnicas de búsqueda exhaustivas (usadas por los grandes motores de búsqueda) o búsquedas guiadas que analizan contenidos específicos buscando solo en una pequeña parte de una red, pero lo hacen de forma inteligente de modo que buscan deliberadamente en los nodos donde es más posible que contengan información relevante y dando por sentado que las páginas que contienen información sobre un tema dado estarán agrupadas. La investigación sobre los investigadores de redes sociales también sugiere que las personas navegan por las redes sociales buscando elementos comunes entre sus allegados y sus propias búsquedas (e.g. aquellas que pertenecen a un cierto grupo, localización, ocupación, etc.). Ya que tales grupos pueden formar parte de grupos mayores, éste hecho se puede mostrar en forma de estructura arbórea que definiría la distancia social entre dos personas dadas (i.e. ¿Cuántos pasos, hacia arriba de la estructura arbórea, debe una persona dar hasta encontrar un ancestro común?).

Ésta pequeña incursión en la teoría de investigación de redes nos muestra que las redes en el mundo real no son estructuras aleatorias y que los modelos concretos de diferentes redes deberían ser identificados y utilizados para analizar las redes culturales así como los portales.

Modelos de redes y comunicaciones meta-estructurales

Cuando analizamos las estructuras de diferentes tipos de redes, vemos como difieren las unas de las otras. Muchas redes observadas en el mundo real son, de hecho, estructuras informales que pueden ser reconocidas como redes aunque no como entidades registradas (fig.1).

El ejemplo expuesto más abajo es la estructura de una red de colaboración tomado del artículo de Dorogovtsev y Mendes "Evolution of Networks" (2.001).

La estructura de la figura 1, marcada como a), muestra dos diferentes tipos de nodos - los nodos negros representan actores colaboradores y los blancos actos de colaboración. Esto significa que los actores que colaboran lo hacen mediante un acto de colaboración e.g. los proyectos comunes en los que trabajan. Normalmente, la red de colaboración estaría representada de una forma más simple, y por tanto, menos informativa donde los colaboradores estarían directamente conectados por vínculos sin indicar el acto de colaboración (como en el ejemplo b).

Como caso especial de red social, Newman menciona la red de afiliación, en esa categoría podemos incluir las redes culturales que hemos descrito al principio del presente artículo. Estas redes parecen, normalmente, tener dos formas estructurales. El modelo que abajo presentamos (Figura 2) muestra el modelo de estructura de red de afiliación, donde la secretaría de la red facilita a sus miembros actividades conjuntas y proyectos de cooperación (como es el caso de las redes sociales descrito anteriormente). La secretaría favorece el intercambio de información a la vez que provee de infraestructura para la creación de proyectos conjuntos. La secretaría puede ser vista como un nodo con un alto grado de conectividad en la red y, por tanto, un punto común que puede producir un efecto de "pequeño mundo" al estar los demás nodos conectados a éste.

Las redes culturales y sus versiones virtuales son redes cuyos miembros están en contacto a través de la infraestructura de Internet, con metas y actividades comunes, y que colabo-

ran en proyectos conjuntos. Estos miembros puede que trabajen juntos dentro de una red en la vida real (reuniones, conferencias) y que Internet sea solo una forma de comunicación. Para ellos, la meta es conseguir algo más que el intercambio de información. El intercambio de información ya existe, ya que los miembros están, a priori, motivados para comunicarse entre ellos (o con una secretaría en red), y ésto facilita el trabajo en red, dando como resultado proyectos conjuntos (investigación, conferencias, exhibiciones, etc.).

Para ser una comunidad y no solo una infraestructura, una red virtual debería estar relacionada con la comunicación y las metas comunes, y no solo con el acceso a la información. En este caso, el punto de partida es una comunidad preexistente (un grupo de personas trabajando en red) que colabora y comparte conocimientos; para ésta comunidad, una secretaría o un recurso virtual de una red se ve como el camino virtual más corto para obtener la información necesaria (un nodo de alta conectividad). Pero la información que se intercambia a través de la red sirve como punto de partida para nuevos proyectos conjuntos que conectan realmente a los miembros.

El segundo módulo (Figura 3) es un modelo de trabajo en red descentralizado presente en algunas redes culturales existentes, donde, por ejemplo, diferentes redes nacionales interactúan entre sí y en las que la responsabilidad de la secretaría puede ser delegada y alternada tras un periodo de tiempo. Éste es un modelo que podemos encontrar en redes como la ITI, ASSITEJ, etc.

Cuando observamos estas estructuras de trabajo en red, debemos tener en cuenta el hecho de que todas encajan en la versión b) de la Figura 1, i.e. incluso si los actos de colabo-

ración no se muestran explícitamente en estos modelos esquemáticos, estos están implícitos.

Anteriormente, Newman ha hecho una diferencia entre redes sociales (como las de los ejemplos citados anteriormente de redes de colaboración y afiliación), redes de información (como las de la WWW) y redes técnicas entre las que se incluye Internet. Internet como red de ordenadores interconectados es una infraestructura extremadamente útil para una red de comunicación. Es, de hecho, una red de cables y hardware que da acceso a otra red relacionada con la comunicación (i.e. la WWW) que nos da la posibilidad de trabajar en red vía email u otra forma de servicio peer-to-peer. Su conexión no está dirigida y el tráfico que pasa por esta red cambia constantemente. Internet es una red física con coordenadas geográficas que interconecta todos sus nodos y cuyos nodos y vínculos crecen constantemente. Podríamos representar su estructura esquemática (Figura 4) mediante un modelo de red en el que todos sus nodos aparecerían interconectados directa o indirectamente.

Como una infraestructura subyacente de la red WWW (red de información) y otros servicios peer-to-peer, vemos que a través de Internet, todo es potencialmente accesible. Se suele decir que debido a la estructura de red de Internet y la WWW, estamos a un solo clic de la información o documento deseado. Aún así, esto no significa que la información o la página Web sea fácil de encontrar. Como Eszter Hargittai señala, "la abundancia de información aun plantea el problema de la escasez de atención" y el hecho de que algo esté disponible no implica necesariamente que sea realmente accesible, i.e. que esté fácilmente al alcance (Hargittai, 2.000: 2).

Como se mencionó anteriormente, la WWW

es una red de escala libre, lo que significa que unos pocos nodos tienen muchas conexiones y que otros muchos tienen un menor grado de conectividad (Figura 5). Lo que esto implica es que si uno encuentra un nodo muy conectado, éste nos permitirá encontrar otros nodos relevantes (información) de forma mucho más eficaz, ya que tales nodos relevantes, en un área temática concreta, están unidos alrededor de portales que sirven al usuario de "atajo" para alcanzar páginas Web de ese tema en particular a la vez que para llegar a listas de distribución de ese campo. Las imágenes mostradas más abajo ilustran esta idea.

Por tanto, para conseguir una información, uno debe buscarla a través de motores de búsqueda, ojear páginas Web usando hiper vínculos, o acceder a portales relevantes sobre un área concreta de interés. Las estrategias para atraer la atención y filtrarla son elementos fundamentales para desarrollar un servicio de aprendizaje electrónico. Motores de búsqueda online, boletines electrónicos, portales especializados y redes virtuales son mecanismos a través de los cuales los usuarios reciben la información que les interesa. Éstos mecanismos se consideran importantes debido a que intentan introducir un "control de calidad" en la información disponible, i.e. canalizar solo la información relevante. Hoy en día, además de los motores de búsqueda, distintos portales culturales se alzan como puentes entre el creador y el consumidor de los productos culturales disponibles en Internet o la WWW. Cuando observamos la red WWW a nivel de sus nodos, podemos comprobar que la mayoría de las páginas Web podrían ser descritas como comunicación/estructura de red según el esquema siguiente (Figura 6).

Esta imagen ilustra la lógica subyacente de

los numerosos sitios Web y portales dirigidos a una audiencia general. Estos proveen de información en sus páginas Web y proponen enlaces adicionales a otras páginas Web, pero su lógica de comunicación hacia los usuarios es un servicio de comunicación diseminada. Según Paul Starkey (1.999), éste modelo no parece ser una red real, sino, como ya hemos mencionado, un servicio para diseminar la información, ya que no provee de una reciprocidad en la comunicación - desde los usuarios finales hacia la secretaría/ centro de la "red de trabajo" o, como en éste caso, el sitio Web (los contenidos son producidos por el equipo del portal y no por los usuarios). Tal modelo de comunicación podría ser descrito como un modelo de difusión ya que no anima a los usuarios a participar en el intercambio de contenidos, sino solo a su uso.

Otro modelo de comunicación que se suele encontrar en los portales enfocados a comunidades profesionales es aquel donde los miembros/usuarios se comunican con la secretaría del portal pero no trabajan en red con otros usuarios/miembros a través del portal (Figura 7). Esto no es una cooperación real sino un intercambio de información canalizado a través de los servicios de un portal Web o boletín de noticias. Tales portales están dirigidos a obtener información relevante de los usuarios para luego publicarla online.

Los modelos descritos representan una estructura meta-comunicativa y no una estructura física, lo que implica que un portal puede obtener información de sus usuarios por medio de email pero ha de poseer servicios o canales específicos a través de los cuales ésta información se disemine. Ambos modelos de sitio Web proveen al usuario de la posibilidad de conectarse, pero aún así, no proveen de la posibilidad estructural para formar comunidades virtuales, i.e. transformar a los usuarios

en una comunidad o "colectivo", ya que su principal propósito es informar de noticias relevantes a través de los servicios informativos establecidos.

Un portal es un nodo en la red WWW (y al mismo tiempo una sub-red especializada) que se ajusta a la categoría de red de información por la que las personas navegan en busca de un contenido concreto.

La definición nos muestra que los portales culturales o de acceso se definen como accesos basados en la Web con una coordinación centralizada, que ofrecen acceso a sitios Web acreditados, con contenidos originales limitados u otras fuentes disponibles en ese sitio de acceso(Digicult Report, 2.002: 56). Al facilitar el acceso a los sitios de interés existentes, y proveer de recursos estructurales adicionales u otros servicios que no existen en otro sitio, los portales contribuyen a la mejora organizativa de un campo concreto. Además de los numerosos enlaces que nos encaminan a otros sitios, un portal también informa de noticias y anuncios que ocurren en un campo dado, y debe tener en cuenta de dónde proviene esa información que se presenta en el portal y a quién va dirigida. A veces, los portales se describen a sí mismos como red, pero sería más correcto pensar en un portal como un nodo dentro de una red con un alto grado de conectividad que permite a los usuarios encontrar atajos para llegar al recurso o un tipo de recurso que la persona interesada busca. Por tanto, además de señalar estructuralmente otros sitios (como una señal o un mapa), para ser más efectivo, un portal profesional debe aglutinar la información (como recurso), llevando hasta los usuarios las noticias relevantes. No obstante, es una estructura en todos sus aspectos que difícilmente puede verse como una comunidad.

Conclusión

Las estructuras de trabajo en red nos muestran que hay una gran diferencia entre infraestructura y comunidad. Internet y la WWW nos facilitan una infraestructura necesaria de información y comunicación para nuestro trabajo, pero si quisieramos construir una red de colaboración en la esfera virtual, como anteriormente hemos descrito las redes culturales, debemos entender lo que las conforma como comunidad. Para transformar el modelo de red de un portal en una red cultural (una plataforma de cooperación cultural), el portal debería ser capaz de generar una cooperación genuina entre algunos de sus miembros como resultado de sus propias actividades. Parece ser que los actos de colaboración son el aglutinante de una red de colaboración. Está claro que las redes culturales descritas se basan en algo más que en una infraestructura de información en red; éstas tienen un cometido en común, proyectos comunes y unos miembros que participan de forma voluntaria. Las redes culturales no son solo una estructura si no, como se recalca en la definición, un método de trabajo. Es importante tener en cuenta que las diferentes estructuras de trabajo en red descritas en este artículo tienen un importante efecto en el tipo de red que se habrá de crear - una que simplemente conecte a los usuarios con un recurso determinado, o una que cree algún tipo de "colectivo" o comunidad. Está claro que al proveer de servicios que correspondan al modelo de diseminación de información, no podemos esperar la creación de un modelo que corresponda a una red cultural cooperativa. Hoy en día, la discusión que se mantiene en Europa es cómo asegurar una mejor coordinación y cooperación entre las redes culturales existentes y los portales de la esfera virtual. Internet parece ser un buen medio para compartir, pero aún no hemos aprendido cómo

conseguir una colaboración en red eficaz dentro de Internet. Hasta el momento, la colaboración online conjunta no parece ser muy evidente. Existen muchas discusiones sobre la colaboración conjunta mientras que todo el mundo está ocupado creando sus propios proyectos virtuales. La cuestión de cómo cooperar de forma eficaz entre los diferentes proyectos virtuales aún permanece sin una

respuesta definitiva, pero al ser conscientes de las estructuras subyacentes del trabajo en red que se pretende, la cooperación podría ayudar a crear, en el futuro, algún tipo de estructura de cooperación en red.

A.U.

Instituto de Relaciones Internacionales, Croacia.

LAS ACTIVIDADES DE INVESTIGACIÓN EN LA FUNDACIÓN AUTOR

Rubén Gutiérrez del Castillo

0109TEMAS

AUTOR: Rubén Gutiérrez del Castillo

ADSCRIPCIÓN: Coordinador del Área de Estudios de la Fundación Autor

TÍTULO: Las actividades de investigación en la Fundación Autor

FECHA ACEPTACIÓN ARTÍCULO: 02/10/2007

CORREO ELECTRÓNICO: rgutierrez@sgae.es

Resumen: La Fundación Autor es un área de estudio de la Sociedad General de Autores (SGAE), que tiene como objetivo colaborar en el desarrollo del sector cultural en España, así como la difusión del repertorio artístico que tiene encomendada dicha sociedad. En el presente artículo se analizan las líneas de trabajo que ha venido desarrollando desde su creación en 1997 hasta la actualidad, y en las que intervendrá en su nueva etapa desde el 2007.

Palabras clave: SGAE, Fundación Autor, hábitos de consumo cultural, ocio, industria cultural, mercado musical.

INTRODUCCIÓN

Desde su constitución en 1.997, la Fundación Autor ha prestado especial atención a la investigación sobre el sector cultural desde la perspectiva de las ciencias sociales. La Fundación Autor, fundada por la Sociedad General de Autores y Editores con el objetivo de colaborar al desarrollo del sector cultural en España así como difundir el repertorio artístico que SGAE tiene encomendado (música en todas sus expresiones, dramaturgia, danza y audiovisuales) incorporó a su diseño estratégico tres ejes fundamentales: la promoción del repertorio, tanto dentro como fuera de nuestras fronteras; la actividad asistencial a autores (fondo de pensiones, asistencia social, etc.) y, finalmente, la formación y la investigación. Integrado en el Departamento de Estudios, Formación y Publicaciones bajo la dirección de Rufino Sánchez, el Área de Estudios, en constante sinergia con las otras dos áreas, e intentando cumplir con los objetivos generales de la institución, ha desarrollado un trabajo constante y creciente en los diez años de existencia de la Fundación Autor.

En este artículo examinaremos, analizando cada una de las grandes líneas de trabajo del Área de Estudios, cuál ha sido la actividad desarrollada hasta el momento. Finalmente, expondremos cuáles serán las líneas estratégicas que, en materia de investigación, desarrollará la Fundación Autor en la nueva etapa abierta en 2.007, coincidiendo con los diez años de actividad.

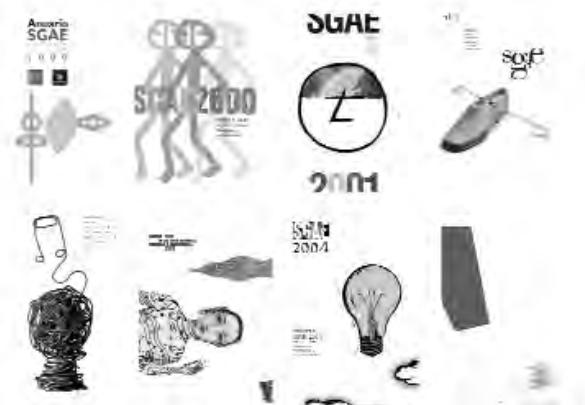
1. ESTUDIOS BÁSICOS SOBRE EL SECTOR CULTURAL EN ESPAÑA.

Cuando la Fundación Autor comenzó su actividad en 1.997, la información básica disponible sobre el sector cultural, y más concretamente sobre las áreas de trabajo más directamente vinculadas a la SGAE (música, artes escénicas y artes audiovisuales) era prácticamente inexistente. Después de que a finales de los años 80 y durante los tres primeros años de los noventa se acometieran por parte de los consecutivos Ministerios de Cultura una serie de trabajos fundamentales (encuestas sobre prácticas culturales, mapa de recursos e infraestructuras, etc.), la práctica inexistencia de actividad oficial al respecto era un hecho. Ni los profesionales del sector, ni los agentes que deben tomar decisiones de políticas públicas en materia culturales ni el conjunto de la sociedad española disponían de información rigurosa y actualizada que permitiera tanto tomar decisiones eficientes como, desde una perspectiva socioeconómica, conocer la relación de la sociedad española con la cultura.

Ante estas carencias, y antes de la constitución como tal de la Fundación Autor, la Sociedad General de Autores comenzó a diseñar una serie de trabajos que pretendían cubrir el hueco existente. Era necesario, por un lado, desarrollar metodologías que permitieran conocer a la sociedad española en su relación con el consumo de arte y cultura. Por otro lado, era también necesario construir metodologías que permitieran a los agentes conocer con gran detalle y actualidad la coyuntura de los diferentes sectores. Finalmente, era también necesario generar metodologías que sirvieran para conocer cual era el impacto económico de las industrias de la cultura y el ocio en nuestro país. Entre 1.995 y 1.997 se comenzó a generar una serie de trabajos n este sentido que, a partir de 1.997, comenzarían a ser publicados con el objetivo

de incidir en el desarrollo profesional del sector de la cultura en España. Estos trabajos se llevaron a cabo con la colaboración estable, e imprescindible, del instituto de investigación CIMEC-MB y del Departamento de Análisis Económico I de la Universidad Autónoma de Madrid.

El *Informe SGAE sobre hábitos de consumo cultural* primero y la *Encuesta sobre hábitos y prácticas culturales en España* después presentaban los datos más relevantes así como las principales conclusiones de las dos macroencuestas realizadas para conocer el estado del consumo y participación cultural de la sociedad española. La primera macroencuesta, desarrollada a lo largo de dos años (1.997 y 1.998) con oleadas trimestrales para evitar los efectos de la estacionalidad -diferentes para los distintos subsectores contemplados en la encuesta, se hizo sobre un total de 24.000 ciudadanos y permitió ofrecer información muy detallada acerca de los hábitos de consumo cultural en nuestro país. En 2.002-2.003, y con la colaboración del Ministerio de Cultura, se emprendió una actualización de los trabajos. Esta nueva encuesta se realizó a lo largo de un año natural entre 2.002 y 2.003, también con oleadas trimestrales y sobre una muestra de 12.000 individuos. El diseño, similar al de la encuesta anterior y compatible también con la encuesta de 1.990 realizada en su momento por el Ministerio de Cultura, incorporaba in embargo una mayor profusión en lo referido a hábitos culturales relacionados con las nuevas tecnologías. Estos estudios, objeto de las publicaciones arriba citadas, obtuvieron una importante presencia mediática, trascendiendo el ámbito profesional, para protagonizar primeras páginas de periódicos, minutos de telediarios, debates en tertulias radiofónicas e incluso diversos sketches humorísticos en programas televisivos como *Los muñecos del guiño* o *Caiga quien Caiga*, demostrando el gran interés que la sociedad tiene sobre su propio comportamiento en cuestiones culturales.



Las distintas ediciones del *Anuario SGAE de las Artes Escénicas, Musicales y Audiovisuales*, publicados entre 1.999 y 2.006 (ocho ediciones por tanto, que cubren la información generada entre 1.998 y 2.005) también suscitaron un elevado interés por parte de los medios de comunicación, pero, y en mayor medida, por parte del sector profesional, que tuvo acceso a través de estos trabajos a las cifras básicas para interpretar el mercado cultural. Con una estructura fija de nueve capítulos (Artes escénicas, Música Clásica, Música Popular, Música Grabada, Cine, Vídeo; Televisión; Radio y Nuevas Tecnologías), el Anuario ofrece información actualizada y detallada (descendiendo a nivel autonómico y, en ocasiones, a nivel provincial) sobre los principales indicadores de los diferentes sectores. Así, en el Anuario quedaron recogidos, entre otros, los dato relativos a espectadores, recaudación y volumen de actividad de las artes escénicas y música en vivo, a la estructura del parque cinematográfico en nuestro país, a la

evolución del sector discográfico, al volumen de las transacciones y valor de las mismas en el sector del vídeo y al uso de las nuevas tecnologías en la distribución y consumo de música y cine, entre muchos otros. El Anuario se complementaba con entrevistas a importantes gestores culturales para cada área de actividad, así como de un análisis por cada capítulo realizado por un periodista especializado. Vistos ahora en perspectiva, tanto las entrevistas como los artículos suponen un auténtico compendio de información escrito en primera persona sobre la cultura y su gestión en nuestro país en los últimos años.

Finalmente, para completar esta primera línea de trabajo, debemos citar los diferentes estudios que bajo el título genérico de *La Industria de la Cultura y el Ocio en España*. Su aportación al PIB fueron impulsados por la Fundación Autor para conocer la dimensión económica, y el peso sobre el PIB nacional, del sector cultural español. Estos estudios fueron desarrollados por un equipo de economistas del Departamento de Análisis Económico de la Universidad Autónoma de Madrid, bajo la dirección de Isabel García Gracia. Hasta el momento, se han realizado tres trabajos. El primero recogía información correspondiente a 1.992 y 1.993, el segundo al período comprendido entre 1.993 y 1.997 y el último, cuya edición corre a cargo de la editorial especializada Mac Graw Hill, al intervalo recogido entre 1.997 y 2.003. En estos trabajos no sólo se presentó por primera vez en nuestro país el valor económico de la cultura (que, con los últimos datos disponibles supone el 3,9% del PIB, situando a la cultura y el ocio como el sexto sector más productivo), sino también se pudo dimensionar el término de empleo a este sector (poniendo de manifiesto su gran potencialidad como sector generador de puestos de trabajo), se pudo conocer con detalle el estado de la balanza de pagos en materia cultural y, por último, se obtuvo información detallada para cada uno de los sectores que constituyen ese agregado de industrias de la cultura y ocio, así como información desagregada a nivel autonómico. El estudio, pionero en nuestro país, sirvió como base metodológica para el desarrollo de estudios similares en distintos países de América Latina a finales de los años noventa.



(que, con los últimos datos disponibles supone el 3,9% del PIB, situando a la cultura y el ocio como el sexto sector más productivo), sino también se pudo dimensionar el término de empleo a este sector (poniendo de manifiesto su gran potencialidad como sector generador de puestos de trabajo), se pudo conocer con detalle el estado de la balanza de pagos en materia cultural y, por último, se obtuvo información detallada para cada uno de los sectores que constituyen ese agregado de industrias de la cultura y ocio, así como información desagregada a nivel autonómico. El estudio, pionero en nuestro país, sirvió como base metodológica para el desarrollo de estudios similares en distintos países de América Latina a finales de los años noventa.

2. ESTUDIOS ESTRATÉGICOS Y ANÁLISIS SECTORIALES

Además de trabajar en la producción de datos primarios de carácter general para el conjunto del sector, desde la Fundación Autor hemos trabajado en el desarrollo de estudios sectoriales, centrados en la realidad de ámbitos concretos de la creación en nuestro país y, por otro lado, en estudios de naturaleza estratégica que permitan conseguir resultados específicos en áreas también concretas (mercados internacionales, cuestiones de política cultural sectorial, etc.)

De este grupo de trabajos se debe destacar los siguientes proyectos:

- Boletín DELFOS. Información sobre el mercado musical. Este boletín, cuatrimestral, del que se publicaron 12 números entre 2.001 y 2.005 presentaba información actualizada sobre el sector musical, tanto en su vertiente discográfica como en su vertiente en directo. Además de presentar datos secundarios, el boletín se nutría de los resultados de un panel de expertos, gracias al cual se podía conocer el estado del sector de primera mano, así como detectar sus principales problemas, prioridades y tendencias. En estos boletines quedó perfectamente plasmado el cambio de horizonte al que se tenía que enfrentar la industria musical de nuestro país.
- El repertorio de las orquestas sinfónicas en España. Mediante este estudio se pudo conocer, en un período de cinco años (1.997-2.002) la composición real del repertorio de las principales orquestas sinfónicas en sus temporadas regulares. Gracias a la recopilación de información primaria, se pudo obtener una visión muy fiel de la estructura de las programaciones, y de la incidencia, dentro de las mismas, de la música española y contemporánea.
- Los guionistas en España. En colaboración con ALMA, asociación de Autores Literarios de Medios Audiovisuales, se desarrolló este estudio, publicado en 2.004, que tenía como objetivo conocer la realidad socio-laboral de los guionistas en nuestro país. El trabajo permitió sistematizar las opiniones de los guionistas sobre su sector, y presentar de manera articulada una serie de necesidades y prioridades para su discusión con el resto de agentes implicados en el sector audiovisual.
- Guías de exportación de música. En colaboración con la European Music Office y la European Music Platform, instituciones de las que la Fundación Autor/SGAE es miembro activo, se han publicado hasta el momento ocho estudios dedicados a analizar algunos de los principales mercados musicales a nivel internacional: EEUU, Reino Unido, Japón, Alemania, Brasil, Finlandia, Austria y Rusia. Además, dentro de la colección Datautor, se publicaron dos estudios similares, uno dedicado al mercado musical en Francia y otro específico sobre las posibilidades de la música alternativa en los Estados Unidos.
- Posibilidades para la música española en China. En colaboración con el ICEX, desde la Fundación Autor se puso en marcha un estudio cualitativo para conocer en profundidad la dinámica del mercado musical en China. Gracias a las opiniones expresadas por más de 40 profesionales del sector en China, los profesionales españoles pueden conocer los mecanismos jurídicos que regulan este gran mercado así como las tendencias que articulan el sector, en creciente desarrollo en los últimos años. Este trabajo se ha visto complementado por el estudio *La imagen de España en China*, realizado por el Real Instituto Elcano con la colaboración de Fundación Autor/SGAE y la reciente publicación del libro *Apuntes sobre la industria cultural en China*, en Ediciones Autor.
- Los autores y la política cultural. Con motivo de la celebración del Encuentro de Creadores en Barcelona en enero de 2.005, se realizó un estudio para conocer las principales demandas y opiniones de los autores, distribuidos según área de actividad, sobre la política cultu-

ral. Este trabajo, presentado en dichos encuentros, y cuyas principales conclusiones fueron editadas en forma de artículo en el número 6 de Cuadernos de Economía de la Cultura, tendrá continuidad en el año 2.008, lanzándose una nueva encuesta que será presentada en los nuevos Encuentros de Creadores que se celebrarán en Zaragoza en febrero de 2.008.

3. DESARROLLO DE AUDIENCIAS

El avanzar en los procesos de democratización del acceso a la cultura y vincular el sector cultural con la sociedad en la que está inmerso son objetivos prioritarios para la Fundación Autor. Gracias a los datos generados en algunos de los estudios ya citados, se puede observar que, mientras que algunos sectores presentan valores crecientes en sus indicadores de interés y prácticas, otros -los asociados a las manifestaciones culturales más tradicionales como el teatro, la danza, la música clásica o la ópera- presentan datos decrecientes o muy estables en el tiempo, aparentemente incompatibles con el desarrollo económico y social experimentado por la sociedad española en los últimos años.

Realizar labores de diagnóstico, generar metodologías de trabajo, foros de discusión y sistematizar experiencias de buenas prácticas son, a corto plazo, las prioridades de Fundación Autor para el desarrollo de audiencias.

Dentro de esta línea podemos citar, entre los principales proyectos desarrollados, los siguientes:

- Análisis de los hábitos de consumo cultural. Utilizando los microdatos procedentes de las encuestas de hábitos y prácticas culturales, y con la colaboración de distintos departamentos universitarios, se han realizado distintos análisis que pretenden explicar, desde los fundamentos económicos y sociológico, el comportamiento de los ciudadanos con respecto a la cultura. Fruto de esta línea de trabajo fueron los libros *Evolución de la participación cultural en España*, dirigido por Antonio Ariño (Universidad de Valencia), *Cinéfilos, Videoadiccitos y Telespectadores* (Víctor Fernández Blanco y otros, Universidad de Oviedo) y *El consumo de las artes escénicas en España* (Jordi López y Ercilia García, Universidad Autónoma de Barcelona).
- Estudios de ámbito regional sobre el consumo cultural. Por iniciativa de administraciones como la Generalitat de Catalunya (Departamento de Cultura) o el Gobierno de Aragón (Consejería de Cultura-Centro Dramático de Aragón), desde la Fundación Autor se han coordinado investigaciones específicas como el estudio cualitativo sobre la actitud de los ciudadanos ante la oferta cultural en Catalunya o el consumo de las artes escénicas y musicales en Aragón. En ambos estudios, el análisis sobre las barreras a la participación cultural constituye uno de los principales objetivos.
- Manuales de técnicas para el desarrollo de audiencias. En los últimos años, se publicó en la colección Datautor la traducción al castellano del libro de Philip Kotler y Joanne Scheff *Marketing de las artes escénicas*. Más recientemente, se publicó *Jóvenes pero alcan-*

zables, de Franky Devos, manual para el desarrollo de estrategias dirigidas a incrementar la participación cultural de los jóvenes.

- Creación de grupos de trabajo y foros y seminarios especializados. En los últimos años, se han puesto en marcha seminarios especializados como, entre otros, *Construcción de públicos para las artes* (Valencia, 2.004), *Desarrollo de Audiencias* (Madrid, 2.006), *Públicos, políticas y multiculturalidad* (UIMP-Valencia, 2.006), *Divino tesoro. Públlicos jóvenes para las artes* (Valencia, 2.006) +Público, +Gestión (Madrid, 2.007). Paralelamente a estas acciones formativas se impulsó la creación de grupos de trabajo como el desarrollado con la Asociación Española de Orquestas Sinfónicas en 2.005 y se realizaron proyectos específicos para el desarrollo de audiencias para, entre otros, la Consejería de Educación de la Comunidad de Madrid (2.002 y 2.003).

4. PROMOCIÓN DE LA INVESTIGACIÓN

Además del desarrollo y coordinación de investigaciones, el Área de Estudios de la Fundación Autor tiene, entre sus principales objetivos, el fomento y la promoción de la investigación en materia de economía y sociología de la cultura, políticas culturales, gestión cultural y comunicación y marketing. Para ello, entre 2.002 y 2.006 se convocaron los Premios de investigación sobre el mercado cultural y su entorno, con premios a la mejor tesis doctoral, trabajo de investigación y ayudas a la realización de tesis. Además, desde la Fundación Autor se ha impulsado la investigación en diferentes departamentos universitarios mediante el desarrollo conjunto de líneas de investigación. En el Anexo 1 aparecen los departamentos universitarios y centros de investigación, tanto dentro como fuera de España, con los que el Área de Estudios ha establecido algún tipo de colaboración.

Mención especial la merece la asociación SERCI (*Society for the Economic Research on Copyright Issues*), especializada en el estudio de los derechos de autor desde la perspectiva de la teoría económica. La Fundación Autor/SGAE, miembro fundador de esta asociación internacional ha facilitado la puesta en marcha de diferentes iniciativas, como sus congresos anuales (2.002, Madrid; 2.003, Boston; 2.004, Turín; 2.005, Montreal; 2.006, Singapur; 2.007, Berlín) o la revista RERCI. Economistas de prestigio internacional como Ruth Towse, Stan Liebowitz o Steve Margolis han formado parte de la junta directiva de esta asociación que, en sus encuentros anuales, reúne a más de 80 economistas procedentes de todo el mundo. Además, y gracias a la colaboración con esta asociación, se han impulsado estudios como *Análisis económico de las entidades de gestión colectiva*, realizado por Ruth Towse y Christian Handke.

5. DIFUSIÓN DE LA INVESTIGACIÓN

El compromiso de la Fundación Autor con la investigación en las áreas citadas se extiende a la publicación de los resultados de las investigaciones. A través de Ediciones Autor, la Fundación Autor ha desarrollado varias series (colección Datautor e Informes Fundación Autor) de

dicadas a la difusión de nuestros trabajos y colaboraciones con diferentes centros de investigación tanto dentro como fuera de España (ver anexo 2). Además, los trabajos dedicados a la producción de datos básicos (Encuestas de consumo cultural y Anuario SGAE; Guías de Exportación de Música, etc.) se encuentran accesibles íntegramente en nuestra página web www.fundacionautor.org.

6. A MODO DE RESUMEN

Una vez descritas las principales líneas de actuación, parece fácil conocer cuáles son, desde la perspectiva de la investigación, las prioridades tanto en objetivos como en enfoque. Sin embargo, para hacer más clara y explícita nuestra estrategia en lo que a investigación se refiere, ofrecemos el cuadro 1. En dicho cuadro se recogen, y así se puede comprobar contrastando con lo descrito en los apartados anteriores, las prioridades establecidas por la Fundación Autor, prioridades que han articulado las acciones de investigación en los últimos diez años y que, sin duda, servirán de punto de partida para acciones futuras.

Cuadro 1. Prioridades de investigación de la Fundación Autor

Objetos de investigación prioritarios
1. Música (en vivo y grabada)
2. Artes Escénicas (teatro, danza y ópera)
3. Cine y video
4. Televisión y radio
5. TICs en el ámbito cultural
6. Otros sectores (libros, artes plásticas, patrimonio, turismo)
7. Datos agregados del sector cultural
8. Otros (nivel socio-económico, educación, etc.)
Disciplinas prioritarias de estudio
1. Economía y gestión
2. Sociología
3. Políticas públicas
4. Comunicación y marketing
5. Derechos de autor y derechos culturales
Líneas prioritarias de investigación
1. Oferta y producción cultural (estructura de los sectores, dinámicas sectoriales, colectivos profesionales, etc.,)
2. Demanda cultural (hábitos de consumo, barreras al consumo, etc.)
3. Internacionalización de los productos culturales
4. Valor económico de la cultura, desarrollo cultural y desarrollo local, etc.
5. Políticas culturales (producción, distribución y consumo, a nivel local, regional y nacional)
6. Políticas culturales: diversidad cultural
7. Economía de los derechos de autor
8. Desarrollo de audiencias; democratización del acceso a la cultura
9. Indicadores culturales

7. PERSPECTIVAS DE FUTURO

El entorno, siempre cambiante, condiciona las prioridades a medio plazo. Tanto el contexto político (actitud de las administraciones públicas hacia la investigación en cultura), como el profesional (principales demandas detectadas) influyen, y deben hacerlo, en la estrategia de una organización que tiene que flexible y atenta a los cambios. Además, los propios cambios que se produzcan en el entorno de la Fundación Autor también condicionarán las prioridades en materia de investigación. En estos momentos, parece claro que la estrategia pasa por concentrar los esfuerzos en trabajos de análisis y estrategia, ocupando un lugar menos activo que el desarrollado hasta la fecha en la generación de información primaria. La elaboración de datos básicos, requiere de unos recursos que superan las restricciones presupuestarias de una organización que, durante diez años, ha generado información primaria sin contar con el apoyo -excepto en ocasiones puntuales- de las administraciones públicas. Una mayor colaboración en este sentido podría garantizar el desarrollo de acciones comunes y permitir la mejora de procesos, siempre necesaria para asegurar la calidad de los indicadores básicos. En este sentido, la Fundación Autor ofrece, como lo ha hecho en repetidas ocasiones, su know-how, metodologías y redes de información a las administraciones públicas que quieran generar información básica sobre el estado de las artes escénicas, musicales y audiovisuales.

En cualquier caso, proyectos como el Observatorio de Estadísticas Culturales (herramienta interactiva que comenzará a funcionar a finales de 2.007, y realizado en colaboración con la Universidad de Valencia) y el Centro de recursos bibliográficos ofrecerán información actualizada y rigurosa sobre indicadores culturales. Las TICs, y su influencia en el ámbito cultural (tanto desde el punto de vista de producción como de distribución y consumo) constituirán una de las prioridades de este nuevo periodo, generándose nuevas herramientas específicas para su seguimiento y análisis. El desarrollo de audiencias será también una de las principales prioridades, por lo que se intensificarán los esfuerzos dedicados a este tema, teniendo en cuenta además los profundos cambios socio-demográficos que está experimentando el conjunto del Estado. Igualmente, el análisis de las políticas culturales, tanto a nivel nacional como regional o local, pero también internacional (diversidad cultural) constituirá uno de los ejes básicos en el futuro inmediato. Por otro, y paralelamente al desarrollo de la red de multiespacios Arteria (conjunto de recintos escénicos multiusos para la promoción cultural tanto dentro como fuera de España), se establecerán nuevas prioridades geográficas (en las que sin duda América Latina cobrará un importante protagonismo). A este respecto cabe mencionar las colaboraciones con el CERLALC (Centro Regional para el Fomento del Libro en América Latina y el Caribe) y el Convenio Andrés Bello en diferentes proyectos de investigación sobre economía de la cultura y propiedad intelectual. Igualmente, crecerá la importancia de proyectos de ámbito regional o local, fundamentales para la dinamización de sectores en los que la dimensión regional es la más importante. Todas estas acciones, como ha ocurrido en estos primeros diez años, serán fruto de la colaboración con otras instituciones, universidades y centros de investigación, desarrollando una red que, en estos momentos, es uno de nuestros principales activos.

Esperamos, eso sí, que los resultados de estas nuevas acciones sean tan bien acogidos como lo han sido los correspondientes a las investigaciones realizadas en estos diez años y que su

proceso sea, al menos, igual de estimulante, tanto para nosotros como para todos nuestros colaboradores.

R. G. C.

Coordinador del Área de Estudios de la Fundación Autor. Octubre 2.007.

Anexo 1. Departamentos universitarios y centros de investigación con los que ha colaborado el Área de Estudios de la Fundación Autor

España

Universidad Autónoma de Barcelona. Departamento de Economía de la Empresa
Universidad Autónoma de Madrid. Departamento de Análisis Económico
Universidad de Alcalá. Área de Derecho del Trabajo y Seguridad Social
Universidad de Alcalá. Departamento de Economía Aplicada
Universidad de Barcelona. Cátedra de Derecho y Economía Internacional
Universidad Carlos III de Madrid. Departamento de Ciencia Política y Sociología
Universidad de Comillas. Master de Propiedad Intelectual
Universidad Complutense de Madrid. Departamento de Periodismo IV
Universidad Complutense de Madrid. Departamento de Métodos de Investigación y Diagnóstico en Educación
Universidad Complutense de Madrid-ICCMU
Universidad Complutense de Madrid-Universidad de Verano El Escorial
Universidad de Deusto. Instituto de Estudios de Ocio
Universidad Internacional Menéndez Pelayo. Sede de Santander
Universidad Internacional Menéndez Pelayo. Sede de Valencia
Universidad de La Laguna. Departamento de Ciencias de la Información
Universidad de Málaga. Área de Fundamentos del Análisis Económico
Universidad de Málaga. Departamento de Periodismo
Universidad Miguel Hernández de Elche. Área de Derecho Penal
Universidad de Oviedo. Departamento de Economía
Universidad Politécnica de Madrid.
Universidad Pompeu Fabra. Departamento de Periodismo y de Comunicación Audiovisual
Universidad Rey Juan Carlos de Madrid. Área de Sociología
Universidad Rey Juan Carlos de Madrid. Departamento de Ciencias de la Comunicación
Universidad Rey Juan Carlos de Madrid. Departamento de Economía
Universidad de Sevilla. Departamento de Comunicación Audiovisual y Publicidad y Literatura
Universidad de Sevilla. Departamento de Economía
Universidad de Valencia. Departamento de Sociología
Universidad de Valladolid. Departamento de Economía Aplicada
CIMEC MB
Instituto Nacional de Estadística
Kreanta Investigación y consultoría
OIKOS-Observatorio Andaluz para la Economía de la Cultura
Prodescon
Real Instituto Elcano
Synovate Research

Fuera de España
Erasmus University Rotterdam (Holanda).
Humboldt University. Berlín (Alemania)
Intellectual Property Institute. Singapur
University of Quebec at Montreal. Montreal (Canadá). CIREC (Centre Internuniversitaire du Recherche en Economie Quantitative)
Boston University School of Law.(EEUU)
J.L. Kellogg Graduate School of Management. Illinois (EEUU).
Columbia University. New York City (EEUU). Columbia Institute for Tele-Information
Foundation of Economic Trends. Washington. (EEUU)
University of Chicago. (EEUU).
Universidad de Palermo (Buenos Aires). Argentina
Universitá del Piemonte Orientale (Italia)
Groningen University. Groningen. (Holanda)
University of Texas at Dallas (EEUU)
North Carolina State University(EEUU)

Anexo 2. Publicaciones especializadas en investigación realizadas por la Fundación Autor

Economía y cultura

1. La importancia económica de la industria de la cultura en España. Isabel García Gracia (en fase de edición). MacGraw Hill/Fundación Autor. 2007
2. Análisis económico de las entidades de gestión colectiva. Ruth Towse y Christian Handke. DATAUTOR Documentos. 2007
3. El impacto económico de los festivales culturales. María Devesa. DATAUTOR. 2006
4. Cultura y Economía. José Ramón Lasuén. DATAUTOR. 2005
5. Manual de Economía y Cultura. Ruth Towse (ed.). DATAUTOR. 2005
6. La industria de la cultura y el ocio. Harold L. Vogel. DATAUTOR. 2004
7. El comercio exterior de servicios culturales. José Ramón Lasuén. DATAUTOR. 2004
8. El crecimiento económico y las artes. José Ramón Lasuén. DATAUTOR. 2002
9. La dimensión sectorial de la Industria de la Cultura y el Ocio en España. Isabel García Gracia y otros. DATAUTOR. 2003
10. Los bienes culturales en la era del acceso. Jeremy Rifkin. DOCUMENTOS FORUM SGAE. 2001
11. La industria de la cultura y el ocio en España. Análisis por CCAA. Isabel García Gracia y otros. DATAUTOR. 2001
12. La industria de la cultura y el ocio en España. Su aportación al PIB (1992-1997). Isabel García Gracia y otros. DATAUTOR. 2000
13. The industry of culture and leisure in Spain. Isabel García Gracia
14. La industria de la cultura y el ocio en España. Su aportación al PIB. Isabel García Gracia y otros (UAM). DATAUTOR. 1998

Sociología de la cultura, hábitos de consumo y desarrollo de audiencias

1. Anuario SGAE 2006 de las Artes Escénicas, Musicales y Audiovisuales
2. Anuario SGAE 2005 de las Artes Escénicas, Musicales y Audiovisuales
3. Anuario SGAE 2004 de las Artes Escénicas, Musicales y Audiovisuales
4. Anuario SGAE 2003 de las Artes Escénicas, Musicales y Audiovisuales
5. Anuario SGAE 2002 de las Artes Escénicas, Musicales y Audiovisuales

6. Anuario SGAE 2001 de las Artes Escénicas, Musicales y Audiovisuales
7. Anuario SGAE 2000 de las Artes Escénicas, Musicales y Audiovisuales
8. Anuario SGAE 1999 de las Artes Escénicas, Musicales y Audiovisuales
9. Encuesta de hábitos y prácticas culturales en España. Análisis descriptivo (con Ministerio de Cultura) 2005
10. Encuesta de hábitos y prácticas culturales en España. Principales resultados (con Ministerio de Cultura). 2005
11. Informe SGAE de hábitos de consumo cultural. 2000
12. La percepción ciudadana de la oferta cultural en Catalunya. Estudio realizado para la Generalitat de Catalunya. Pendiente de edición. 2007
13. La participación cultural en España. Antonio Ariño. DATAUTOR. 2007
14. El ocio de los niños y el consumo de televisión. José Antonio Salgado. DATAUTOR. 2006
15. Jóvenes pero alcanzables. Técnica de marketing para acercar la cultura a los jóvenes. Franky Devos. DATAUTOR NUEVOS PÚBLICOS. 2006
16. Marketing de las artes escénicas. Phillip Kotler y Joanne Scheff. DATAUTOR. 2004
17. Cinéfilos, videoadictos y telespectadores. Víctor Fernández Blanco y otros (Universidad de Oviedo). DATAUTOR. 2002
18. El consumo de las artes escénicas en España. Jordi López y otros (UAB). DATAUTOR. 2002
19. Sociología de las artes. Vera L. Zolberg. DATAUTOR. 2002
20. El consumo de cine en España. Víctor Fernández Blanco. DATAUTOR. 1999

Análisis de políticas culturales

1. Planificación estratégica de la cultura en España. Félix Manito (Dir.) DATAUTOR. 2007 (en fase de edición)
2. El asociacionismo cultural en España. Instituto de Estudios de Ocio de la Universidad de Deusto. Informes de la Fundación Autor. 2007 (en fase de edición)
3. Política y financiación pública de la música. Edwin Harvey, DATAUTOR. 2007
4. La Oficina de Exportación de Música Española. Documento de trabajo para ICIC- SGAE. 2006
5. La difusión de la música española en el extranjero. Documento para la Enciclopedia del Español en el Mundo-Instituto Cervantes. 2006
6. Política y financiación pública del teatro. Edwin Harvey. DATAUTOR. 2006
7. Política y financiación pública de la cinematografía. Edwin R. Harvey. DATAUTOR 2005
8. El poder de Hollywood. Gustavo Buquet. DATAUTOR. 2005
9. Los guionistas en España (Con ALMA). Informes de la Fundación Autor. 2004
10. El repertorio de las orquestas sinfónicas en España. Informes de la Fundación Autor. 2004
11. La financiación de la cultura y las artes. Edwin R. Harvey. DATAUTOR. 2003

Prospección de mercados internacionales

1. Perspectivas para la música española en China. Con ICEX. Informes de la Fundación Autor. 2007
2. Guías de la exportación de música: Austria. Con European Music Office (EMO). 2007
3. Guías de la exportación de música: Finlandia. Con European Music Office (EMO). 2007
4. Guías de la exportación de música: Rusia. Con European Music Office (EMO). 2007
5. Guías de la exportación de música: EEUU. Con European Music Office (EMO). 2006
6. Guías de la exportación de música: Reino Unido. Con European Music Office (EMO). 2006
7. Guías de la exportación de música: Alemania. Con European Music Office (EMO). 2006
8. Guías de la exportación de música: Japón. Con European Music Office (EMO). 2006
9. Guías de la exportación de música: Brasil. Con European Music Office (EMO). 2006
10. Buscando el Crossover. La música latina alternativa en el mercado de EEUU. Adriana Pereira.

DATAUTOR 2004

11. Searching for the crossover. Latin Alternative Music. Adriana Pereira. DATAUTOR 2004
12. La Guía de la exportación: Francia. Christine Hautcoeur y otros. DATAUTOR. 2002
13. Guía de la Música Exportable. Con ICEX. Serie Informes. 1999

Otros títulos

1. El derecho de autor en la Unión Europea. Antonio Gómez Rosendo del Toro. DATAUTOR. 2006
2. Internet y delitos contra la propiedad intelectual. Fernando Miró. DATAUTOR. 2005
3. El futuro del ocio en el hogar. José María Álvarez Monzoncillo (URJC). DATAUTOR 2004
4. Libert@d de expresión en España. Carlos Pérez Ariza. (Universidad de Málaga). DATAUTOR. 2003
5. La distribución de música en Internet. Álvaro Rebollo Ena. DATAUTOR .2003
6. Condiciones de trabajo y seguridad social de los profesionales de la música. José Juan González. DATAUTOR. 2003
7. La Formación de los creadores. Un análisis de las necesidades de formación de los autores. José Luis Gaviria y otros. DATAUTOR. 2000
8. 19 DELFOS. Información sobre el mercado musical.

Ladinamo

Cinco años pidiendo más gasolina

Víctor Lenore

Para situar al lector comenzamos rescatando parte del texto con el que la asociación cultural Ladinamo celebró su último aniversario:

"Hartos del aburrimiento que caracteriza Madrid, hace cinco años se puso en marcha este "proyecto de proyectos". Los impulsores fuimos un delirante grupo de mileuristas, "hackers" y parados de larga duración que hemos sacado adelante este tinglado a trancas y barrancas, dando difusión a propuestas que no interesan en el circo cultural ni a la iniciativa privada. Han sido meses precarios, llenos de reuniones eternas, pilas de facturas y amenazas de multa, pero también hubo risas, borracheras, nuevos amigos y maratones de música jamai-cana. Todo ello en copyleft y sin el permiso de los "coolhunters". Que no es poco."

Ladinamo arranca en 2.001 como un proyecto de autoempleo. Nace un de un pequeño núcleo de jóvenes, casi todos sociólogos, periodistas o licenciados en filosofía que no se sienten cómodos con su "no futuro" laboral: ejercer de teleoperador, "promocionero" cultural o de redactor de infantería en algún medio de comunicación dispuesto a exprimirte al máximo. Gracias alguna pequeña aportación de capital de un par de integrantes (los que habían hecho dinero con la música) conseguimos montar una modesta estructura propia: una revista gratuita de periodidad bimestral, alquilar un local en Lavapiés abierto a diversos actos culturales y más tarde montar un grupo de teatro, otro de DJs, otro de danza y hasta un coro. Pueden acusarnos de "flipados" y precarios, pero no de apáticos.

Ladinamo arranca en 2.001 como un proyecto de autoempleo. Nace un de un pequeño núcleo de jóvenes, casi todos sociólogos, periodistas o licenciados en filosofía que no se sienten cómodos con su "no futuro" laboral.

La realidad, como pasa casi siempre, fue más dura de lo que esperábamos. Hoy el café está cerrado por la no renovación del contrato de alquiler (más información abajo). Los DJs, el grupo de teatro y el de danza apenas actúan. Con lo que cuesta ganarse la vida va quedando menos tiempo para actividades extraescolares. Lo urgente no deja tiempo para lo importante. La editorial sólo ha sacado dos libros, aunque aquí ese proyecto se considera un gran éxito, ya que ambos títulos han agotado sus tiradas y Ladinamo Libros no tiene deuda alguna. La revista puede presumir de haber sacado a la calle 26 números sin contar ni siquiera con una oficina. Resumiendo: avanzamos muy despacio, pero esperamos -quizá ingenuamente- que este "proyecto de proyectos" acabe dándonos trabajo remunerado a medio plazo.

Ladinamo parte de una lógica reversiva. No decimos "no" explícitamente al sistema, sino que planteamos preguntas que ponen de manifiesto crisis o contradicciones.

Nuestro objetivo final es vivir de Ladinamo: a ser posible, dedicando veinte horas a la semana a cambio de un salario digno. Siempre hemos sido partidarios de trabajar lo estrictamente necesario (no confundir con la ley del mínimo esfuerzo).

Las influencias de Ladinamo son muchas. Entre ellas podemos citar a Sex Pistols, Paco Ibañez, Wikipedia, los Peer2peer, The Clash, el afrobeat, Kill Rock Stars, Public Enemy,

Linton Kwesi Johnson, el zapatismo, Jesús Ibañez, La Polla Records, Oum Kalsoum, JG Ballard, Mike Davis, Los Electroduendes, Patti Smith, el reggaetón, Underground Resistance, Jim Thomphson, AK Press, Atari Teenaage Riot, Alternative Tentacles, Metak, E.L Doctorow, Steve Albini, Dischord, Antibalas, Georges Brassens ... Pero, sobre todo, sentimos especial conexión con el movimiento copyleft. Nos convence el lema "la cultura se defiende compartiéndola". Por eso nuestra revista es gratuita y todos sus contenidos se pueden reproducir libremente (sólo pedimos citar la fuente, que no haya ánimo de lucro y que se mantenga la nota que explica estas condiciones). Gracias a esta apuesta, por ejemplo, decenas de medios alternativos en sudamérica han usado gratuitamente nuestros reportajes.

Ladinamo parte de una lógica reversiva. No decimos "no" explícitamente al sistema, sino que planteamos preguntas que ponen de manifiesto crisis o contradicciones. Es una línea de actuación crítica con la realidad neoliberal que nos ha tocado padecer. Siempre hemos querido difundir puntos de vista que no tienen cabida en los medios mayoritarios. También hacemos un esfuerzo por evitar el anglocentrismo. Al contrario que otras revistas culturales, creemos que no todo pasa en Londres, Berlín, Nueva York y Los Ángeles. Nos interesan lugares que tradicionalmente dan alergia a la gente "cool": entre ellos Caracas, Lagos, Managua, Calahorra o Sri Lanka. De Madrid publicamos un reportaje so-

bre el barrio de San Chinarro, pero no nos atrae nada los mustios es-caparates "fashion" de la calle Hortaleza.

Tener criterio independiente no nos ha privado nunca de conseguir anunciantes para la revista, aunque sospechamos que siendo más obedientes triplicaríamos nuestros ingresos. No metemos contenidos de moda porque es algo que no nos estimula. Lo vemos como un mundo cursi, elitista, sin ninguna sustancia. Obviamente, eso espanta a muchos anunciantes, pero qué se la va a hacer. Poco a poco vamos ganando mano izquierda en ese arte llamado "nadar y guardar la ropa".

A pesar de los obstáculos, la revista ha sido muy bien recibida. Los 20.000 ejemplares que imprimimos vuelan de tiendas, bares, librerías y bibliotecas. No me corresponde a mí hacer valoraciones, pero muchos lectores nos han hecho saber que estaban hartos de revistas y suplementos culturales que confunden "modernidad" con "consumismo".

¿Cómo funciona Ladinamo? El proyecto tiene una estructura abierta, horizontal, no jerárquica. Normalmente todo se resuelve en reuniones donde buscamos soluciones que nos dejen contentos a todos (decidimos por mayorías aplastantes o unanimidad). Las listas de correo de internet nos han servido de gran ayuda en la gestión de decisiones cotidianas. Muchas veces hay desacuerdos, pero hasta ahora nada que no hayamos podido resolver con un intercambio de opiniones por mail o una charla con cañas. Todos hemos invertido en este proyecto cantidades ingentes de tiempo, todos hemos perdido un mínimo de pasta en pequeños o grandes gastos, pero también tengo claro que a los que seguimos metidos nos ha compensado la experiencia.

Explico mi caso. Aquí he aprendido lecciones muy valiosas. Por ejemplo: a hablar solamente cuando se tiene algo que decir (en una reunión de más de nueve personas esto es casi una regla de supervivencia). Segundo: aún recuerdo el mail donde César Rendueles (responsable de la sección de literatura) escribió "propongo que desde ahora se prohíba la frase "hay que hacer" y que sólo se permita "estoy dispuesto a hacer"". No es que en Ladinamo se obligue a la gente a dejarse la piel currando, pero sí exigimos un enfoque realista y práctico. Antes de proponer algo hay qué medir bien tus fuerzas.

Nos gusta pensar que somos abiertos. Toda propuesta que nos llega del exterior es escuchada. Este "proyecto de proyectos" arrancó con cuatro gatos y por aquí han pasado ya, con distintos grados de implicación,

El proyecto tiene una estructura abierta, horizontal, no jerárquica. Normalmente todo se resuelve en reuniones donde buscamos soluciones que nos dejen contentos a todos.

más de doscientas personas. Somos cualquier cosa menos endogámicos. Juntos hemos capeado una amenaza de multa de la Comunidad de Madrid. Querían hacérsela pagar a Roberto Herreros, entonces coordinador de la revista, hoy miembro del grupo pop Grande- Marlaska. ¿Su "crimen"? No respetar la prohibición de un concierto pro-zapatista que montamos junto a otros colectivos sociales en Rivas- Vaciamadrid. La Comunidad de Madrid había decidido una prohibición con menos de 48 horas de antelación. Creímos que lo peligroso para el orden público era dejar con entradas y sin música a varios miles de anarquistas, punkies y rojos de todo pelaje. Al final la fiesta se desarrolló sin problemas dignos de mención.

Noto una clase especial
de energía cuando me implico
en actividades ajenas
a la lógica del mercado.

El último palo serio para Ladinamo ha sido el reciente cierre del café, tras cinco años organizando a diario charlas, exposiciones, conciertos y talleres. Resumo el comunicado explicativo del conflicto: "Según los propietarios del local, el motivo son "las quejas vecinales" por los actos que se llevan a cabo en el centro.

"No se trata de todos los vecinos, pero sí de unos pocos". Bien, el hecho de que los propietarios hayan ignorado olímpicamente el plan de insonorización propuesto por Ladinamo, nos hace pensar que quizás no se trate sólo de una cuestión de ruido. Buscando respuestas nos hemos enterado de que "nuestros dueños" son la Tercera Orden de San Francisco, una organización religiosa terrateniente, propietaria de gran cantidad de inmuebles en el centro de Madrid. Durante el siglo XIX, mucho después de la desamortización de Mendizábal, la Tercera Orden de San Francisco se especializó en las rentas procedentes de las casas más miserables de la clase obrera y el lumpen madrileño.

Como dice el refrán "el dinero de un pobre es poco, pero el que lo desprecia es un loco".(...) Creemos que las administraciones públicas deberían proteger de las embestidas del mercado a un proyecto como Ladinamo, que en los últimos años ha realizado una labor cultural en un barrio con importantísimas carencias sociales. Pero como no sólo de rasgarse las vestiduras vive el hombre, Ladinamo Café inicia desde hoy un proceso de mutación para convertirse en Ladinamo Ambulante". La nota completa (con más detalles sobre las actividades de la orden religiosa) puede leerse en <http://www.ladinamo.org/blog/?p=294>

Nos queda el buen recuerdo del trabajo realizado por la gente del café: en los últimos cinco años dieron charlas por allí Amy Goodman, Santiago Alba Rico y Agustín García Calvo. Vimos cine de Joaquim Jordà, Basilio Martín Patino o Itziar Bollaín. Cantamos con Fermín Muguruza, Los Planetas, Julieta Venegas, Tachenko y Nacho Vegas. También

sumamos posibilidades al barrio: ofrecemos desde internet gratis hasta clases de bachata. Son muchas las personas que se apuntaron a colaborar desinteresadamente con Ladinamo y hasta recibimos una subvención de Intermediae, organización dependiente del ayuntamiento de Madrid (pueden leer más sobre ellos en www.intermediae.es).

¿Qué nos espera en el futuro? No tengo la más mínima idea. Lo que tenemos claro que a muchos no nos convence el modelo social y cultural del capitalismo del siglo XXI. Para mí colaborar en Ladinamo es un forma de mantener el contacto con gente que me hace reír y con la que aprendo cada día. Ahora que todos trabajamos tantas horas agradezco pasar parte de ellas junto a gente a la que respeto. A pesar de las dificultades de gestión, me da la impresión de que cada año nos llevamos mejor. Aunque suene fuera de tono, confieso que noto una clase especial de energía cuando me implico en actividades ajenas a la lógica del mercado (traducido: cuando trabajo porque me da la gana y sin esperar nada a cambio).

Me gustaría terminar con un truco quizá útil para quien quiera montar una revista: se puede convencer a una imprenta de que te entregue gratis un "número cero" a cambio del compromiso de encargarles todos los números siguientes. Otra estrategia para el arranque: implicar a una empresa de diseño ayuda a recortar gastos (en nuestro caso Eragin de Pamplona fue uno de los motores del proyecto).

Posdata: la revista -ahora trimestral- es gratuita, pero sólo se distribuye en Madrid, así que agradecemos cualquier apoyo externo en forma de suscripción.

Las condiciones están colgadas en <http://www.ladinamo.org/ldnm/suscripcion.php>

En cualquier caso colgamos todos los artículos gratis en nuestra web.

Más información:

www.ladinamo.org

www.ladinamo.org/blog=

Las Cartas de Servicios como elementos facilitadores de una nueva cultura del servicio público

Rosa Gómez Torralbo, Fº Daniel Moral Fuentes y Manuel Torralba Aguilar

Contexto

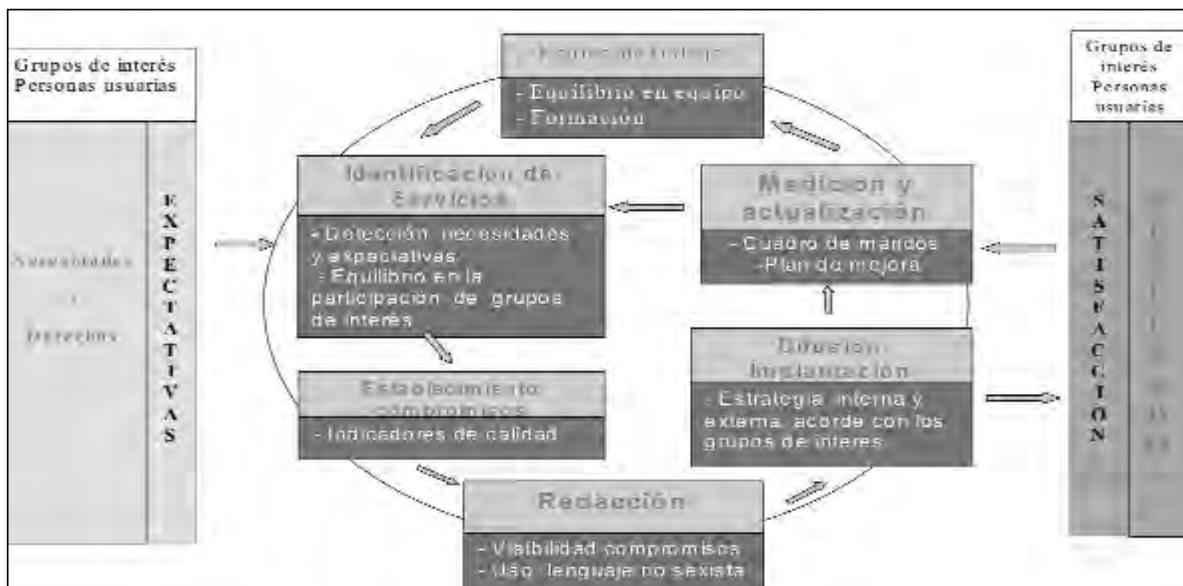
En un contexto de globalización económica y dominio absoluto de la ideología del mercado como en el que nos desenvolvemos, la mayoría de las estrategias de modernización adoptadas por las distintas Administraciones han ido encaminadas, al menos formalmente, a fortalecer el papel de la ciudadanía, a recuperar la denominada sociedad civil, a lo que constituye uno de los ocho "conceptos fundamentales de la Excelencia" según el modelo EFQM¹: la orientación a la clientela².

Esta orientación de las Administraciones públicas a la ciudadanía se ha visto concretada en una serie de acciones como la Administración electrónica, la adopción de sistemas de gestión de calidad (ISO, OSHAS...), las evaluaciones o autoevaluaciones según distintos modelos (EFQM, CAF, EVAM, FUNDIBEQ...), la implantación de Premios a la Calidad de los Servicios Públicos y las Cartas de Servicios o Cartas de Compromisos. Nos centraremos en estas últimas dada la gran difusión que han conseguido en todas las Administraciones Públicas españolas, desarrollando principalmente dos aspectos fundamentales: la definición de compromisos tras el análisis de necesidades y expectativas de los grupos de interés y la adopción de la igualdad de género como compromiso de calidad.

Las Cartas de Servicios se definen en la normativa andaluza como "documentos que tienen por objeto informar al ciudadano sobre los servicios públicos que gestiona la Comunidad Autónoma de Andalucía, las condiciones en que se prestan, los derechos de los ciudadanos en relación con estos servicios y los compromisos de calidad que se ofrecen en relación con su prestación"³.

El proceso de elaboración de una Carta de Servicios, integrado dentro

de un contexto de mejora continua lo podemos resumir en el siguiente esquema:



El análisis de necesidades y expectativas de los grupos de interés y el establecimiento de compromisos

¿Quién determina la calidad en la prestación de un servicio público? Por supuesto la ciudadanía, los grupos de interés o personas a quienes se dirige dicho servicio. Son ellos quienes deben señalar si se ha dado plena satisfacción a sus expectativas (lo que necesitan y esperan), es decir, si se les ha prestado un servicio de calidad. Si una organización quiere prestar servicios de calidad debe conocer, antes que nada, cuales son las expectativas de sus grupos de interés para así diseñar y producir correctamente su servicio de acuerdo con lo esperado por éstos. Estas expectativas constituyen los estándares, las referencias contra las que evaluar la actuación de una organización. De aquí que el primer paso sea conocer lo que nos demandan nuestros grupos de interés. Esto, que en el sector privado es una tarea básica, en las organizaciones públicas -que deberían tener una mayor sensibilidad al respecto- supone una ruptura de las inercias con que se desarrolla el trabajo habitual, una reflexión sobre las maneras de actuar, un desafío hacia una instauración de nuevos valores y enfoques. Lógicamente, como paso previo, la organización debe identificar correctamente para quien trabaja directamente o en que ámbitos de la sociedad su tarea tiene repercusión; en resumen, debe determinar cuales son sus grupos de interés para después, a través de diversos métodos⁴ y técnicas obtener la información que le ayude a tomar decisiones sobre: necesidades y expectativas que

debe satisfacer, atributos de calidad del servicio, características de los grupos a los que se dirige, priorización en la satisfacción de demandas y en la adopción de planes de mejora, grado de satisfacción que alcanza, etc.

La parte más relevante y compleja en el proceso de elaboración de una Carta de Servicios reside en el establecimiento de los compromisos de calidad que la organización está dispuesta a asumir en sus relaciones con sus grupos de interés. El equipo de trabajo constituido para desarrollar la Carta debe determinar con minuciosidad y rigor tales compromisos y para ello debería ser imprescindible la participación de las personas o grupos afectados.

Para la asunción de compromisos, normalmente, se realizan las siguientes actividades:

- Identificación de los principales servicios prestados por la organización
- Detección de las expectativas del usuario/a e identificación de los factores clave de calidad
- Fijación de estándares de calidad
- Diagnóstico de los niveles actuales de calidad (Indicadores)
- Establecimiento de los compromisos de calidad

El primer desafío consiste en identificar los servicios que se deben prestar y determinar qué se propone lograr la organización en relación a los factores o atributos de calidad que deben cumplir esos servicios para, de esta manera, priorizarlos en su diseño y formalizarlos como metas o estándares, poniéndolos en conocimiento de la ciudadanía. La explicitación a la ciudadanía de las metas o estándares a alcanzar por la organización supone un punto de partida para evaluar conjuntamente la calidad del servicio y posibilita las comparaciones entre el nivel de servicio que se ha conseguido, el estándar que se ha determinado y el nivel de satisfacción que se ha alcanzado en los/as destinatarios/as. Este camino de evaluación y medición entre lo que se ha diseñado, lo realmente alcanzado en relación a las metas fijadas y la satisfacción lograda en las personas destinatarias del servicio, constituye la base para implantar procesos de mejora continua en las organizaciones públicas, tomando como base las necesidades y expectativas de los grupos de interés.

De acuerdo con ésto, no podemos dejar de tener presente que determinar las características y modalidades de los servicios que la organización ha de prestar, ponerlos en conocimiento de sus interesados/as, evaluar su cumplimiento y el nivel de satisfacción alcanzado por la ciudadanía, implica la necesidad de definir claramente, desde un principio, los factores o atributos de calidad de los distintos servicios, los in-

dicadores a través de los cuales medir su nivel y grado de cumplimiento y los estándares como metas de desempeño a alcanzar por la organización para esos servicios.

Conceptualmente, entendemos que:

- Factores o atributos de calidad: son las características distintivas de un servicio que la ciudadanía identifica como necesarias para satisfacer plenamente sus necesidades o expectativas.

- Indicadores de calidad: son los parámetros con los que medimos los factores o atributos de calidad. El resultado de la medición es un valor que representa el nivel de desempeño efectivamente logrado por la organización. Si este valor lo comparamos con los estándares o metas fijados podemos determinar el grado de cumplimiento de los mismos.

- Estándares de calidad: son los valores significativos que hay que lograr para cada compromiso, factor o atributo de calidad.

La parte más relevante y compleja reside en el establecimiento de los compromisos de calidad que la organización está dispuesta a asumir.

Factores o atributos de calidad de un servicio

Como hemos dicho, la calidad de un servicio depende de la ponderación que hace la ciudadanía de los distintos factores o atributos de calidad en el momento de la prestación.

Así pues para el diseño y la prestación de los servicios es necesario conocer cuáles son los factores o atributos que las personas usuarias consideran como distintivos de su calidad y, teniéndolos en cuenta, evaluar su cumplimiento en relación a los estándares marcados y al grado de satisfacción alcanzado por las personas destinatarias. Esto posibilita validar o redefinir los objetivos, metas y/o actividades de los servicios que presta la organización.

Las investigaciones realizadas concuerdan en señalar que los atributos o factores de calidad que se consideran básicos por la ciudadanía en el momento de recibir un servicio son:

ATRIBUTOS GENERALES:

- Fiabilidad: hacer las cosas sin errores, cumpliendo con lo prometido y de manera puntual.

- Competencia: poseer las destrezas requeridas, la capacitación y conocimientos para desarrollar bien sus tareas. (Esto supone, en el caso de personal de atención al público, que debe ser cuidadosamente seleccionado entre el mejor y más preparado para desarrollar esta tarea).
- Capacidad de respuesta: disposición para ayudar a la clientela y proveerla de un servicio rápido.
- Accesibilidad: fácil de contactar y de localizar, con horarios ajustados a las necesidades de la clientela y tiempos de espera lo más cortos posibles. Equipamiento y señalización adecuados.

Es necesario para cada servicio identificar, del conjunto de atributos, cuáles son aquellos que la clientela considera más relevantes para su satisfacción.

- Empatía y cortesía: atención, consideración, respeto y amabilidad del personal de atención a la ciudadanía.
- Comunicación: mantener a la clientela informada utilizando un lenguaje que puedan entender, así como saber escucharla.
- Credibilidad: veracidad, honestidad en el servicio que se presta, no creación de falsas expectativas.
- Seguridad: inexistencia de peligros, riesgos o dudas.
- Tangibilidad: Apariencia de las instalaciones físicas, equipos, personal y materiales de comunicación.

Además de los atributos señalados y dado el carácter de públicos de los servicios que hablamos deberíamos también considerar alguno más como por ejemplo

- Igualdad de género: ausencia de toda discriminación, directa o indirecta, por razón de sexo, entendiendo por discriminación indirecta, la situación en que una disposición, criterio o práctica aparentemente neutros pone a personas de un sexo en desventaja particular con respecto a personas del otro⁵.

Hemos enumerado una serie de características o atributos determinantes de la calidad en la prestación de un servicio. La importancia relativa que demos a cada uno de los factores o atributos, la definición exacta de su significado y los indicadores que seleccionemos para su medición deberán efectuarse para cada servicio en particular (por ejemplo, qué significa accesibilidad para un servicio prestado en un hospital o para la realización de un trámite en la Consejería de Salud; qué es ra-

pidez en la tramitación del pasaporte o en un servicio de ambulancias a domicilio, etc.).

Asimismo, es necesario para cada servicio identificar, del conjunto de atributos, cuáles son aquellos que la clientela considera más relevantes para su satisfacción ya que no todos tienen la misma importancia en la valoración del mismo (por ejemplo, puede ser que en un servicio concreto la ciudadanía le asigne más importancia a la rapidez que a los aspectos vinculados a las instalaciones, etc.).

Definidos los atributos de calidad y seleccionados los indicadores que nos permiten medirlos podemos establecer los estándares de calidad y así explicitar los compromisos de servicio que la ciudadanía puede esperar. Buenos estándares son imprescindibles para que una Carta de Servicios permita evaluar la actualización permanente que toda Organización ha de tener como práctica.

Las Cartas de Servicios son documentos "vivos" porque, además de declarar públicamente los compromisos de calidad asumidos en un momento determinado, pretenden facilitar la mejora continua de los servicios prestados por la organización, en adecuación a las demandas ciudadanas. Este principio inspirador debe reflejarse en una constante puesta al día de sus contenidos

Lamentablemente las Cartas de Servicios se han quedado -en un gran numero de ocasiones- en un instrumento más de comunicación (a veces sólo de imagen) de las distintas Administraciones, sin que hayan su puesto modificación alguna en las inercias de funcionamiento de éstas ni en la adopción de compromisos básicos de los servicios que prestan a la ciudadanía. Para proceder a una reconsideración de éstas o al establecimiento de planes de mejora adecuados no estaría de más pasar la Carta de Servicios publicada por un tamiz de preguntas como:

- ¿Están definidos sus grupos de interés?
- ¿Se ha tenido en cuenta en la elaboración de la Carta de Servicios la opinión de estos grupos?
- ¿Los contenidos de la Carta de Servicios son acordes con las necesidades detectadas de estos grupos de interés?
- ¿Se miden y evalúan periódicamente estas necesidades?
- ¿Tengo bien definidos mis compromisos o debo adoptar nuevos?
- ¿Los compromisos que tengo establecidos están alineados con la misión, visión y valores de la organización?
- ¿Cada servicio priorizado que aparece en la carta tiene asociado al menos un compromiso y cada compromiso su indicador?
- ¿Se mide la satisfacción de la ciudadanía en relación con estos compromisos?

La Igualdad de género como compromiso de calidad

Como se ha ido exponiendo, las cartas de servicio (o cartas de compromisos) son, además de una herramienta para la mejora continua de la Administración, instrumentos de comunicación donde hacer patentes los compromisos con la ciudadanía en relación con la prestación de los servicios públicos, concretamente permiten evidenciar los principios que deben regir su funcionamiento, como los de legalidad, igualdad, participación, transparencia, o eficacia y eficiencia.

¿Qué consecuencias tiene el principio de igualdad de género para la gestión de los servicios públicos?

El principio de igualdad de género ha ido evolucionando en nuestro contexto social y político hacia la efectividad, hacia las garantías en el ejercicio de ese derecho.

La recién aprobada Ley Orgánica 3/2.007, de 22 de marzo, ya introduce en su propia denominación el concepto de efectividad: "para la igualdad efectiva de mujeres y hombres". La mayor novedad de esta Ley radica, en la prevención de las conductas discriminatorias y en la previsión de políticas activas para hacer efectivo el principio de igualdad. Así, se establecen las pautas generales de actuación de los poderes públicos y los instrumentos para la integración de la igualdad en todas sus actuaciones, consagrando, por ejemplo, el principio de presencia equilibrada de mujeres y hombres en la representación y la implantación de un lenguaje no sexista en el ámbito administrativo.

¿Cómo traducir el principio de igualdad en términos de mejora de los servicios públicos?

La igualdad de género es una demanda social⁶. Expresado en términos de calidad de los servicios, sería uno de los requisitos que tienen que cumplir los servicios públicos, para responder a las expectativas de la ciudadanía. Es decir, las mujeres (en mayor medida) y los varones, le piden a la administración que garantice en la realidad esa igualdad que se recoge en las leyes.

En el caso de la Administración General del Estado, este principio aparece recogido expresamente en el Real Decreto 951/2.005 de 29 de julio por el que se establece el marco general para la mejora de la calidad en la Administración. (BOE núm. 211 de 3 de septiembre.), estableciendo en su artículo 9, sobre "Estructura y contenido de las cartas de servicios", que las cartas (...) expresarán un apartado de compromisos de calidad, en el que se incluirán de forma clara, sencilla y comprensible (...) : (...) Medidas que aseguren la igualdad de género, que faciliten el acceso al servicio y que mejoren las condiciones de la prestación.

¿Cómo integrar la igualdad en la elaboración de las cartas de servicio?

Integrar la igualdad de género en las cartas de servicio, requiere adoptar una nueva perspectiva en todas las fases y actividades del proceso, lo que podemos sintetizar en tres ejes básicos de actuación :

- En la detección de necesidades (identificar). Utilizar el género como criterio de segmentación y de análisis de las necesidades de los grupos de interés de cada servicio, identificando las desigualdades en cada uno de ellos.
- En la determinación de las especificaciones para la prestación del servicio (actuar). Prever la eliminación o reducción de esa desigualdad como resultado a obtener con la prestación del servicio.
- En el proceso de elaboración y seguimiento de la carta (organizar). Tener en cuenta la presencia equilibrada de mujeres y de varones y la gestión de la igualdad.

Estos bloques de actividad, inciden en todas las fases de elaboración de la carta. Veamos algunos de los aspectos más relevantes a tener en cuenta, en cada una de ellas:

En la Constitución del equipo de trabajo.

La constitución del equipo para la elaboración de la carta de servicios debe ser multidisciplinar y permitir tener una visión completa de la organización. Será conveniente que participen personas de todos los niveles de la organización, especialmente las que están en contacto directo con la ciudadanía, y se deberá tener en cuenta la participación equilibrada⁷ de mujeres y hombres. En los casos en que sea posible, es recomendable contar, con representación de las mujeres y hombres que utilizan el servicio.

Una vez constituido el equipo de trabajo, es conveniente que la formación que reciba sobre Cartas de Servicio, se diseñe desde una perspectiva de género y se incluyan contenidos específicos sobre igualdad.

En la Identificación de los servicios, detección de necesidades y establecimiento de compromisos.

Los servicios deben concebirse desde el punto de vista de quien los recibe, es decir, deben ser capaces de dar información sobre lo que las personas usuarias logran resolver o satisfacer con esa prestación. En definitiva, deben comunicarse en términos del impacto que tienen esos servicios en la calidad de vida, de mujeres y de varones.

Será necesario, por tanto, identificar en primer lugar las personas y gru-

pos implicados y, particularmente, a las personas usuarias directas de los servicios y conocer sus necesidades y expectativas en relación con el servicio. Es decir, en general, conocer las necesidades y expectativas de mujeres y hombres de los grupos de interés en relación con la misión que tenga la unidad de la que se está haciendo su carta de servicios. En aquellos casos en los que existan asociaciones o grupos organizados de personas usuarias, con los que se establezcan procesos de interlocución, debemos asegurar que entre las personas que se incorporen al proceso, se encuentren en proporción equilibrada mujeres y hombres. En cualquier caso, siempre podremos contar con la colaboración de asociaciones o grupos de mujeres.

En caso de contactar directamente con personas usuarias, para identificar sus necesidades y expectativas, por el método que se acomode mejor a cada circunstancia: entrevistas a informantes clave, cuestionario a personas usuarias, grupos de discusión, etc., se tendrá en cuenta la participación equilibrada, y el tratamiento de la información utilizando siempre el sexo como variable de análisis.

Algunos ámbitos de actuación que se vienen considerando claves desde el punto de la vista de la calidad y que pueden ser más pertinentes al género son:

- Características propias de los servicios que se prestan. Se trata de la propia descripción y alcance de los servicios: objetivos, personas destinatarias, recursos, derechos y obligaciones. Se debe tener en cuenta la necesidad de establecer medidas para compensar las desigualdades de género detectadas, lo que puede generar nuevos servicios o cambios en los existentes.
- Calidad de la información ofrecida. Las personas encargadas de informar y atender a la ciudadanía, deberán tener formación sobre género e igualdad de oportunidades, para garantizar un trato igualitario, a partir de la comprensión de la situación específica y diferencial en que pueden estar las mujeres y hombres a quienes se informa. Respecto a la información que se ofrece, tener en cuenta que pueden presentarse necesidades prácticas diversas de mujeres y hombres, que requieran tener disponible información específica, y por último, Garantizar el uso de lenguaje no sexista tanto en la comunicación oral, como en la gráfica o escrita.
- Canales y formas de Participación. Uno de los objetivos de las cartas de servicios es facilitar que la ciudadanía participe en el diseño, gestión y evaluación de los servicios públicos. Por ello, uno de sus contenidos, debe ser indicar los canales de participación, de forma que tanto las mujeres como las asociaciones de mujeres y de defensa de la igualdad, sientan el compromiso de la administración y el

reconocimiento como interlocutoras válidas para la mejora de los servicios públicos.

En estos u otros ámbitos de actuación, en función de las prioridades detectadas y de los recursos disponibles, se establecerán los compromisos. Establecer un compromiso con la igualdad, requerirá definir los indicadores que permitan hacer un seguimiento y evaluación continua del cumplimiento de esos compromisos, independientemente, de que todos los indicadores referidos a personas deben estar desagregados por sexo.

En la redacción de la Carta y su difusión.

Para la redacción de la carta, se debe utilizar un lenguaje claro y no sexista. Algunas organizaciones comprometidas con la igualdad, y con carácter complementario a los compromiso de igualdad, añaden una declaración en sus cartas de servicios de carácter general, en los siguientes términos:

"Esta unidad aplica en todas sus actividades una política de igualdad de igualdad de oportunidades de mujeres y hombres y anima expresamente a las mujeres a participar en todas ellas".

Para el plan de difusión de la carta, se deberá contar con los grupos de interés, y establecer un procedimiento que asegure que se utilizarán los medios de difusión idóneos para llegar a todos ellos. Se tiene que tener en cuenta, que los hombres y las mujeres pueden acceder de forma desigual a determinados medios de comunicación y difusión.

Conclusión

Las Cartas de Servicios pueden convertirse en instrumento esencial para la transformación de los organismos públicos salvando la tradicional distancia entre Administración y ciudadanía. Para ello se necesita un diálogo continuado, la PARTICIPACIÓN real de los distintos grupos de interés, no sólo de la forma habitual (encuestas, buzones de sugerencias, reclamaciones, cuestionarios, etc.) sino, y esto es básico, la participación en la definición del servicio que se les va a prestar, en la forma en que se va a desarrollar la prestación y la manera de evaluar los resultados obtenidos.

R. G. T., F. D. M. F. y M. T. A.

Responsables de las Oficinas para la Calidad de los Servicios en Málaga, Jaén y Granada.

NOTAS

1. El modelo EFQM de excelencia ha sido desarrollado por la Fundación Europea para la Gestión de la Calidad, organización sin ánimo de lucro constituida por diversas organizaciones y empresas con la misión de impulsar en Europa la excelencia sostenida. El modelo EFQM de excelencia es un marco de trabajo no-prescriptivo constituido por nueve criterios que facilitan la orientación de las organizaciones a una mejor gestión y a la obtención de mejores resultados. (Ver <http://www.efqm.org>)
2. El concepto de cliente/a, aún suponiendo una superación del de administrador/a, ha sido muy cuestionado especialmente por quienes veían en él la noción de persona usuaria/consumidora planteándose alternativas como las de ciudadano/a y, más recientemente, la de socio/a o accionista tratando de reflejar la posición de co-partícipe, co-responsable.
3. Artículo 4 del Decreto 317/2003, de 18 de noviembre, por el que se regulan las Cartas de Servicios, el sistema de evaluación de la calidad de los servicios y se establecen los Premios a la Calidad de los servicios públicos. B.O.J.A. nº 225 de 21 de noviembre de 2003.
4. Los más habituales suelen ser el análisis de las quejas y sugerencias y las consultas directas a las personas bien mediante técnicas cuantitativas (básicamente encuestas) y/o técnicas cualitativas entre las que sobresalen los Grupos Focales, la Técnica Delphi o la denominada Técnica de Grupo nominal.
5. Ley Orgánica 3/2007, de 22 de marzo, para la igualdad efectiva de mujeres y hombres.
6. Según el barómetro del CIS de septiembre de 2007, el 93,5% de las mujeres y el 87,8 de los hombres, están a favor de que el Gobierno establezca medidas que garanticen la igualdad entre hombres y mujeres. El 60% de las mujeres y el 41% de los hombres, califica las desigualdades que actualmente existen entre mujeres y hombres en España como Muy Grandes o Bastante grandes, frente a quienes las consideran pequeñas o inexistentes.
7. Se considerará equilibrado, un equipo de trabajo en el que ninguno de los dos sexos tenga una representación inferior al 40%.

La Coral Polifónica Canticum Novum

20 años dedicados a la transmisión de la cultura

Laura Triviño Cabrera

La música mueve el espíritu más directamente, y, aunque merelymente pasajero, más interiormente. La música es una lengua de las emociones, una lengua universal comprensible para cada hombre.

Kant, *Critica del Juicio*.

La música es la más bella de todas las artes (...) su nobleza impregna todo lo que vive y lo que no vive (...). De hecho, no hay nada más consustancial al hombre que relajarse gracias a las dulces maneras y enervarse con lo contrario. No hay ninguna edad del hombre en que no se sienta deleite por una dulce melodía.

Marchetto de Padua.



Justificación del estudio

Es difícil pensar en pleno siglo XXI, que un grupo de personas, por la simple afición a la música y sin ninguna otra pretensión, lleve veinte años reservando parte de su tiempo a las actuaciones y como no, a sus correspondientes y constantes ensayos. Aunque pueda parecer complicado, existen numerosos grupos corales que cumplen estas características. Éste es el caso de la Coral Polifónica Canticum Novum.

Pretendemos reflejar en este trabajo los hitos más importantes en la trayectoria musical de esta Coral que, en este 2.007, celebra su vigésimo aniversario. Asimismo, rendir un homenaje a una de las personas que más se implicaron en la promoción y en el reconocimiento de Canticum Novum: D. Manuel Villero Salvatierra, Presidente de la Coral (2.000-2.007), que recientemente nos dejó.

Introducción: el origen de Canticum Novum

Canticum Novum nació en Cádiz en la iglesia de San Severiano, gracias al entusiasmo de un grupo de aficionados con el fin de relanzar la antigua tradición coral gaditana¹. Se estrenó un 7 de Junio de 1987 con ocasión del día de Pentecostés y la apertura del año Santo Mariano, presidida por el rector del santuario de la Patrona, Vicente Díaz. Para su debut, la coral había estado ensayando cuatro meses antes en la parroquia de San Severiano "con indudable espíritu de sacrificio y con verdadera afición" darían testimonios los periódicos; y estaba compuesta por cuarenta personas de muy diversas profesiones².

1. Etapas de la Coral Canticum Novum

Cabe resaltar que esta coral ha pasado por diferentes etapas que se corresponden con la conducción de tres directores musicales. La primera de ellas se corresponde con una coral dirigida por José Antonio Galiana y, constituye la etapa de *iniciación* (1.987-1.993). En la segunda etapa de *consolidación*, nos encontramos con un nuevo director musical Francisco Briceño (1.993-1.998). Y la tercera etapa que llamaremos *etapa de desarrollo y expansión* (1.998-2.006) dirigida por Francisco de Paula Cintado Briceño³. Destacar la trayectoria profesional de este último director, que condujo a la coral a acontecimientos tan importantes como las actuaciones por varios países de Europa y la grabación de la discografía de Canticum Novum.

2. Acontecimientos fundamentales: la Coral como difusora de cultura

2.1. Zarzuela "Cádiz": el primer gran proyecto

El primer gran reto de la Canticum Novum se presentaría el mismo año de su nacimiento con el proyecto de la zarzuela "Cádiz". La zarzuela, inspirada en el Episodio Nacional del mismo título de Benito Pérez Galdós, se estrenó en la capital el 8 de julio de 1.887, tras representarse en el teatro Apolo de Madrid en doscientas ocasiones; y la acción transcurre durante el sitio de Cádiz por los franceses entre 1.810 y 1.812. El proyecto "Zarzuela Cádiz" consistiría en la representación de dicha obra coincidiendo con el centenario de su representación en la ciudad.

Canticum Novum, junto a la Coral Universitaria⁴, ensayaba, como un único coro formado por cien voces mixtas y bajo la dirección de José Antonio Galiana, la zarzuela Cádiz de Chueca, Valverde y Javier de Burgos que se representaría a finales de agosto ante el monumento a las Cortes, en la plaza de España. Mientras tanto, en Madrid, en el teatro Progreso y bajo la dirección de Luis Balaguer ensayaban los conocidos actores Luis Escobar, María Isbert, Alfonso del Real, Pedro Valentín... Por

otra parte, Alberto Blancafort se ocupaba de la parte orquestal y ensayaba con los solistas: la soprano María Dolores Travesado, el tenor Rubén García-Martín, el barítono Esteban Astarloa, entre otros.

Este acontecimiento sería considerado como un hecho importantísimo porque significaba dar un nuevo aire y ambiente a la ciudad, invadida, reducida absoluta y completamente por actuaciones carnavalescas que se presentaban como único espectáculo durante todo el año. Así pues, daría testimonio de esta percepción, Alberto Romero Ferrer, el autor del artículo de opinión del que extraemos el siguiente fragmento:

El panorama veraniego gaditano se reduce, desgraciadamente, a una prolongación de espectáculos híbridos carnavalescos-flamencos, y alguna que otra producción teatral aislada, y una mala sala de fiestas. [...]. No obstante, tengo que alabar, si es que realmente se realiza, el proyecto de la zarzuela Cádiz, en donde, al parecer, y sólo al parecer, todas nuestras entidades se han puesto de acuerdo, para borrar de pronto el ayuno cultural a que nos tienen sometidos a estos meses. [...] felicitar la brillante idea de que sean corales gaditanas una de ellas la Coral de la Universidad de Cádiz, de aquí, y no coros carnavalescos de verano, los encargados de protagonizar parte del evento: mis más sinceros elogios⁵.

Por su parte, Juan Manuel García Gómez declaraba que "no siempre los políticos se deben guiar por lo que quiere el pueblo porque en ocasiones no coinciden sus gustos con la verdadera cultura. El político tiene que orientar y educar a los ciudadanos en la cultura". Así expresaba su indignación en el siguiente fragmento:

Las peñas erizadas, noches carnavalescas, etc., distraen la atención de nuestros políticos, mientras la Cultura y Arte que nos aproximan a Europa, simplemente no existen. Antes que finalice el año, tiene el nuevo equipo municipal de cultura, la oportunidad de demostrar su sensibilidad para remediar -si es posible- la tristísimo celebración que ha hecho de la Constitución de 1812 ayudando a evitar que la iniciativa para rescatar del olvido la zarzuela de Chueca Cádiz -homenaje al pueblo gaditano y a la Carta Magna de 1.812- caiga en el cesto de los papeles por no ser "rentable", "popular" o "carnavelesca". Mi aplauso y gratitud por anticipado a los integrantes de las dos corales gaditanas: Coral de la Universidad y Canticum Novum de San Severiano que junto a un elenco de primeros actores y cantantes de Madrid se han puesto animosamente a prepararla: impulsar esa iniciativa sería un ejemplo de lo que puede ser la cultura popular⁶.



La soprano Travesedo, las corales y parte de la orquesta, durante su actuación en el Pemán.

El 22 de Agosto de 1.987 se confirma que no se representaría la zarzuela "Cádiz", prevista para los días del 27 al 30 de Agosto en el monumento a las Cortes de la plaza de España en conmemoración del primer centenario de su estreno en Cádiz y del 175 aniversario de la Constitución de 1.812, por el desacuerdo surgido entre los organizadores y el Ayuntamiento. Balaguer culpaba al Ayuntamiento de incumplir los compromisos a los que había llegado para la realización del proyecto, consistente fundamentalmente en el montaje de unas estructuras metálicas para TVE, así como unas gradas y una tarima. El palo más grande se lo llevarían los miembros de los dos grupos corales gaditanos que son quienes de verdad se habrían esforzado en los ensayos en estar presentables. Poco después el director de la coral "Canticum Novum" declararía que "los más de cien gaditanos que hemos montado la obra, mientras esperamos mejores tiempos para la cultura en Cádiz, estamos considerando ofrecer la actuación de nuestras corales a cualquier ayuntamiento de la provincia que desee dar a conocer esta zarzuela".



Primer programa del Día de la Música Coral.

Sin embargo, la zarzuela no terminó aquí. En el verano de 1.988, finalmente entre los muchos actos culturales previstos por la Coral se situaba la interpretación de la polémica zarzuela en el teatro de José María Pemán. De manera que el 25 de julio de 1.988, el teatro Pemán daría cabida a uno de los momentos más espectaculares de su historia: un concierto ofrecido conjuntamente por la soprano María Dolores Travesedo, el barítono Antonio Lagar, la coral Canticum Novum, el coro de San Francisco, bajo la dirección artística y musical de Antonio Esteban y el acompañamiento de una orquesta formada por 23 músicos procedentes de Sevilla y Madrid. El Diario de Cádiz describiría el evento con el siguiente título y subtítulo: "La zarzuela Cádiz, la más aplaudida en la Antología representada en el Pemán. El público, mayoritariamente joven, ofreció una cálida acogida a los cantantes y músicos"⁷.

2.2. Creación del Día de la Música Coral

La festividad de Santa Cecilia, Patrona Universal de la Música, se celebraba en toda la Cultura Occidental: se emitía una programación especial en la radio; se celebraban conciertos y actividades musicales en casi todas las capitales y en numerosos pueblos; incluso grandes autores habían compuesto obras para ese día. No obstante, en Cádiz no se hacía nada a nivel local. Así pues, Canticum Novum pensó que había que hacer algo y reunió a algunas corales gaditanas con tres objetivos principales:

- a) Unirse a la celebración de esta fiesta que se festeja en todo el mun-

do Occidental.

- b) Dar a conocer al pueblo de Cádiz el notable movimiento coralístico de la capital.
- c) Tener una convivencia con los demás grupos corales.

Desde el año 1.996 se instauró el "Día de la Música Coral", siempre organizado y coordinado por Canticum Novum, que está incluida en el "Festival de Música Española de Cádiz". Señalaremos con especial atención el primer concierto en honor a Santa Cecilia, en el año 1.996, en el que se reunieron en la Iglesia de San Lorenzo las siguientes agrupaciones: "Coro de San Francisco", "Coral Universitaria", "Coral Juvenil Añil" y "Coral Nova Música". Cinco grupos en afán de elevar hasta la santa la ofrenda de sus voces. Con música de Palestrina, Tomás Luis de Victoria, Guerrero y otros autores elegidos entre los más granado del repertorio religioso y profano, se confecionó el programa. Como colofón un recuerdo a Manuel de Falla en el 50 aniversario de su muerte. La ocasión era propicia. En su honor los cinco coros, codo con codo, cantaron *Invocatio and Trinitatem* y la *Salve Marinera*.

2.3. *Miserere mei Deus*⁸ de Vicente Goicoechea: recuperación de una antigua tradición gaditana perteneciente al Patrimonio Cultural de la ciudad

La Coral Canticum Novum cuenta con una obra considerada por los expertos como una verdadera joya musical. Se trata del *Miserere en Fa* que Vicente Goicoechea⁹ escribiera para el Cristo de la Buena Muerte de Cádiz. Esta obra se interpretaba todos los años ante el citado Cristo. Se estuvo cantando desde 1.920 hasta 1.947 cuando se interrumpe la tradición. En 1.995, año en el que tendría lugar el Centenario de la Cofradía, propusieron a Canticum Novum rescatar la hermosa y difícil partitura, y volverla a interpretar. Así se hizo, restaurando una antigua tradición gaditana. Además, considerando que la pieza es una verdadera obra de arte que pertenece al patrimonio cultural gaditano y que es poco conocido, la coral se propuso darle difusión.

El *Miserere* ha sido presentado por la coral en numerosas ciudades tanto de España como del extranjero de las cuales, citaremos las más significativas:

- Año 1.999. Segovia: XVIII Semana de Música Sacra y Polifonía.
- Año 2.000. Praga: Música en Abril en la iglesia de San Nicolás.
- Año 2.001. Zamora: Programa "Pórtico Musical de Semana Santa".
- Año 2.002. Lisboa: Programa "España 2000" de la Embajada de España.
- Año 2.003. Valladolid: Semana de Música y Danza y Pregón de la



Interpretación del *Miserere* en la Iglesia de San Agustín

Semana Santa.

- Año 2.003. Varsovia-Cracovia: Dentro del Programa Cultural del Instituto de Cultura Cervantes en Polonia.

La obra es austera como corresponde al Salmo L; pero de gran belleza dentro de esa misma austerdad y perfectamente construida. Y precisamente al ser una pieza poco habitual en los repertorios, la hace adecuada en Festivales especializados del tipo "Ciudad de Getafe"¹⁰.



El público llenaría la iglesia no sólo en el momento del reestreno sino año tras año como puede apreciarse en esta fotografía.
(FOTO: Cata Zambrano en Información Cádiz, 9 de marzo de 1997).

interpretaría en la parroquia de San Agustín el día 22 de Marzo de 1.995. La obra consta de 20 versículos, los pares en gregoriano. Muchos años atrás, en 1.921, la obra se presentaría por primera vez ante la Buena Muerte por iniciativa de César Pemán y formó parte de los cultos cuaresmales hasta 1.947, cuando fue interpretado bajo la dirección de Enrique Matute. La Cofradía ofrecería al Consejo Local de hermandades la posibilidad de interpretar algunos versículos durante el pregón de Semana Santa.

Al día siguiente del reestreno, se publicaría en los periódicos, el éxito del reestreno ya que el público llenaría "a rebosar el templo de San Agustín y recompensaría con largos aplausos a la coral gaditana por su interpretación el Miserere de Goicoechea, con el que la Cofradía de la Buena Muerte recuperó una antigua tradición"¹². Por aquel entonces la coral que era presidida por Cayo Ramos y dirigida por Francisco Briceño que supo sacar partido a la buena acústica de la iglesia, plasmando fielmente el cántico sobrio y austero de la composición coral que el padre Vicente Goicoechea escribiera en 1.854 para entonar esta ora-

También, cabe mencionar que para Francisco de Paula Cintado Briceño, tercer director musical, el Miserere es "una obra emblemática y difícil que ha supuesto todo un reto dirigirla"¹¹. Sin duda alguna, Cintado señalará que es la obra que más le ha gustado dirigir.

2.3.1. El reestreno

La Cofradía del Cristo de la Buena Muerte recuperaría, dentro de las celebraciones de su centenario, la interpretación del Miserere de Goicoechea, que tradicionalmente se celebraba. La Coral Canticum Novum ensayaba la pieza, que in-

ción de penitencia y petición de perdón que son los veinte versículos del salmo cincuenta, en los umbrales de la Semana Santa.

2.3.2. El Miserere traspasando fronteras andaluzas

En los dos próximos apartados recogeremos cómo se inició el gran y ambicioso proyecto de la Coral Canticum Novum: la difusión del Miserere de Goicoechea por parte de España, en un primer momento, para posteriormente el traslado de esta interpretación a Europa.

2.3.2.1. El Miserere en España

Comenzamos con la interpretación del Miserere fue en la ciudad de Segovia. La coral Canticum Novum participaría en la XVII Semana de Música y Polifonía Sacra de Segovia¹³, donde interpretaría el Miserere de Goicoechea que también ofrecería el 27 de marzo de 1999, en Mérida (Badajoz), en el salón cultural "La Alcazaba". En Segovia, el concierto de celebraría el Domingo de Ramos en la iglesia del Seminario Diocesano y al mismo asistió la consejera de Educación y

Cultura de Castilla-León, la gaditana Josefa Eugenia Arufe, que en el intermedio acudiría a saludar a los componentes del grupo. Bajo la batuta de Francisco de Paula Cintado, Canticum Novum interpretaría una primera parte de música sacra con obras de los compositores Morales, Bach, Bruckner, Gorriti, Morricone y el "Stabat Mater" de su anterior director Francisco Briceño. La segunda parte estuvo dedicada exclusivamente a los 20 versículos del Miserere, cuyas notas sonaron austeras y profundas gracias a la magnífica acústica del templo, premiando el numeroso público con prolongados aplausos. El concierto de la coral gaditana sería grabado por Radio Nacional España para incluirlo en próxima programación de Radio Clásica¹⁴.

El segundo viaje de la coral se produce a Zamora. La coral cumpliría una destacada actuación en Zamora, capital castellana donde representaría el Miserere de Goicoechea en el llamado Pórtico Musical de Semana Santa, organizado por la Junta Pro-Semana Santa de esta localidad. La intervención de esta coral en Zamora, causó una gran impresión al público que llenaría la iglesia románica de San Idelfonso. Como se puede deducir de este hecho, Canticum Novum recibiría mu-



Actuación en Valladolid, Santa Iglesia Catedral.

chos elogios¹⁵. En *El Norte de Castilla* se describe a Canticum Novum como "una coral polifónica muy numerosa"¹⁶. El periódico *El Correo de Zamora* dirá lo siguiente de la visita de Canticum Novum:

San Idelfonso recibe a la coral polifónica "Canticum Novum" de Cádiz. Cuya actuación ha sido patrocinada por las Diputaciones de Zamora y Cádiz. Esta coral interpretará en la segunda parte de su actuación un "Miserere" compuesto por Vicente Goicoechea. Se trata de un "Miserere" al estilo castellano, que se ha descubierto recientemente y que esta coral está tratando de recuperar¹⁷.



Cartel Anunciador a la entrada de la Iglesia en Praga.

Son de Cádiz. Llevan desde el año 1.987 recorriendo España y varias capitales europeas y mostrando su buen hacer por los escenarios. Se trata de la coral polifónica "Canticum Novum" [...]. El Miserere es de estilo castellano, muy parecido a los que se suelen escuchar durante la Pasión zamorana. Esta magnífica obra será cantada nada menos que a seis voces y ocupará la segunda parte de su concierto. Por otro lado, la primera parte reunirá un completo repertorio de música sacra muy acorde con la época que la ciudad está a punto de comenzar¹⁸.

A continuación, pasaremos a relatar la actuación de la coral a Valladolid. La coral Polifónica Canticum Novum interpretaría el Miserere de Goicoechea el 4 de abril de 2.003 en la Santa Iglesia Catedral con motivo de Pregón de la Semana Santa de Valladolid. Este evento sería organizado por la Junta de Cofradías de Semana Santa. La coral se encargaría de cerrar el solemne acto con un concierto. La peculiaridad de la interpretación de la obra, precisamente allí en Valladolid, era recogida en el periódico de la siguiente manera: "Goicoechea compuso Miserere en siendo maestro de capilla de la Catedral de Valladolid, de ahí el interés existente en dicha ciudad por conocer una obra poco habitual en los repertorios corales"¹⁹.

2.3.3. El Miserere en Europa

El primer viaje de gran relevancia dado lo significativo del hecho y atendiendo a las dimensiones de proyección de la obra, se sitúa en la capital checa. Las notas del Miserere de la Buena Muerte sonarían el 22 de Abril en Praga, en las voces de la coral que se convertiría en representante español dentro del Festival de Abril en la iglesia de San Nicolás de la capital checa. Una iglesia barroca que fue el escenario para que el grupo gaditano, bajo la dirección de Francisco de Paula Cintado, desarrollara un programa de autores españoles como Morales, Gorriti, Eslava, Ruiz Aznar y el estreno de la pieza *Regina Coeli*, de J. Cererols.

En cuanto al segundo viaje "europeo" de la Canticum Novum se efectuaría a Lisboa. La Coral gaditana actuaría en Lisboa (Portugal) presentando una de las piezas más señeras del repertorio de esta formación musical, el Miserere de Goicoechea. El concierto tendría lugar el 31 de marzo, en la iglesia de Sao Sebastiao da Pedreira de la capital lusa, dentro del Programa España 2.002 que organiza la embajada española en Portugal. Un numeroso público llenaría la iglesia de Sao Sebastiao da Pedreira, una joya del XVII portugués, para escuchar a la coral que interpretaría en la primera parte del concierto un programa de música sacra de diversos autores españoles y en la segunda mitad el Miserere de Goicoechea, una pieza musical especialmente ligada a Cádiz y al Cristo de la Buena Muerte. Los asistentes premiarían la actuación de Canticum Novum con largos aplausos y elogios a la labor de la coral gaditana²⁰. La actuación de Canticum Novum sería tan brillante que desde la Oficina Cultural de la Embajada de España se le enviarían felicitaciones.

Unas felicitaciones transmitidas por el Consejero Cultural Alfonso Palazón con las siguientes palabras:

El objeto de la presente es felicitarle por el éxito obtenido por la Coral Canticum Novum en Lisboa, en el excelente concierto de Música Sacra española ofrecido el pasado 31 de Marzo de 2.002 en la Iglesia de S. Sebastião de esta ciudad²¹.

Dos años después de Portugal, el siguiente viaje se realizaría a otro país europeo. Se trataría de Polonia. Canticum Novum realizaría dos conciertos en Polonia, en colaboración con el Instituto Cervantes. En primer lugar, el 25 de julio de 2.004 en la iglesia Académica Santa Ana, de Varsovia. En segundo lugar, el 27 de julio de 2.004 en la iglesia del Cristo Salvador, de Cracovia. El último viaje de Canticum Novum se produjo en el año 2006. La ciudad escogida sería Bruselas.

3. Otros datos de interés

Cabe resaltar que Canticum Novum también ha tomado parte activa en numerosos acontecimientos destacados de la vida de la ciudad en Cádiz y en otras capitales. Entre ellas señalaremos: "Música de los Templos"; la representación de la provincia en el "II Festival de coros andaluces" en el Conservatorio Superior de Música de Granada; participación en el "I Encuentro Nacional de Coros y Orfeones" en el Gran Teatro Falla de Cádiz; participación en el "I Festival Internacional de Música" de Jimena; e intervención en numerosos actos de aperturas y clausuras de acontecimientos señalados. Desde el año 1.994, en colabora-



Ensayo previo al concierto.
Iglesia de San Nicolás, Praga.

ción con la Delegación Provincial de Educación y Ciencia, lleva a cabo un programa de conciertos didácticos por los institutos de la provincia con el fin de despertar entre los jóvenes la afición por la música coral.

En relación a sus obras musicales, Coral Polifónica cuenta con un repertorio muy variado y que se ha incrementado desde la creación de la misma, más de 300 piezas musicales. Podemos dividir sus obras musicales en los siguientes apartados: Renacimiento: Juan de la Encina, Tomás Luis de Victoria, Pedro de Escobar, Palestrina, Josquin de Pres...; Barroco / Clasicismo: Alessandro Scarlatti, Bach (*Mater Amabilis*), Mozart (*Ave Verum Corpus*), Haydn, Haendel (*Canticorum Iubilo*), o el Misserere de Vicente Palacios; Romanticismo-Siglo XX: Schubert (*La trucha*), Schumann, Saint-Säens, Manuel de Falla (*La Atlántida*), Tchaikovsky, Misserere mei Deus de Vicente Goicoechea, etc.; Polifonía Navideña y Polifonía Popular²².



Fotografía oficial realizada en el Oratorio de San Felipe.

Comenzaremos este apartado de conclusiones con una de las figuras más importantes en Canticum Novum. Nos referimos a las reflexiones del profesor Francisco de Paula Cintado sobre las actuaciones que ha dirigido:

El concierto en Praga fue muy significativo: el lugar, la Iglesia de San Nicolás; la fecha, Sábado Santo; la hora, las 5 de la tarde. Fue muy especial, aunque también he de destacar, otros conciertos como cuando la coral cantó una obra a doble coro en San Felipe; los Encuentros en el Día de Santa Cecilia ya que se reúnen todas las corales. En este último caso, el público es entendido puesto que tienen conocimientos musicales. Así pues, las corales se escuchan; y por tanto, es una gran oportunidad ya que la mayor parte de ocasiones, el público no tiene una formación musical²³.

Conclusiones en primera persona

Para concluir, ofreceremos algunas impresiones de varios componentes de Canticum Novum. Se trata de conocer más directamente sus experiencias personales y lo que ha supuesto la coral en sus vidas.

Por su parte, María José Cabrera López, coralista contratista desde el año 1.993, destacará que uno de los rasgos más plausibles de Canticum Novum es que "pese a las dificultades individuales que cada componente podamos tener, la coral consigue que cada uno de nosotros aleje de su pensamiento sus problemas y asuntos personales, y nos centremos en sacar lo mejor de nosotros mismos para seguir adelante con una Coral que transmita una música que emocione al público que en cada actuación nos acompaña"²⁴.

Finalizaremos con las impresiones de uno de los coralistas fundadores de Canticum Novum y presidente durante el curso 1.992/1.993: Jenaro Jiménez Maisonnave²⁵: "Recuerdo con mucho cariño, la actuación en el Teatro Pemán de los comienzos, cuando cantábamos parte de la zarzuela. Por otra parte, destacaría una actuación en Utrera, en honor a su patrona, hace tres años; cantamos para más de 1.500 personas y me impactó la gran devoción de la gente sencilla con su patrona". Por último recogemos las declaraciones de Cipriano Meléndez Domínguez (presidente de la coral desde el año 1.996 hasta 1998) que expresaría que "en cada actuación te llena de ilusión y de emoción el hecho de que las personas que te escuchan sientan una gran satisfacción"²⁶.

FUENTES UTILIZADAS

Archivísticas:

Archivos de la Coral Canticum Novum cedidos por la coralista María Verdugo. Hemeroteca Municipal de Cádiz (H.M.C.).

Orales:

Entrevistas realizadas a Francisco de Paula Briceño, Jenaro Jiménez Maisonnave, Cipriano Meléndez Domínguez en Cádiz y María José Cabrera López. Diciembre del año 2005.

Bibliográficas:

TRIVINO CABRERA, Laura: "La Cultura Popular en el repertorio musical de la Coral Polifónica Gaditana Canticum Novum (1987-2007)" en Revista de Historia UBI SUNT?, nº 21, Ed. Mayi, Cádiz, 2007, pp. 99-103.

NOTAS

1. He aquí el objetivo de la Coral. Objetivo incluido en el currículum que Canticum Novum aportaba junto a la programación de sus actuaciones a partir del año 1992. Previamente, en los currículos anteriores (1988-1992), la Coral especificaba que la finalidad de su existencia era formar "una agrupación continuadora de la antigua Masa Coral Santa Cecilia que dirigiera D. Enrique Matute Mira".
2. TRIVIÑO CABRERA, Laura: "La Cultura Popular en el repertorio musical de la Coral Polifónica Gaditana Canticum Novum (1987-2007)" en Revista de Historia UBI SUNT?, nº 21, Ed. Mayi, Cádiz, 2007, pp. 99-103.
3. Canticum Novum tuvo la gran suerte de contar con Francisco de Paula Cintado, extraordinario director musical, que posee un currículum excelente y difícilmente superable. Actualmente, ocupa la Cátedra de Dirección de Orquesta y Conjunto Instrumental y es director del Coro, Banda de Música y Orquesta del Conservatorio Superior de Málaga.
4. En ese año, su director era Marcelino Díez.
5. Artículo de Opinión titulado "Basta..." en Diario de Cádiz, 1987.
6. Artículo de Opinión titulado "Ayuntamiento y Cultura" en Diario de Cádiz, 1987.
7. Diario de Cádiz, 25 de agosto de 1988.
8. Título completo de la obra: *Miserere mei Deus. Psalmus L, nunc sex quator et solis vocibus ornatos gregorianis etiam modulis interpositis.*
9. El padre Goicoechea nació, en 1854, en Ibarra de Aramayona (Álava). Compuso en Valladolid, de cuya Catedral fue maestro de capilla desde 1890 hasta su muerte (en 1916), este *Miserere* que, en palabras de Francisco Briceño, se distingue de otros, como son los de Palacios y Eslava, por su *austeridad*.
10. Parte de la información, que aportamos, se ubica en el dossier, elaborado por D. Manuel Villero Salvatierra, dirigido a D. José Ramón Martínez, Director de los Encuentros Internacionales de Música Sacra "Ciudad de Getafe" para la candidatura de Canticum Novum a intervenir en 15º Encuentro Internacional de Música Sacra "CIUDAD DE GETAFE" (2006).
11. Testimonio oral de Francisco de Paula Cintado Briceño. Entrevista realizada en Diciembre de 2005.
12. "Goicoechea volvió a San Agustín" por Ana R. Tenorio en Diario de Cádiz, 23 de marzo de 1995.
13. Acontecimiento de relevancia, así lo expresan el periódico: "uno de los acontecimientos de este tipo más importantes de España junto al de Cuenca" en Diario de Cádiz, 10 de marzo de 1999.

14. "Canticum Novum cantó el Miserere en Segovia. Asistió la consejera de Educación, nacida en Cádiz" en Diario de Cádiz, 2 de abril de 1999.
15. "Destacada intervención de Canticum Novum en Zamora" en Cádiz Información, 3 de abril de 2001.
16. El Norte de Castilla, 31 de marzo de 2001.
17. La Opinión. El Correo de Zamora, 28 de marzo de 2001.
18. "La coral polifónica Canticum Novum, hoy en el Pórtico Musical" en La Opinión. El Correo de Zamora, 31 de marzo de 2001.
19. "Canticum Novum cantará en Valladolid Miserere en Fa de Vicente de Goicoechea" en Diario de Cádiz, 2 de abril de 2003.
20. "Canticum Novum presentó en Lisboa el Miserere" en Diario de Cádiz, 4 de abril de 2002.
21. Carta del Consejero Cultural, Alfonso Palazón, al por entonces Presidente de la Coral Manuel Villero Salvatierra. Escrito fechado en Lisboa, 18 de abril de 2002.
22. TRIVIÑO CABRERA, Laura: Op. Cit.
23. Testimonio oral de Francisco de Paula Cintado Briceño. Entrevista realizada en Diciembre de 2005.
24. Testimonio oral de María José Cabrera López. Entrevista realizada en Diciembre de 2005.
25. Testimonio oral de Jenaro Jiménez Maisonnave. Entrevista realizada en Diciembre de 2005.
26. Testimonio oral de Cipriano Meléndez Domínguez. Entrevista realizada en Diciembre de 2005.

Un proyecto interuniversitario y de colaboración interinstitucional en Galicia

Héctor M. Pose ¹

El Proyecto *Interea* surgió en el marco de un diálogo que posteriormente se concretizó en un convenio firmado en el año 2.001 entre la Diputación de A Coruña y las Universidades de A Coruña y Santiago de Compostela. Inicialmente se trataba de recabar información sobre las políticas y actuaciones desarrolladas en las diferentes realidades municipales de la provincia en materia de juventud, cultura y deporte. Esta iniciativa investigadora y de colaboración interinstitucional e interuniversitaria² sostenida en el tiempo, supone una nueva forma de diseñar e implementar políticas en el ámbito de la acción cultural local con la coparticipación activa de sus principales agentes, de ahí la denominación escogida intencionadamente (*interea*, adverbio latino: paralelamente, al hilo, mientras tanto).

Conforme a esto último, desde el organismo provincial, conscientes de que las políticas locales cobran creciente protagonismo al impulsar estrategias de desarrollo social contribuidoras de una mayor identidad territorial, madurez democrática y calidad de vida en la ciudadanía, entendieron la pertinencia de coordinar esfuerzos y acciones así como compartir reflexión con otras instituciones existentes en el territorio. En todo caso, es competencia propia de las Diputaciones provinciales, la asistencia y cooperación con los municipios, poniendo a disposición de estos, medios humanos, fondos económicos o recursos instrumentales. Y aquí, quizás, es donde adquiere pleno sentido y pertinencia *Interea*.

Enumerados sucintamente, sus principales objetivos serían conocer las características de las políticas municipales en el sector de la cultura, detectar las necesidades y demandas al respecto y establecer líneas estratégicas de acción por parte del ente provincial. Si en un primer momento, debido al organigrama existente en el propio organismo provincial, el encargo abarcaba la acción deportiva y al ámbito de la juventud en los municipios, posteriormente nuestro marco de estudio y de propues-

tas se circunscribió al área de cultura. En base a ello, los objetivos específicos definidos en cada convenio fueron cambiando y concretizándose en tareas de corte más operativo. De la demanda inicial de diagnóstico se ha dado paso a una serie concatenada y consecutiva de acciones que el equipo interuniversitario fue propiciando y desarrollando a lo largo de estos seis últimos años, en base a una tríada de factores: las demandas expresadas o detectadas, el diálogo permanente con los responsables políticos provinciales y los dictados de la reflexión teórica.

Desarrollo

Nuestro proyecto se ha ido configurando a través de la fórmula administrativa de sucesivos convenios, firmándose siete hasta la fecha indistintamente con ambas universidades. Este sistema de colaboración interinstitucional es el medio que hemos encontrado más ajustado a las características tanto de las respectivas instituciones implicadas como de los cometidos adscritos a cada convenio. Como cabe presumir, las tareas de carácter burocrático-administrativo que conllevaba su gestión diaria son un plus de dificultad que a los coordinadores de cada convenio les provocaba no pocos quebraderos. Los profesores participantes en el proyecto, concretamente los que asumimos tareas de coordinación y gestión, somos docentes e investigadores, no gestores, y las implicaciones (en términos de ritmos, plazos, procedimientos...) derivadas de cada convenio confieren un plus de dificultad a tener en cuenta en proyectos de esta naturaleza. Por otro lado, son innegables las posibilidades que abren dichos acuerdos con otras instituciones y empresas: convocatorio de bolsas y contratos, adquisición de equipamientos y tecnología informática, adquisición de fondos bibliográficos, fondos para formación, ingresos...

A continuación, enumeramos y describimos las principales tareas que respondían al contenido de los citados acuerdos de colaboración:

1º "La realidad de la acción cultural, juvenil y deportiva de los ayuntamientos de la provincia de A Coruña (2.001)", estudio evaluativo inicial a partir del cual, desde una filosofía de planificación estratégica, se proponen nuevas líneas prospectivas con la pretensión de servir de base para mejorar tanto las políticas provinciales en dichos ámbitos, como la acción resultante implementada en los municipios. Con esta finalidad, se optó por un diseño metodológico que combinaba las perspectivas cuantitativas y cualitativas, elaborando instrumentos y estrategias de recogida de datos específicas: cuestionarios por ámbitos, entrevistas en profundidad, ficha descriptiva del ayuntamiento, etc.

Las necesidades detectadas por el grupo investigador exigían una respuesta adecuada que se concretó en el diseño de un plan formativo.

El estudio permitió reunir un vasto y rico volumen de información que se materializó en un Informe. Las conclusiones allí vertidas constituyeron la principal argamasa generadora, siguiendo la lógica sugerida por el equipo investigador, de los venideros convenios de colaboración entre el organismo provincial y las Universidades de Santiago y A Coruña.

2º "Iª Mesa de Técnicos y 1º Foro de Concejales de Cultura, Deporte y Juventud de la provincia (2.002)", un foro de encuentro, formación y debate entre gestores políticos, técnicos municipales y expertos de estas áreas. Este se celebró durante cuatro días del mes de diciembre de 2.002 bajo el lema "La acción municipal en cultura, deporte y juventud" y tenía por principales objetivos:

- a) Dar a conocer los resultados del diagnóstico realizado. En la medida en que todos ellos habían participado como informantes, el equipo investigador entendía que resultaba imprescindible hacerlos partícipes de los resultados y poder contrastar las impresiones y conclusiones generales de cara a tomar conciencia de la situación y proponer medidas de mejora.
- b) Perfilar demandas de formación. El encuentro con responsables políticos y técnicos ofrecía una oportunidad excelente para concretar las carencias y demandas formativas que se recogían en el informe de investigación con el fin de establecer unas líneas de acción en este sentido.

El foro, al que acudieron un total de 161 personas entre técnicos, políticos e investigadores, se articuló en un formato que combinaba la exposición de los resultados del estudio por parte del equipo investigador, ponencias a cargo de expertos (A. Petrus, A. Martinell, J. Fernández de León, etc.) y grupos de trabajo de técnicos. La valoración de las jornadas fue muy positiva, poniéndose de manifiesto la necesidad de darle continuidad y proyección.

Aunque no estaba formalmente previsto en el protocolo del convenio, el grupo investigador coordinó y presentó en el transcurso de *Interea* foro el número cero de la revista *Interea* visual, satisfaciendo una necesidad detectada en el sector y concibiéndola como un instrumento de información, formación, difusión, debate y encuentro para todos los agentes vinculados a los ámbitos que nos ocupan, en especial, los responsables políticos y técnicos municipales. Su acogida fue tal, que el convenio siguiente recogía el encargo de elaborar nuevos números, tanto en soporte papel como en formato digital.

3º "Plan Integral de Formación y Desarrollo de la Acción Sociocultural municipal en la provincia (2003)", donde se avanzan y materializan al-

gunas líneas de acción tales como: diseño de un Plan de Formación continua para gestores políticos y personal técnico municipal afines a estos ámbitos; diseño y plan de viabilidad de un Observatorio Cultural provincial como plataforma coordinadora de las diversas iniciativas del proyecto *Interea*; elaboración de dos ediciones de la revista *Interea* visual; así como el avance de una línea editorial que sirva de elemento de apoyo a la formación y de difusión de iniciativas locales.

Las necesidades detectadas por el grupo investigador o las manifestadas por los propios agentes locales exigían una respuesta adecuada que se concretó en el diseño de un plan formativo. Este, contempló la contextualización y justificación del mismo, las finalidades y objetivos, los procesos metodológicos y modalidades formativas, los ámbitos y bloques temáticos, los formadores y destinatarios, las necesidades en términos de recursos económicos e infraestructurales, etc. Desde nuestro punto de vista, la tarea encomendada supuso diseñar y articular un amplio abanico de propuestas de carácter teórico-práctico que se fue concretando más en los siguientes convenios. Las aportaciones al mismo, así como su posterior validación definitiva, tanto por parte de los naturales destinatarios como por los responsables del organismo provincial, acabarían por conformar un plan formativo de notable aceptación³.

El abordar el diseño de una plataforma que asesorase y complementase a las unidades técnico-administrativas del área del ente provincial y que diera soporte a las múltiples iniciativas que se fueran gestando alrededor del proyecto *Interea*, se planteó en este convenio. Por ello, se contemplaron la totalidad de aspectos de naturaleza teórico-conceptual, jurídica, estratégica, organizativa, funcional, presupuestaria, etc., necesarios para su creación. En suma, se trataría de un servicio supramunicipal permanente que trabajaría en base a cuatro áreas tanto en los ámbitos de investigación y desarrollo, como en los de documentación e información.

Sin duda, la diversidad de propuestas que se van materializando, precisaban del consiguiente diseño gráfico adecuado y en diversos formatos y soportes. La propia publicación periódica *Interea* visual, con doble formato, es exigente en su plasmación final con la línea gráfica. Por lo tanto, la presencia de un equipo de diseñadores gráficos en el proyecto desde su inicio, vienen a confirmar la importancia dada a este aspecto. Vinculado al mismo, asumimos como equipo investigador la tarea de avanzar una línea editorial que sirva de cauce difusor de las múltiples iniciativas desarrolladas con el objetivo de elaborar, publicar y dar a co-

Se trataría de un servicio supramunicipal permanente que trabajaría en base a cuatro áreas tanto en los ámbitos de investigación y desarrollo, como en los de documentación e información.

nocer diferentes materiales y experiencias que colaboren en la mejora de las políticas culturales municipales.

4º "Diseño del portal web cultural, manual de identidad corporativa y dos números de la revista *Interea visual* (2.003)", consistente en crear un espacio web, la elaboración de dos nuevas ediciones de la revista y el diseño del manual de identidad corporativa de *Interea*.

Tomando como referencias las cuatro áreas de trabajo del Observatorio *Interea*, se determinó que debido a la dispersión territorial de la provincia, la cada vez mayor utilización de las nuevas tecnologías y las posibilidades derivadas del e-learnig, así como las dificultades que dicen encontrar responsables políticos y técnicos para acudir a sesiones formativas y de reciclaje profesional, sería conveniente la creación dun portal digital que permitiese la máxima interacción con el usuario del mismo. Además, y en paralelo con otras iniciativas, esta web serviría para ir dando forma y soporte al Observatorio cultural de la provincia que veníamos de proponer a la Diputación de A Coruña como referente de la labor cultural hacia sus administrados.

La creciente presencia pública (en foros, jornadas, publicaciones, prensa, etc.) que estaba a adquirir el proyecto también demandaba esfuerzos en su imagen y difusión. La importancia de este aspecto no es baladí, tanto en cuanto, nos movemos en un ámbito en donde la creatividad, los múltiples soportes, los diversos canales de difusión y sus características específicas, exigían cierta unidad de criterio gráfico y visual. De ahí, la decisión de optar por elaborar el manual de identidad corporativa de *Interea* en sus variadas aplicaciones. Además, si el Observatorio Cultural de la provincia, tal y como se proponía por nuestra parte, iniciaba su andadura y labor como organismo autónomo dependiente del ente provincial, precisaba de tal manual. Hasta la fecha, tanto la web como el propio Observatorio non fueron implementados por parte del ente provincial por causas que escapan a la capacidad de decisión del equipo interuniversitario.

También a cargo de este cuarto convenio, asumimos elaborar dos nuevos números de la revista *Interea visual*. Bajo la alternancia en la coordinación de distintos componentes del equipo investigador, en concreto editamos sendos monográficos sobre Creación e Innovación y Deporte y dimensiones del ocio. Cabe añadir, que la iniciativa de contar con una publicación periódica para informar y formar a responsables políticos y técnicos municipales ansiaba otros objetivos, entre ellos, los de dar a conocer las obras de los creadores en las diversas artes, el facilitar recursos documentales, descubrir buenas prácticas en estos ámbitos de las políticas culturales locales o el de presentar referentes (instituciones, colectivos, fundaciones, agentes, etc.) susceptibles de utilizar como apoyo a la labor sociocultural que desarrollan los municipios y, sobre todo,

complementarse con ellos. El aumento en la tirada y en el número de páginas, las solicitudes provenientes de profesionales de campos afines (arquitectura, economía, sociología, etc.) o las excelentes críticas recabadas, confirman la salud de la iniciativa. Prueba de su creciente repercusión se refleja en la estadística de visitas a su dirección web el pasado año, cerca de doscientas mil, y que ha conducido a tomar la decisión de elaborarla también en castellano a partir del número 10.

Con un formato y una imagen gráfica muy cuidada y atractiva, labor fruto del trabajo de empresas creativas como Oceanográfico publicidad, Unidixital y actualmente el Grupo Ókino, un joven pero muy capaz estudio de diseño gráfico y de publicidad de A Coruña, la publicación pretende servir de punto de encuentro, información, formación, debate y fuente de recursos documentales para los públicos a los que va dirigida. La presencia intencionada, tanto en el diseño como en la elaboración de contenidos pero, sobre todo, en el apartado creativo de la revista de alguna de la juventud creadora de Galicia, es algo del que en los vanagloriamos como uno de los objetivos plenamente conseguidos. De hecho, el número de artistas de las distintas disciplinas, se acerca a los doscientos desde el inicio del proyecto.

Interea es fruto de la colaboración entre administraciones públicas. Por tanto, al operar con fondos de esa naturaleza, la decisión de apoyar a los artistas jóvenes emergentes o en vías de profesionalización, parece consecuente con los objetivos del proyecto. Así, además de permitirles un espacio público de expresión de su creatividad, se les ayuda a difundir los productos surgidos de su buen hacer. Entendemos que los creadores noveles y ya con cierto recorrido, precisan de oportunidades de expresión, de espacios de trabajo dignos y que se les posibiliten la conexión a los procesos de difusión y distribución.

La estratégica medida de dar cobijo a la juventud en este medio de comunicación se basa en la creencia de que el fomento de la creatividad y el apoyo a los creadores locales como elementos llave de nuestro patrimonio cultural debe ser una de las líneas fundamentales de toda política cultural proactiva. Tanto un ente supramunicipal como las diputaciones provinciales como los ayuntamientos, desde su planificada acción cultural, deben significarse como agentes promotores de la creatividad en todas sus formas y actores. Esta es la materia prima de la innovación y de la transformación de una realidad que se ansía mejor: en el social, en el educativo, en el participativo, en el económico o en la estética.

La creciente presencia pública
que estaba adquiriendo
el proyecto también
demandaba esfuerzos
en su imagen y difusión.

5º "Organización de *Interea* foro 2.004, nuevas ediciones de la publicación *Interea* visual, diseño del plan formativo y elaboración del primero de los cuadernos temáticos (2.004)".

Un proyecto de tal envergadura y recorrido no es ajeno tanto a los cambios políticos acaecidos en la propia entidad que lo posibilita, como a las realidades académicas de quienes lo diseñan y ejecutan. Y es que a pesar de los cambios en los responsables y en los órganos políticos del ente provincial, anteriormente bajo las directrices del Partido Popular y a partir de las elecciones municipales de 2.003 siendo responsabilidad del PSdG-PSOE, estos reafirman su apoyo al proyecto. Tales cambios derivaron en una reestructuración de las Áreas o Comisiones del gobierno provincial, correspondiendo todo lo relacionado con *Interea* a la de Cultura, Educación y Patrimonio Hco-Artístico. Esto ocasionó, a su vez, reajustes en los ámbitos a investigar centrándonos en los últimos convenios en el campo de lo cultural y socioeducativo.

Tras una actualización del Plan Formativo, concretizando su estructura, contenidos y metodología, este sería presentado a sus destinatarios, los participantes en el *Interea* foro 2.004 denominado "La formación en la acción cultural", un encuentro de carácter bianual que de nuevo convocó a la mayoría de los agentes políticos y técnicos locales así como a expertos invitados (Jordi Pascual, Roberto Gómez de la Iglesia, Aina Calvo, etc.). El consenso conseguido sobre el mismo entre los responsables de su elaboración e implementación, los políticos y técnicos de los municipios y los dirigentes de la Diputación, facilitó su inminente aplicación en el transcurso del siguiente convenio.

Paralelamente, se profundiza en la labor editorial. Se continúa con la publicación *Interea* visual con los números tres y cuatro que versaron sobre los temas *Educación en Cultura y Patrimonio y Gestión cultural*, respectivamente. Al mismo tiempo, se elabora y edita el primero de los Cuadernos Temáticos previstos. Sus autores son fundamentalmente miembros del equipo interuniversitario, pero también se solicitan aportaciones a especialistas en el tema monográfico del citado número *La acción municipal en el tiempo libre*. La colección Cuadernos Temáticos para la Acción Cultural Local nace como una iniciativa dedicada a generar recursos documentales de referencia para los responsables municipales de las áreas de cultura y educación de la provincia. El formato de cada Cuaderno incluye una primera parte de fundamentación teórica que sitúa al lector en las claves que permiten contextualizar la importancia del tema, una segunda parte que recoge "buenas prácticas" que ilustran el discurso teórico con ejemplos de acciones municipales exitosas, un tercer apartado aportando principios y pautas de actuación vinculadas a la acción municipal y un cuarto y último que recoge recursos documentales para ampliar la información sobre los contenidos del volumen. Tanto la revista como los Cuadernos son de distribución gratuita.

ta para los municipios de la provincia de A Coruña, se editan en gallego y no están a la venta, pero el interés que están a generar estos materiales en otros profesionales y territorios, hace que el organismo provincial se debiera replantear este aspecto.

6º "Ejecutar parte de las acciones del plan formativo, la elaboración de dos ediciones más de *Interea* visual, la edición de dos nuevos cuadernos temáticos y un DVD sobre el proyecto, así como la realización de la primera fase de una investigación sobre asociacionismo y participación ciudadana en la vida municipal (2.005)".

El equipo investigador coordinado por el profesor José Antonio Caride Gómez se amplía en número y composición, incorporando nuevos profesores, profesionales en los sectores de referencia y personal en período de formación. De hecho, otra de las características de esta iniciativa investigadora y de colaboración entre instituciones políticas y académicas, es la decidida actitud de aglutinar permanentemente a personas con diferentes responsabilidades, formación, procedencia y vinculaciones al sector cultural (profesores de dos universidades, técnicos municipales, expertos, personal del ente provincial, alumnos universitarios) y otros profesionales puntualmente en un mismo proyecto. Y es que la creciente expectativa que ha ido generando *Interea* precisa de mayores recursos humanos cualificados en el diseño y ejecución de sus decisiones, así como de una organización del grupo de expertos que responda a diversas exigencias.

De esta forma, en la actualidad, *Interea* ha adoptado una estructura operativa organizada en torno a tres áreas y una unidad de apoyo para intentar responder adecuadamente a los retos contemplados en el convenio citado:

- *Interea* formación: materializándose a través de varias modalidades formativas, ámbitos temáticos, destinatarios, etc., y con un doble objetivo:

- a) Dar respuesta a las necesidades y/o demandas que se suscitan en la práctica cotidiana del quehacer político y del trabajo técnico-profesional en las áreas de educación y cultura de los municipios de la provincia de A Coruña.
- b) Contribuir a la innovación y mejora de las competencias personales y/o profesionales de los responsables políticos y de los

Un proyecto de tal envergadura no es ajeno tanto a los cambios políticos como a las realidades académicas de quienes lo diseñan y ejecutan.

técnicos municipales en estas áreas.

Con esta finalidad, en el marco de las responsabilidades políticas y técnicas de la Administración Local en el ámbito de la cultura, se diseña una línea prioritaria de formación alrededor de la Agenda 21 de la Cultura y otras tres complementarias, congruente con el diagnóstico de necesidades realizado (Candedo y otros, 2.002) y las aportaciones de sus potenciales destinatarios.

Con tales propuestas, se insiste en dotar de conocimientos, destrezas y procedimientos precisos a responsables municipales en cultura para emplear la planificación estratégica como metodología para el diagnóstico de la realidad social y para la definición de planes globales de acción realistas, estructurados, coherentes, coparticipados y prospectivos. La diversidad en la tipología de la oferta formativa (talleres, grupos de investigación-acción, jornadas, cursos...) y la flexibilidad organizativa aplicada, pretenden, a su vez, facilitar la mayor implicación posible de las personas interesadas.

- *Interea ediciones*: área destinada a promover el encuentro, debate, la información y formación del gestor técnico y político local a través de la edición en diversos soportes y, al hilo, aportar materiales documentales de calidad a las iniciativas formativas. Sus responsabilidades van desde la supervisión de los materiales que difunden las diferentes acciones vinculadas al proyecto (Informes, Actas, CDs...) hasta la elaboración de la revista *Interea visual* o la coordinación de los Cuadernos Temáticos. En cuanto a la revista, en formato digital en gallego y castellano y en soporte papel, un Consejo Científico-Asesor compuesto por personal investigador, expertos y responsables de la Diputación de A Coruña, supervisa la edición de los números de los que llevamos editados diez.

Los Cuadernos Temáticos, aunque coordinados por miembros del propio equipo, son elaborados por personas de reconocido prestigio y experiencia en los ámbitos temáticos de cada publicación. Así llevamos editados cinco números: "A acción municipal no tempo libre", "Asociacionismo, participación social y cultura", "La planificación estratégica en la acción cultural municipal", "Políticas culturais e creación artística a nivel local" y "A investigación-acción no quefacer municipal".

- *Interea investigación*: con el fin de elaborar informes de investigación desde los cuales inferir propuestas de acción. Así, además del estudio inicial que desencadenó todo el proyecto, hemos desarrollando un proyecto de investigación alrededor del tema "Asociacionismo y participación ciudadana en la vida municipal de la provincia de A Coruña".

Por último, disponemos de un área de coordinación, documentación y apoyo técnico, unidad encargada de aspectos administrativos, la gestión de espacios y de recursos, etc. Está conformada tanto por investigadores como por personal en formación.

7º "Interea 2.007: dos nuevos números de *Interea* visual, caderno temático 6, exposición creadores con *Interea*, edición Informe sobre Asociacionismo, co-organización del Congreso "De estudiantes a profesionais na acción socioeducativa e cultural local", nuevas acciones del Plan Formativo y primera fase del estudio sobre los equipamientos culturales municipales en la provincia de A Coruña".

A estas alturas del proyecto, la complejidad y diversidad de las iniciativas, así como el número de personas implicadas en el mismo, exigía una reorganización interna del equipo. Los cambios en las circunstancias personales de alguno de sus componentes, otras labores académicas, y la propia dinámica de desgaste que conlleva una iniciativa tan sostenida en el tiempo, provoca desajustes que es preciso corregir. Además, el equilibrio en el papel institucional de ambas Universidades implicadas en el proyecto, al firmarse los cuatro últimos Convenios con la Universidad de Santiago de Compostela, así lo demandaba. Incluso esta era una demanda reiterada por parte de los responsables políticos provinciales.

Por tales motivos, se optó por firmar dos Convenios en el presente año de 2.007, uno con cada institución universitaria, pero manteniendo la coordinación científica y dirección en la figura del prof. José Antonio Caride. Las áreas de *Interea investigación* e *Interea formación*, bajo la responsabilidad directa del mencionado profesor, tendrían como labores en el nuevo acuerdo firmado con la Diputación Provincial: la realización de una primera fase de estudio diagnóstico de los equipamientos culturales municipales de titularidad pública en la provincia de A Coruña; darle continuidad a las acciones formativas derivadas del Plan Formativo en curso, así como la co-organización de un Congreso junto a la Universidade da Coruña entre estudiantes y profesionales de la acción socioeducativa y cultural local.

Las tareas vinculadas al Convenio firmado con la Universidade da Coruña, dirigido por el prof. Héctor Pose, coordinador de *Interea ediciones*, conllevaba la elaboración de los números 9 y 10 de la revista *Interea visual* con los monográficos "Servicios de lectura" y "Cultura de red"; la coordinación de un nuevo Caderno Temático con el tema "Acción cultural y actuales tecnologías"; la edición del Informe sobre "Asociacionismo en la provincia" o la exposición "Creadores con *Interea* 1". En estos momentos del año, parte de las acciones previstas ya han sido ejecutadas y otras se encuentran en desarrollo.

Conclusiones

En primer lugar, cabe reconocer que *Interea* ha supuesto una fructífera colaboración sostenida en el tiempo entre una administración política y dos instituciones académicas con presencia provincial, reconociendo la complejidad que comporta un trabajo interuniversitario de este calibre. El enfoque multidisciplinar del proyecto de investigación aplicada sirve para apoyar y mejorar las realidades socioculturales de los municipios de la provincia de A Coruña, a través de la sensibilización y la formación de sus políticos y responsables técnicos en torno a la acción cultural local, así como para potenciar la presencia indirecta de la universidad en la toma de decisiones al respecto de nuestra realidad política y cultural.

En segundo término, las posibilidades generadas a raíz de *Interea* para formar personal investigador e implicar al alumnado de los estudios afines a la naturaleza del proyecto, en calidad de becarios, son también virtudes dignas de destacar al respecto. Además, la posibilidad de captar y recibir ingresos ajenos a los presupuestos universitarios para formación del alumnado, la adquisición de equipamientos informáticos y fondos documentales o la propia actualización de los docentes, es también un evidente aspecto positivo a destacar. Los fondos adscritos a cada Convenio anual, siempre consensuados de mutuo acuerdo entre las partes, significan una importante inyección económica para el normal transcurrir de los equipos de investigación, las propias Universidades y los respectivos Departamentos universitarios beneficiarios. El problema principal es la ingente cantidad de gestiones burocrático-administrativas que conlleva este tipo de Convenios a las que el personal docente se ve abocado a atender, con la consiguiente inversión de tiempo, dificultades operativas, etc.

En tercer lugar, resulta un hito poco frecuente en nuestra realidad académica, que dos universidades distintas, a través de un amplio número de docentes y alumnos, junto a técnicos en ejercicio, asuman compromisos y desarrollen tareas investigadoras y operativas a lo largo de un significativo período de tiempo. Debemos confesar que esta, sin duda positiva circunstancia, no es fácil de mantener siempre en igual intensidad y constancia, principalmente por dos razones: por un lado, la dispar situación académico-laboral de los diferentes miembros vinculados al proyecto (elaboración de Tesis doctorales, defensa de plazas, otros compromisos investigadores y docentes, etc.); por otro, por tratarse de personas, las lógicas disparidades de carácter, edad, experiencia, sensibilidades, etc., repercuten en su implicación, el trabajo en equipo, el asumir los múltiples matices que conllevan acuerdos con instituciones políticas y sus gestores, etc. En estos casos, la buena dirección del proyecto y del grupo humano a él vinculado, se nos antoja vital para llevar a buen término el número y la calidad de los compromisos adquiridos,

aspecto que reconocemos todo el mérito a su investigador principal, el profesor José A. Caride.

Asimismo, comprobamos las posibilidades de investigación aplicada que la Pedagogía-Educación Social y sus actores tienen y manifiestan en iniciativas de esta naturaleza político-académicas. Las reflexiones teóricas y su contraste con las experiencias detectadas, el debate con sus protagonistas, la observación de buenas prácticas, la discusión con otros profesionales de ciencias afines son aportaciones al hilo de dar respuestas acertadas que orienten la mejora y transformación social. En realidad, desarrollamos en gran medida tareas de pedagogía política con los responsables del organismo provincial y los ayuntamientos, observándose lenta pero eficazmente, algunos resultados en sus respectivas acciones de gobierno. Un dato como ejemplo: desde el año 2.005, la propia Diputación de A Coruña lleva convocadas sucesivamente ayudas a los municipios por ella administrados para la contratación de animadores socioculturales. Sin duda, nuestras acciones sensibilizadoras o incluso las múltiples conversaciones informales con los implicados de una u otra manera en el proyecto, posiblemente incidieron en tal decisión provincial. Quizás echemos en falta repercusiones más directas en la planificación y organigrama interno del área de Cultura del organismo provincial para que asuman tareas ejecutorias inherentes al proyecto y centrarse nuestra labor más en aspectos de investigación, evaluación y asesoramiento.

Concebido como un proyecto de largo recorrido, las expectativas creadas en torno al mismo generan un punto y seguido en su redacción coparticipada de la que seguiremos informando en próximos foros de esta naturaleza u otros canales de difusión.

*H. M. P.
Universidade da Coruña
Miembro del Grupo SEPA-Interea*

Más información:
www.dicoruna.es/cultura/interea
www.udc.es/sepa

NOTAS

1. Quien redacta y susbscribe este artículo lo hace a título exclusivamente personal pero avisando que detrás de este proyecto hay unas veinte personas más: docentes, investigadores en formación, técnicos en ejercicio, diseñadores, etc.
2. Las personas que actualmente se responsabilizan de las diversas acciones y tareas derivadas del proyecto, forman parte del grupo de investigación SEPA-interea dirigido por el prof. José Antonio Caride Gómez del Departamento de Teoría da Educación, Historia da Educación e Pedagoxía Social da Universidade de Santiago de Compostela.
3. Entre otras muchas impresiones, fruto de las tareas evaluadoras implementadas, hemos de expresar la excelente respuesta de acogida y participación entre responsables políticos y técnicos municipales tanto de la propia provincia como de toda Galicia (en casos puntuales, permitimos la participación de éstos) a las diferentes convocatorias de interea.

Grupo UCAdanza

Danza en la Universidad de Cádiz

Carmen Padilla Moledo

¿Por qué un Grupo de Danza en la Universidad?

Si realizamos un breve recorrido histórico por la vida cultural de nuestras Universidades nos encontraríamos en la mayoría de los casos con la presencia de grupos ligados a actividades musicales tales como la Coral o actividades escénicas como el Grupo de Teatro. Sin embargo, en los últimos tiempos a estas manifestaciones artísticas que tradicionalmente surgen en el ámbito universitario, se ha unido también la Danza, bien a través de Escuelas, Aulas y/o Grupos.

La Danza es considerada como una de las manifestaciones artísticas más antiguas, siendo reflejo de la evolución de nuestra sociedad. En palabras de Gardner (citado por Murcia; Jaramillo 2.000, p.83): "La Danza se puede presentar como un elemento que dinamiza la vida del hombre y la mujer en múltiples formas; entre ellas: valida y refleja la organización social, sirve como diversión social o actividad de recreación, para lograr propósitos educacionales",

La Danza a lo largo de la historia de la humanidad ha servido también como forma de comunicación y expresión. El hombre precisa comunicar sus emociones, las cuales, a través de los gestos de la danza, toman su vida y su forma". (Robinson, 1.992, pp.6).

Los valores presentes en las anteriores afirmaciones nos sirvieron como base para la creación de un Grupo de Danza Universitario que brindara a nuestros estudiantes el conocimiento de un nuevo lenguaje de ex-



presión personal y de comunicación con la sociedad.

Surge así UCAdanza, durante el curso académico 2.002-2.003, gracias a la inquietud de 15 alumnos/as pertenecientes a la Titulación de Maestro Especialidad Educación Física, quienes previamente dirigidos por la Profesora Carmen Padilla, habían desarrollado una experiencia didáctica de "Iniciación a la Danza" en varios centros escolares de Educación Primaria de la provincia de Cádiz, obteniendo una valoración muy positiva.

UCADanza es un grupo Universitario de Danza compuesto por estudiantes y alumnos egresados de la Universidad de Cádiz que utilizan el lenguaje de la Danza como medio de comunicación de sus inquietudes, sus descubrimientos, sus pasiones y sus emociones, haciendo partícipes de ellas a través de sus espectáculos a todos aquellos que quieran acercarse a la Danza. Se plantea así la actividad de Danza dentro de la Universidad como un medio de expresión, de transmisión y de representación a la sociedad que nos rodea, de lo acontecido dentro del mundo universitario, siendo los propios universitarios participantes el medio o vehículo entre ambas Comunidades. UCAdanza es una invitación a vivir la Danza a través de la mano de estos jóvenes universitarios.

La estabilidad del Grupo y el aumento en el número de actividades desarrolladas por el mismo lo lleva en marzo de 2.005 a constituirse como Asociación Universitaria.

Objetivos

UCAdanza se plantea como objetivo principal:

"Propiciar el contacto de la Comunidad Universitaria y la Comunidad Gaditana con la Danza, descubriendo no solo su dimensión artística, sino también su ámbito educativo, cultural y social".

Para la consecución del objetivo principal el Grupo establece las metas siguientes:

- Divulgar las diferentes manifestaciones culturales que se producen dentro de la Universidad de Cádiz en su forma "Danza", haciendo partícipe de ellas a la Comunidad Universitaria y a la sociedad en general.
- Establecer un diálogo entre la Comunidad Escolar y la Universidad de Cádiz, integrando Danza y Educación en una única propuesta artístico- educativa, proporcionando al mismo tiempo vivencias de esta actividad a los escolares.
- Concienciar a la Comunidad Universitaria y Escolar sobre la diver-

sidad cultural y su integración a través de la Danza.

- Fomentar la asistencia a espectáculos de Danza y educar al público.
- Crear un espacio de investigación sobre el lenguaje del movimiento y la danza en la Universidad.
- Acercar la Universidad a la sociedad gaditana mostrando que es una institución viva, próxima y generadora de propuestas culturales alternativas. ("Vive tu Universidad").

Dentro de las metas expuestas se presta una atención especial a la Comunidad Escolar motivada por la presencia mayoritaria en el Grupo de estudiantes procedentes de la Facultad de CC de la Educación de la Universidad de Cádiz.

Organización

UCAdanza está constituido por estudiantes de la Universidad de Cádiz procedentes en su mayoría, como comentábamos anteriormente, de la Facultad de CC de la Educación. El número de componentes ha oscilado a lo largo de sus cinco años de existencia manteniendo siempre una media de 21 alumnos.



La dirección coreográfica y artística del Grupo corre a cargo de la Profesora del Departamento de Didáctica de la Ed. Física, Plástica y Musical Dª Carmen Padilla. Todos los componentes ostentan la doble función de bailarín-docente. Es decir, desarrollan una doble tarea ejecutiva como bailarín y por otro lado la transmisora como docente. Asimismo los propios alumnos colaboran en las tareas de diseño de vestuario, escenografía, iluminación, edición musical y relaciones públicas.

La vida de un Grupo Universitario de Danza es muy dinámica ya que sus componentes suelen estar vinculados al mismo, únicamente el tiempo que duran sus estudios en la Universidad. Aunque también se da el caso de alumnos que aun habiendo finalizado sus estudios en la Universidad siguen vinculados a UCAdanza. De esta manera cada curso académico nos encontramos con nuevos alumnos que contarán con la ventaja de poder aprender de los más veteranos.

Al inicio de cada año académico se realiza la convocatoria para la admisión de nuevos miembros quienes deberán pasar diferentes pruebas en las que se valoraran sus cualidades físicas, dominio técnico de danza e improvisación y expresión corporal. Dentro de la valoración de estas cualidades se otorga sobre todo una mayor importancia a la capacidad de improvisación y expresión de los aspirantes. Afortunadamente nunca nos han faltado candidatos y UCAdanza se ha mantenido siempre estable en cuanto al número de bailarines. Aunque como suele ocurrir también en otros ámbitos de la Danza, incluso profesionales, se echa en falta siempre un mayor número de candidatos masculinos.



Producción coreográfica

El repertorio de UCAdanza consta de composiciones de Danza Contemporánea, Danza Africana, Hip-hop, Teatro negro y Acro-danza.

En los primeros años de la existencia del Grupo fue la Profesora Padilla quien ostentó toda la responsabilidad en la producción coreográfica, tratándose de piezas de corta duración y sin apenas argumento, justificado por el carácter novel de sus participantes e inexperiencia inicial. En cambio, durante las últimas dos ediciones se han enriquecido por una mayor aportación de ideas por parte de los alumnos, hecho que ha quedado especialmente reflejado en la última producción del Grupo estrenada este año, "Curriculum Universitario" (2.007).

Piezas coreográficas estrenadas:

- Ligeros de equipaje (Danza Contemporánea/Hip-Hop, 2.003)
El Grupo pretende plasmar a través de esta pieza el inicio de su andadura, de su viaje a través de la Danza. Todo ello a través de la simulación de un viaje en avión.
- Mayumayé (Danza Africana, 2.004)
Montaje basado en la recopilación de diferentes pasos tradicionales de la Danza Africana.
- Gungs (Danza Contemporánea, 2.004)
Refleja la velocidad de acción en la ciudad utilizando para ello el lenguaje de la Danza Contemporánea y la Acrobacia.

- Réquiem por un amigo (Hip-hop, 2.004)

La Universidad es un lugar de nuestras vidas donde hacemos nuevos amigos y por el que pasan... nuestros amigos.

- Circo (Acro-Danza, 2.004)

Montaje interactivo de Danza donde los espectadores se convierten en improvisados bailarines.

- Pasajes (Danza Contemporánea, 2.005).

El trabajo de investigación sobre las calidades del movimiento nos permitió a través de esta pieza manifestar diferentes estados de ánimo desde la tranquilidad a la inquietud, el desasosiego o la alegría.

- Teatro de luces (Teatro de sombras, 2.006).

Basado en la pieza musical "Las manos del Mundo" de Andy&Lucas. Escenificación en términos de movimiento del texto de la canción.

- Curriculum Universitario (Danza Contemporánea y Hip-hop. 2.007).

Paralelamente a las aulas, los exámenes, la biblioteca o los ordenadores transcurre una vida paralela en la que se entremezclan nuestros nuevos amigos, las horas compartidas de estudio, los amores y desamores, los encuentros en el comedor universitario. Por todo ello entendemos por CURRICULUM UNIVERSITARIO toda aquella actividad de formación asociada a: ESTUDIO. Risas. Stress. AMIGOS. Fiesta. Flechazo. FUTURO. Amor. Complicidad. CESPED. Investigación. Objetivos. Folios. Hablar en público. Matrícula de honor. ESPERANZA. Cambio de clase. Aulario Norte. Carretera. Puente. BIBLIOTECA. Tarjeta deportiva. Amistad. Aburrimiento. Esfuerzo. Injusticia. Peloteo. RESPETO. Confianza. Siempre queda septiembre. Cospistería.

Actividades

UCAdanza despliega un amplio abanico de actividades. Algunas de estas actividades se desarrollan de forma puntual, mientras otras tienen un carácter anual por lo que gozan en algunos casos ya de una dilatada trayectoria como es el caso de las Jornadas Universitarias de Danza en la UCA que cuentan ya con cinco ediciones o el Programa Escolar de Danza con más de 45 actuaciones presentadas.

JORNADAS UNIVERSITARIAS DE DANZA EN LA UCA

Se trata de una actividad con periodicidad anual iniciada en el año 2.003.

Las Jornadas de Danza nacen con el objetivo de dar la oportunidad de vivir la Danza como un medio más de autoconocimiento, de praxis, de

investigación corporal personal y grupal, buscando con todo ello aumentar el nivel de práctica general y el interés por este arte. Al mismo tiempo también se ofertan como complemento a la formación profesional de los estudiantes de las titulaciones de Maestro: Educación Física y Educación Musical.

Hasta la fecha cinco han sido las Jornadas celebradas en la UCA con temáticas diferentes en cada una de las ediciones:

- I Jornadas de Danza en la UCA 2.003: danza, cultura y sociedad.
- II Jornadas de Danza en la UCA: la danza y las artes.
- III Jornadas de Danza en la UCA 2.005. danza: propiocepción, salud y bienestar.
- IV Jornadas de Danza en la UCA 2.006. un lugar en la universidad para la danza educativa.
- V Jornadas de Danza en la UCA 2.007: la danza se deja captar.

Las Jornadas de Danza de la UCA son organizadas por el Vicerrectorado de Extensión Universitaria de la Universidad de Cádiz a propuesta de Carmen Padilla Profesora de esta Universidad y Directora de las mismas.

UCAdanza colabora en las labores de organización de las Jornadas así como en la clausura de las mismas con su actuación y muestra al público asistente de la producción coreográfica desarrollada durante el año en curso.

Para obtener mayor información sobre las Jornadas os invitamos consultar el número 7 (2.006) de la revista Periférica (PADILLA,C . "Jornadas de Danza en la Universidad de Cádiz")

PROGRAMA ESCOLAR DE DANZA "DANZA Y EDUCACIÓN: UCAdanza"

Volviendo a la referencia del inicio de este texto UCAdanza orienta gran parte de su trabajo a la difusión de los valores educativos de la Danza. Por este motivo durante el curso académico 2.002/2.003 se inicia una primera experiencia de "Iniciación a la Danza" en los Centros Escolares de Ed. Primaria de Cádiz consistente en la actuación del Grupo y el posterior desarrollo por parte de los bailarines - docentes de una sesión didáctica dirigida a los escolares. Dicha actividad se desarrolló inicialmente con el desplazamiento del Grupo a los diferentes Centros Escolares. Pero en el año 2.005 el Ayuntamiento de Cádiz nos cede gratuitamente el uso de la Sala Central Lechera para el desarrollo del programa. De esta forma la calidad del espectáculo mejoró considerablemente y el número de alumnos que podíamos atender también pudo verse incrementado. Actualmente UCAdanza habrá realizado un total aproximado de 45 sesiones escolares en las que han participado gratuitamen-

te cerca de 2.000 estudiantes de Educación Primaria.

Al igual que las Jornadas de Danza en la UCA el Programa Escolar también goza de una periodicidad anual.

ACTIVIDADES PUNTUALES

Se trata de actividades en las que UCAdanza no participa directamente en la organización pero recibe la invitación de diferentes entidades para intervenir.

En la Universidad de Cádiz

- Colaboración en la actividad "Danza para la salud" del Aula de mayores, Abril, 2.003.
- Día del Deporte en la Universidad de Cádiz. Años: 2.003 y 2.004.
- Exhibición artística en la Ceremonia de graduación de la Facultad de CC de la Educación de la Universidad de Cádiz. Cursos académicos 2.003/2.004, 2.004/2.005, 2.005/2.006 y 2.006/2.007.

En otras Universidades:

- Cursos de verano de la Universidad de Málaga. (Málaga, Ronda), Julio 2.005.
- Danzalacalle 2.006. Alcazaba de Badajoz. Aula de Danza. Universidad de Extremadura (Badajoz), Mayo 2.006.
- Ceremonia de Apertura de los Cursos de Verano de la Universidad de Salamanca. (Zamora), julio 2.007.

En otras entidades:

- Feria del Turismo. Recinto ferial de Chiclana. (Cádiz), junio 2.003.
- I Jornadas Regionales de Expresión Corporal. CEP de Cádiz y Asociación de Maestros en Educación Física. Chiclana (Cádiz), Mayo 2.004.
- IV Maratón de la Danza. Teatro de Madrid. (Madrid), Junio 2.005.
- I Exhibición artística en el Colegio Salesianos con motivo de la festividad de San Juan Bosco. (Enero, 2.006).
- I Exhibición artística en el colegio Salesianos de Cádiz, con motivo del Encuentro Inspectorial de Oratorios y Centros Juveniles
- I. Exhibición artística en el Colegio de Sordos de Jerez de la Frontera (Abril, 2.006)
- Colaboración con el Colegio Oficial de Enfermería en las Jornadas de Hábitos Saludables. (Bornos, Cádiz), Mayo 2.006 y 2.007.

Colaboraciones recibidas

A lo largo de sus cinco años de existencia, UCAdanza ha participado en diferentes convocatorias de ayuda económica para el desarrollo de sus actividades, recibiendo por tanto subvenciones de diferentes Órganos de la Universidad. Desde aquí queremos expresar nuestro agradecimiento al Vicerrectorado de Alumnos, Vicerrectorado de Extensión Universitaria, Consejo Social y Departamento de Didáctica de la Ed. Física, Plástica y Musical así como a la Facultad de CC de la Educación por cedernos sus instalaciones para los ensayos de UCAdanza.

UCAdanza en www.uca.es

20 de abril de 2.005.

UCAdanza sale a escena

http://www2.uca.es/orgobierno/rector/noticias2/anterior2005/nt_2005_04_20_19_45_00.html

25 de abril de 2.005

UCAdanza en la Sala Centra Lechera

http://www2.uca.es/orgobierno/rector/noticias2/anterior2005/nt_2005_04_25_10_50_00.html

5 mayo 2.005

UCAdanza: danza y educación.

http://www2.uca.es/orgobierno/rector/noticias2/anterior2005/nt_2005_05_11_10_00_00.html

14 junio 2.005

La Universidad de Cádiz en la IV Maratón de la Danza de Madrid

http://www2.uca.es/orgobierno/rector/noticias2/anterior2005/nt_2005_06_14_11_45_00.html

12 de marzo de 2.007

Danza con los niños

http://www.uca.es/web/portada/noticias/nt_2007_03_12_02

6 de abril de 2.007

Danza y educación.

http://www.uca.es/web/portada/noticias/nt_2007_03_06_01

12 de abril de 2.007

UCAdanza se presenta ante la Comunidad Universitaria

http://www.uca.es/web/actividades/noticias/nt_2007_04_12_01

9 de julio de 2.007

UCAdanza participa en la inauguración de los Cursos de Verano de la Universidad de Salamanca.

http://www.uca.es/web/portada/noticias/nt_2007_07_09_06

Sobre el futuro de UCAdanza

Se inicia este año el sexto curso académico como Grupo de Danza. En breve comenzaran las sesiones de ensayo y la preparación del programa de trabajo. Continúan con nosotros antiguos miembros de gran tradición en UCAdanza como Juan López, Cristina Hurtado, Mar Parras, Carlos Lobo, José Luís García, Caridad Gallardo, Elena Basadre y Paola Ramos. Y se incorporan nuevos miembros.

Algunos de los bailarines del Grupo expresan así la experiencia vivida:

Hoy me he refugiado en la danza para olvidar los problemas que me acechan, las preocupaciones bailan al ritmo que les marca mi cuerpo y, por un instante, dejan de serlo.

Me siento apagado. Cuando la salud no acompaña es porque está aburrida y necesita bailar. Así me curo.

No dejes que la gravedad ate tus pies al suelo, baila.

Como ya comentábamos en algún lugar de este texto la vida del Grupo es muy dinámica. Un año más UCADanza invita a "vivir la danza".

C. P. M.

Universidad de Cádiz

Dpto. Didáctica de la Ed. Física, Plástica y Musical.

Direcciones de contacto

<http://perso.wanadoo.es/ucadanza/>
http://www.uca.es/web/organizacion/asociaciones_uca
http://www2.uca.es/dept/didac_efpm/carmenpadilla.htm
email: carmen.padilla@uca.es

Referencias bibliográficas

- Murcia, N; Jaramillo, LG (2000) Investigación cualitativa. Armenia (Colombia): Ed.. Kinesis.

- Robinson, J (1992) El niño y la danza. Barcelona: Ed. Mirador.

Organización y funcionamiento de un centro cultural universitario

Alfredo Luna Briceño

Los centros culturales universitarios promueven la reflexión y el desarrollo de la cultura nacional. Deben ofrecer una programación diversa y universal. Además, es necesario que estén en sintonía con los fines académicos de la universidad y que establezca vínculos con la comunidad. El artículo describe estos y otros puntos claves en el funcionamiento y la organización de un centro cultural universitario.

¿Qué son los Centros Culturales Universitarios?

Los Centros Culturales Universitarios (CCU) responden a la necesidad de las universidades de establecer una relación directa con la comunidad dentro de su función de extensión o proyección social. Son organismos vivos que sirven para la reflexión, el estímulo y el desarrollo de la cultura nacional. Así, se convierten en centros de producción, extensión y difusión de las diversas manifestaciones artísticas, tecnológicas y científicas que pueden surgir desde dentro del claustro universitario o ser recogidas de iniciativas individuales u otras instituciones.

Los CCU surgen como espacios multidisciplinarios donde se desarrollan actividades académicas y artísticas con distintos fines que van desde la difusión de la cultura, hasta el respaldo a las creaciones de artistas nacionales y a la reflexión intelectual con miras a apoyar el desarrollo cultural local. Así, acogen diversas disciplinas del saber, y su labor es determinada por las competencias de sus directivos. Estas instituciones se pueden denominar "híbridas", pues incorporan la libertad en la programación cultural, pero se ciñen al rigor de una casa de estudios.

Estos centros pueden actuar como canales de expresión de diversos artistas o intelectuales de la comunidad sin más compromiso que la cesión o alquiler de sus espacios. En otros casos, asumen la tarea de la producción de las diversas propuestas, tanto artísticas como académi-

cas, dándole así un perfil definido a su propuesta cultural y logrando obtener un peso específico como institución en el medio en el que se desarrollan. Esta tarea dependerá de la posibilidad del centro de contar con especialistas en cada rama, que propongan alternativas coherentes con la política que ha definido el centro como propia y prioritaria (de acuerdo a su percepción de cultura, a sus intereses y recursos).

La misión de un CCU

La programación de un CCU debe ser universal, amplia y sin restricciones, guardando el debido respeto a los principios y fines de la universidad que lo promueve. Ello, sin descuidar la calidad del producto artístico y considerando que su rol universitario le exige la formación del espectador, visitante o participante al evento o actividad artística. Por ello, el contenido no solamente debe satisfacer "lo que le gusta a la gente", sino promover el acercamiento del público a propuestas que siendo innovadoras, generen reflexión.

La convergencia entre cultura (como forma de vida de una comunidad) y el conjunto de actividades intelectuales y artísticas producidas en el seno de la Universidad nos lleva a una formalización de la cultura. Los CCU actúan como articuladores de este encuentro. Además, ayudan a repensar la cultura y a promover la creación intelectual y artística, considerando las necesidades de nuestra comunidad y promoviendo las manifestaciones culturales como expresiones únicas, producto de la creación de un artista o de un grupo de artistas insertos en un determinado momento histórico.

Por lo tanto, los CCU deben ser productores de actividades culturales que teniendo como objetivo la excelencia, contribuyan al enriquecimiento del quehacer cultural del país en el que actúan. Asimismo, deben asociar a la universidad con otros entes de la comunidad (empresas, gobiernos locales, gobierno central u otras instituciones culturales) con la finalidad de que los costos de producción sean compartidos y para que el alcance de su difusión sea el mayor posible. Además, el producto artístico debe ser de calidad, buscando la excelencia en su concepción y producción; atractivo, para asegurar el interés del público y generar ingresos; y racional, para asegurar que el uso de los recursos guarde proporción con los resultados esperados.

Son organismos vivos
que sirven para la reflexión,
el estímulo y el desarrollo
de la cultura nacional.

Aspectos organizacionales

La organización de un Centro Cultural Universitario está en constante evolución, tanto en lo que se refiere al crecimiento de su programación

en cantidad, calidad y contenidos de las actividades, como a su sintonía con las exigencias de la sociedad. Para construir su estructura organizacional, se requiere establecer con claridad los fines para los que fue creado y en qué puede coadyuvar al cumplimiento de los objetivos estratégicos de la universidad promotora. De acuerdo a ello, se determinará la complejidad, el tamaño y la tecnología necesaria para su operación.

Las áreas y las competencias deben estar claramente establecidas, pues a diferencia de una organización comercial, donde es claro quién toma la última palabra, en un CCU confluyen distintos intereses que pueden ser disímiles. Ello sucede, por ejemplo, con el logro de un producto cultural con la mayor calidad versus el cumplimiento del presupuesto y la disponibilidad de recursos. El equilibrio entre ambas variables condiciona la existencia de un producto cultural de alta calidad a un costo razonable.

El contenido de la programación anual confronta las necesidades de la comunidad, las propuestas artísticas, y debe estar alineada con la visión de futuro del centro cultural.

nómica y financiera. Estos pilares sustentan las áreas especializadas, y cada una de ellas es responsable de un aspecto específico de la programación. Entre las áreas se obliga tejer una red de comunicación que las interrelacione y de coherencia e integre la programación. El trabajo multidisciplinario enriquece y perfecciona cada una de las propuestas especializadas, formuladas al inicio individualmente.

Los responsables de las áreas deben ser seleccionados luego de analizar los ámbitos de desarrollo del CCU: ¿Cuántos profesionales son necesarios?, ¿con cuáles se dispone dentro de la universidad?, ¿cuál es el valor de su trabajo en el mercado?, ¿qué recursos necesitan para la realización del trabajo?, ¿su presencia a tiempo completo es necesaria? La respuesta a estas preguntas nos permite establecer el equipo especializado en la producción cultural. A ello se suma el área de soporte técnico que debe contar con el personal profesional, técnico y operativo especializado. Así, se constituye la estructura base y sobre ella se construye una organización de soporte flexible que estará condicionada al crecimiento y desarrollo del CCU.

La gestión de los CCU

La dirección de un CCU asegura que la visión de la entidad se encuen-

tre dentro de los lineamientos de la universidad y que responda en forma permanente a sus intereses y al logro de los objetivos con los recursos disponibles; lo que supone priorizar su uso. El contenido de la programación anual (plan anual) confronta las necesidades de la comunidad, las propuestas artísticas, y debe estar alineada con la visión de futuro del centro cultural.

La elaboración de la programación considera los recursos existentes y plantea la necesidad de buscar recursos adicionales al exterior de la universidad. Se debe contrastar el plan original con las posibilidades reales de ejecución. Con ello, se retroalimenta y reestructura la programación anual.

El presupuesto debe responder a los alcances de la programación "creativa" tomando como límite los recursos disponibles. Además, es elaborado en base al aporte previsto por la universidad, a los ingresos proyectados de las actividades artísticas y académicas; a los patrocinios comprometidos y a los costos estimados con precisión. Para conseguir otras fuentes de financiamiento, la estrategia a seguir se aleja del modelo que propone el aporte de filántropos para seguir uno nuevo que se concentra en la búsqueda de socios para los proyectos.

El presupuesto es una herramienta que ayuda al control y cumplimiento de los objetivos económicos, de acuerdo a como lo preparamos puede ser el mejor aliado, si la información que lo compone es real, o el peor enemigo, si la información que lo compone nace de supuestos no comprobados. La gestión económica de una institución cultural se caracteriza por la flexibilidad. Sin embargo, en los CCU el cumplimiento del presupuesto comprometido debe ser otra de las características fundamentales.

Objetivos claros, costos estimados sobre el principio de realidad, fuentes de dinero identificadas y comprometidas; un cronograma de trabajo claramente establecido y una programación de desembolsos ordenada permitirán que la programación anual se cumpla con mínimos inconvenientes.

El respaldo económico proveniente de la Universidad permite que las actividades se realicen sin la presión existente en otras entidades de producción cultural. No obstante, la gestión cultural no deja de ser dúctil, variable e inesperada, con recursos económicos escasos y limitados por lo que requiere eficiencia en su administración.

El principal objetivo estratégico de un CCU es convertirse en el abanderado para posicionar a su institución, su universidad, como foco de atención de la comunidad.

Conclusiones

- Los CCU se han convertido en una necesidad para la sociedad ante el vacío de apuesta cultural de parte del Estado y para cada universidad que decida tener una participación activa en la vida en comunidad.
- El principal objetivo estratégico de un CCU es convertirse en el abanderado para posicionar a su institución, su universidad, como foco de atención de la comunidad.
- Para la gestión de un CCU se deben tener en cuenta estos preceptos:
 - No hay cultura sin público, ni público sin cultura.
 - Su organización debe estar capacitada y preparada para hacer frente a cualquier tipo de emprendimiento o tarea.
 - Generar y buscar fuentes de financiamiento adicionales, externas a las de la Universidad.
 - La organización y funcionamiento de un CCU conlleva una serie de responsabilidades y exige algunos compromisos en la relación artístico administrativa que puedan asegurar el éxito de la ejecución.
 - Esa armonía exige que dentro de la organización las competencias y funciones estén claramente definidas , que las áreas tengan autonomía acompañada de diálogo flexible, dentro de una coordinación permanente , teniendo siempre presente el valor de los recursos y su uso responsable.
 - El trabajo en equipo complementa la planificación, tratando de evitar los traslapos, teniendo en consideración que la evaluación continua de un proyecto cultural permitirá que se realice acorde con los objetivos previstos.
 - No basta contar con una excelente programación y muchos recursos económicos; es imprescindible tener capacidad de gestión y el soporte técnico y operativo oportuno.

El Centro Cultural Universitario requiere que la universidad promotora tenga en consideración que los beneficios de su existencia trascienden los resultados económicos. Un CCU que logra un importante impacto en la sociedad lo refleja en indicadores de asistencia a los eventos y en la cobertura de los medios de comunicación.

Finalmente una definición que se adecua a los Centros Culturales Universitarios podría ser la siguiente:

"Espacios en donde las artes, el esparcimiento y el aprendizaje, la tecnología, la información y la economía, conviven permanentemente y existen en todas su formas y expresiones" *

A. L. B.
Gerente Administrativo del Centro Cultural de la PUCP

*Adaptado de la presentación del Centro Cultural Universitario. Universidad de Guadalajara - Municipio de Zapopan México

Almada, Portugal. Mayo de 2.007

V Campus Euroamericano de la Cultura

Mar Hidalgo

La ciudad portuguesa de Almada acogió el pasado mes de mayo la V edición del Campus Euroamericano de Cooperación Cultural. Desde que en el año 2.000 se viera por primera vez la necesidad de crear un espacio para el diálogo cultural entre Europa y América, el Campus se ha consolidado como un referente indiscutible en el estudio de las políticas culturales. Surgió de la demanda de foros de interacción y encuentro en el ámbito euroamericano de cooperación cultural. Su impulsor fue el Director de la Fundación Interarts, Eduard Delgado (1.949-2.004), cuya idea fundamental era la creación de un espacio permanente de encuentro, debate y aprendizaje mutuos de las relaciones culturales entre Europa y América a fin de fomentar el intercambio, la interacción y la cooperación. La primera edición tuvo lugar en Barcelona, donde expertos de la universidad, gestores, técnicos y políticos se centraron en el análisis de las vías de cooperación que existían entre los dos continentes sin perder de vista el encuadre de la sociedad global en la que vivimos. Para esta edición han sido constantes las referencias a los aspectos negativos y positivos que tiene la Aldea Global a la hora de trabajar en proyectos de cooperación cultural entre ambos continentes con un especial énfasis en destacar la importancia del trabajo en red para la consecución óptima de los objetivos.

La cooperación cultural internacional requiere un replanteamiento de contenidos y la elaboración de nuevos diseños de políticas culturales acordes con los tiempos. Asimismo, la promoción de la cultura incluye la idea de la cooperación cultural como un instrumento de fortalecimiento del conocimiento compartido y la cultura como un elemento central para el desarrollo en paz de las comunidades. En este sentido, el Director General de Cooperación Cultural del Ministerio de Cultura de España, Carlos Alberdi, afirmó en la inauguración del Campus que

"la promoción de la cultura es indispensable para el diálogo diplomático entre las sociedades pacíficas".

En las manos de los agentes culturales existen varios documentos de reconocido prestigio internacional como el Convenio sobre diversidad cultural de la UNESCO y el Informe Mundial sobre Desarrollo Humano del año 2.004, cuyo tema central es la libertad cultural y la protección de la diversidad; pese a ello, en la V edición del Campus se alzaron voces en defensa de un mayor protagonismo de la cultura como es el caso de la declaración de Alfons Martinell, Director General de Cooperación Cultural y Científica de La Agencia Española de Cooperación Internacional (AECI) quien reclamó un mayor posicionamiento de la cultura en las agendas internacionales puesto que " la mayoría de los problemas tienen una raíz cultural". Sobre este tema, el Secretario de Estado de la Cultura de Portugal, Mario Vieira fue más allá al apuntar cual es el reto de las sociedades contemporáneas: romper las fronteras culturales que hay dentro y fuera de los países.

Estos Campus constituyen un lugar idóneo para detectar distintas opiniones sobre el trabajo en el marco de la cooperación multilateral. Más de 400 personas, provenientes de 30 países se concentraron en régimen residencial durante los cinco días que duró el Campus: concretamente del 8 al 12 de mayo. La metodología del foro adopta la forma de un encuentro presidido por aportaciones teóricas sobre el espacio cultural euroamericano, talleres específicos, presentación de proyectos, información sobre programas intergubernamentales, etc. Todo con el objeto de impulsar, analizar y fomentar las vías existentes de cooperación entre ambos continentes. Al amparo del Campus se han creado diversos espacios de trabajo conjunto que han tenido desarrollo y continuidad: como la red de centros de formadores en gestión cultural: IBERFORMAT, la de ciudades y municipios: INTERLOCAL, una para el estudio del patrimonio, el Turismo y el Desarrollo Sostenible, IBERTUR; la organización sin ánimo de lucro formada por promotores culturales de América Latina y el caribe, REDLAT o la iniciativa del Instituto Andaluz de Patrimonio Histórico dependiente de la Junta de Andalucía, ALCUE, cuyo objetivo es el de contribuir al desarrollo de la investigación y la apertura profesional en la conservación del patrimonio histórico.

El V Campus Euroamericano de Cooperación Cultural ha contado con un consorcio conformado por la Fundación Interarts, la OEI, el Municipio de Almada y Cultideas. Más los apoyos del Ministerio de Cultura

La idea fundamental era la creación de un espacio permanente de encuentro, debate y aprendizaje mutuos de las relaciones culturales entre Europa y América a fin de fomentar el intercambio, la interacción y la cooperación.

de España, la AECI, la Secretaría General Iberoamericana, la Universidad de Coimbra y el Observatorio das Actividades Culturais. El tema central a debate fue la Interculturalidad, un concepto poco definido, según los expertos, junto con otras cuestiones también tratadas como educación y cultura, cultura y desarrollo, metodología de investigación, jóvenes, cine o inmigración. Todo desde el prisma de una sociedad plural y multiétnica que está abocada a entenderse. Alfons Martinell defendió la tesis de Arguyol de imposibilidad de diálogo entre las culturas dado que éstas tienden a superponerse. Por esta razón es fundamental, según el experto, que existan buenos interlocutores culturales.

Para que se den buenas relaciones entre distintas sociedades es preciso un proceso regido por el principio de la alteridad. Así, las partes implicadas en el diálogo cultural deben "desarmarse" de la percepción que tienen de su propia cultura para "armarse" del posicionamiento del otro. En cuanto al tipo de acercamientos culturales, Martinell, diferenció entre aquellos que se dan espontáneamente, generados fundamentalmente por la migración y la tecnología y los contactos diplomáticos u oficiales, encuentros organizados a través de los cuales no se asegura el diálogo pero sirven para facilitarlo. El Director de la AECI defendió la Diversidad Cultural como un valor de la Humanidad por el que es necesario trabajar desde el plano político nacional para evitar brotes fundamentalistas. A su vez, el veterano experto inglés, miembro permanente de la Fundación Félix Meritis, pidió que las actividades de los ministerios de cultura se encaminen a organizar el acceso libre de los espacio culturales que van desde los medios de comunicación, el patrimonio paisajístico o las infraestructuras. El experto internacional subrayó la importancia que tiene la movilidad geográfica para el enriquecimiento cultural y centró buena parte de su intervención en señalar que lo más importante de la cultura no es la lengua en que un pueblo se expresa (haciendo autocrítica de la preponderancia de su lengua materna) si no el lenguaje por el que las sociedades se manifiestan. El calidoscopio cultural en el que nos encontramos fue tratado desde un punto de visto antropológico por el profesor brasileño Renato Ortiz quien manifestó que la cultura es el elemento intrínseco en la construcción de una sociedad y que la modernidad no es una idea absoluta. Todo lo contrario, es un concepto múltiple: "Existen diversos tipos de modernidad, puesto que estamos ante una sociedad cada vez más heterogénea, de ahí que los objetivos de las políticas deben ir dirigidos principalmente a la erradicación de la pobreza, la no discriminación por género y la valoración de la diferencia que emana de todo rasgo cultural distintivo sin que por ello se atente a otra cultura".

En el V Campus Euroamericano de Cooperación Cultural se oyeron varias ponencias centradas en el análisis de los modelos de cooperación. De este modo, Patricia Salvacao Barreto, directora del Gabinete de Relaciones Internacionales del Ministerio de Cultura de Brasil señaló la es-

casez de programas de cooperación cultural en la UE que, sumado a la poca repercusión mediática de las acciones de cooperación cultural, trae como consecuencia un aumento de insensibilidad social ante estos temas. Insensibilidad, que a su juicio, viene de las altas esferas políticas, puesto que "no ha habido por el momento ningún presidente de la UE que haya hablado de Cultura en sus discursos oficiales".

Jordi Pardo, de la Fundación Barcelona Media comentó que la cooperación es difícil incluso en el seno de los propios países de la UE porque "la sociedades se han fracturado". "Para afrontar los retos del siglo XXI - afirmó- se requiere una defensa del desarrollo de los pueblos que apueste por una nueva economía del conocimiento cuyo eje vector esté en la educación". Para el profesor catalán, hay que potenciar las industrias de la cultura, aliarse a las nuevas tecnologías y superar el modelo burocrático que mantiene una postura muy próxima al despotismo ilustrado. La presidenta de la Fundación Procultura de Polonia, Dorota Ilczuk resaltó la necesidad de mayores recursos para la investigación al tiempo que criticó la escasa evaluación que se hace de los proyectos culturales. La profesora resaltó la urgencia de incluir a la población inmigrante en el diálogo intercultural para que éste sea realmente efectivo y acorde a la realidad. En esta misma línea, el coordinador del Área de Cultura del Convenio Andrés

Bello de Colombia, Patricio Rivas, propuso ampliar las investigaciones a grupos emergentes de la sociedad para evitar el anquilosamiento cultural. Referente a su territorio, ve Latinoamérica como un continente donde se han dado grandes transformaciones inconclusas. Señaló cómo en ocasiones se hacen políticas culturales para grupos de poder y no hacia quienes tiene más dificultades para expresar sus necesidades culturales.

Si el hombre es un ser simbólico, en la cultura está su naturaleza, es el instrumento que define la opción de vida del ser humano, la guía de su desarrollo. Para que el crecimiento sea una constante de la sociedad hay que trabajar desde la esfera más inmediata del hombre, su territorio más cercano: el municipio. En este sentido, el fundador del Observatorio de Cooperación Descentralizada, Eduard Miralles, apuntó la inviabilidad de cualquier proyecto que no tenga en cuenta a los agentes culturales de su entorno inmediato. El profesor catalán se preguntaba por el tanto por ciento de plusvalía económica generada por la cultura que se reinvierte en el sector. Para Miralles, los organismos gubernamentales no deben olvidarse que la cultura debe dirigirse al mayor número de personas posible si olvidar los siguientes principios rectores: el

Si el hombre es un ser simbólico, en la cultura está su naturaleza, es el instrumento que define la opción de vida del ser humano, la guía de su desarrollo.

derecho a la diferencia, a la indiferencia y el contacto de los dispares grupos sociales.

Sobre la naturaleza de los proyectos de trabajo en red, en el V Campus Euroamericano de la Cultura se pidió la profesionalización de sector para un mejor desarrollo del mismo, entendiendo la Gestión Cultural como un campo multidisciplinar que precisa la formación continua de los distintos perfiles profesionales. Para un buen trabajo en red hay que mantener una visión de 360 ° sobre el proyecto. "En ocasiones- apunta el director de Transit, Angel Mestres- los proyectos no culminan porque se produce un cambio de visión del mismo, por eso es importante, estimular previamente la reflexión y el conocimiento y mantener firmes los vínculos comerciales, técnicos o emocionales que se den entre los miembros de un proyecto en red.". Es vital una buena planificación y arbitraje de los proyectos en red porque los resultados están expuestos a más riesgos. Sin embargo, como afirma el experto internacional y miembro permanente de la Fundación Félix Meritis de Holanda, "las plataformas de coproducción, son herramientas que dividen los costes financieros y humanos y genera proyectos más ricos e imaginativos".

Amigos de la Música Bahía de Cádiz

Una Asociación cultural del siglo XXI

*Maria José Martínez García
Fotografías de Jesús Heredia Luque*

La música es el arte más directo,
entra por el oído y va al corazón.
Magdalena Martínez. Flautista española.

La idea, el nacimiento

La idea de crear AAMBCADIZ surgió el 11 de febrero de 2.003, día festivo, mientras disfrutaba de un café contemplando el mar y la desolada plaza de Rafael Alberti, en Puerto Real. Pensé que con música este paisaje cambiaria. Quizás con la presencia de un templete las cosas serían distintas: niños alrededor y parejas paseando mientras suena música en directo: bandas, orquestas, formaciones de jazz, etc. En fin, MÚSICA EN DIRECTO.



Mientras divagaba con estas imágenes pensé que este proyecto podría convertirse en realidad si no fuera sólo mi voz quien lo pidiera, si pudiésemos ser más los que nos implicáramos. Sabía de muchas personas a las que les gustaba mucho la música: sería cuestión de ponerme en contacto con ellas e interesarlas en el asunto. Así de fácil, pensé. No sabía la cantidad de trabajo que se me vendría encima. A golpes de teléfono encontré el apoyo incondicional de algunos, y la incredulidad de muchos.

Fuimos diez personas las que nos reunimos por primera vez, y cada uno aportó un montón de ideas estupendas, de forma que esta reunión se convirtió en algo muy productivo, el comienzo de nuestra asociación. El proyecto inicial creció y se enriqueció con más ideas e ilusiones, si bien debo decir que nuestra primera aspiración, el templete, de momento si-

gue siendo un sueño, aunque estoy segura de que un día lo conseguiremos, pues todavía no hemos dedicado el tiempo y el trabajo que requiere el asunto.

Se constituyó finalmente la primera junta directiva y comenzamos a trabajar. Nos reuníamos en el Colegio *El Trocadero* de Puerto Real, que se convirtió en nuestra sede hasta que la trasladamos a la librería Pérgamo de esta localidad. En mayo de 2.003 tuvimos nuestro acto inaugural, coincidiendo con la final del curso de jazz de la universidad de Cádiz, que Salvador Catalán organizó en el ahora desaparecido Café de Levante de Puerto Real. Actualmente estamos trabajando para tener una sede propia, y en breve contaremos con ella.



Música coral en la Iglesia de San José.

No éramos demasiado conscientes de que se había emprendido una lucha titánica, pues aquí, en el sur, hay mucho gusto por la música, pero los amantes de la música clásica y del jazz, aunque somos muchos, estamos muy dispersos. No existe tradición como en la zona de Levante o en el Norte. Pero insisto, somos muchos, como la experiencia adquirida al cabo de estos años me ha venido a demostrar. Y comenzamos nuestra andadura...

Quiénes somos, qué hacemos

Somos un grupo de personas, actualmente más de 200 socios, de Cádiz, su bahía y otros pueblos de su provincia. También hay asociados de Sevilla, e incluso de Madrid. En realidad no importa el lugar, pues nuestra información navega por la red hasta todos ellos. Nos une el interés por la cultura en general, y por la música clásica en particular.

Nuestro objetivo principal siempre ha sido acercar la música clásica a todos. Tanto a los que ya la conocen y la aman como a los que todavía no han tenido un encuentro en el que se hayan sentido identificados con ella, ya que son muchos los que no se han parado a pensar lo cerca que la tenemos muchas veces, a nuestro alrededor: en las películas, en los móviles, etc., y la gran diferencia que existe al oírla en directo.

Este acercamiento es una parte importante que cuidamos mucho, facilitando la información de las distintas programaciones de teatros y otros espacios donde se pueda disfrutar de buena música. Es muy frecuente entre la gente a la que le gusta la música oír la frase "ayer hubo tal con-

cierto y yo no me enteré". Para intentar evitar estas situaciones en lo posible, desde el principio se dispone de una lista de correo electrónico con todos los asociados y simpatizantes a la que se envía diariamente toda la información musical de interés, no sólo de conciertos, sino también de venta de entradas, viajes, artículos, libros sobre la música, programación de festivales, audiciones, charlas, críticas, noticias en prensa generalista y especializada, etc.

Además, siempre que es posible, intentamos facilitar la asistencia de nuestros socios a eventos musicales encargándonos de gestionar la compra conjunta de entradas y abonos de temporada, y consiguiendo para ellos facilidades y reducciones de precio de las localidades, ya que la asociación cuenta con estrechas relaciones con teatros, festivales y agrupaciones que nos permiten conseguir estas ventajas para los socios. Tengo que mencionar especialmente al Festival de música española de Cádiz un evento de talla internacional que podemos disfrutar cada año aquí en casa, y a la Orquesta Barroca de Sevilla, a la que seguimos fervientemente cuando se acercan por aquí.

Estoy encantada con la respuesta de los socios. Más de uno me ha dicho: "solo tengo correos tuyos, muuuuchos correos tuyos", a lo que yo suelo responder con un guiño: "si quieres dejo de mandártelos". La respuesta suele ser siempre la misma: "¡No, por favor! Si estoy encantado". También me cuentan la expectación que sienten al sentarse al ordenador para ver qué es lo próximo que podremos oír. El resultado es que así oyen más música en directo, y además distribuyen las noticias de interés entre sus amigos y conocidos, ayudándonos a cumplir nuestro objetivo.

Afortunadamente disponemos de un teatro cercano, El Villamarta en Jerez, que cuenta con una programación magnífica, por lo que el disfrute está asegurado. Pero no es lo único. Se nos ofrece música en muchos lugares estupendos, además de los que organiza o patrocina la asociación.

Hay un público muy especial al que dedicamos especial atención: los niños. Ellos serán los oyentes, compositores e intérpretes de mañana. ¿Porqué no ofrecerles como regalo que aprendan a disfrutar con la música desde pequeños? Por eso, organizamos talleres, asistencias a conciertos y viajes pensados especialmente para ellos. Ya hemos llevado a nuestros pequeños varias veces al auditorio Manuel de Falla en Granada (además de aprovechar para que disfruten de un día en Sierra Nevada). También han podido asistir a una ópera para niños (El gato con



Concierto lírico
en nuestro IV aniversario.

Botas) en el Gran Teatro del Liceo de Barcelona, etc.

En este empeño de acercar a todos la música de calidad, la asociación realiza, ya sea organizando, patrocinando o impulsando, diversas actividades de promoción musical para la comunidad, como conciertos de artistas locales y de promoción de jóvenes intérpretes, talleres de formación musical, exposiciones o ediciones discográficas.

En este último año, dos actividades han sido especialmente importantes para mí por la dedicación y la ilusión que les hemos dedicado:



Los niños son importantes en AAMBCADIZ.

En primer lugar, nuestra participación en la edición del CD "La Magia Mozart en Puerto Real" para el Ayuntamiento de Puerto Real, que se distribuyó entre los escolares de educación primaria de la localidad antes de las vacaciones de Navidad del "Año Mozart", acercando así la música a los hogares. Uno de mis mejores regalos de esa navidad fue oír a algunos pequeños contar cómo habían estado oyendo en familia el disco que les regalaron en el cole. No había mejor manera de acabar todo un año de conmemoraciones que oír a una pequeña decir rotundamente: "Me gusta Mozart".

La segunda empresa en la que nos embarcamos con mucha ilusión, y que seguimos desarrollando, ha sido la producción de la exposición fotográfica "La Música Cercana". Sin tener claro lo que estábamos empezando, en el verano de 2.006 decidimos encargarle el trabajo a nuestro socio Jesus Heredia. Queríamos imágenes que demostraran que la música clásica nos es muy cercana a todos, que nos rodea por todas partes; así que se puso "manos a la cámara" e hizo fotos en conciertos, ensayos, festivales, en la calle; a nuestros amigos músicos, a orquestas y bandas; a instrumentos, a teatros; a cualquier entorno donde se respirase música.

Fuimos organizando el material para obtener una muestra didáctica, no dedicada exclusivamente a los niños, pero sí dándole un enfoque ilustrativo que resultara atractivo para los pequeños. Acertar con el nombre de la muestra sólo era un pequeño primer paso. El siguiente era a priori mucho más peliagudo: encontrar financiación suficiente para hacer algo decoroso. Pero los hados nos fueron favorables, y el Ayuntamiento de Puerto Real se convirtió en el principal patrocinador de la primera edición de esta muestra, y en abril de 2.007 estuvo expuesta en el Centro Cultural Iglesia San José de Puerto Real, donde se complementó con un extraordinario concierto didáctico por parte de la Polifónica Sancti Petri, de Chiclana, y que tuvo unos resultados espléndidos.

didos de asistencia de público, tanto adulto como infantil. Guardo como un tesoro los dibujos que hicieron los escolares durante las visitas a la exposición, y los comentarios que escribieron en el libro de firmas de la muestra.

Además, tenemos la suerte de haber podido incluir la segunda edición de esta muestra en las actividades del V Festival de música española de Cádiz, en el mes de noviembre de 2.007.

Sin extenderme más en estos aspectos, llegamos a un apartado que me emociona especialmente, al que desde el principio le he dedicado muchas horas de mi tiempo...

Los viajes Musicales

Para muchos de nosotros resultaba un sueño inalcanzable acceder a un gran teatro y no hablo sólo de España, sino también del extranjero para disfrutar de una ópera: conseguir las entradas (tarifa muy difícil a veces, pues hay que comprarlas con muchos meses de antelación), buscar transporte y alojamiento, etc., además de que parece que es algo que sólo está al alcance de unos pocos bolsillos.



Cartel de la exposición *La Música Cercana*, y caja del CD *La Magia de Mozart en Puerto Real*.

Pues bien, esta es una de las actividades que realizamos y que tiene mayor éxito entre nuestros socios y simpatizantes.

Comenzamos modestamente: nuestro primer viaje musical fue al Teatro de la Maestranza de Sevilla. Contratamos un autobús que nos dejó en la puerta del teatro y nos esperaba allí para devolvernos a Cádiz al finalizar el concierto, no sin antes tomarnos unas tapitas en la noche sevillana.

Esta primera experiencia tuvo tanto éxito que la hemos repetido muchas veces. Hay personas que no conducen o a los que simplemente a su pareja o amigos no les apetece acudir a este tipo de eventos. En este sentido la asociación también cumple una importante función social como motor de nuevas relaciones. Quien viene solo por primera vez, a la vuelta ya ha entablado amistad con personas amables y afines a sus gustos musicales.

En cuanto a los viajes más largos, a base de muchas horas al teléfono,

navegando en la red y tratando con agencias de viaje, hemos conseguido que estén al alcance de todos nuestros asociados, y ya hemos asistido a un buen número de óperas en diversos recintos de España y Europa.

Así, hemos asistido al Teatro Real de Madrid (*Tosca*), al Gran Teatro de Liceo de Barcelona (*Julio Cesar*), al Staatsoper de Viena (*Il Puritani*), al Festival de Mérida (*Norma*), al Festival de la Velas en Pedraza (*Réquiem de Mozart*), al Teatro Alla'Scala de Milán (*Lucia de Lammermoor*), a la Arena de Verona (*Tosca y Aida*), a la Royal Opera House de Londres (*La fille du régiment*), al Festival de Puccini en Torre del Lago Puccini (*Tosca*), al Festival de las Termas de Caracalla en Roma (*Nabucco y Turandot*). En febrero de 2.008 tenemos previsto presenciar Luisa Miller, de Verdi, en el Teatro de la ópera de la Bastilla de París.



Los viajeros en la Arena de Verona,
al comienzo de la representación de *Aida*.



En el Teatro de La Fenice de Venecia, y la AAMBCADIZ
con Simonetta, la nieta de Puccini

viata. Fue especialmente emotivo para mí, pues trabajo durante meses preparando cada viaje, y no es sólo el tiempo y el trabajo que pongo en ello, sino la gran carga de ilusión que se ve recompensada cuando veo que los viajeros disfrutan de cada momento.

Otro viaje muy emotivo también fue el de julio de 2.007, al que llamamos *La Ruta de Puccini*. Estuvimos en Lucca, ciudad donde nació Puccini, visitando los lugares que el solía frecuentar y en su casa de Torre del Lago, donde tuvimos el placer de conocer a su nieta Simonetta.

En Londres, donde fuimos en enero de 2.007 a oír al tenor Juan Diego Flórez, visitamos la casa de Haendel, un entorno privilegiado donde pudimos disfrutar de un maravilloso concierto privado en las estancias del genial compositor.

Podría seguir escribiendo sobre estos viajes musicales pues es un tema que me apasiona , de ideas y proyectos que estamos realizando, de los que queremos desarrollar... Ganas de trabajar no nos faltan.. Pero todo se andará...

M. J. M.
Fundadora y presidenta de la Asociación Amigos
de la Música Bahía de Cádiz

Más información en el sitio web de la asociación, en
<http://www.aambcadiz.org>

Los valores que representan las independientes

Mario Pacheco

Una vez más los adelantos tecnológicos están provocando movimientos económicos y una nueva situación que propicia cambios sociales que afectan a la cultura popular. No es extraño que sea la música popular el lenguaje que mejor refleja estas circunstancias y que influye en ellas de forma más inmediata y cabal, pues hace ya décadas que tomó el papel de conciencia y voz de la sociedad industrializada, urbanizada e informatizada. Cultura, creación, política y negocio hace tiempo que son indisociables y los productores fonográficos somos actores y testigos privilegiados de todos estos procesos. Invertimos, generamos riqueza, inventamos estrategias de comunicación y participamos en la creación del paisaje sonoro que es parte fundamental de la memoria colectiva.

Conscientes de nuestra responsabilidad, de nuestro poder y del momento crítico de la producción musical, los productores fonográficos españoles independientes hemos decidido asociarnos.

Han pasado los tiempos de la despreocupación y la actividad aislada. El galopante proceso de concentración que se manifiesta en el poder opresivo de las grandes compañías propietarias de los medios de comunicación, hace preciso que las compañías fonográficas independientes nos hagamos escuchar y cobremos una nueva influencia. Es el momento de lanzar mensajes claros que hagan que se note nuestra presencia. Creamos la UFi (Unión Fonográfica Independiente) para no quedar marginados en la toma de decisiones político-culturales y para que se afronten los problemas de la industria cultural de forma coherente, aportando el sentido común de quien tiene en ello su medio de vida.

Los centenares de compañías fonográficas independientes hemos creado recientemente más puestos de trabajo directos e indirectos que las grandes -pero escasas- corporaciones y que cualquier otra industria cul-

tural. Lo hacemos sin apoyo alguno, ni financiero ni institucional. Generamos riqueza de forma incansable y nuestra vocación exportadora es innata. Sin nuestra aportación diaria, las cuatro lenguas del país carecerían prácticamente de manifestación musical. El idioma - nuestro más valioso patrimonio - no tendría su presencia actual en el mundo de no ser por la música popular y el trabajo de las fonográficas independientes. Son productores independientes quienes graban música culta o clásica e impiden que ésta sea ignorada por las nuevas generaciones e igual ocurre con las diversas músicas tradicionales y con cualquier movimiento innovador.

Los productores independientes vamos a organizarnos para aclarar el panorama con nuestro análisis y nuestras acciones, para ser interlocutores de todo tipo de instituciones españolas y europeas, para que la música popular y culta esté presente en los programas educativos, para impedir que este inmenso patrimonio material y cultural sea ninguneado por comunicadores banales y codiciosos y para dignificar las condiciones de nuestro trabajo. Obviamente nuestro lema será: "¡Productores independientes de toda España, uníos!".

Qué es UFi

UFI son las siglas de Unión Fonográfica Independiente, la Asociación nacional sin ánimo de lucro de productores fonográficos independientes. Desde Noviembre de 2.003 un grupo de empresarios productores discográficos del sector independiente que presentaron públicamente el nacimiento de UFI, se organizaron para ser una voz común dentro del panorama musical de nuestro país. Con una clara vocación empresarial y cultural, las empresas miembros de la Asociación buscan la unión para reivindicar una trascendental rama del sector así como para hacer frente a una complicada situación de mercado.

El mercado de la música en España está integrado por 4 discográficas multinacionales y por una multitud de pequeñas y medianas empresas a las que se denomina compañías discográficas independientes. Las PYMEs en el sector de la música crean más empleo que las multinacionales y representan el 99% de los actores en el mercado, así como el 80% de la innovación en el sector. Como en otros sectores, son las PYMEs quienes abanderan la creatividad y la innovación en la música.

A día de hoy son socios de UFI 48 sellos discográficos independientes: 18 Chulos, Acuarela, 2Fer Records, Bittersweet, Blau, Boa, Closer, Di- quela, Discmedi, Discos de Freno, Discos Necesarios, Dress For Excess, El Ejército Rojo, Elkar, Everlasting Records, Eureka discos, Falcatruada, Frank Andrada, Galileo, Gas-Oil, Goo Music, Karonte, Kiddo Project, K Industria, Limbo Starr, Lollipop, Lovemonk, McKenzie Muzik, Munster,



Melvin, Mushroom Pillow, Naïve, Nesma, Nubenegra, Nuevos Medios, Pablo Sycet, Pias, Pies Records, Producciones Efímeras, Propaganda Pel-fet, Rock On! Music, Rosevil Producciones, Siesta, Sinnamon, Subterfuge, Supakanja Records, Wild Thing y World Music Factory.

UFI es socio y miembro de la junta directiva de IMPALA, creada en Abril de 2000 como organización a nivel europeo sin ánimo de lucro con más de 3.500 sellos discográficos y editores musicales asociados. Más información: <http://www.impalamusic.org>

Socios de IMPALA: !K7 (Alemania), Beggars Group (UK), Bonnier Amigo (Suecia), CLS Kft (Hungría), CNR (NL), Cooking Vinyl (UK), Edel (Alemania), Epitaph (US/NL), Gazell (Suecia), Menart doo (Eslovenia), Musicvertrieb (Suiza), Mystic Production (Polonia) Naïve (Francia), Odyssey (Ucrania), PIAS Group (Bélgica), Playground (Suecia), Red Bullet (NL), Soyuz Music (Rusia), SPV (Alemania), V2 Music Group (UK), Wagram (Francia), así como asociaciones nacionales de diversos países como UK (AIM), Francia (UPFI), Alemania (VUT), España (UFI), Italia (PMI), Dinamarca (DUP), Noruega (FONO), Israel (PIL) y Suecia (SOM) y la asociación catalana APECAT.

UFI también es miembro fundador de WIN (Worldwide Independent Network) coalición fundada en 2.006 que establecerá las bases para reivindicar y combatir los problemas que afectan de manera común a los productores independientes de todo el mundo. La formación de Win es una extensión natural de la red creciente de sellos independientes, que en cualquier país donde estén establecidos tienen que afrontar los mismos problemas de concentración de mercado, los cambios tecnológicos y los pocos recursos.

Además es miembro fundador y socio de MERLIN, la primera agencia internacional de derechos de licencias musicales para los new media, creada en el 2.007 cuyo lema es: "Igualdad de trato para TODOS los independientes". El objetivo de Merlin es mejorar el acceso y nivelar el campo de actuación con los "new media", rectificando el estatus de "pátitito feo" de los independientes. No se trata de un agregador ni de un distribuidor, el objetivo de Merlin es buscar y negociar acuerdos digitales que no puedan ser negociados fácilmente local o individualmente. Operando fuera del ámbito ocupado por las entidades de gestión. www.merlinnetwork.org

M. P.
Presidente de UFI



Trabajamos para que se nos oiga. **UFI** www.ufimusica.com

Objetivos de UFI

- 1) Organización y financiación.
- 2) Desarticulación de la concentración: compañías, medios de comunicación y puntos de venta.
- 3) Erradicación de la piratería.
- 4) Lucha contra la "payola".
- 5) Mejoras legales: IVA, mayor presencia de la música independiente en los medios de comunicación y en los puntos de venta.
- 6) Establecimiento de vías de interlocución con diversas entidades e instituciones en el ámbito nacional e internacional.
- 7) Nuestra música y las nuevas tecnologías.
- 8) Servicios para los asociados.
- 9) Eventos y acciones
 - Presencia en Foros y Ferias.
 - Premios de la música independiente.
 - Lista independiente.
 - Festivales.
 - Red de amigos.

Servicios a los asociados

- 1) Búsqueda de acuerdos marco con los diferentes agentes del sector
- 2) Ayuda a la internacionalización de la empresa

- 3) Servicios de información
- 4) Servicios de formación
- 5) Asesoramiento
- 6) Material Promocional
- 7) Actividades en el seno de Impala
- 8) Actividades en el seno de Win

RESUMEN DE ACTIVIDADES REALIZADAS POR UFI

Acuerdos macro alcanzados

SGAE. El 15 de Febrero del 2006 se firmó un convenio de colaboración entre SGAE y UFi. La firma de este convenio tiene su origen en la redacción de contrato tipo para los socios de UFi que un comité integrado por miembros de la Junta Directiva de UFi ha negociado durante varios meses con el Departamento de Reproducción mecánica de la entidad de gestión.

TSdM. UFi y TSdM firmaron un acuerdo en febrero 07 para la distribución digital de música. Acuerdo por el que TSdM pone a disposición de las distintas compañías discográficas representadas por UFi la difusión de sus trabajos digitales a través de la telefonía móvil, Internet, redes peer to peer y por medio de la televisión. Este acuerdo, de alcance internacional, representa un paso importante en el desarrollo de la comercialización de música en formatos digitales y favorece el incremento de la oferta legal de contenidos. Además de los sellos discográficos asociados a UFi, esta negociación también incluye la distribución de contenidos musicales de sus asociaciones hermanas: Impala y WIN.

ICEX. Plan Sectorial de Música. UFi colabora activamente con ICEX en la elaboración del plan anual para el sector de la música desde 2005.

PromoMadrid. Acuerdo de colaboración para la promoción internacional de las empresas de la Industria musical de la comunidad de Madrid firmado en 2005.

Durante el 2007 Promomadrid ha cedido a UFi un técnico de internacionalización financiándolo al 100% para desarrollar las actividades de internacionalización diseñadas por UFi.

ACTIVIDADES DE INTERNACIONALIZACIÓN REALIZADAS

Ferias internacionales

Desde finales del 2004 UFi colabora estrechamente con el Instituto Español de Comercio Exterior (ICEX), el Instituto Nacional de las Artes Escénicas y de la Música (INAEM), Fundación Autor de la Sociedad General de Autores y Editores (SGAE) y PromoMadrid -empresa de promoción exterior de la Comunidad de Madrid, el Gobierno de Canarias a través de Canarias Crea; el Instituto Galego das Artes Escénicas e Musicais de la Xunta de Galicia (IGAEM) que hacen posible la presencia de la Asociación y sus asociados en las siguientes ferias internacionales más relevantes:

MIDEM
Cannes (Francia)
FECHA DE INICIO: 21 de enero '07
FECHA DE FIN: 25 de enero '07
La feria internacional de la industria de la música más importante del mundo.

LONDON CALLING
Londres (UK)
FECHA DE INICIO: 28 de junio '07
FECHA DE FIN: 29 de junio '07
La feria de productores discográficos más importante de Gran Bretaña.

POPKOMM
Berlín (Alemania)
FECHA DE INICIO: 19 de septiembre '07
FECHA DE FIN: 21 de septiembre '07
Feria Internacional de música independiente.

WOMEX
Sevilla (España)
FECHA DE INICIO: 24 de octubre '07
FECHA DE FIN: 28 de octubre '07
Feria Internacional de músicas del mundo.

UFI acudió en calidad de prospecto a la feria South by Southwest.
SxSW
Austin (EEUU)
FECHA DE INICIO: 13 de marzo '07
FECHA DE FIN: 18 de marzo '07
La feria de productores discográficos más importante de EEUU.
El informe realizado por UFI ha servido para que la plataforma Sounds from Spain esté presente en la edición 08.

Misiones comerciales directas

Se trata de un viaje colectivo realizado a un mercado extranjero con grandes posibilidades de negocio para el sector de la música con la finalidad de entrar en contacto directamente con los importadores o distribuidores, para dar a conocer sus productos, profundizar en el conocimiento de la demanda y de la distribución y valorar las posibilidades reales de sus catálogos.

MISIÓN COMERCIAL DIRECTA A LA COSTA ESTE DE EEUU
Nueva York
FECHA DE INICIO: 16 de julio '07.
FECHA DE FIN: 18 de julio '07
UFI propuso y participó activamente en la realización de la misión comercial de empresas de música a Nueva York. Esta actividad, enmarcada en el Plan Sectorial de Icex '07, contó con la participación de 7 empresas socias de UFI. Estas empresas viajaron a Nueva York y mantuvieron reuniones con las empresas estadounidenses más relevantes de diferentes sectores: distribución física, distribución digital, promotores y sellos discográficos.

MISIÓN COMERCIAL DIRECTA A CHINA

Pekín

FECHA DE INICIO: Febrero '08.

FECHA DE FIN: Febrero '08

El objetivo de esta misión es empezar a abrir mercado en China, para ello las empresas participantes visitarán Pekín y mantendrán reuniones con los diferentes agentes del sector durante los 3 días de misión. Además se organizarán visitas a emisoras de radio, salas y sellos discográficos.

ACTIVIDADES DE FORMACIÓN

Seminarios internacionales

La música independiente en la Era digital. Abril 2006

Madrid

FECHA: 5 de abril 2006

A lo largo de dos sesiones, se analizó desde el punto de vista de negocio y desde el de la legislación existente, cómo se articula el nuevo mercado a nivel europeo y mundial, cuáles son las mejores opciones de negocio para canalizar al exterior la música hecha en nuestro país o qué leyes se están promulgando a nivel nacional y europeo para proteger la música y su comercialización en un entorno nuevo como es el digital.

El mercado de la música en China. Octubre 07

Madrid

FECHA: 31 de octubre 2007

A lo largo de dos sesiones, se analizó desde el punto de vista de negocio y desde el de la legislación existente, cómo se articula el nuevo mercado a nivel europeo y mundial, cuáles son las mejores opciones de negocio para canalizar al exterior la música hecha en nuestro país o qué leyes se están promulgando a nivel nacional y europeo para proteger la música y su comercialización en un entorno nuevo como es el digital.

INFORMACIÓN

Estudios de mercado

Estudio de mercado sobre la Industria musical en España, en proceso de elaboración por ICEX.

Informes de prospección

Estudio sobre la posibilidad de desembarco de la plataforma Sounds from Spain en la Feria Internacional South by Southwest (Austin, Texas), elaborado por Mark Kitcatt, Vicepresidente de UFi.

Informes ferias internacionales

- Informe sobre Midem
- Informe sobre Popkomm
- Informe sobre London Calling

Convocatorias

- Convocatorias ferias internacionales (Midem, Popkomm, Womex, London

Calling)

- Convocatoria propuesta de grupos para actividades promocionales (Midem 08, SXSW 08, Popkomm 07, Womex 07, Día Europeo de la música 07)
- Convocatorias ayudas y subvenciones institucionales.

MATERIAL Y ACCIONES PROMOCIONALES

Sitio web

A través de ufimusica.com se informa y hace promoción tanto nacional como internacional tanto de la asociación como de sus asociados además de las acciones realizadas. Más información en www.ufimusica.com

Conciertos Día de la música. 21 de junio

Desde junio 2004 UFi programa y colabora en la producción de El Día Europeo de La Música junto con Fnac y Radio3. Este último año con la participación de 18 grupos propuestos por sellos independientes asociados a UFi repartidos en 5 escenarios ubicados en Madrid, Barcelona, Valencia, Bilbao y Marbella. Más información en www.diaeuropeodelamusica.com

Recopilatorio Inditencias

Desde su fundación UFI colabora con Fnac para promover la música de los sello independientes asociados. Más información en www.inditencias.com

Libro / Guía UFi

Esta guía anual recoge información sobre la asociación y sus asociados. Objetivos y acciones realizadas. Su función es la promoción nacional e internacional. Los canales de distribución: Ferias internacionales, seminarios, medios de comunicación, instituciones, otras asociaciones, etc.

Recopilatorio Promomadrid

Recopilatorio producido por UFi y financiado por PromoMadrid, Institución dedicada a la promoción exterior de empresas madrileñas, con motivo de la Feria Internacional Midem 06.

ACTIVIDADES EN EL SENO DE IMPALA

DESARTICULACIÓN DE LA CONCENTRACIÓN

Sony / BMG

En una decisión histórica que sentará precedentes tanto políticos como legales, el Tribunal Europeo de Primera Instancia revoca la autorización del 2004 de la Comisión Europea que permite la fusión entre Sony/BMG (Bruselas, 14 de julio 2006)

La secretaría de IMPALA promovió una campaña de concienciación entre los gobiernos y la opinión pública del peligro que la concentración de medios de comunicación representa para la diversidad cultural, incluyendo una petición www.forculturaldiversity.org

En marzo de 2007, se inicia la segunda fase de investigación de la Comisión Europea en la revisión de la Fusión SonyBMG. Confirmando el criterio de miles de sellos independientes en Europa sobre el peligro que supone para la competencia la fusión SonyBMG, la CE ha decidido que es preciso realizar una investigación más exhaustiva. Las compañías independientes de música jugarán un papel fundamental en ayudar a la Comisión a determinar los datos y conclusiones de

su "examen del mercado".

Universal / BMG Music Publishing

En mayo de 2007, la Comisión Europea aprueba la fusión entre Universal y BMG Music sujeta a la adopción de medidas correctoras. IMPALA destaca que esta decisión envía un claro mensaje a todas las multinacionales sobre no permitir fusiones a menos que se hagan concesiones. Los independientes estudian en la actualidad la decisión para determinar si las medidas correctoras suponen un control efectivo del poder de mercado de Universal/BMG - ahora la mayor compañía discográfica y editorial del mundo.

EMI / Warner

En febrero de 2007, Impala anunció que había llegado a un acuerdo con Warner para resolver problemas de competencia derivados de la concentración del mercado en caso de que llevarse a cabo la adquisición de EMI. Warner es la única multinacional que trabaja junto a IMPALA para crear un marco integral que ofrezca soluciones, paliando así la preocupación de IMPALA por la problemática derivada de anteriores fusiones.

Reuniones con la Comisión Europea

En febrero de 2007, IMPALA mantuvo una reunión con el Comisario de Educación y Cultura, Jan Figel, para reforzar el apoyo de la Comisión Europea a las industrias creativas y la elaboración de una agenda cultural europea.

PANELS EN FERIAS INTERNACIONALES

Build a community, show strength: how to better network between indies LUGAR: Bruselas

23 de enero 07

Dentro de la programación del MIDEM y repitiendo el esquema de años pasados, Impala y WIN han firmado un acuerdo de colaboración con la Feria que incluye un día consagrado a ponencias y paneles con los productores independientes como protagonistas. Es lo que se ha venido llamando en ediciones anteriores el International Indie Summit. Se contó con ponentes de alto nivel de todo el mundo en el ámbito de la producción, distribución y editorial. En dicho programa, Mario Pacheco (Presidente de UFi y fundador del sello Nuevos Medios) estuvo presente como ponente en el panel titulado "Build a community, show strength: how to better network between indies", donde junto a representantes de otros países, charlaron sobre los trabajos que ha desempeñado la comunidad independiente a nivel mundial.

SEMINARIO INTERNACIONAL

The music industry reinvented?

Bruselas

1 de marzo

Seminario fue organizado por la secretaría de IMPALA para responder a un tema: el futuro de la industria cuando la demanda de música es cada vez mayor pero el modelo de negocio aún es inseguro. ¿Cómo vamos a generar y repartir adecuadamente dinero a partir de las posibilidades ofrecidas por la música digital e intangible? Posteriormente se editó un libro con las diferentes ponencias que se repartió entre los asociados.

PREMIOS IMPALA

Impala creó en el año 2005 los premios Impala European Music Sales con el fin de premiar a los sellos independientes europeos en diferentes categorías que varián desde Multi-Platino hasta Plata. Más de 30 premios fueron concedidos durante el primer semestre de 2007. Entre los artistas y sellos españoles premiados figuran:

Ojos de Brujo, por "Techari" (Diquela Records)
SFDK, por "Los Veteranos" (Boa Music)
Violadores del Verso, por "Vivir para contarla" (Boa Music)
Nach, por "Ars Magna / Miradas" y por "Poesía difusa" (Boa Music)
The Sunday Drivers, por "Little heart attacks" (Mushroom Pillow)

ACTIVIDADES EN EL SENO DE WIN

CREACIÓN DE MERLIN

UFI es miembro fundador de Merlin, la primera agencia internacional de licencias en el ámbito de la música digital. Merlin empezó a operar oficialmente en agosto de 2007 con la formación de su primera junta directiva. Su objetivo consiste en representar al sector global independiente para garantizar un acceso equitativo a los ingresos derivados del negocio digital, evitando así la discriminación de los independientes y negociando acuerdos que sean difíciles de alcanzar individual o localmente.

Merlin es una organización hermanada con WIN, y nació en el seno de WIN como su más importante proyecto internacional. Merlin opera como una organización autónoma sin ánimo de lucro, propiedad de sus socios y con sedes en Holanda y Londres.

Acuerdos alcanzados por Merlin

Snocap

Es el primer acuerdo colectivo alcanzado por Merlin y que dará a sus socios con independencia de su tamaño o localización, la oportunidad de obtener ingresos de el nuevo producto MyStore de MySpace a través del acuerdo alcanzado con SNOCAP

COLABORACIONES

FORO ESTATAL DE LAS ARTES ESCÉNICAS Y LA MÚSICA

UFI participó como interlocutor en la reunión del Foro Estatal de las Artes Escénicas y la Música celebrado en Sevilla los días 5 y 6 octubre '07. Este foro, iniciativa de INAEM, pretende ser antecedente de la creación del Consejo Estatal de las Artes Escénicas y la Música. Los objetivos de este Consejo se resumen en: crear un espacio de reflexión e intercambio de opiniones / recoger aspiraciones y propuestas de los principales agentes y destinatarios de las políticas culturales / detectar las demandas y prioridades en los sectores de la música, el teatro, la danza y el circo.

RED ESPAÑOLA DE TEATROS, AUDITORIOS, CIRCUITOS Y FESTIVALES

UFI ha establecido las bases para una colaboración en 2008 con la Red Española de Teatros enfocada a la programación de música en teatros.

SEMINARIO INTERNACIONAL DIGITAL MUSIC 2.0

Los días 30 y 31 Junio '07 se celebró en Barcelona el Seminario Internacional Digital Music 2.0 organizado por el ICIC. Se dieron cita en este seminario importantes personalidades relacionadas con la industria de la música digital.

MUSICAM

UFI cerró un acuerdo con Musicam, empresa dedicada a la ambientación musical, para que la música de los socios esté presente en los canales de sus clientes y para la creación de un canal propio UFI.

iCAT

Acuerdo con la cadena de Catalunya Radio para que la música de los sellos independientes esté más presente.

FESTIVAL AUDIOVISUAL "ÁTALO EN CORTO"

El Festival de San Lorenzo de El Escorial tiene como objetivo la promoción y difusión de las obras audiovisuales, en su categoría de cortometraje y videoclip, de realizadores españoles o residentes en el territorio nacional.

ATRAPALO.COM

El portal de Atrapalo.com se encuentra a disposición de los socios de UFI para la difusión y promoción de conciertos.

Copyleft Manual de uso

VV.AA.

Edita: Traficantes de sueños
Entidades colaboradoras:
UNIA arteypensamiento
y Arteleku
Madrid, 2.006

¿Qué es la propiedad intelectual? ¿Qué son los derechos de autor? ¿A qué se refieren cuando hablan de piratería? ¿Qué es el copyleft?

Estas preguntas y muchas más son el objeto de reflexión de este libro concebido como un manual de uso, una guía que pretende analizar desde un punto de vista crítico el panorama de la propiedad intelectual, así como ofrecer información útil para la aplicación del copyleft.

Copyleft. Manual de uso supone un paso más dentro del activismo político que rodea todo este movimiento social de reflexión y de búsqueda de modelos alternativos sobre la propiedad intelectual y la defensa de los derechos de autor. Tras varias reuniones y encuentros monográficos de colectivos y profesionales sensibilizados sobre estos temas en Barcelona, Sevilla, Málaga o San Sebastián, se decide editar este libro fruto de la colaboración de varios autores; en un intento



por pasar del plano de la reflexión al plano de la actuación, con un objetivo muy concreto: difundir al máximo la ideología copyleft, las licencias libres (www.creative-commons.org) y proporcionar herramientas para su puesta en marcha.

Conscientes de que cada ámbito de la producción de obras intelectuales tiene unas características propias, con unas formas de producción y distribución particulares e incluso una legislación específica sobre propiedad intelectual, el editor ha organizado este manual en capítulos monográficos: el software, la música, la edición, el arte y la creación audiovisual.

Cada capítulo comienza con un análisis del panorama legislativo actual, para pasar enseguida a ofrecer un manual de instrucciones ejemplificado sobre qué implica el empleo del copyleft y cómo

aplicar las licencias libres, sus ventajas e inconvenientes en cada ámbito de creación.

El libro tiene un marcado carácter práctico e intenta resolver todas las cuestiones que pudieran surgir, sin evitar entrar al meollo de aquellos temas que se esgrimen como argumentos para justificar el copyright, como es el salario de los artistas o creadores. Asimismo se aportan interesantes cartografías de las comunidades copyleft o de recursos online con contenidos artísticos copyleft.

El libro se cierra con dos artículos sobre la dimensión política del copyleft, sus orígenes, su desarrollo y razón de ser, así como una irónica reflexión sobre la Ley y el derecho de copia.

En definitiva, un interesante manual de lectura ágil y analítica, imprescindible para comprender la trascendencia e importancia de permitir la libre circulación de la información como único motor para el desarrollo sostenible de nuestra sociedad.

Isabel Ojeda Cruz

Los nuevos centros culturales en Europa

Roberto Gómez de la Iglesia (editor)
Grupo Xabide
Vitoria-Gasteiz 2.007

En su prologo el editor de la publicación plantea una reflexión que es la razón de la edición de este libro "Asumimos en nuestros discursos, desde el mundo de los gestores culturales, la velocidad del cambio y la necesidad de adaptar nuestras estructuras, nuestras ofertas y nuestros modelos organizativos a la rápida evolución de las necesidades, preocupaciones e intereses de la ciudadanía. Entonces, si todo cambia, ¿necesitamos centros culturales "permanentes" para toda la vida?" y más adelante añade "Hemos abrazado el siglo XXI con menos reflexiones que cemento en nuestras ciudades, con muchas lecciones aprendidas de las bondades... y perversiones del "boom" de las infraestructuras culturales de las últimas décadas"

Esta publicación, que bebe de los contenidos planteados en el Congreso internacional: "Los nuevos centros culturales en Europa" organizado por el Grupo Xabide y celebrado en Bilbao en el 2006, presenta un total de 22 aportaciones al debate.



Nos encontramos ante un elenco diferente, pero coherente, en relación al debate sobre los nuevos equipamientos. En este sentido el libro plantea un primer grupo de aportaciones más teóricas y globales, como son el propio prólogo de Roberto Gómez de la Iglesia, que además de incitar a la reflexión a través de sus certeros comentarios, aporta un interesante esquema en relación a la evolución de las tipologías más representativas de los centros culturales en la Europa mediterránea desde 1970, además de un decálogo relativo a las cuestiones básicas que deben de definir los centros culturales y los retos a los que se enfrentan en la actualidad.

Jordi Baltá presenta un resumen de un estudio realizado

por la Fundación Interarts relativo a los centros culturales polivalentes y sus tendencias en Europa, en el que analiza la realidad de los centros culturales de 5 regiones europeas. Por su parte Jordi Martí reflexiona sobre la construcción de ciudadanía desde los centros culturales, fortaleciendo el espacio público de la ciudad y reflexionando sobre su valor de uso por encima de su valor de cambio. Dentro de este bloque de reflexiones generales el colectivo de arquitectos Cuartoymitad, así como el arquitecto Francisco J. Mangado reflexionan, desde la óptica de la arquitectura, sobre el papel de los centros culturales en el espacio público, la verdadera razón de los nuevos "contenedores" culturales y el espacio necesario para las "subculturas urbanas".

A continuación se presentan 18 experiencias, mayoritariamente de fuera del estado, y con un gran grado de originalidad que no se limitan a simples presentaciones de sus realidades, si no que reflexionan sobre sus principales características definitorias como ejemplos de "buenas prácticas".

Las experiencias extrajeras planteadas son variadas tanto geográficamente, y por lo tanto de entornos de políticas culturales diferentes, como desde sus aspectos más definitorios. De este modo nos

encontramos con un análisis del Centro Pompidou y los grandes equipamientos de Francia, un ejemplo de reconversión del patrimonio industrial en centro cultural de gran atracción (Zollverein), una experiencia de mejora de autoestima y reinención de la ciudad a partir de la cultura (Dundee), un acercamiento a nuevos públicos a través de programas educativos (London Symphony Orchestra desde su espacio de St. Luke's), una propuesta de relación del arte de vanguardia con el público mediante la figura de los mediadores (Palacio de Tokio en París), la transformación de una fábrica de producción de cable en una fábrica de expresión artística (Cable Factory en Helsinki), la apuesta por la relación arte y tecnología (centro ZKM de Karlsruhe), la voluntad de fascinar al visitante (Ars electrónica de Linz), la singular experiencia del restaurante y club nocturno Eleven de Ámsterdam que se define como centro cultural y dinamizador de un museo con el que comparte edificio, y las reflexiones sobre la viabilidad económica de las entidades culturales planteadas por la Fundación Serralves de Portugal. Verdaderamente una interesante selección de experiencias que abren nuevas perspectivas a la hora del debate sobre el futuro de los centros culturales.

A nivel de las experiencias del

estado , son de destacar la labor de llegar a nuevos públicos de la Ciudad de las Artes y Ciencias de Valencia, la fidelidad a un proyecto de participación popular como es el caso del Ateneo popular Nou Barris de Barcelona, la búsqueda del equilibrio de un centro cultural de carácter autonómico con su implantación en un entorno local como es el caso del centro de creación y pensamiento contemporáneo Can Xalant de Mataró (Barcelona), la singular experiencia de la puesta en marcha del MUSAC de León, la información relativa a Artium, Centro-Museo Vasco de Arte Contemporáneo de Vitoria-Gasteiz, al centro Rocío Umbert de Granollers (Barcelona), al Forum metropolitano de La Coruña y al receinte proyecto "La Laboral": Ciudad de la Cultura en Gijón (Asturias).

En definitiva se trata de un interesante libro de lectura recomendada, ya que además de hacernos reflexionar sobre nuestro centros culturales, su función real y lo que debieran de ser, nos ofrece información y experiencias útiles para ayudarnos a reinventar lo que tenemos y a diseñar adecuadamente lo nuevo de cara a seguir trabajando en nuestro objetivo de construir ciudadanía y servir a la ciudadanía.

Mikel Etxebarria Etxeita

Memoria 2.006 de la Confederación de Cajas de Ahorro

Los datos que se presentan son motivo de reflexión por la importancia que tienen en la Sociedad Española. La Obra Social se plantea como un fin en sí y no un complemento, pero en otro párrafo destacan a las Cajas como Fundaciones Privadas con una doble función: financiera y social. Es decir que el equilibrio puede dejar paso a la rentabilidad económica al utilizar lo social como inversión en promoción de las Cajas y olvidar otros objetivos socioculturales.

La inversión de las Cajas en los últimos años de 6.235 millones de euros debería de perseguir "confianza entre las personas para acometer proyectos comunes de manera satisfactoria", como se resalta en el informe, pero se detectan en la grandilocuencia de las cifras tendencias a la baja: en 2.005 se destinó a Obra Social el 27,1% y en 2006 el 23,8%.

Desde 1996 es el porcentaje más bajo destinado a Obra Social.

El equilibrio entre lo financiero y lo social a veces tiene un sesgo hacia la comunicación con acciones de publicidad, relaciones públicas, publicity

o reclamos promocionales, más que a la prosperidad general, la cohesión geográfica y social o la solución de problemas, como se presenta en la introducción.

Otra tendencia a estudiar es la gestión realizada que mantenía equilibrio territorial por realizaciones propias de las Cajas y de colaboración con otras entidades públicas y privadas, por una tendencia a programar "Actividades y Exposiciones Itinerantes" de Gestión Propia (63,82%), que justifican la inversión como Obra Social en los territorios que recorre ahorrando costes, pero reduce su incidencia en realizaciones con otros agentes del territorio, que impulsan programas de mediano y pequeño formato con diversidad de actuaciones en su gestión de colaboración (37,18%), quizás más interesante para acciones territoriales en la comarca y el municipio.

Las Cajas representan un papel primordial para el desarrollo de Programaciones Culturales con 585.366 miles de euros, que supone el 38,39% del total de la Obra Social para 2.006, que sumaría 1.524.629 miles de euros. Estos datos se extraen de una clasificación inadecuada para los Gestores Culturales, ya que ellos dividen en 4 áreas y Cultura estaría en dos:

-Cultura (33,19%) y Tiempo Libre (6,77%).

-Asistencia Social y Sanitaria (32,09%).
-Educación e Investigación (17,22%).
-Patrimonio Histórico-Artístico (5,20%) y Natural (5,53%).

Si sumamos estos dos epígrafes sacados de las áreas de Cultura y Patrimonio Histórico-Artístico en gestión propia sería 426.798 miles de euros (74,6%) y en gestión de colaboración 158.569 miles de euros (25,4%).

Mientras que se ha bajado porcentualmente la inversión en Cultura y Patrimonio Histórico-Artístico en los últimos 5 años, el impacto en el PIB ha alcanzado 518.920 con 11.018 empleos. Es importante los datos globales, pero con grandes contrastes por regiones en especial para Andalucía.

Cultura y Patrimonio Histórico-Artístico sumaría: 1.487 Centros y 51.342 Actividades, que llegarían a 59.610.034 beneficiarios participantes con mayor volumen los que entrarían más bajo la primera denominación.

Los datos y las acciones más relevantes de las Cajas Andaluzas serían:

Caja de Jaén con 525,4 miles de euros (1%), en 112 Centros y destaca la Actividad más importante "Etnosur".

Caja San Fernando con 6.862,5 miles de euros (13,1%), 36 Centros y 1.735 Actividades destacando su sello solidario.

Caja Sur con 9.162,8 miles de euros (17,5%), 21 centros y 263 Actividades destacando la restauración de la Iglesia de Santiago Apóstol de Iznajar.

Caja el Monte con 1.506,9 miles de euros (2,8%) y 805 Actividades destacando Innovatec, Diálogos de Córdoba y Foro de Cádiz.

Caja General de Granada con 9.562 miles de euros (18,3%), 16 centros y 607 Actividades destacando la XII Semana Internacional de Órgano de Granada.

Unicaja con 24.503,5 miles de euros (47%), 44 centros y 2.054 Actividades, destacando la Videoteca de Cine Científico.

El total de las Cajas Andaluzas es de 52.123,7 miles de euros con una gran variabilidad en las cantidades asignadas para Obra Social. Destacar la inversión de Unicaja 47% del total andaluz y los bajos porcentajes de El Monte y Caja Jaén.

La suma de todas las Cajas Andaluzas sería el 8,9% del total de inversión de la Confederación de Cajas Españolas en Cultura. El número de

Centros Culturales 229 que sería el 15,4% y en actividades 5.465 que sería 10,6% del total español.

Teniendo en cuenta que la población andaluza representa el 17,8% de la población española, según el Informe Socioeconómico 2006 de Andalucía, tenemos un déficit respecto a otras regiones españolas en cuanto a la inversión de nuestras Cajas en Obra Social y en Cultura.

Las inversiones de otras Cajas como Caixa, Caja Madrid, Caja Duero, etc., tienden a Actividades Itinerantes y de Comunicación. Se debería negociar su inversión en Andalucía al aumentar el número de sucursales y apenas invertir en Centros y en actividades de colaboración, ya que no se desglosan los datos.

La inversión de la Obra Social de las Cajas es muy importantes y se debiera exigir más por parte de las entidades socioculturales públicas y privadas, especialmente en Andalucía, donde los contrastes son muy llamativos.

Esperemos que con la creación de Cajasol se corrijan y aumenten las inversiones de la Obra Social en Cultura para equipararse a Unicaja. Por cierto en la Memoria El Monte viene sin Centros Culturales ¿y la realidad no es esa?

Pedro J.

La sociedad de la cultura

Arturo Rodríguez Morató
Ariel, Barcelona 2.007

En los últimos años se ha hecho ostensible cómo el análisis de la cultura ocupa un lugar preferente en las ciencias sociales; la ausencia de una fundamentación autónoma en el estudio de la cultura ha propiciado que sea analizada desde diversos enfoques, siendo uno de los más relevantes la sociología.

En éste contexto se inscribe la publicación coordinada por el profesor de la Universidad de Barcelona Arturo Rodríguez Morató, presidente de la Asociación Española de Sociología de la Cultura y las Artes, entidad convocante del coloquio internacional "la sociedad de la cultura. Un nuevo lugar para las artes en el siglo XXI" (Barcelona 2.002); cuyos contenidos se recogen en el libro ofreciendo una visión de conjunto de la cultura en la contemporaneidad.

Se estructura en tres partes precedidas de más que una introducción al uso, una extensa y brillante reflexión del propio Rodríguez Morató que sirve para situar orientativamente los textos que componen las diferentes

aportaciones y para formular la noción de sociedad de la cultura; que con el título "la perspectiva de la sociedad de la cultura expone que actualmente ésta es un elemento fundamental y visible de la realidad social, estando presente tanto en el plano institucional, sectorial, industrial, etc..., como en la creación artística, e impregnando ámbitos que abarcan planes estratégicos urbanos, de desarrollo territorial, procesos de producción y de consumo, ideológicos e identitarios; haciéndose muy evidente en la población a través del ocio y los medios de comunicación dándose un fenómeno de culturización de los hábitos de vida contemporáneos.

Apuntando que ésta situación responde a tres lógicas de cambio entrelazadas: cambio socioeconómico, cambio organizacional y cambio idelógico, y que se caracteriza por la ampliación del sector cultural y de su Espacio de influencia, el ensanchamiento de la esfera cultural originando diversas alteraciones y la culturalización de la economía así como del ámbito de la política.

La primera parte "el ecosistema cultural" comprende tres Capítulos en los que se examina: las transformaciones que se han percibido en la participación cultural en Occidente por Gilles Prono-

vost (Universidad De Québec); el fenómeno de la patrimonialización cultural de Antonio Ariño (Universidad de Valencia) y Vera Zolberg (Universidad de Nueva York) aborda las modificaciones que se producen en las instituciones artísticas desde el prisma norteamericano. En la segunda parte "la territorialidad de la cultura" Scout Lash y John Myles (Universidad de Londres) y Xan Bouzada (Universidad de Vigo) tratan sobre las nuevas estructuraciones y dinámicas territoriales de la cultura en el marco de la globalización y la culturalización de la sociedad actual. Finalmente con el título "cultura, sociedad, sociología", Gaëtan Tremblay (Universidad de Québec) analiza las circunstancias por las que la cultura es hoy un sector de actividad muy significativo y advierte de ciertos riesgos que de ello se desprende. Salvador Giner (Universidad de Barcelona) cierra el libro realizando un ejercicio crítico de las consecuencias preocupantes que en su desarrollo la sociedad de la cultura genera.

Enrique del Álamo Núñez

La cultura en las ciudades Un quehacer cívico-social

Héctor M. Pose Porto
Editorial Graó, Barcelona
2.006

Uno de los axiomas de este final y principio de siglo es la centralidad que la cultura ocupa en la sociedad y de la ciudad como su escenario vital. Héctor M. Pose, profesor de la Universidad de La Coruña, con amplia experiencia en el campo de la gestión cultural -ejerció como técnico municipal varios años- y coordinador de diversos proyectos de investigación, nos presenta ésta publicación en la que el binomio cultura-ciudad es sometido a un minucioso estudio.

El libro contiene cuatro extensos capítulos, un escueto epílogo (caso práctico) y una abundante bibliografía, al inicio un breve preámbulo nos introduce en la idea de ciudad y su papel contemporáneo, apuntando entre las tipologías su decantación por la denominada ciudad intermedia como el espacio idóneo para realizar los postulados que propone. El primer capítulo "la cultura y las políticas culturales como prácticas sociales: discursos y realidades" está dedicado a la conceptualización de la cultura, las políticas culturales y

la animación sociocultural. En cuanto a la primera afirma entender la cultura más como una actividad procedural que como producto, que posee un valor expresivo o comunicativo fundamental, que no se circscribe tan solo al ámbito intelectual ni a las denominadas Bellas Artes. La cultura en tanto que actividad está ligada al desarrollo social de las personas y de las comunidades en términos de relaciones y de transmisión de valores, de ahí que se aprecie su sentido diferencial y cívico como efectos de la misma.

Sobre la segunda puntualiza que la política cultural institucional debe suponer la definición de objetivos y estrategias, la puesta en marcha de estructuras de apoyo a la acción, la disposición de recursos humanos y económicos y la existencia de un sistema de información y de valuación de sus resultados. Referente a la animación sociocultural expresa su consideración como alternativa complementaria, examinando sus concepciones y el papel que puede jugar en la acción cultural de la ciudad.

En el segundo apartado "la cultura como práctica educativa: la ciudad educadora", el autor efectúa una llamada de atención a una de las cuestiones más críticas: la educación, demandando la imperiosa necesidad de conviven-

cia entre la acción cultural y la educación en el marco de la ciudad. Acentúa el valor de la educación como uno de los ejes del desarrollo comunitario, incidiendo en que las estrategias de educación constituyen un factor determinante en la dinamización territorial.

El tercer capítulo "la cultura en las ciudades: el sentido diferencial de la cultura urbana" se atienden varios aspectos en los que la cultura desempeña una función catalizadora en las alteraciones sociales que generan las nuevas tecnologías y las innovaciones que se producen. También las consecuencias de las transformaciones económicas que propician novedosa estrategias ciudadanas que abarcan desde la implementación de políticas de participación y fomento a la creatividad a la articulación de planes desarrollistas que teniendo a la cultura como motor persiguen reubicar la ciudad.

Para terminar con el título "cultura y poder local: el compromiso con la cultura", se hace un breve repaso a nuestra historia reciente de la relación entre cultura y municipio deteniéndose en la ambigua e insuficiente legislación local. Analiza las respuestas que actualmente se están ofreciendo en forma de estrategias y normativas para hacer frente a las nuevas de-

mandas ciudadanas y cómo la indefinición en la formulación de las políticas públicas es suplida por la planificación estratégica y los planes de acción cultural. En definitiva nos encontramos ante un volumen con vocación de obra referencial.

Enrique del Álamo Núñez

La liga de los olvidados

José Luis Tirado
Documental
Pal, color, estéreo. 60 min.
ZAP producciones
y Zemos98. 2.007
www.laligadelosolvidados.es

Me ha sorprendido la habilidad con la que el director de este documental se ha valido del fútbol como hilo conductor de un relato sobre las arriesgadas peripecias de los emigrantes y sobre la dureza de la vida que están obligados a soportar. Reconozco, sin embargo, que el impacto más intenso lo he recibido de los mensajes que, a través de las imágenes y de las palabras, están formulados en esta producción tan estimulante, tan densa y tan valiente.

Como nos ocurre con la mayoría de los asuntos humanos, en la interpretación



y en la valoración del fútbol, podemos caer en dos visiones opuestas igualmente erróneas: la del forofo que, con ingenuo papanatismo, lo absolutiza o lo sacraliza, y la del pseudointelectual que, con suntuosidad postiza, lo ignora o lo desprecia. El fútbol, además de un deporte, es un espejo de aumento que refleja nuestros comportamientos cotidianos y, sobre todo, es un foco potente que nos descubre los perfiles psicológicos, los rasgos sociológicos y las convicciones éticas de sus diferentes actores: de los futbolistas y, también, de los espectadores.

Por estas razones, hemos juzgado oportuno su utilización para hilvanar los diferentes episodios de ese itinerario palpitante y arriesgado que, empujados por la necesidad de, simplemente, vivir, emprenden los emigrantes. Nos ha llamado

la atención la manera valiente de analizar las condiciones sociales y los estilos de vida de los que, procediendo de unas culturas tan distantes a las nuestras y, a veces, tan estigmatizadas, tratan convivir recordando ritmos y melodías, y evocando sus costumbres festivas y sus hábitos culinarios.

Mientras visionaba el video, he recordado las palabras con las que el pensador, escritor, ensayista y periodista alemán, Hans Magnus Enzensberger, premio Príncipe de Asturias del 2002 y una de las figuras más importantes del pensamiento europeo de la posguerra, justificaba su afición por el fútbol y por la televisión: "Consumo estos programas como si fueran medicinas, como si me administraran unos eficaces psicofármacos. Con la intención de evitar la adicción, procuro cuidar siempre sus dosis y sólo me los tomo periódicamente, con el fin de aliviar las tensiones, de disminuir el estrés, de serenar el ánimo, descansar del trabajo, distraerme, divertirme y entretenerte".

José Antonio Hernández Guerrero

10 en cultura

www.diezencultura.es

Cacocu

www.cacocu.es

En 2.005, los Vicerrectorados de Extensión Universitaria de las Universidades andaluzas pusieron en marcha el Proyecto Atalaya, con el respaldo de la Dirección General de Universidades de la Consejería de Innovación, Ciencia y Empresa de la Junta de Andalucía. La planificación de las actuaciones contempladas en su marco no olvidó el decisivo rol que las nuevas tecnologías juegan en el territorio cultural y, como consecuencia, algunas de esas actuaciones quedaron orientadas y planificadas hacia Internet como herramienta de difusión e interacción de los programas y actividades de los diferentes Vicerrectorados.

Dos fueron los espacios web impulsados en esta primera propuesta: por un lado 10 en Cultura (producto 03 del Observatorio Atalaya), una web con espíritu unificador, diseñada por la empresa Carintia, desde la que acceder al extenso mapa de actividades y convocatorias emanadas de los diez Vicerrectorados de Extensión Universitaria andaluces. Coordinada por el Vicerrectorado de Extensión Universitaria de Cádiz, 10 en Cultura apostó desde su configuración

por un perfil diáfano que favoreciera la interacción entre público y servicio. Así, mediante una clave de acceso individualizada, cada Vicerrectorado puede subir información a la web estableciendo un sencillo y económico proceso de mantenimiento y protocolo. La estructura interna de la web se establece en torno a cuatro apartados fundamentales en los que poder inscribir cada evento, según su modelo:

- a) Agenda
- b) Noticias
- c) Directorios
- d) Documentos

Tal disposición no sólo permite un seguimiento cronológico y temático de cada entrada sino que además pone a disposición del usuario un fondo documental relacionado con el ámbito cultural y un directorio de cargos académicos y técnicos de cada Vicerrectorado. 10 en Cultura también incorpora un servicio de Alertas Culturales en el cual cualquier usuario puede inscribirse para recibir de forma personalizada en su correo electrónico información puntual de la actividades relacionadas con el área geográfica y temática (convocatorias, publicaciones, actividades formativas, cine e imagen, exposiciones, literatura, teatro y danza, idiomas, música y programas estacionales) que desee. Un buscador y el habitual mapa de la web completan un espacio desde el que, por primera vez, se ofre-

ce información cultural conjunta de todos los Vicerrectorados de Extensión Universitaria de Andalucía con un talante integrador. Es responsabilidad de cada uno de ellos mantenerla activa y vigente y de los usuarios consultarla, interactuar y opinar sobre sus posibles mejoras.

En la propia web de 10 en Cultura se encuentra en enlace de acceso a CaCoCu, Canal de Cultura Contemporánea de las Universidades Andaluzas. Como el propio portal indica, CaCoCu es "un canal de archivos multimedia que, con un simple click, nos permite acceder a documentos de video, audio, imágenes y textos". El portal multimedia, coordinado por el Vicerrectorado de Extensión Universitaria de la Universidad de Granada, ofrece un archivo documental agrupado temáticamente en la siguiente tipología:

- a) Artes escénicas
- b) Música
- c) Literatura
- d) Artes visuales

Las universidades se encargan de tomar y enviar a Granada la documentación, imágenes, fotografías, galerías y todo tipo de recursos audiovisuales de sus actividades culturales que, posteriormente, quedan colgados en dicho portal a disposición de los usuarios que quieran acceder a ellos desde su equipo informático.

Sencillez e inmediatez vuelven a ser los rasgos más destacados de una página dotada también de buscador, de un enlace de acceso a materias más concretas y de un registro de usuario personalizado que permite visionar los documentos en alta resolución y enviar comentarios sobre los documentos.

Ambos portales no se limitan a complementar y difundir la oferta cultural de las Universidades Andaluzas sino que se erigen en decisivas herramientas de la misma en el marco de Internet, a modo de compromiso cultural y tecnológico, además de fomentar la comunicación e interactividad entre servicios y usuarios.

Salvador Catalán

Mellotron nº3

Edición España
Astral
Barcelona, 2.006

Con cierto retraso, del que más tarde daremos alguna pincelada, llega a nuestras manos el número 3 de la revista Mellotron. Versión española de la que desde mediados de los 90 se edita en Argentina, y que antes de que acabe este año 2.007 verá a la luz su número 36.

La publicación viene a llenar un espacio de información, divulgación y consulta perma-



nente sobre lo que sucede en el mapa del rock-progresivo a uno y otro lado del Atlántico. Para los más desmemoriados o despistados haremos un rápida aclaración sobre el estilo musical. Surgido a finales de los 60, tiene su eclosión y época dorada en la primera mitad de los 70. Así el rock-progresivo se ha conocido por multitud de nombres: música underground, psicodélica, progresiva, art-rock, rock sinfónico y últimamente prog-rock. En los años 90, desde el ámbito de la independencia, hay un resurgir -buena muestra de esto que indicamos es la revista Mellotron-, aunque debemos advertir que dicha acción esta fuera de cualquier circuito comercial. Para encontrarlos hay que recurrir a medios de difusión alternativos. Y no debemos olvidar la versión "revivalista" actual del estilo, con la aparición y multiplicación de numerosos grupos en muchos puntos del planeta que, no sin cierta nostalgia,

emulan a los grandes grupos de inicio de los 70.

A pesar de esta recuperación debemos afirmar que el caso de España difiere un tanto del resto de Europa, e incluso de algunos países de América del sur, como con el ya citado. Aquí no hay una infraestructura mínima que apoye al movimiento, buena prueba de ello es la dificultad ante la que se encuentra la revista Mellotron, aunque también es cierto que igualmente ocurre con otras publicaciones culturales de otras tendencias.

Aun así los editores de Mellotron -en su versión española-, sabían muy bien a lo que se enfrentaban en 2.003 al publicar su primer número, ellos mismos se autoproclamaron "un suicidio editorial". Sin embargo la aparición de este número 3 nos hace pensar que no van por el mal camino. La revista mantiene -con un diseño muy original, que la hace fácilmente reconocible-, el esquema iniciado hace tres años dedicando su parte más extensa a alguno de los tótem del estilo, que a su vez ofrezca alguna novedad discográfica. En este caso hablamos de Mike Oldfield; en ocasiones anteriores han sido Yes y Genesis los protagonistas. A través de quince páginas se hace un recorrido extenso por toda su trayectoria musical, haciendo especial hincapié a sus geniales comienzos. A los veteranos Marillion también se le dedica

buenas partes de la publicación, en este caso un segundo fragmento de un artículo iniciado en el número anterior. En esta ocasión se retrata al grupo desde la marcha de Fish hasta la actualidad. Estos dan el relevo a Dream Theater, en cuya primera parte se trata a la banda hasta 2.004, justamente sus años más desconocidos y porqué no decirlo, menos "metálicos". Un repaso a las principales bandas argentinas de rock-progresivo, así como un reportaje del Festival de Tiana (Barcelona) completan la publicación junto a un nuevo gran desglose de reseñas discográficas: sin lugar a dudas una de las piezas fundamentales de la publicación. Hasta un total de treinta y tres nuevas producciones son analizadas por nueve especialistas. Desde las novedades de viejas glorias del estilo como IQ, The Flower Kings o Alan Parsons hasta las propuestas más recientes del progresivo español como son Psicotropia. En definitiva todo un tremendo esfuerzo para el disfrute del devorador musical. Y si hay que poner algún pero, ese es que quizás se eche en falta un índice junto al staff de la publicación. Aunque también somos conscientes que estos pequeños detalles se mejoran con el tiempo y el saber que da la veteranía.

Decíamos al inicio que problemas ajenos a Mellotron habían impedido su cita con el lector en 2.005. Ellos que sin du-

da son muy educados dejan la explicación en la sección de consultas internautas de lectores. Nosotros no romperemos el misterio pero sí indicaremos que una vez más el problema radica en la falta de apoyo, infraestructura e incluso de cortesía, ya no sólo hacia el rock-progresivo, si no hacia cualquier tendencia cultural que hoy día se salga del estrecho corsé impuesto por las grandes multinacionales. Carlos Romeo nos indicaba hace algunos años que la industria musical actual se sustenta debido al consumo masivo e instantáneo que, gracias a la venta de miles de unidades en pocas semanas, son capaces de generar beneficios inmediatos, en lugar de procurar un fondo de catálogo artísticamente aceptable y que fuera una gran fuente de ventas a largo plazo.

La música creativa existe, aunque haya que buscarla fuera de los círculos propiciados por las grandes empresas. La escena de los 70 era fluida, sin fronteras nítidas, tanto para el público como para los músicos, y el abanico de influencias era múltiple. Es nuestra obligación luchar por esa anarquía de la cultura, para que la música llene nuestra vida, no sólo vacíe nuestros bolsillos.

Santiago Moreno Tello

MANIFIESTO

POR UNA NUEVA CULTURA DEL TERRITORIO

10 de marzo de 2006

La evolución que están experimentando los usos del suelo en España, principalmente a causa de los avances de una urbanización realizada de forma masiva y sobre terrenos no siempre adecuados, es muy preocupante. Este proceso está teniendo consecuencias ambientales y paisajísticas muy negativas cuyo alcance, en muchos casos, no viene siendo ni considerado, ni corregido. El actual modelo de urbanización está teniendo asimismo consecuencias perniciosas para la calidad de vida de los ciudadanos -de las que son expresión palmaria las dificultades de acceso a la vivienda, el incremento de la movilidad y el aumento de los costes de los servicios- y puede comportar efectos preocupantes para el mismo equilibrio del sistema financiero y la actividad económica, tal como han advertido en reiteradas ocasiones las autoridades fiscales y monetarias.

Además, la práctica del urbanismo ha devenido demasiado a menudo sinónimo de opacidad, de "mala política" y aún de corrupción. Así, el instrumento que debería servir para ordenar los usos del territorio en beneficio de la colectividad ha acabado identificándose, en muchos casos, con una técnica ininteligible donde la participación democrática del conjunto de actores presentes en los territorios es irrelevante y prevalecen los intereses de los agentes urbanizadores.

En el campo disciplinar, la propia expresión "ordenación del territorio" no ha alcanzado todavía un suficiente consenso científico-técnico, y su práctica real en la mayoría de las

Comunidades Autónomas no ha llegado a ser relevante en términos político-administrativos. Así, se consume voraz y desordenadamente un recurso limitado, el territorio, sin disponer de instrumentos adecuados y sin que se atisben respuestas suficientes a los graves e irreversibles daños que en muchos lugares se están ocasionando. La gestión prudente del territorio debe convertirse en el elemento central de un nuevo debate ciudadano. Un debate democrático en el que participen todos los actores concernidos, especialmente aquellos que menos capacidad tienen para hacer oír su voz. Es imprescindible que la sociedad española tome conciencia de que, de persistir, el mal uso y desgobierno del territorio acarrearía, tras una corta etapa de grandes beneficios privados, largos períodos de onerosos costes ambientales, económicos y sociales. La mayor capacidad técnica para transformar la naturaleza y los espacios de vida, el rápido aumento de la población y de los niveles de consumo debe ir acompañada de prudencia y respeto en el uso y la gestión de los recursos de que disponemos. Sólo así conseguiremos mantener y mejorar nuestro nivel de bienestar, sólo así aprovecharemos las grandes potencialidades de que goza nuestro territorio, sólo así evitaremos legar a las generaciones venideras una España desfigurada, plagada de riesgos y repleta de exasperaciones cotidianas, de desequilibrios territoriales, de procesos segregadores y de deterioro irreversible de elementos culturales, simbólicos y patrimoniales.

El buen gobierno del territorio, de la ciudad y

del campo, como el representado en el maravilloso fresco del Palacio Comunal de Siena, es responsabilidad de todos. Por ello debe convertirse en un tema político de primer orden, entendiendo por político no únicamente la práctica institucional o partidaria, sino también el compromiso del conjunto de los ciudadanos. Cada ciudadano tiene derecho a vivir en un ámbito digno, sano y bello, pero también tiene el deber de cuidarlo y de exigir que velen por él quienes tienen la representación de la sociedad. En este sentido hay que saludar con optimismo el incremento de las asociaciones y entidades que en toda España pugnan por preservar determinados espacios amenazados por procesos de urbanización inadecuados. Pero debemos ser capaces de dar a estos movimientos no sólo un carácter defensivo y local, sino también propositivo y general.

Urge pues poner las bases de una nueva cultura del territorio. Una nueva cultura territorial que impregne la legislación estatal y autonómica, que oriente la práctica de todos los ayuntamientos y el conjunto de las administraciones, que provea el marco adecuado para el buen funcionamiento del mercado, que corrija en beneficio de la colectividad los excesos privados y que haga prevalecer los valores de la sostenibilidad ambiental, la eficiencia funcional y la equidad social.

Esta nueva cultura del territorio debe estar sustentada, a juicio de los firmantes, en los siguientes principios, criterios y prioridades:

1. El territorio es un bien no renovable, esencial y limitado. La sociedad encuentra en él soporte o sustento material a sus necesidades, así como referente de su identidad y cultura. Las características naturales de cada territorio y las pervivencias en él de trazos y formas que provienen del pasado le confieren singularidad y valores de diversidad. Por ello, el territorio debe ser entendido como recurso, pero también como cultura, historia, memo-

ria colectiva, referente identitario, bien público, espacio de solidaridad y legado. La nueva cultura del territorio debe tener como primera preocupación encontrar la forma para que, en cada lugar, la colectividad pueda disfrutar de los recursos del territorio y preservar sus valores para las generaciones presentes y venideras.

2. El territorio es una realidad compleja y frágil. Toda realidad territorial, todo lugar, está compuesto de múltiples elementos naturales y culturales y de sus interrelaciones, que deben ser adecuadamente considerados. Las actuaciones con gran incidencia territorial (urbanización, obras públicas, extracción de minerales, roturaciones, forestaciones, etc.) tienen habitualmente consecuencias irreversibles. Por ello, deben realizarse con conciencia de dicha complejidad y evaluando previamente las múltiples repercusiones posibles. El principio de precaución es de imprescindible aplicación a todas estas transformaciones.

3. El territorio contiene valores ecológicos, culturales y patrimoniales que no pueden reducirse al precio del suelo. Estos valores sociales difíciles de medir en términos monetarios convencionales deben ser tomados sistemáticamente en consideración por las administraciones responsables de velar por sus cualidades y potencialidades. La apropiación privada de cualquier parte del territorio debe ser compatible con dichos valores; por ello, la propiedad del suelo y la vivienda debe ser ejercida con respeto de su función social, y con la asunción plena de la responsabilidad de potenciar su utilidad, su valor ambiental y su potencial paisajístico.

4. Un territorio bien gestionado constituye un activo económico de primer orden. En efecto, la correcta gestión del proceso de urbanización permite reducir los costes de la movilidad para las personas y las empresas, contener los precios del suelo y la vivienda, así como moderar las cargas de la prestación de

los servicios. Por otra parte, disponer de un entorno de calidad no sólo evita daños ambientales y de salud, sino que también confiere valor añadido a los productos y a los servicios, en particular los turísticos, básicos para la economía española.

La gestión sostenible del territorio es ciertamente una obligación social y ambiental, pero resulta también un apremiante imperativo económico.

5. El planeamiento territorial y urbanístico es un instrumento esencial para la actuación de los poderes públicos. Así, frente a toda veleidad desreguladora, hay que defender la importancia de la legislación, la normativa y la gestión urbanística para el buen gobierno del territorio. Ahora bien, la práctica urbanística debe dotarse de nuevos horizontes y de nuevas herramientas disciplinares y administrativas.

Sólo de esta forma dará respuesta a las necesidades sociales, propiciará la coordinación política horizontal entre distintos departamentos y fomentará la concertación vertical entre administraciones y con los agentes sociales. El conjunto de administraciones competentes deben propiciar pues una revalorización del planeamiento territorial y general, suprimiendo la utilización espuria de otros instrumentos de menor alcance espacial pero con alta incidencia real, cuya aplicación abusiva ha tenido como consecuencia la urbanización masiva, desordenada e inadecuada de suelo rústico.

6. El planeamiento municipal debe tener como principal objetivo facilitar el acceso a la vivienda, el goce de los servicios y la preservación del ambiente. El planeamiento municipal es la escala básica de la práctica urbanística, pero en demasiadas ocasiones los planes locales de ordenación están sirviendo casi exclusivamente para impulsar procesos de expansión urbana. Ante esta deriva, hay que

defender planes municipales de ordenación que atribuyan valores positivos a todas y cada una de las partes del término municipal, basando el crecimiento urbano en criterios ecológicos y sociales, más allá de la simple consideración de la oportunidad económica o de ocasionales negocios particulares inmediatos. En particular, debe abandonarse la concepción del suelo rústico como un espacio residual, perennemente pendiente de urbanización futura y comprender que la permanencia de suelos rústicos destinados a las prácticas agrarias se hace imprescindible por razones ambientales y ecológicas, incluso en los contextos espaciales de las mayores ciudades y aglomeraciones urbanas. La defensa del espacio abierto, como matriz territorial básica es hoy una prioridad que debe ser persiguida adecuadamente, incluso mediante procedimientos de adquisición de tierras y/o expropiación por interés social..

7. El planeamiento territorial debe proveer acuerdos básicos sobre el trazado de las infraestructuras, el desarrollo de los asentamientos y el sistema de los espacios abiertos. En un territorio crecientemente integrado el planeamiento municipal no puede hacer frente por si solo a las dinámicas de transformación del espacio. Por ello hoy es más necesario que nunca disponer de un planeamiento a escala territorial que coordine y vincule el planeamiento municipal, en pos de un nuevo modelo de urbanización, basado en el ahorro en el consumo de suelo, la convivencia de usos y la cohesión social. El planeamiento territorial debe ser un compromiso a la vez general y suficientemente concreto, por cuyo cumplimiento y desarrollo se evaluará la actividad política de los partidos y responsables públicos que lo formulan y aprueban. Sobre las Comunidades Autónomas recae la gran responsabilidad de demostrar una mayor voluntad política de ordenar su territorio superando la situación creada casi exclusiva del planeamiento urbanístico. Deben aumentar su capacidad adminis-

trativa y técnica para realizar planes de ordenación y de hacer real el orden territorial que se propongan tener.

Es imprescindible la formulación de modelos de ordenación territorial para ámbitos metropolitanos, litorales y de espacios rurales, con ciudades medias y/o espacios naturales protegidos.

8. El Gobierno central y las Cortes Generales del Estado no pueden desentenderse del territorio. Con pleno respeto a las competencias que la Constitución española otorga a las Comunidades Autónomas y a los municipios en ordenación territorial y urbanismo, la administración general del Estado no puede dejar de considerar el territorio como parte de sus responsabilidades. En el momento actual es inaplazable la revisión de la legislación todavía vigente desde 1998 sobre medidas liberalizadoras en materia de suelo y resulta imprescindible una nueva legislación del suelo que supere la visión estrecha según la cual la vocación esencial del suelo sería su urbanización. La legislación del Estado debe requerir a las administraciones competentes la atribución de valores sociales positivos a todas las partes del territorio español, puesto que todas ellas afectan a la calidad de vida de los ciudadanos, todas tienen funciones naturales, ecológicas o ambientales y en todas ellas se plasman rasgos históricos y del patrimonio cultural. Sobre el gobierno central recae igualmente la responsabilidad de revisar y proponer el consenso relativo a un nuevo modelo de financiación para los gobiernos locales que responda a los principios de suficiencia financiera y adecuación de recursos a los servicios reales que deben prestar.

9. En un mundo crecientemente integrado la gestión del territorio debe atender también a los compromisos de solidaridad y responsabilidad global. El Estado español ha suscrito y/o ratificado diferentes acuerdos internacionales (Convención sobre conservación y pro-

tección de la vida silvestre y el medio natural, Berna, 1979; Carta Europea de Ordenación del Territorio, Torremolinos 1983; Convención para la protección del patrimonio arquitectónico de Europa, Granada 1985; Declaración de Río de Janeiro sobre el medio ambiente y el desarrollo, 1992; Estrategia territorial europea, Postdam, 1999; Principios directores para el desarrollo territorial sostenible del continente europeo, 2000, Hanover; Convención europea del paisaje, Florencia, 2000). En estas circunstancias, el conjunto de las administraciones públicas españolas están obligadas a seguir las orientaciones que en ordenación del territorio desarrollan otros estados europeos de forma consecuente con dichos tratados y con repercusiones muy positivas para sus ciudadanos.

10. El impulso de los valores de sostenibilidad ambiental, eficiencia económica y equidad social requiere de una nueva cultura del territorio. Para promoverla es necesario un gran acuerdo que debe tener su reflejo tanto en la actuación administrativa como en las prácticas sociales. Así, las administraciones que actúan en cada nivel territorial (local, autonómico, estatal y europeo) deben revisar sus objetivos, sus normativas e instrumentos de gestión territorial para ponerlos de forma más efectiva al servicio de la colectividad. Y los ciudadanos, al mismo tiempo que reclaman el derecho de un trato equitativo en cualquier territorio, tienen también el deber ético de velar por el bienestar de las generaciones venideras.