

SEMINARIOS CULTURA Y MUNICIPIOS

Primera
Recopilación
(1998 - 2002)



FEDERACIÓN
ANDALUZA
DE MUNICIPIOS
Y PROVINCIAS

SEMINARIOS CULTURA Y MUNICIPIOS

Primera Recopilación

(1998-2002)

Edita: Federación Andaluza de Municipios y Provincias (FAMP)

Colabora: Consejería de Cultura. Junta de Andalucía

Imprime: Artes Gráficas Novograf S.A.

D.L.: SE-4654-04

El año 2003 supuso un paréntesis en la trayectoria de los Seminarios sobre “Cultura y Municipio” que desde 1998 a 2002 se han venido organizando por la Federación Andaluza de Municipios y Provincias, para recopilar y analizar sus frutos y proyectar con más brío sus objetivos hacia el futuro de los próximos 25 años de Ayuntamientos democráticos.

Para ello, la FAMP ha propuesto, para inspirar el trabajo de las Entidades Locales en materia de cultura y patrimonio histórico artístico, las siguientes líneas de actuación:

- *Apoyar y promover el mantenimiento y ampliación de los bienes y servicios culturales, buscando la universalización del acceso a los mismos.*
- *Activar desde las Entidades Locales andaluzas iniciativas que fomenten un concepto de cultura como desarrollo de valores ciudadanos, persiguiendo conseguir más democracia, más pluralismo, más tolerancia, más mestizaje, en definitiva, más participación.*
- *Promover el potencial productivo y de las PYMES culturales.*
- *Fomentar acuerdos puntuales con las asociaciones profesionales (editores, libreros, gestores, etc.) que favorezcan la producción y la gestión para y con la cultura en el municipio.*
- *Impulsar la colaboración con aquellas instituciones con responsabilidad en la defensa de la propiedad intelectual, en la formación, la promoción y difusión cultural y artística.*
- *Favorecer el desarrollo de la sociedad del conocimiento, y*
- *Contribuir a la recuperación y protección del Patrimonio Histórico Local.*

Partiendo de que el desarrollo en el territorio supone identificar - como recursos básicos- tanto el patrimonio histórico como los valores culturales locales, en plano de igualdad con el resto de los planes integrales estratégicos, desde la FAMP se ha recomendado a las Corporaciones Locales de Andalucía que:

- *aumenten sus inversiones en materia de conservación y puesta en valor del patrimonio locales*
- *mejoren la actual oferta formativa de los profesionales de la cultura*
- *dediquen un considerable esfuerzo a identificar las oportunidades de crecimiento del sector cultural como yacimiento de empleo,*
- *fomenten y promuevan acciones de difusión y conocimiento de las experiencias culturales propias, y*
- *refuercen nuestros valores culturales con espíritu incluyente y respeto a lo distinto,*

Esta Primera Recopilación (1998-2002) de aportaciones a los Seminarios “Cultura y Municipio” refleja con profundidad y rigor cuanto antecede. Servirá, sin duda como acicate para los próximos Seminarios que se celebren. Esperamos que esta publicación sea también de utilidad para cuantos, desde las entidades locales, trabajan por el desarrollo cultural de sus pueblos y ciudades.

D. Francisco Toscano Sánchez
Presidente de la Federación Andaluza de Municipios y Provincias

Hace ya algunos años que vengo trabajando por la cultura desde la administración autonómica, primero como delegada de la Junta en Málaga y ahora como responsable de este departamento dentro del Gobierno andaluz. Sin embargo, mis comienzos dentro del mundo de la política y del desempeño de un cargo público tuvieron lugar dentro de la administración local. Por ello, las relaciones que se establecen en el binomio Cultura y municipio no me son en absoluto ajenas, es más, las he vivido en primera persona y conozco la relevancia que estas relaciones tienen a la hora de procurarle un desarrollo equilibrado e integral a la sociedad en la que nos ha tocado vivir.

El ser consciente de su importancia me hace valorar muy positivamente el acuerdo marco que existe entre la Consejería de Cultura y la Federación Andaluza de Municipios y Provincias. La FAMP es un interlocutor esencial a la hora de abordar cuestiones básicas de la política cultural y se trata sin duda de un organismo llamado a jugar un papel de creciente protagonismo en la concepción y ejecución de políticas que redunden en el progreso de nuestros pueblos y ciudades. Uno de los frutos palpables de esta colaboración son los seminarios que conjuntamente se han ido celebrando durante los últimos años, cuyas actas son aquí recogidas para que sirvan de referencia a cuantos estén interesados en alguno de los numerosos temas que se derivan del vínculo entre cultura y gobierno local.

Los referidos seminarios han girado en torno a diversas cuestiones, pero uno de los asuntos que se han tratado y que quisiera destacar aquí es el de las bibliotecas públicas. Se ha discutido largo y tendido, pero probablemente sea una cuestión sobre la que tengamos que volver en el futuro, pues el actual equipo de la Consejería tiene una verdadera obsesión por intensificar los esfuerzos que nos han de llevar a elevar los índices de lectura de nuestra comunidad. Sabemos que se trata de una tarea titánica en la que necesitamos la complicidad y el apoyo de todas las administraciones y agentes sociales, pero sobre todo necesitamos la implicación decidida de los ayuntamientos. Si los responsables de la política local no se mentalizan de que el fomento de la lectura es un ámbito prioritario de su acción política, y así lo reflejan en sus presupuestos, hay muchas posibilidades de que nuestro trabajo pierda buena parte de la eficacia que nos gustaría que tuviera.

La lectura ha de ser el eje de una cultura preñada de valores, una cultura viva que se muestre en todo momento comprometida con la tolerancia que debe presidir nuestra convivencia y beligerante con discriminaciones anacrónicas e injustificables. Los ayuntamientos deben configurarse en una red por la que estos valores circulen como moneda de curso legal, como un circuito que propague una cultura accesible que se aleje de afanes elitistas y de manifestaciones epidérmicas y vacías de humanidad.

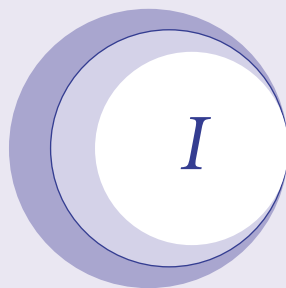
Son muchos los frentes en los que los municipios pueden servir de punta de lanza dentro del campo de las políticas culturales, pero es en el ámbito de la participación donde probablemente su colaboración sea más necesaria. Son los ayuntamientos los que pueden y deben conseguir que la oferta cultural andaluza responda a parámetros realmente democráticos, y para ello tendrán que trabajar para que los ciudadanos incrementen su nivel de participación en la formulación, ejercicio y evaluación de los proyectos culturales. Contarán, cómo no, con todo el respaldo que la administración autonómica pueda proporcionarles, pero son insustituibles en las tareas que han de realizarse en el cuerpo a cuerpo, en el contacto directo con los ciudadanos.

Otro campo sobre el que se ha debatido es el patrimonio histórico-artístico. Se trata de otro asunto capital que probablemente durante los próximos años experimentará cambios importantes, sobre todo en lo que tiene que ver con la gestión de ese patrimonio. Ha llegado el momento de establecer fórmulas precisas y estables que permitan a los Ayuntamientos corresponsabilizarse en la gestión del patrimonio de su localidad.

Esta y otras cuestiones requieren foros adecuados en los que intercambiar opiniones que desemboquen en conclusiones bien fundamentadas. Esta es una vía indispensable de progreso en una comunidad que quiere incorporarse a la sociedad del conocimiento y de la información, en una comunidad que quiere introducir la innovación en el sector cultural para ofrecer un servicio eficaz a los ciudadanos y articular un sector basado en un sólido sustrato democrático.

Doña Rosario Torres Ruiz
Consejera de Cultura de la Junta de Andalucía

I SEMINARIO	7
“LA GESTIÓN CULTURAL” <i>D. PEDRO J. GONZÁLEZ FERNÁNDEZ</i>	9
“UN NUEVO RETO CULTURAL PARA LOS MUNICIPIOS” <i>D. JUAN GONZÁLEZ-POSADA M.</i>	19
“LA GESTIÓN DEL PATRIMONIO CULTURAL EN LOS MUNICIPIOS” <i>D. CARLOS ROMERO MORAGAS</i>	20
 II SEMINARIO	 23
“SISTEMA DE CATALOGACIÓN DEL P.H. EN ANDALUCÍA” <i>D. JUAN MANUEL BECERRA</i>	25
“POLÍTICAS LOCALES DE DESARROLLO SOSTENIBLE” <i>D. CARLOS BORRÁS QUEROL</i>	26
“DESARROLLO DE POLÍTICAS CULTURALES MUNICIPALES” <i>D^a. BEGOÑA CHACÓN GUTIÉRREZ</i>	35
“PATRIMONIO MUNICIPAL Y ASOCIACIONISMO” <i>D. GABRIEL LOROLA Y D. FRANCISCO LIROLA</i>	37
“EL PATRIMONIO CULTURAL EN LA COMARCA DE LA LOMA: DE LA CONSERVACIÓN A LA GESTIÓN INTEGRAL” <i>D. PEDRO J. GONZÁLEZ FERNÁNDEZ</i>	39
“DE LAS JORNADAS DEL PATRIMONIO A LA FEDERACIÓN DE ASOCIACIONES DE LA SIERRA DE HUELVA” <i>D. FÉLIX SANCHA SORIA</i>	43
“LA DIFUSIÓN DEL PATRIMONIO HISTÓRICO EN EL ÁMBITO DE LA DIRECCIÓN GENERAL DE BIENES CULTURALES EN ANDALUCÍA” <i>D. CARLOS SÁNCHEZ DE LAS HERAS</i>	46
“DOS PROPUESTAS PARA LA DIFUSIÓN PATRIMONIAL DEL TERRITORIO LOCAL: EL CASO DE LOJA” <i>D. JUAN ALONSO SÁNCHEZ MARTÍNEZ</i>	49
“LA POLÍTICA DE CONSERVACIÓN DEL PATRIMONIO HISTÓRICO EN ANDALUCÍA (ESPAÑA)” <i>D. MARCELINO SÁNCHEZ RUIZ</i>	51
“A PROPOSITO DEL VOLUNTARIADO CULTURAL” <i>EXCMA. SRA. VICECONSEJERA D^a CLAUDIA ZAFRA MENGUAL</i>	55
 III SEMINARIO	 57
“LA CASA DE CULTURA DE VALENCINA DE LA CONCEPCIÓN” <i>D^a. M^a ISABEL SAGRERA PÉREZ</i>	59
“CASAS DE CULTURA. LA CONCEPCIÓN DE UN SERVICIO SOCIOCULTURAL DE PROXIMIDAD” <i>D. J. LUIS PALACIOS</i>	60
“LA RED DE CENTROS CÍVICOS MUNICIPALES DE CÓRDOBA” <i>D. MANUEL ROJO ARANDA</i>	63
 IV SEMINARIO	 67
“PLANIFICAR, GESTIONAR Y EVALUAR. UNA REFLEXIÓN APLICADA AL ÁMBITO CULTURAL MUNICIPAL” <i>D. LLUIS BONET</i>	69
“LA CULTURA EN EL PLAN ESTRATÉGICO DE SEVILLA” <i>D. JESÚS CANTERO MARTÍNEZ</i>	71
“LA PLANIFICACIÓN DE LA POLÍTICA CULTURAL” <i>D. MIKEL ETXEBERRÍA ETXEITA</i>	73
“CUATRO PINCELADAS DE LA CAMPAÑA DEL AÑO 1994 AL AÑO 2000”	77
“LA PLANIFICACIÓN EN EL ENTORNO DE LAS TECNOLOGÍAS DE LA COMUNICACIÓN” <i>D. ANTONIO JAVIER GONZÁLEZ RUEDA</i>	81
 V SEMINARIO	 85
“CUIDANDO EL LIBRO - SAVE THE BOOK” <i>D. ALONSO CERRATO</i>	87
“FERIA, MERCADO, NEGOCIO O VOCACIÓN” <i>D. JUAN MANUEL CRUZ GÁLVEZ</i>	90
“LA BIBLIOTECA PÚBLICA EN LA SOCIEDAD ACTUAL: NUEVAS FUNCIONES, NUEVOS SERVICIOS” <i>D^a. ROSER LOZANO</i>	91
“EL ESCRITOR Y EL LIBRO” <i>D^a. CARMEN MORENO LÓPEZ</i>	94
“LAS BIBLIOTECAS PÚBLICAS: LIMITACIONES Y OPORTUNIDADES.” <i>D. RAFAEL RUIZ PÉREZ</i>	96
“¿ES NECESARIA LA EDICIÓN PÚBLICA?” <i>D. ANTONIO RODRÍGUEZ CABAÑAS</i>	98
“EDITA: ENCUENTROS INTERNACIONALES DE EDITORES INDEPENDIENTES Y EDICIONES ALTERNATIVAS” <i>D. UBERTO STABILE RODRÍGUEZ</i>	99
“FERIA, MERCADO, NEGOCIO, VOCACIÓN” <i>D. FERNANDO VALVERDE GONZÁLEZ</i>	100



SEMINARIO

CULTURA Y MUNICIPIOS

Punta Umbría y Córdoba (1998)

I SEMINARIO CULTURA Y MUNICIPIO: Punta Umbría y Córdoba (1998)

El Libro Blanco “*Crecimiento, competitividad, empleo*” definió La Cultura como un sector que ofrecía perspectivas de empleo. La importancia creciente de la cultura está estrechamente vinculada a la reciente evolución del desarrollo económico. En primer lugar, la expansión de la cultura está vinculada a la evolución de las sociedades, marcada por el retroceso de las industrias tradicionales en favor de los servicios. En segundo lugar, la evolución del modo de vida (en particular, la mayor movilidad) y el aumento del tiempo libre generan una demanda más importante de actividades de ocio, y, sobre todo, de cultura. El sector cultural se caracteriza cada vez más por interrelaciones estrechas y variadas entre la vida cultural (instituciones culturales y socioculturales públicas: teatros, museos, centros de arte, enclaves artísticos urbanos o rurales, escuelas de arte, conservatorios, etc.) y la economía cultural (mercado de la música, el arte, la literatura y el libro, producción cinematográfica, televisual y videográfica; fotografía, diseño, artes plásticas y espectáculos, arquitectura, oficios relacionados con el arte, protección de monumentos históricos y turismo).

En este contexto, **La Cultura** contribuye considerablemente al desarrollo regional por tres razones. En primer lugar, porque es una importante fuente de creación de empleo. Las actividades relacionadas con la valoración del patrimonio cultural, así como las industrias y las producciones culturales, generan directa o indirectamente numerosos puestos de trabajo. En segundo lugar, porque **La Cultura** es uno de los factores que determinan la localización de la inversión, ya que mejora la imagen y el atractivo de una región. A este respecto, **La Cultura** puede constituir un factor importante para regenerar las zonas urbanas en crisis o las zonas rurales despobladas. Por último, porque la cultura desempeña un papel positivo de promoción y de integración social y, en ese sentido, contribuye a la cohesión social de la Unión.

La Cultura no es sólo una ocupación pública generadora de gastos suplementarios; también forma parte cada vez más de la economía privada, donde dispone de un fuerte potencial de crecimiento, portado de elementos de creatividad, innovación y producción beneficiosos para las economías regionales y locales. Se hace necesario aumentar la integración de la cultura en las estrategias de desarrollo regional o local, para sacar el máximo provecho de su repercusión en el ámbito del empleo y la innovación.

ÍNDICE DE PONENCIAS:

“La Gestión Cultural” D. Pedro J. González Fernández	9
“Un nuevo reto cultural para los municipios” D. Juan González-Posada M.	19
“La Gestión del Patrimonio Cultural en los municipios” D. Carlos Romero Moragas.....	20



Ponente:

PEDRO J. GONZÁLEZ FERNÁNDEZ

Jefe de Sección de Coordinación, Área de Cultura del Ayuntamiento de Sevilla.

LA GESTIÓN CULTURAL UNA CARRERA DE OBSTÁCULOS CUANTITATIVA Y CUALITATIVA

CUANTITATIVA	CUALITATIVA
Pocos años de experiencia	La cultura es una actividad, no una materia
Muchos campos de actuación	Competencias concurrentes, distintos poderes públicos
Diversos agentes implicados	Metodología nueva de distintas disciplinas
Déficit entre gastos e ingresos	Interrelación de lo cultural-económico-social
Dificultad de rentabilizar los Servicios culturales	La cultura es comunicación, los medios condicionan el mensaje.

La creación de este término se ha venido definiendo en las últimas décadas y sobre todo en las Administraciones Públicas, en aquellas con tiempo y equipo para reflexionar sobre lo que se hacía en cultura en sus territorios y en otros lugares nacionales e internacionales.

Su campo se ha ido extendiendo en contenidos, métodos e instituciones, pero los equívocos y contradicciones se mantienen en Andalucía.

En las Corporaciones Locales se ha venido realizando gestiones culturales con mayor o menor alcance, sin tener los administradores políticos y técnicos conciencia que lo que hacían se denominaba gestión cultural (ver glosario).

Obstáculo I: La falta de experiencia y la novedad de las competencias culturales

Los profesionales que han realizado gestión cultural han sido de diversos tipos de perfiles: políticos, educadores, animadores, artistas, trabajadores sociales y administrativos. Sus métodos han sido variopintos y han originado una pléyade de acciones culturales que se han desarrollado (y aún se desarrollan) con escasa o nula revisión de lo realizado en objetivos, en métodos y en resultados.

Desde hace veinte años los Ayuntamientos Democráticos han ido asumiendo competencias culturales que han provocado un grupo de políticos y funcionarios con experiencia en la organización de actividades culturales, pero con carencias conceptuales, programáticas, evaluativas y prospectivas, que son parte ineludible de las funciones que tienen que desarrollar.

Estas "experiencias activistas" han dado líneas de acción político-técnicas puntuales y personalizadas con resultados positivos y parciales, máxime si se compara con lo realizado anteriormente a 1979 que era muy poco.

El paso de los años requiere mayor profesionalidad y reflexión política, cultural y económica de lo que se ha hecho y se hace. Un buen gestor se podría diferenciar de otros mediocres en la medida que aplique controles de calidad y criterios de evaluación, cuando programa culturalmente en una Administración y/o Entidad hacia los públicos de su territorio de actuación.

Obstáculo II: La dificultad de las políticas culturales para adaptarse a una sociedad en rápida transformación

Los cambios políticos y económicos han puesto en crisis durante estos últimos años objetivos sociales, que se planteaban alrededor de los servicios culturales de las Administraciones, especialmente en los Municipios, al concretarse en ellos muchas competencias y pocos recursos para afrontar los cambios que se ha venido produciendo en las políticas y programas culturales.

Faltan investigaciones y datos para una crítica más ecuánime sobre todo a nivel local y comarcal, ya que la variable territorial no siempre coincide con los informes nacionales e internacionales, basado en la mayoría de los casos en datos estadísticos amplios.

La gestión cultural aborda muchos temas y es más global desde la Administración Pública y se especializa y concreta más desde las asociaciones, empresas o grupos de artistas.

Los cuatro grandes ejes de la cultura serían: territorio, economía, comunicación y producción artística, que se articula bajo unas políticas culturales.

De los cuatro modelos internacionales estatales de políticas culturales que se daban hasta 1989 sólo quedan tres, ya que las "políticas comunistas de ingeniería cultural" que controlaban la creación, distribución, formación y consumo cultural han caído en casi todo el mundo, y aunque se mantienen en Estados socialistas, éstos están en proceso de adaptación/desaparición.

Los modelos que se mantienen tienden a sintetizarse, aunque de diversa manera según los países y dentro de éstos según composición y competencias de ámbitos territoriales menores:

- (1º) Políticas culturales liberales de Estados que no participan ni en la creación, ni distribución, ni formación ni consumo cultural (USA).
- (2º) Política cultural de Estados mecenas que financian organizaciones artísticas para estimular la creación y la formación. La distribución recibe ayudas indirectamente, pero compete con las privadas, y de ninguna forma inciden en el consumo (Gran Bretaña).
- (3º) Política cultural de Estados arquitectos que funcionan y actúan en el mercado cultural implicándose y asumiendo responsabilidades en una parte importante de la creación, distribución, formación y consumo cultural (Francia y España). (C.E.R.C. Diputación Provincial de Barcelona, Seminario 40 de Gestión y Políticas Culturales 1989-90).

Estas políticas se interrelacionan y proponen modelos mixtos con distinto eco en los países desarrollados y con gran recelo en los países del tercer mundo.

Es difícil adoptar una política única que resuelva la situación tan diferente que se vive entre países y en un Estado entre regiones.

Una propuesta ideal y difícil sería:

1. Un mecenazgo en la creación cultural por parte de las Administraciones y de patrocinadores privados a artistas y asociaciones culturales;
2. Una cultura arquitecta pública para compensar la distribución cultural entre lo minoritario-nuevo-tradicional, y lo comercial-masivo y que está de moda en el mercado cultural consumista;
3. Una liberalización del consumo cultural, sin inmiscuirse en la elección de los servicios culturales ofrecidos a los ciudadanos y vecinos.

Pero son generalizaciones y tendencias que no se pueden aplicar estrictamente en ningún territorio por las peculiaridades de cada uno. Además los principios recogidos en la Constitución de pluralismos, libertad, promoción, derecho a la Cultura y el complicado sistema de distribución de responsabilidades entre los distintos poderes públicos. Esta última cuestión plantea competencias concurrentes en Cultura según ha fallado el Tribunal Constitucional.

Obstáculo III: Una sociedad plural exige mayor receptividad, eficacia y eficiencia de la Administración en general y de los servicios culturales en especial

La actividad cultural se ha vinculado en demasía a un papel publicitario y de prestigio de la política (y los políticos). Quizás, en principio, se usó para renovar el paso de una Administración franquista a otra democrática, pero se han mantenido ciertos clichés de programas-cartel que no



sustentan objetivos definidos, programas coherentes, actividades justificadas, recursos adecuados; ni siquiera un público a quién le pueda interesar, pues lo que se busca es salir en los medios de comunicación. Pero si aumentaron demandas/expectativas.

Algunas actividades interesantes nacieron y murieron por falta de una gestión adecuada. En esto influyó las carencias formativas de los gestores políticos y técnicos. Se han generado circunstancias parecidas en muchos responsables aún viniendo de campos diferentes; pasar del animador socio-cultural indigesto técnicamente y comprometido políticamente, a un gestor profesional ambicioso y especializado, pero desanimado social y políticamente. Se requiere un gestor eficaz/eficiente que anime con su compromiso planes adecuados al territorio. Esto será más fácil si existe competencia en el lugar de actuación y no únicamente la exclusividad de gestores culturales públicos, con carencias formativas que deben reciclarse con periodicidad.

El esfuerzo político administrativo ha sido importante y se tiene un mapa cultural mucho más rico que hace veinte años, aunque no sean los avances equilibrados de igual manera en todas las localidades de Andalucía. Si la crisis del 73 rodeó las políticas de Democracia Cultural y puso freno a los animadores socio-culturales en Europa, la recesión de los años 90 ha afectado a las Haciendas Públicas españolas, que no pueden mantener el aumento progresivo del gasto que comenzó a partir de los 80 en los servicios culturales, que prosiguen con demandas cada día más numerosas y que exige más calidad.

Los modelos de gestión requieren no sólo eficacia para conseguir lo programado, sino eficiencia que permita reducción de gastos, recursos y tiempos y/o un aumento de ingresos económicos (propio, de patrocinadores y de venta al público) y de otros recursos humanos y materiales (prestaciones, convenios, voluntarios y polivalencias) para conseguir los objetivos culturales del programa. Hay que invertir en cultura pero con mayor rentabilidad.

La coordinación de los agentes públicos y privados que coinciden culturalmente en el territorio es clave para el desarrollo cultural, y es uno de los apartados más importantes de la buena gestión cultural. Los recursos humanos son fundamentales en la organización cultural por mucha relevancia que se le de a lo económico, material o técnico.

La Administración Local deberá buscar su papel en el territorio, dejar su exclusivismo para compartir responsabilidades con otros agentes culturales públicos y privados. Sería como “un fiel de una balanza” que equilibraría los platillos de la iniciativa artística y cultural de grupos minoritarios, tradicionales y nuevos por una parte, y de otra, el de las empresas culturales de la localidad o de fuera, que se interesarían por lo comercial y mayoritario.

Obstáculo IV: La globalización e integración de los procesos sociales, culturales y económicos en el territorio local

La Administración Local debería asumir en su territorio políticas integrales, donde el sector cultural sería una parte de un plan estratégico que tendría otras puntas en el desarrollo económico y el social. La labor del político y de los gestores culturales públicos es coordinar los recursos corporativos con otras áreas municipales y con otras Administraciones, para que el desarrollo cultural sea una parte dinámica del desarrollo comunitario de la localidad.

La gestión cultural puede mejorar ese papel del Ayuntamiento para que no peque ni por exceso ni por defecto. Supone dejar malas “políticas mitineras” e imposible de “todos-los-servicios-culturales-para-todos-los-vecinos”, por otras más eficaces y eficientes que persigan la distribución, coordinación y diversificación de ofertas según los segmentos seleccionados de público por parte del programa cultural municipal, que se basará en criterios de interés político, promocional, cultural, compensatorio y/o económico.

La capacidad de la gestión cultural tiene sus límites, ya que no es una fórmula exacta ni una receta mágica; por ello es tan importantes la evaluación en el proceso. Dependerá también de los gestores culturales para formar equipos con los políticos, representantes culturales de entidades y artistas de la localidad, que puedan dialogar y resolver las diferencias y limitaciones que se dan en el territorio, con tomas de decisiones políticas y técnicas que mejoren el desarrollo cultural y el bienestar de un número cada día mayor de ciudadanos y vecinos.

Obstáculo V: Los retos de la gestión entre las industrial culturales y las ofertas locales

Cómo afrontarlos será difícil, pero se requiere mayor profesionalidad pública y privada que sólo se resolverá con formación de los agentes que intervienen en la actividad cultural: artistas, educadores de artes, voluntarios culturales, animadores socio-culturales, comunicadores, gestores culturales y políticos con responsabilidades en Cultura. El otro apartado sería la investigación para el desarrollo tanto económico y social como cultural y científico.

1. Esfuerzo de Gestión: Delimitar las intervenciones y las competencias culturales municipales

“Menos es mas”, Mies Van Der Rohe.

“La cultura no es una materia como los montes o los puertos, susceptible de atribuirse con exclusividad a un poder público, sino que es una actividad tan estrechamente ligada a los individuos y colectividades que viene a formar parte de la competencia propia e institucional de cualquier tipo de ente territorial”, Ruiz Robledo, A. Conferencia sobre la Constitución Cultural Española. Edit IAAP, pág. 26 Junta de Andalucía.

El aumento del gasto público, las confrontaciones de políticas culturales en el territorio y las dificultades del desarrollo de competencias culturales en estructuras administrativas burocratizadas han complicado y desorientado los objetivos culturales, que se han definido en organismos internacionales con declaraciones y recomendaciones durante los últimos años.

La lectura de estas propuestas marcan la evolución y los planos de actuación, cuando los problemas locales son árboles que no dejan ver el bosque. El caso español resulta complicado por su incorporación tardía y el caso andaluz un puro contraste contradictorio por sus luces y sombras.

Las recomendaciones han influido con desigual incidencia en la Administración Local modificando sus objetivos y funciones. A las actividades reglamentadas para la planificación urbanística se les han ido uniendo los nuevos servicios comunitarios y personales. Se sigue reglamentando derechos y deberes de los ciudadanos y decisiones de las obras a realizar, los servicios a prestar y cómo, dónde, cuándo y en qué cantidad se van a prestar. Es justo aquí, en la toma de decisiones, donde se necesitaría mejorar la gestión pública.

1.1. Intervenciones Culturales

La intervención se va a complicar al tener que dar respuesta a estas interrogantes en un territorio plural y sujeto a rápida evolución. Por ello es importante conocer directamente y en diferentes fases la realidad social, cultural y económica del territorio.

La intervención Cultural se podría resumir en tres grandes áreas, pero no significa que se deba actuar en todas y al mismo nivel con toda la población de un Municipio.

A) En el Patrimonio Histórico, artístico y Sociocultural de la localidad.

- Recuperación y conservación
- Difusión
- Reelaboración

B) En las Artes en sus diferentes tipos:

Artes tradicionales	Artes de masas	Artes tecnológicas
Arquitectura	Cine	Videarte
Escultura	Fotografía	Halografía
Pintura	Cómic	Diseño por ordenador
Teatro	Música grabada	Realidad virtual
Literatura	Edición de libros	
Música	Televisión	

- Posibilitar el acceso a la creación
 - Apoyo y promoción de los creadores
 - Difusión de la creación.
- C) En la comunicación.
- Al desarrollo de las personas.
 - A través del tiempo libre y/o del ocio.
 - En los lugares de encuentro de personas y grupos.
 - A través de medios de información.

(Apuntes modificados de BOIX, T. – VICHE, M.: Animación y gestión cultural, editado por Grup Dissabte pág. 82, Valencia 1990).

1.2. Competencias municipales

Hasta siete veces aparece la palabra “cultura” en la Constitución Española de 1978 y otras tantas el adjetivo “cultural”, se podría denominar Constitución Cultural, pero unas veces se utiliza con una noción general y otras antropológicas que se abarcan acumulativamente.

En el artículo 25 las Bases de Régimen Local, el apartado número 1, se permite a los Municipios bastante libertad a la hora de intervenir en nuevos servicios, según las necesidades de la comunidad vecinal entre ellas las culturales, que en el número 2 se especifican: Patrimonio Histórico-Artístico y Actividades e Instalaciones Culturales, aunque este segundo apartado se combina con deportes, turismo y tiempo libre.

Esta generalización permite hacer mucho o muy poco. En el artículo 26 se imponen los mínimos por poblaciones de más de 5000 habitantes: una biblioteca pública.

En otras disposiciones posteriores se ha vuelto a tomar el número de habitantes para plantear competencias y relaciones del Municipio con las Diputaciones Provinciales y la Autonomía Andaluza (menos o más de 20.000 habitantes). Las interpretaciones respecto a los medios necesarios y la política de descentralización de competencias a seguir conlleva una peligrosa ambigüedad, ya que se puede tirar en cultura “la Casa Consistorial por la ventana” o hacer muy poco. El papel de Diputaciones y Consejería de Cultura es cuestionado dependiendo de las aportaciones que se den a los Municipios Andaluces.

En la interpretación que se hace de cultura conviene no incluir educación, servicios sociales, deportes y otras prestaciones personales o comunitarias, cuyos objetivos principales no son la creación, distribución, difusión o consumo cultural, pero esto resulta muy difícil en localidades pequeñas con pocos recursos. Conviene unos criterios que permitan la coordinación y la planificación con otros agentes socioculturales, sobre todo los de las propias Instituciones Públicas.

La gestión cultural puede mejorar la forma de realizar las competencias y las intervenciones; el contenido dependería de las características de cada localidad.

El gestor cultural se plantea las formas de cómo se van a dar los contenidos culturales: su gestión ha de integrar funciones diversas relacionadas con la gestión administrativa, económica, formativa, comunicativa, artística, relacional y la intermediación entre los diferentes agentes locales que actúan en la cultura

Sería un intermediaria entre departamentos municipales, Administraciones Públicas, programas, recursos y públicos para especificar las competencias e intervenciones en su territorio de actuación.

Esto obliga a un esfuerzo de análisis del territorio, de especificación de competencias y de concreción de intervenciones directas, indirectas o cedidas a otros agentes en el territorio.

1.3. Cuadros de relaciones de la Administración Municipal con otros Agentes Culturales

A) Agentes y funciones Culturales Locales:

Agentes	Artistas	Asociacionismo cultural	Admón. Municipal	Otras Admones.	Fundaciones	Empresas Culturales
Funciones						
Creación						
Difusión						
Formación						
Consumo						

B) Otro esquema serviría para analizar las estrategias que se desarrollan entre los diferentes agentes culturales del territorio.

Agentes Culturales	Artistas	Asociaciones Culturales	Admón. Municipal	Otras Admones.	Fundaciones	Empresas Culturales
Artistas						
Asociaciones Culturales						
Administración Municipal						
Otras Administraciones						
Fundaciones						
Empresas Culturales						

2. Esfuerzo de gestión: La coordinación cultural municipal

La gestión cultural recogería aportaciones de diferentes disciplinas en contenidos y en métodos para la organización de servicios y productos culturales, pero su aplicación en instituciones públicas supone un reto, al ser servicios nuevos y encontrarse con estructuras burocráticas que dificultan la receptividad y la respuesta a las personas, grupos y entidades culturales. Como diría el tango, en la “Administración Buro Loca, veinte años no son nada”.



2.1. Intermediación para conseguir los Servicios Culturales

El gestor cultural es o debería ser un profesional de la “intermediación”, que tendría que conocer, comprender, comunicar y relacionar las políticas culturales de los diferentes agentes que actúan en su territorio, a través de muchos frentes internos y externos de la institución pública:

- Favorecer la agilidad administrativa.
- Programar con capacidad de integración de acuerdo con Planes Estratégicos
- Facilitar la participación de agentes locales interesados.
- Formar a grupos interdisciplinarios para crear equipos mixtos de organización.
- Ampliar datos sobre los temas relacionados con la cultura a través de bases de datos, centros de documentación o asesores artísticos.
- Organizar cursos, talleres o encuentros para profundizar en actividades específicas de interés para la localidad.
- Preparar campañas de comunicación adaptando la información a los interlocutores y a los públicos seleccionados.
- Evaluar los resultados en diferentes fases y con criterios de idoneidad, eficacia, eficiencia y prospectiva.
- Mantener diálogos constante con los responsables políticos de la Administración aceptando su superioridad en la toma de decisiones.
- Servir siempre a los públicos culturales del territorio.

Todo lo anterior exige **equipos** más que “gestor/a superman/woman” y, por supuesto, no suplir el papel del político, el artista, el empresario o el representante asociativo, a los cuales en muchos momentos habrá que asesorar para que tomen las decisiones adecuadamente, al hacerles ver otros puntos de vista; y, en otros, aprender de ellos.

2.2. Intersección entre la Gestión Política y Técnica para mejorar la Coordinación

La columna primera condicionaría la tercera, pero es en la segunda donde se debe realizar la coordinación política y técnica a la hora de gestionar cultura.

CUADRO DE TOMA DE DECISIONES:

(Seminario 40 Opus cit 1989/1990)

PROCESOS	GESTIÓN POLÍTICA	ÁMBITOS DE INTERSECCIÓN	GESTIÓN TÉCNICA
ELABORACIÓN	Predominio de la perspectiva ideológica	Circulación de informes sobre Perspectivas. Búsqueda de bases para articularlas.	Predominio de la perspectiva técnica
TOMA DE DECISIÓN	Establecimiento de programas	Análisis: 1.Factibilidad de los programas 2.Condiciones materiales e institucionales de la puesta en práctica	Limitada a la que es requerida por la gestión de los programas establecidos.
REALIZACIÓN	Control de la adecuación de la gestión a los programas establecidos. Ensamblaje al conjunto de la acción municipal de un momento dado.	Búsqueda de acuerdos concretos: Regulación de la ejecución. Reconducción de los programas	Toda la ejecución debe venir recogida en el marco de los programas. Búsqueda de condiciones de continuidad.
EVALUACIÓN	Criterios elaborados en función de la perspectiva ideológica.	Puesta en común de las valoraciones. Búsqueda de bases a partir de la valoración y relanzamiento de programas	Criterios de idoneidad, eficacia, eficiencia y prospectiva desde la perspectiva técnica.

La gestión política condicionaría en todo momento la gestión técnica, pero es en la columna de intersección de ambas donde se puede mejorar y coordinar todo el proceso desde una institución pública; si se tiene que dar respuesta desde el Municipio a los ciudadanos y vecinos de la localidad.

El proceso de gestión necesita de una comunicación ágil y fluida entre los responsables políticos y técnicos. El político responsable de cultura en un Municipio tiene y debe entrar en la gestión desde su estatus, de acuerdo con un programa político, unos pactos municipales, un electorado al que servir y unos cambios sociales, culturales y económicos que se van a ir produciendo durante los años de su mandato. Su responsabilidad es grande, de ahí la importancia de contar con profesionales y no con pseudogestores/políticos que en muchas ocasiones entorpecen al no tener claro su papel. El “amiguismo” a la hora de seleccionar gestores suele llevar al desastre si no son profesionales preparados.

La intersección en el ámbito de la gestión cultural se consigue con directrices políticas claras, criterios a la hora de afrontar los temas culturales generales (patrimonio, creación, difusión, formación, selección de públicos y consumo cultural), los específicos de la localidad, y, sobre todo, con una comunicación que favorezca la confianza mutua y la idea de compartir un programa cultural común, en el que participan todos los miembros del equipo de esa localidad (políticos, asesores, gestores culturales, administrativos, artistas, contratos temporales, becarios, animadores de asociaciones, objetores de conciencia y voluntarios culturales de la localidad).

Esta coordinación en la gestión favorece el enfoque cultural al adaptar los programas políticos a la realidad territorial. La actividad cultural municipal necesita la gestión cultural para llevar a cabo las directrices políticas y acercarlas a los ciudadanos y vecinos; pero al mismo tiempo recoger nuevas aspiraciones y demandas.

3. Esfuerzo: Hacia una Administración Municipal al servicio del público

“Abandonar la noción de relación entre administrador y administrado para considerar que la Administración es un servicio cuyo cliente es el público” (OCDE: La Administración al servicio del público, editado por el Ministerio de Administraciones Públicas, pág. 19).

3.1. Aumentar la receptividad de la Administración Local en Cultura

Los servicios públicos deben equilibrar sus ofertas con las demandas culturales del territorio. El público cultural hay que conocerlo, agruparlo, seleccionarlo, acceder a él, servirlo, cuidarlo y retroalimentarlo continuamente.

La receptividad cultural del ayuntamiento con respecto a los agentes de la localidad puede no responder a las diversas y variables demandas culturales del territorio:

- Artistas locales reconocidos.
- Grupos artísticos emergentes y/o contestatarios.
- Asociaciones culturales reconocidas y con influencias.
- Asociaciones culturales nuevas y minoritarias.
- Asociaciones vecinales y sociales con algunas actividades culturales.
- Medios de comunicación locales con servicios o programas culturales.
- Empresas y profesionales locales de la cultura.

- Empresas culturales foráneas con ofertas culturales de diversos tipos.
- Otras Administraciones (Diputación Provincial, Junta de Andalucía, Ministerio de cultura y/o Comunidad europea).
- Comunidad educativa básica y secundaria (profesores, alumnos y padres).
- Instituciones de educación artística pública o privada.
- Fundaciones culturales de la localidad o foráneas.
- Universidad cercana al territorio a través de Facultades, Extensión Universitaria y/o aulas de Cultura).
- Ofertas de las industrias culturales y los medios de comunicación de masas.

Estos demandantes plantean peticiones para sus actividades y ofertan servicios para las actividades del Ayuntamiento.

La mayoría deben ser atendidas pero no significa que tengan todas que ser respondidas de igual manera, dependerá del programa municipal, los recursos que requieran, los contenidos que recojan y a los públicos que se dirijan. La fijación de criterios facilita la receptividad y amortigua el conflicto cultural cuando no son atendidas las peticiones de estos agentes culturales. Existen otros agentes públicos y privados que pueden responder y los Ayuntamientos deben coordinarse con ellos.

3.2. Mejorar la producción de Servicios Culturales en función de los Públicos Locales

Los servicios culturales municipales deberían programar tanto las acciones directas, como integrar demandas de otros agentes en los servicios que presta el Municipio. En otro porcentaje conviene llegar a acuerdos de colaboración facilitando la realización de actividades de otros agentes con la supervisión municipal (convenios, contratos, becas, cesión de espacios, etc.). Por último, no inmiscuirse en acciones culturales de agentes que cumplen la normativa vigente en lo relativo a organización de actos públicos.

Los servicios culturales municipales deben producirse para unos públicos seleccionados por la política y el programa municipal. Esto exige una organización que cuente con soportes físicos e infraestructurales, personal en contacto con el público y la participación de los beneficiarios de estos servicios (sean o no gratuitos). El aumento continuará en cantidad y en calidad si no se invita a otros agentes sociales. Esto conllevará que tengan que aplicarse precios a los servicios/productos culturales públicos.

A) División de los Servicios Culturales:

- A.1. Básicos: definirían lo esencial de la prestación cultural. Pueden ser globales del Área de Cultura o específicos de una actividad. Del Área de cultura se espera actividades artísticas en un programa más o menos amplio. En el teatro, específicamente, sería la representación de un espectáculo.
- A.2. Asociados: serían los servicios que los públicos esperan recibir junto al básico. Del Área de Cultura esperarían un programa de actos, carteles de información, etc. Del teatro, específicamente, un portero, acomodadores, el programa del espectáculo a ver, etc.
- A.3. Complementarios: serían los servicios que no se esperan, pero dan valor añadido a la actividad cultural. Del Área de cultura sería el personal y ambiente de las instalaciones. Del teatro, podrían ser la animación antes, durante y después del espectáculo. Se convierte en asociados con el paso del tiempo, de ahí los problemas que conlleva el avanzar y no mantener servicios con la consiguiente frustración para los públicos.

B) Estrategias con los Públicos culturales:

- B.1. Crear afición cultural en determinados apartados artísticos para aumentar públicos interesados. Asociaciones + Administraciones.
- B.2. Aumentar la participación de los públicos ya interesados en diferentes apartados culturales. Asociaciones + Administraciones + Empresas.
- B.3. Responder a las demandas mayoritarias del mercado cultural potenciado por las industrias culturales y las modas. Empresas + Administraciones. El papel público pasa a un segundo plano

C) Elementos en la Producción de Servicios Culturales.

Para la producción de servicios culturales se tiene que tener en cuenta un sistema que relaciona tres aspectos:

- C.1. Personal en contacto con el público: desempeñan una función particularmente importante, y más aún si se da en los servicios municipales de cultura. Los servicios culturales requieren un personal en contacto con el público con gran capacidad de comunicación, fuertes dosis de relaciones públicas y otras habilidades sociales que permitan responder a públicos tan diversos. Deben estar preparados e informados, además de conocer lo que esperan los públicos a los que se dirigen sus servicios.
- C.2. Soportes físicos: que deberían adecuarse a los servicios y tener calidad además de funcionalidad; se han potenciado en algunos territorios sobre los recursos personales o la participación del público con resultados carísimos y decepcionantes. El equilibrio es necesario entre los tres aspectos y si hubiera que destacar alguno serían los recursos humanos de gestión y animación cultural.
- C.3. Participación del público: supone que éstos conocen el servicio municipal, que se han aficionado a un o unos apartados artísticos, que han aprendido a participar en los servicios municipales, que se les ha facilitado el acceso física, temporal, económica e informativamente, con una campaña de comunicación adecuada a los públicos a los que se dirige el servicio cultural; y también, que se ha cuidado los detalles, las utilidades simbólicas y vivenciales que rodean la participación en un servicio cultural, además de las utilidades funcionales.

“Los diseñadores de programas más en contacto con las autoridades políticas que con los clientes, en ocasiones tienden a concebir su misión únicamente en función de dicha interacción, sin preocuparse de los problemas de aplicación o de contacto con el público” (OCDE: Opus cit. Pag. 80).

4. Esfuerzo de Gestión: La organización cultural municipal

“Promover el progreso de la cultura y la economía para asegurar a todos una digna calidad de vida”. Preámbulo de la Constitución Española de 1978.

La gestión exige conocer y analizar la misión de la institución pública para adecuar los servicios culturales. Esos son una parte del resto de servicios que ofrece al ciudadano es Municipio.

Los servicios culturales están sujetos a un programa cultural y éste a un plan municipal, que se escribe o bosqueja tras la proclamación de la nueva Corporación después de pasado los primeros meses de gobierno.

4.1. Plan Municipal

- A) Objetivos generales a conseguir durante la Corporación.
- B) Estrategias económicas, sociales y culturales para conseguir esos objetivos.
- C) Metas a corto, medio y largo plazo del plan con propuestas de fases de revisión de lo conseguido y de los cambios producidos.
- D) Criterios de evaluación político.

4.2. Programa cultural local

- A) Objetivos específicos de la política cultural.
- B) Estrategias de difusión, soporte a la creación, formación artística y coordinación de otros agentes locales.
- C) Metas culturales a corto, medio y largo plazo con fases de revisión de lo conseguido y de los cambios producidos.
- D) Recursos humanos, infraestructurales, materiales y económicos de la localidad (públicos y privados).
- E) Criterios de evaluación político, cultural y económico.

4.3. Organigrama del Área de Cultura

Después del aumento de competencias y servicios municipales, se tiende a estabilizar el personal de cultura en los Ayuntamientos, aunque todavía queden puestos por cubrir. Las necesidades de personal chocan con las posibilidades de la Hacienda Pública. Las carencias de personal de los nuevos servicios que se pueden crear, se tendrán que suplir con personal temporal contratado o conveniado.



Entre la tendencia a la especialización y la tendencia a la polivalencia del personal se debe optar por un **equipo de gestión mixto**, que recoja todas las funciones que requiere un trabajo coordinado y continuado, con diferentes tipos de vinculación al Ayuntamiento y de acuerdo con unos horarios diversos.

- A) Delegado de Cultura: Funciones de dirección general, representación y supervisión.
- B) Personal técnico municipal: (B.1) **Administrativos** y (B.2) **Gestores Culturales**. Tanto unos como otros deberían asumir y repartirse funciones administrativas, económicas, gerenciales y programáticas. No debería existir una separación total entre ellos más bien buscar una complementariedad. Las funciones comunicacionales y de equipamientos estarían más en la órbita de los gestores culturales, y las legales y económicas serían más propias de los administrativos culturales.
- C) Personal auxiliar municipal: Serán diversos tipos con diversas categorías. (C.1.) **Animadores Socio-Culturales**. (C.2.) **Técnicos Auxiliares Específicos**. Sus funciones deberían recoger tareas administrativas, de producción, montaje y de marketing. Deberían tener mayor formación si están en contacto con el público y, dependiendo del programa cultural, tender unos a la polivalencia y otros a la especialización de forma coordinada. El personal fijo debería adecuarse al servicio y no al revés. La visión del “funcionario típico” mata la gestión cultural, al imponer legalidad y eficacia por encima de cualquier consideración, sin coordinarse con eficiencia y público al que servir.
- D) Personal temporal:
 - D.1. “**Confianza Política**” con funciones de asesoramiento y relaciones públicas, en muchos casos también reúnen las de gestión cultural con problemas de implantación técnica;
 - D.2. “**Conveniados**” con asociaciones y entidades privadas con funciones de animación y formación cultural, no deberían asumir funciones básicas del programa y sí complementarias;
 - D.3. “**Becados y Alumnos en Prácticas**” con centros educativos con funciones de investigación, comunicación, formación y otras auxiliares, no deberían asumir funciones básicas del programa y sí aquellas complementarias;
 - D.4. “**Contratados**” con empresas o profesionales con funciones de producción, actuación, artística, servicios asociados y complementarios, también gerenciales cuando se ceden equipamientos municipales; tienden a aumentar por ser más competitivos que los funcionarios por no aceptar los horarios de la mayoría de los servicios culturales y que los colaboradores por no estar preparados para servicios especializados.
- E) Personal colaborador:
 - E.1. “**Objetores de Conciencia**” con funciones auxiliares y tendentes a desaparecer;
 - E.2. “**Voluntarios Culturales**” con funciones de intermediación, colaboración y otras auxiliares que tienden a aumentar, siempre y cuando no se realice un uso aberrante de mano de obra barata, ya que sus tareas debieran estar en el terreno de la comunicación y de los servicios complementarios de la cultura.
- F) Nuevas necesidades de personal: Los servicios culturales tienden a aumentar y requieren especialización profesional difícil de cubrir en un localidad pequeña; las funciones relacionadas con la comunicación son cada día más importantes (la cultura es sobre todo comunicación), los planes integrales y los programas europeos exigen profesionales, que deben contratarse temporalmente con la financiación de otras Administraciones y Patrocinadores.

4.4. Infraestructuras culturales

Dependerán del Municipio, pero su aumento deberá estar conjugado con las posibilidades de mantenimiento: personal cualificado y soportes físicos necesarios para servir y facilitar la participación de un público.

4.4.1. Conjuntos de Instalaciones Culturales:

- A) Instalaciones depositarias de fondos materiales de la cultura: Bibliotecas, Archivos y Museos.
- B) Instalaciones destinadas a la difusión y programación cultural: Teatros, Cines, Salones de Actos y Salas de Exposiciones.
- C) Instalaciones de desarrollo cultural comunitario: Casas de Cultura, Centros cívicos, Talleres Artísticos y Casas de Juventud.
- D) Medios de comunicación: Publicaciones, emisoras de radio y televisión local, Murales Informativos, Internet y Televisión por cable.
- E) Espacios adaptados para uso cultural: Plazas, Parques Patios y Estancias de Casas Patrimoniales de la localidad. Conjuntos Arqueológicos, Iglesias y Campos Deportivos.

Conviene invertir estudiando la viabilidad de las instalaciones, ya que no todas las localidades medianas y pequeñas podrán tener. Es importante los espacios patrimoniales y al aire libre por nuestro clima mediterráneo. Las instalaciones deben ofrecer servicios culturales que respondan a las aspiraciones de los públicos y las posibilidades del territorio.

4.4.2. Tendencias en los Programas Infraestructurales Culturales Locales:

- A) “**Monumentalización**” para operaciones de prestigio cultural (ej.: Guggenheim)
- B) “**Evolución hacia la polivalencia** (ej. Centros Cívicos) o especialización (Sala Audiovisual)”, según los cambios políticos, socio-culturales y económicos que se han dado en la localidad.
- C) “**Cesión a terceros**” ya sean asociaciones o empresas, que se encargan de la gestión con fines culturales sin o con ánimo de lucro.
- D) “**Utilización del Patrimonio Histórico-Artístico**” para dar valor añadido a los servicios culturales, tanto para los vecinos como para los turistas de la localidad.
- E) “**Preocupación por la rentabilidad económica y cultural**” buscando la diversificación de ingresos (Administraciones, Patrocinadores y Venta de entradas y servicios a los públicos participantes) para disminuir el gasto municipal.

4.4.3. Modelos básicos de Infraestructuras:

- A) Oficinas de Gestión de la Delegación de Cultura: Conviene lugar céntrico y accesible de la localidad junto al equipamiento cultural más significativo o que realiza mejores servicios. Conviene un equipo de gestión cultural coordinador de pocos profesionales.
- B) Teatro: Infraestructura que permite una serie de espectáculo en vivo. El tamaño y el aforo dependerá del Municipio. Conviene un personal mínimo y el resto contratarlo a través de una gestión mixta con empresas.
- C) Sala de exposiciones: Infraestructura que se debe dedicar a las Artes Plásticas y a Exposiciones Culturales y Didácticas. Su tamaño estaría en función de las disponibilidades del Municipio, que pueda adaptar espacios con otros usos o construirla exprofeso. Conviene que el personal sea mínimo y la gestión mixta o con empresas o con asociaciones.
- D) Casa de la Cultura o Centro Cívico: Se dedicaría a actividades de participación cultural comunitaria, de formación artística y de organización de asociaciones socio-culturales. Desde el punto de vista de la cultura presentan problemas de gestión por contracciones entre lo social y lo cultural. Se tiende a un personal mínimo con convenios con asociaciones locales. Se tiene que mejorar los servicios culturales con ofertas de calidad, ejemplo La Casa Encendida de Caja Madrid.
- E) Biblioteca Pública: Estas infraestructuras tienden a dar más servicios que los de préstamo. Animación a la lectura, teatro, revistas literarias y animación cultural dependerá del personal y del espacio para afrontar dichos servicios. Conviene dotar si es posible de fondos periodísticos y audiovisuales. Su gestión necesita de un personal fijo mínimo, pero sus aumentos de servicios podrían ser llevados por contratos con empresas y/o convenios con asociaciones culturales locales. Se debe introducir nuevas tecnologías, videotecas, etc.
- F) Museo y Archivo Municipal: Requiere una infraestructura, colección, proyecto museístico, personal y soportes físicos y técnicos de mayor envergadura al tener que adaptar en la mayoría de los casos un edificio histórico local. Convendría plantear servicios nuevos con métodos de interpretación y animación cultural del Patrimonio Histórico-Artístico para escolares, visitantes (locales y turistas) e investigadores; conviene un modelo de gestión mixta, aunque decantarse por la empresa o por la asociación estará en función de los contenidos y los servicios que se vayan a prestar.
- G) Almacén de equipamientos culturales: Esta infraestructura sería de cesión y por tanto su ubicación es más adecuada en ciudades con área metropolitanas o comarcas provinciales con el apoyo de las Diputaciones. Su gestión debería ser mixta con empresas.

- H) Espacios culturales alternativos: Dependerían de las infraestructuras abandonadas o semiabandonadas de titularidad pública que se encuentren en el Municipio. Las funciones serían locales de ensayo, talleres de formación o simplemente lugares de actuación y de fiesta; la gestión sería mixta conveniéndola con asociaciones locales o cediéndola a empresas.
- I) Arquitectura efímera: Infraestructuras que permitirían la utilización temporal de espacios patrimoniales y de otros tipos de los Municipios (parques y plazas). La gestión de estas arquitecturas sería mixta con asociaciones o empresas dependiendo de los servicios a ofrecer. Tienen gran importancia por estar asociadas a fiestas tradicionales y por el clima mediterráneo.
- J) Expositores de información cultural: En lugares públicos se utilizarían para ofertar información cultural local, comarcal y/o provincial. Se cuidaría el diseño y la comunicación en función de los públicos a los que se dirigen los servicios. La gestión podría ser directa o mixta con asociaciones o empresas.
- K) Espacio Patrimonial de la localidad: Utilización con usos de difusión y consumo cultural, que dependerá de sus características y dimensiones para la realización de determinadas actividades. El buen clima de Andalucía favorece la adaptación de Patios de Casas Históricas, Plazas de Conjuntos Urbanos y Jardines, que con una infraestructura efímera adecuada pueden ser lugares culturales atractivos.

4.5. Presupuestos culturales públicos

El presupuesto por capítulos y partidas de la Administración coarta en muchos casos la capacidad de gestión eficaz y eficiente de los servicios municipales. Se han propuesto modelos como la planificación presupuestaria o presupuesto por programa que no se han llegado a utilizar directamente. Estos modelos intentan mejorar la planificación a largo plazo y se relacionen con las metas, objetivos, propósitos, productos y/o servicios que pretende el Municipio.

El diálogo y la negociación con el personal administrativo de los servicios culturales es clave para introducir cambios coyunturales que favorezcan la gestión cultural; pero se sigue esperando cambios estructurales en la Administración Local necesarios para mejorar la prestación de servicios públicos.

Las alternativas de planificación presupuestaria deberán irse introduciendo lentamente dentro del proceso administrativo tradicional para tomar decisiones que mejoren los servicios culturales. Conviene introducir otros ingresos en el presupuesto, ya sea por patrocinio y por venta de servicios y productos culturales.

4.5.1. Partidas presupuestarias municipales propias.

- A) Capítulo de Personal: Convendría un equipo gestor que hiciera las funciones de estudio, programación, coordinación y evaluación; aunque dependerá del territorio, los recursos humanos fijos tienden a no aumentar y a favorecer la gestión mixta con empresas, profesionales, fundaciones y asociaciones culturales de la localidad; a pesar de todo ciertos programas y equipamientos municipales considerados básicos deberán tener un personal mínimo fijo para gestionarlos y poder dar una continuidad que permita alcanzar objetivos a medio y largo plazo.
- B) Capítulo de Bienes y Servicios: La Administración requiere un aumento progresivo de este capítulo pero compensado con los demás; se debe equilibrar las partidas que permitan el funcionamiento de los servicios básicos del Área de Cultura de la localidad y buscar recursos externos para los servicios complementarios, que en caso de no encontrarlos no entorpezca la acción cultural municipal; en esta partida se irían introduciendo las contrataciones a profesionales y empresas, que fundamentalmente aportarían personal de gestión y realización para las actividades temporales, que no fueran básicas del programa municipal.
- C) Capítulo de Transferencias: Aquí se incluyen diversas partidas que van dirigidas a subvencionar, becar, premiar y conveniar a entidades y agentes culturales individuales, que cubren contenidos, actividades y servicios culturales; de esta manera la intervención de la Administración es indirecta y permite la participación de más agentes para llegar a más público local; tanto el convenio con entidades como la subvención, que se ha usado en demasía, deben estar relacionadas con todo el programa cultural municipal. En cuanto a los premios o concursos deben potenciar o promocionar aspectos culturales o artísticos que se consideren importantes, deben también tener relaciones con el resto de la programación y no convertirse exclusivamente en actos protocolarios de la política municipal.
- D) Capítulo de Inversiones: Es difícil cubrir todas las necesidades y se necesita el concurso de otras Administraciones Públicas, mucho más que en los capítulos anteriores; dependiendo de la localidad y del programa cultural se deben tener en cuenta las infraestructuras dentro de un plan general de ordenación y una previsión de gastos: construcción y mantenimiento posterior que recoja recursos humanos, materiales y económicos mínimos para la realización de actividades culturales; se deben tener en cuenta una serie de variables a la hora de programar un plan de inversiones en infraestructuras.

4.5.2. Ingresos ajenos:

- A) De otras Administraciones: En este apartado se dan muchas posibilidades pero hace falta además de un programa coherente, constancia, relaciones públicas, información y coordinación política-técnica.
 - A.1. Diputaciones Provinciales y Consejería de la Junta de Andalucía proponen subvenciones, circuitos, premios, convenios y ayudas que pueden facilitar o mejorar el programa local de cultura, si es que existe y no crearse después de que salgan esas ayudas en el boletín Oficial de la Provincia y/o el boletín oficial de la Junta de Andalucía. Una cuestión es adaptar el programa local y otra bien distinta es escribirlo después de que salgan las subvenciones o ayudas.
 - A.2. Una fuente de financiación a potenciar son las ayudas de la Comunidad Europea a través de diversos programas. Especial interés para las localidades singulares con patrimonio y capacidad de coordinación con otras ciudades comunitarias. La dificultad radica en el acceso a la información y en los mecanismos de gestión que se exige para presentar propuestas, éstas requieren tiempo y personal especializado (idiomas, informática, polivalencia en la gestión y capacidad de adaptación a la Administración Local).
Convendría crear equipos asesores en Diputaciones Provinciales que facilitaran la traducción, la información y el acceso de los Municipios a los programas comunitarios. La originalidad de los proyectos presentados tendrá valor añadido siempre y cuando se haya respondido a las peticiones básicas que se solicitan en los modelos de solicitud europeos.
- B) Patrocinadores Privados: Se podría decir que en el futuro un gestor cultural será competente y se distinguirá de otro por su capacidad de atraer recursos e ingresos de diversos al programa cultural municipal. El patrocinio exige una mentalidad más comercial del proyecto cultural; se tendría que tender un puente entre los objetivos culturales que se persiguen en la localidad y los intereses económico-culturales de los patrocinadores, que pueden coincidir en públicos objetivos de la localidad.

El programa cultural se presentará a los patrocinadores para que les llegue tanto al “corazón como a la cabeza”, es decir, el concepto y los servicios culturales deben ser atractivos e ilusionantes y también rentables por sus connotaciones publicitarias y el valor añadido que puede representar para el patrocinador la actividad cultural municipal.

Conocer las estrategias de marketing de las empresas y/o fundaciones interesadas en servicios culturales es imprescindible, algo difícil para gestores metidos de lleno en la organización de su propia actividad. Otra posibilidad sería la utilización de agencias de comunicación privadas para conseguir estos recursos.

Las localidades pequeñas van a tener un campo más limitado por el número de personas a los que puede llegar sus actividades culturales, pero también dependerá del alcance, originalidad y capacidad de atracción de medios de comunicación, pues aún teniendo un territorio pequeño, el público objetivo de la actividad puede traspasar el ámbito local atrayendo públicos foráneos y/o difundiendo ampliamente a través de distintos medios de comunicación.

Ventas de entradas y de otros servicios y productos culturales: Este apartado ha pasado por una travesía del desierto al proliferar políticas culturales de gratuidad. La polémica de cobrar o no en los Municipios la actividad cultural va a depender del territorio, los servicios que se ofrezcan a quienes se dirijan. Si hiciéramos un porcentaje ideal de la financiación de las actividades culturales, la Administración debería aportar entre un 33% y un 40%, los patrocinadores entre un 33% y un 30% y los espectadores o participantes de los servicios culturales entre un 33% y un 30%.

Los ingresos por ventas de servicios y productos culturales municipales podrían ayudar a mantener campañas didácticas de música, teatro, cine, artes plásticas y animación cultural en centros educativos y a grupos sectoriales desfavorecidos de la localidad a la hora de poder participar en las actividades culturales; el debate sigue abierto pero conviene analizar la experiencia en las instalaciones deportivas municipales como ejemplo a seguir por el aumento de ingresos y la mejora en el mantenimiento de las instalaciones, que permiten dar más servicios a más públicos.



4.6. Comunicación:

“La cultura es comunicación” de ahí la importancia del Área de Cultura para todo el Ayuntamiento y para las actividades propias del Área de Cultura. No sólo hay que comunicar qué se quiere hacer a las personas adecuadas, sino preocuparse cómo se va a decir.

En el Ayuntamiento pequeño la comunicación interpersonal es la baza más importante, pero a otro nivel sigue siendo este tipo de comunicación la más importante en las localidades mayores.

La publicidad de cartel no es suficiente y menos para públicos con pocas aficiones culturales. La competencia enorme ejercida por las empresas de ocio y cultura consumista, que se realiza desde los medios de comunicación tanto en la calle como en la casa, exige introducir cambios en la difusión de las ofertas públicas.

La comunicación cultural exige un plan que necesita de intermediarios y de medios de comunicación adecuados a los públicos a los que se dirige.

4.6.1. Intermediarios:

- Voluntarios Culturales.
- Animadores Asociativos.
- Profesores Educativos.
- Comerciantes comprometidos.
- Profesionales de los medios de comunicación locales.
- Artistas locales.
- Informadores locales con reconocimiento.
- Otros dependiendo del territorio y los contenidos culturales.

4.6.2. Medios de Comunicación:

- A) Relaciones Públicas: entrevistas, reuniones, llamadas telefónicas e invitaciones a intermediarios locales.
- B) Publicity: utilización a medios de comunicación locales, regionales y nacionales para presentar actividades locales de cultura aprovechando la campaña de otros medios con mayor difusión. Artículos en prensa, entrevistas en radio, etc.
- C) Promoción: apoyar la participación en actos culturales con bonos, regalos de merchandising y ofertas de interés para los públicos a los que se dirige.
- D) Publicidad: utilización de medios publicitarios que se dirijan a los públicos objetivos adecuados y seleccionados. Colocación en sus lugares de información, de encuentro y de ocio, etc.

En actividades especiales y en grades ciudades es importante un plan de comunicación cultural que cuenta con profesionales, más si se ha pedido patrocinio y se espera ingresos por taquilla. En localidades pequeñas es fundamental la comunicación interpersonal y el sentido común a la hora de posibles patrocinadores.

El marketing hay que introducirlo tanto en el proceso de gestión cultural, como en las campañas de comunicación que se presenten a los ciudadanos, ya que puede ser una herramienta que acerque la cultura a los ciudadanos para que participen con distintos niveles de compromiso.

5. Esfuerzo de gestión: La formación y la investigación cultural en el territorio

“La inspiración existe pero te tiene que coger trabajando”. Pablo Picasso.

Los retos culturales no se detienen a pesar de los fallos en la gestión diaria. Se mezclan indistintamente las actuaciones y no se puede parar en una Administración y menos en los Municipios ante las diversas demandas que se solicitan.

Se requiere formación continua de los agentes locales y al mismo tiempo revisión y estudios de la dinámica cultural del territorio, éstos casi inexistentes.

Dentro de un programa cultural público se debiera tener unos apartados tanto para la formación de gestores, técnicos auxiliares, animadores y voluntarios culturales, como para investigación de profesionales y/o universitarios vinculados al territorio.

5.1. Formación y Perfiles y de los/as Gestores Culturales Públicos

El Gestor Cultural es como un malabarista que intenta mantener el equilibrio entre ciudadanos, clientes, artistas, políticos y patrocinadores. Su formación debiera ser muy completa y sobre todo llena de ensayos con red para evitar contratiempos, pero en “circo de la Gestión Cultural” no hay tiempo para tanta preparación por “el número de pistas” que hay con actividad y la urgencia de la mayoría de las intervenciones. Aún así conviene un plan mínimo de formación para los Gestores Públicos que trabajan en la actualidad y la planificación de perfiles de los Gestores Culturales Públicos en el futuro, cuestión que debería asumir las Diputaciones provinciales y la Consejería de Cultura con la de Educación de la Junta de Andalucía.

5.1.1. Técnicos de la Administración General (TAG):

- A) Funciones: Dirección Administrativo-Cultural del Programa Municipal.
- B) Formación:
 - Básica: Licenciados en Derecho.
 - Complementarias: Cursos de Gestión Cultural, Legislación Autonómica, Estatal y Comunitaria en Cultura, Gestión Presupuestaria y de Recursos Humanos y Técnicas de Negociación y Patrocinio.

5.1.2. Técnicos Superiores o Medios de la Administración Especial (TAE):

- A) Funciones: Dirección Cultural-Administrativa del Programa y/o Infraestructuras Municipales.
- B) Formación:
 - Básica: Licenciado o Diplomado en ciencias Sociales y/o Artísticas.
 - Complementaria: Postgrado en Gestión y Políticas Culturales, Cursos de Marketing de Servicios aplicados a la Cultura, Gestión Patrimonial, Presupuestaria, Patrocinio y encuentros con Gestores Culturales Regionales, Estatales y Europeos.

5.1.3. Animadores y/o Técnicos Auxiliares de Cultura:

- A) Funciones: Coordinación Administrativo-Cultural de programas Específicos y/o una Infraestructura Cultural.
- B) Formación:
 - Básica: Bachillerato Superior y/o FP II.
 - Complementaria: Curso de Técnico en Animación Socio-Cultural y/o Cursos de Producción Artística, Comunicación y Relaciones de la Cultura con la Educación, Ocio y Turismo.

5.2. Instituciones Formativas en Andalucía

Existe una carencia de formación en Gestión Cultural para los agentes culturales andaluces, con la paradoja de que muy pocas Administraciones se preocupan por este hecho. A destacar la labor realizada por las Diputaciones Provincial de Cádiz y de Almería con su personal. La continuidad de programas formativos para agentes tanto de sus provincias como del resto de la Comunidad autónoma parece algo muy difícil, a pesar de los esfuerzos de algunas Diputaciones Provinciales de Andalucía.

En cuanto a la Consejería de Cultura ha llevado a cabo una labor discontinua con vértices interesantes y ausencias incomprensibles. La Escuela Pública de Animación Socio-cultural planteó una serie de cursos en colaboración con Diputaciones provinciales Andaluzas que no tuvieron continuidad. En la actualidad el Centro Andaluz de Arte Contemporáneo y el Instituto andaluz de Patrimonio Histórico están realizando una importante labor formativa en temas específicos.

Esperemos que las titulaciones superiores (postgrado y master) tengan vinculación directa con el territorio andaluz y se complementen con otras formaciones más específicas. Además convendría dentro del marco provincial o autonómico mantener contactos, encuentros y reuniones de los responsables de la política y la gestión cultural, tanto para temas generales como para otros más específicos.

5.2.1. Alternativas en Andalucía:

- A) Autoformación a través de Instituciones fuera de Andalucía:
 - Cursos de Postgrado en Gestión Cultural por la Universidad de Barcelona con el Centro de Estudios y Recursos Culturales de la Diputación de Barcelona.
 - Departamento de Gestión Cultural del Instituto Complutense de Ciencias Musicales de Madrid.
- B) Auditorías Culturales entre gestores de Municipios andaluces, que a través de encuentros se evaluarían mutuamente y compartirían información.
- C) Asociaciones de Gestores Culturales provinciales que a través de encuentros intentan mejorar el status profesional y compartir experiencias.
- D) Federación Andaluza de Municipios y Provincias que organice más seminarios como éste de Cultura y Municipio, tanto para políticos como para gestores culturales públicos de la Comunidad Autónoma.
- E.) Postgrados y Masters en Gestión Cultural organizados por Universidades Andaluzas en colaboración la Consejería de Cultura y Educación, Diputaciones Provinciales y Fundaciones Culturales Andaluzas, que permitan crear un equipo para formar e investigar sobre este sector en nuestra Comunidad Autónoma. Conviene crear al principio títulos generalistas y posteriormente especializados.

5.3. Investigación cultural

Si el campo de la formación tiene problemas de coordinación y continuidad, este campo tiene pocas investigaciones y desgraciadamente es necesario para la evaluación de muchas de las intervenciones que se realizan en el territorio.

El acercamiento a la Universidad podría suplir la falta de investigación y la creación de posibles equipos formativos en temas relacionados con la Gestión Cultural, el Patrimonio Histórico-Artístico y el Desarrollo de Planes Integrales para la localidad con el concurso de servicios culturales.

La investigación aplicada abriría nuevas orientaciones al papel de los ayuntamientos en su localidad y al reparto de papeles con otros agentes del territorio.

Se debería comenzar por estudios con universitarios becados que facilitarían información sobre el Mapa Cultural de la localidad, Públicos Culturales del territorio de influencia del Municipio, incidencia de los medios de comunicación en los temas culturales, utilización del Patrimonio Histórico-Artístico y estudios históricos sobre personalidades, mitos y hechos ocurridos en la localidad para su utilización cultural.

Posibles medios serían:

- A) Convenios con las Universidades cercanas al territorio para investigaciones o estudios aplicados a las necesidades culturales del Ayuntamiento.
- B) Convocatoria de becas relacionadas con programas o actividades culturales que requieran mayor documentación, estudio y evaluación.
- C) Premios a la investigación en temas del Patrimonio Histórico-Artístico.
- D) Concurso de proyectos de Desarrollo Local relacionando Patrimonio Cultural, Turismo y Difusión de Productos Industriales, Agropecuarios y Comerciales del Municipio.
- E) Creación de observatorios culturales provinciales y/o regionales con la participación de diversas Administraciones y Universidades.

Las políticas culturales y los Gestores Culturales deben buscar estrategias que permitan el encuentro y el consenso. La Cultura es sobre todo Comunicación entre creadores, artistas, instituciones, medios de información y Públicos. Estos Públicos no son homogéneos y se diferencian en cuanto a sus demandas, formas de participación y diferencias a la hora de seleccionar ofertas.

Es fundamental organizar estrategias y programas que propicien equilibrio económico, ético y estético en las ofertas de creación, difusión y consumo cultural. Estos equilibrios dependerán de los territorios y los agentes culturales que lo lleven a cabo, pero son un reto a la hora de pensar/actuar en el territorio que tendrá que combinar lo local con lo global.

ANEXO: Glosario de Gestión Cultural

Cultura:

- A. Lo que la persona aprende, en contraposición a lo recibido por herencia biológica.
- B. Los conocimientos, las creencias, el arte, la moral, las leyes, las costumbres y todos los demás hábitos y disposiciones adquiridas por el hombre en tanto que es miembro de una sociedad (E.B. TYLOR).
- C. La producción, circulación y consumo de significados (N. GARCIA CANCLINI)

Políticas Culturales:

Estrategias de intervención que se plantean en el territorio, organizado administrativamente, alrededor de la creación, producción, distribución y consumo cultural.

Programa Cultural:

Previsión ordenada de lo que se quiere realizar en materia como el patrimonio acumulado, las distintas Artes (tradicionales, de masas y tecnológicas), los medios de comunicación y las relaciones de las personas con el ocio y los lugares de encuentro, donde se escribirá las fases, niveles de intervención, grado de concreción, recursos necesarios, estrategias para realizarlo, público al que va dirigido y modo de evaluarlo.

Objetivos Culturales:

Metas que se pretenden alcanzar en los procesos de creación, distribución, difusión, formación y consumo cultural, donde se formulará el nivel de concreción, los recursos necesarios, el grado de participación y los criterios para lograrlos.

Actividad Cultural:

Conjunto de operaciones intermedias entre los objetivos culturales programados y los resultados obtenidos que estarán en función del programa cultural, los públicos a los que se dirige, el territorio y los recursos.

Recursos Culturales:

Medios personales, infraestructurales, materiales y financieros con que se cuenta para el desarrollo de programas, actividades y servicios culturales, que pueden ser propios y/o ajenos (contratados, prestados, conveniados y/o alquilados).

Gestión Cultural:

- A. Los métodos que tienden armonizar las exigencias de los programas creativos con las exigencias del territorio.
- B. Actuación de tipo territorial que tiene por objeto promover la creación cultural y conectar a los creadores con los medios y canales de producción y difusión, así como con los públicos, receptores del resultado de los procesos creativos.

Estrategias Culturales:

Conjunto de intervenciones que se proponen en los diferentes ámbitos culturales y sectores poblacionales para la consecución de un fin.

Intervención Cultural:

Acción que irá dirigida a un campo cultural ya sea del patrimonio, de las Artes, de los medios de comunicación y/o de los ocios y los lugares de encuentro de los públicos de un territorio, que supone una toma de partida a la hora de programar.

Patrimonio Cultural:

Conjunto de bienes materiales e ideas que sirven de nexos entre las personas que pertenecen a un territorio, que configura la identidad cultural de un pueblo.



Eficacia Cultural:

Validez del programa y los servicios creados para conseguir los objetivos culturales previstos.

Eficiencia Cultural:

Distribución adecuada de recursos y tiempos para alcanzar los objetivos culturales previstos o con un ahorro en los costes o con un aumento en los resultados, beneficios o ingresos.

Idoneidad Cultural:

Estimación de la consecución de los objetivos de un programa cultural y sus posibilidades de continuidad a través de instrumentos de consulta, opinión y crítica.

Servicios Culturales:

Ofertas que se presentan al público para que participen en una actividad cultural, tiene diferentes modalidades y requieren personal en contacto con el público, soportes físicos y la participación de los clientes.

Difusión Cultural:

Diversas formas que puede asumir la transmisión y/o representación de bienes y obras artísticas-culturales, al diseñar las condiciones para que los posible clientes entren en contacto con los servicios culturales.

Creación Artística:

Descubrimiento, invención o reinención de formas de expresión que tengan relación con lo que rodea a las personas y los grupos, a través de propuestas que sean capaces de ensanchar tanto los ámbitos del saber como de lo imaginario, con el fin de profundizar en los significados estéticos y éticos de la vida.

Industrias Culturales:

Fabricación, transformación, reproducción, almacenamiento, transmisión y venta a gran escala de bienes, productos y servicios culturales, en el mercado, gracias al desarrollo de los medios de comunicación de masas.

Promoción cultural:

Conjunto de actuaciones, motivaciones e incentivos de apoyo a personas y/o grupos, apartados artísticos y contenidos culturales desconocidos o minoritarios, para darlos a conocer a nuevos sectores de público.

Oferta Cultural:

Conjunto de productos, bienes y servicios culturales que se dan a los públicos del mercado.

Demanda Cultural:

Conjunto de peticiones de personas y/o grupos con respecto a bienes, productos y servicios culturales.

Infraestructuras Culturales:

Espacios y medios físicos, materiales y técnicos necesarios para la realización de actividades de creación, difusión, formación y consumo cultural.

Espacio Polivalente:

Lugar donde se desarrollan actividades socio-culturales diversas con objetivos, métodos y públicos diferentes.

Agente Cultural:

Persona, grupos o instituciones que intervienen culturalmente a nivel local, provincial, regional, estatal o internacional.

Asociación cultural:

Grupo de personas que se reúnen para conseguir fines relacionados con la creación, conservación, difusión y promoción de un apartado artístico o de un conjunto de actividades culturales sin ánimo de lucro, recogiendo su quehacer en unos estatutos que lo enmarcan y reconocen socialmente.

Empresa Cultural:

Entidad privada que ofrece servicios culturales en un territorio buscando la rentabilidad económica.

Marketing Cultural: proceso de gestión responsable de identificación, anticipación y satisfacción de las necesidades y demandas culturales de los consumidores de forma rentable.

Constitución Cultural Española:

Conjunto de normas destinadas a proporcionar el marco jurídico fundamental para la estructura y el funcionamiento de la vida cultural española, entendiéndose por tal tanto la producción y el disfrute de obras artísticas, literarias y científicas como los diversos modos de vida, costumbres y tradiciones que se ha desarrollado en todo el Estado, Autonomías, Provincias, Comarcas y/o Localidad.

Animación Socio-cultural:

Acción metodológica tendente a crear el dinamismo social allí donde no existe o bien para favorecer la acción cultural, comunitaria, crítica y creativa que permita el cambio social.

Democratización de la Cultura:

Difusión de los bienes culturales a sectores más amplios de la sociedad facilitando el acceso a través de los medios de comunicación de masas.

Democracia Cultural:

Participación de las personas en la elaboración de la cultura plural a través de métodos directos, creativos y transformadores.



Ponente:

JUAN GONZÁLEZ-POSADA M.
Gestor Cultural

UN NUEVO RETO CULTURAL PARA LOS MUNICIPIOS

Durante los últimos años, la cultura ha adquirido carta de naturaleza en las instituciones públicas, como un más entre las esferas de distintos servicios que el Estado presta a sus administrados. Además, los Ayuntamientos y Diputaciones han sido, sin ninguna duda, los principales protagonistas de la normalización cultural en nuestro país, teniendo un destacado papel en el desarrollo de nuevos servicios culturales. Pero también debemos reconocer, que estas Administraciones han cometido errores, lógicos en un periodo en el que todo estaba por hacer y todo era urgente, tras el lastre de la dictadura franquista. Tampoco debemos ocultar que últimamente vivimos un período de cierto agotamiento y una falta de ideas en nuestros programas.

Decía el sociólogo italiana Giandomenico Armendola, en su libro *La evolución de las políticas culturales europeas*, que “se ha echado toda la carne en el asador de las políticas de corrección de la oferta cultural en detrimento de acciones en la órbita de la política de corrección de las demandas, es decir en la formación y fidelización de públicos, modificación de los hábitos de consumo cultural de los ciudadanos...”. No es pues negativo, reconocer la situación de crisis en la que nos encontramos, y la necesidad de buscar soluciones óptimas en las administraciones locales.

Vivimos además en unos momentos en los que es necesario “optimizar” los recursos existentes, y entre ellos, el factor humano adquiere una especial importancia. La captación o formación inicial y el reciclaje permanente de los operadores culturales, políticos y técnicos, constituye otro factor decisivo para este desarrollo de las políticas culturales.

Pero quizás lo más urgente hoy día es trabajar por la innovación de las políticas culturales. Los modelos de gestión de los servicios y la programación, se están anquilosando. Cada día se funcionaliza más un trabajo que debería caracterizarse por la viveza y la acción diaria. Se sigue utilizando, y ahora mal utilizando, modelos, patrones y plantillas que son caducos. Si se quiere optar por el desarrollo de este servicio público, se debe apostar por la innovación en las políticas culturales, por el riesgo, por la pasión. Es necesario invertir en la puesta en marcha de nuevos sistemas, de nuevas formas, de nuevos métodos de trabajo que sirvan para avanzar hacia la normalización de nuevos y viejos lenguajes culturales. Que actúen en la corrección de las demandas de los ciudadanos, en la necesidad de provocar nuevos usos y lecturas del patrimonio natural y cultural, que sepan abordar las nuevas prácticas del tiempo libre, desde una perspectiva cultural amplia, estableciendo sistemas de relación con las nuevas prácticas culturales domésticas y audiovisuales, que cada vez llenan más el tiempo libre de los ciudadanos, introduciendo formas y modelos de vida muy concretos, que homogenizan nuestros usos y costumbres.

Así pues, es necesario que las administraciones españolas, abandonen viejos modelos usados en exceso, y apuesten por políticas que sirvan para recuperar la iniciativa de los ciudadanos y de sus administraciones.

Como señala el profesor Ramón Zallo, algunos de los parámetros que deberían manejarse en el futuro están integrados por:

1. Una política de formación de cara a promover oficios culturales con perspectivas de demanda dentro y fuera de nuestro territorio.
2. Una política educativa que sirva para conocer y analizar la realidad de la vida diaria. Que forme a los nuevos gestores culturales.
3. Una política intrainstitucional que suponga la coordinación entre distintas instituciones y departamentos con el fin de hacer posible un mayor aprovechamiento de los recursos, así como que sirva para reordenar las políticas presupuestarias, conforme a objetivos y estrategias explícitas.
4. Una política social que mejore cualitativamente los hábitos culturales sociales.
5. Una política infraestructural coordinada que construya, amplíe y mejore los equipamientos públicos necesarios.
6. Una política industrial que promueva las empresas privadas o mixtas culturales, así como parques o polígonos integrados y sinérgicos de industrias culturales, como focos de creación, experimentación y producción cultural.
7. Una política exterior que ayude a la intercolaboración cultural y al mestizaje.

Puede observarse que el papel de las Administraciones democráticas sigue siendo fundamental en las próximas décadas, y aunque parezca una contradicción, su mantenimiento como institución que merezca respeto y consideración por parte de los ciudadanos, pasa por su apoyo a la creación de una espesa malla de relaciones horizontales y de propuestas comunicativas, como antídoto frente a los discursos dominantes, que tan poco están ayudando hoy día, al desarrollo del hombre, merced al despliegue de un individualismo y un revisionismo estético lanzados por nuevos oscurantismos.

Y esto requiere una organización fuerte y creativa, con conocimiento de sus potencialidades para planear una gestión más objetiva, en la que es necesario superar los problemas de identidad corporativa en sentido amplio de la organización, para poder ejecutar una política de acción cultural contemporánea, coherente con el tiempo en que vivimos, capaz de atender la variedad de públicos existentes y funcionalmente efectiva. Una administración que trabaje con pasión para una ciudadanía, que de manera incierta, entra en el siglo XXI.



LA GESTIÓN DEL PATRIMONIO CULTURAL EN LOS MUNICIPIOS

De tesoro artístico a recurso para el desarrollo: evolución del concepto de patrimonio

El concepto actual de patrimonio (artístico, histórico, cultural,...) y la diversidad de valores a él asociado (belleza, curiosidad, antigüedad, identidad...), es la decantación de una amalgama de diferentes significados acumulados en los últimos siglos y en continua evolución. Estos significados van desde el **tesoro artístico**, de interés nacional, destinado a la contemplación y deleite de una minoría de exquisita sensibilidad; pasando por el **monumento histórico**, testigo de glorias pasadas, de interés para intelectuales y estudiosos; al **patrimonio como cultura** (o la cultural como patrimonio), instrumento de educación y promoción social, destinado a toda la comunidad.

El patrimonio, en su sentido más amplio, es considerado hoy día como un conjunto de bienes materiales e inmateriales, heredados de nuestros antepasados, que han de ser transmitidos a nuestros descendientes acrecentados. Entendemos por **patrimonio cultural** a los objetos materiales e inmateriales, pasados y presentes, que definen a un pueblo: lengua, literatura, música, tradiciones, artesanía, bellas artes, danza, gastronomía, indumentaria, manifestaciones religiosas,....., y, por supuesto, la historia y sus restos materiales, es decir, el patrimonio histórico. Entendemos por **patrimonio natural** todos los elementos de la naturaleza: montañas, ríos, flora, fauna,....., así como el resultado del trabajo del hombre en el ambiente natural, e decir, el paisaje humanizado: red de caminos, ciudades y pueblos, cultivos, caserío agrícola, etc. El **territorio** es el punto de encuentro del hombre con su patrimonio. Sin una valoración cultural del territorio que ponga de manifiesto la singularidad de sus recursos y estimule la confianza de la comunidad en sí misma y en su capacidad creativa, es difícil que un lugar despegue en su desarrollo económico. Por tanto el patrimonio es el resultado de la **dialéctica entre el hombre y el medio**, entre la comunidad y el territorio. El patrimonio no está sólo constituido por aquellos objetos del pasado que cuentan con un reconocimiento oficial, sino por todo aquello que nos remite a nuestra **identidad**.

El patrimonio en sí mismo no es un equipamiento cultural, ni un servicio, ni un agente, ni una oferta: es un **recurso** susceptible de ser transformado en un **producto** para el **consumo cultural**. Además del valor económico del patrimonio, es decir, dinero que valen los objetos muebles e inmuebles en el mercado; y del valor inmaterial: simbólico, religioso, etc; el recurso patrimonio puede ser transformado en un **producto educativo**, que genera identidad, cohesión comunitaria y participación ciudadana, importante para el desarrollo social y cultural de una población; y en un **producto turístico** para visitantes, básico para esta actividad económica, que genera riqueza y empleo en los residentes.

Este **concepto integral** de patrimonio tiene como dimensión la globalidad del territorio y sus habitantes; como objetivo último, la calidad de vida consecuencia de un desarrollo económico y social sostenible; su metodología es la gestión integral de los recursos patrimoniales a partir de estrategias territoriales.

Las "magnitudes" del patrimonio cultural

Todo patrimonio puede adquirir una determinada dimensión dependiendo del valor que la comunidad ponga en él. Esta comunidad puede ser un pequeño pueblo, una gran ciudad, una región un estado, o la humanidad. Aunque todo patrimonio es importante, indudablemente podemos distinguir patrimonios de interés familiar, asociativo, local, regional, nacional o internacional. Cada uno de ellos debe ser entendido, gestionado y defendido desde su escala y con los instrumentos más apropiados. Un patrimonio fundamental para una población puede ser irrelevante a escala regional o estatal. Un patrimonio de gran valor para estudiosos y científicos, puede ser desconocido para la población donde se localiza. Un patrimonio puede interesar a un colectivo o asociación (amigos del castillo) un municipio (la iglesia del pueblo) a una comarca (una romería), a una región, o a un colectivo profesional.

A la distinta intensidad con la que se manifiesta el patrimonio le podemos denominar "magnitud". La "primera magnitud" sería aquel catalogado como **patrimonio mundial**. Lo designa la UNESCO y se supone que su importancia trasciende a una nación. Su atención debe tener prioridad estatal y de las administraciones públicas (Alhambra, Generalife y Albayzín en Granada, el Centro Histórico de Córdoba y la Catedral, Alcázar y Archivo de Indias de Sevilla). Una "segunda magnitud" lo compondría el **patrimonio de interés estatal** catalogado como Bien de Interés Cultural, con el que el Estado Español se reserva pocas, pero algunas competencias sobre su expolio o destrucción. Una "tercera magnitud" sería el **patrimonio de interés regional**, en nuestro caso considerado de interés andaluz, por lo que puede destacarse e inscribirse en el Catálogo General del Patrimonio Histórico de Andalucía y aplicársele más específicamente las medidas de protección y fomento que contempla la Ley de Patrimonio Histórico de Andalucía. La "cuarta magnitud" la formaría el **patrimonio de interés local**. Sería todo aquel patrimonio que un municipio, incluido su término municipal, considera fundamental para su identidad y su historia. Dependería del ayuntamiento incluir en sus ordenanzas y planeamientos todos ese patrimonio que se considera comunitario y de interés colectivo para su protección y conservación. Por último, la "quinta magnitud" lo formaría el **patrimonio de interés particular**. Hay una esfera de lo voluntario y lo privado (poner flores en los balcones, encalar las casas, participar en las fiestas, etc), de colectivos, hermandades, etc. donde el patrimonio cultural y patrimonio entendido como posesión, es lo mismo. Aunque hay normas generales para la conservación de viviendas que afectan a la generalidad de los bienes, culturales o no, es la costumbre la que se instaura como primera forma de conservación y puesta en valor de ese patrimonio. Este nivel es imposible de regular legalmente pero es fundamental, porque la suma de pequeñas acciones basadas en la costumbre es lo que permite mantener el patrimonio vivo. Es lo que al principio denominábamos: la cultura como patrimonio. A esta escala, una política municipal de fomento es fundamental.

A la gestión cultural del patrimonio se le ha denominado tradicionalmente: tutela

Las acciones a ejecutar, financiar, fomentar, regular, supervisar, etc. desde las Administraciones Públicas en materia de patrimonio son: su conocimiento o investigación; su catalogación o protección legal; su intervención en la conservación y su comunicación o difusión pública. Estas acciones, o tutela de los bienes culturales, han sido ejercidas tradicionalmente por la Administración Autónoma (Consejería de Cultura), dentro del marco jurídico del patrimonio histórico de Andalucía:

- **Conocer (investigación)**. Está en la base de toda actuación. Sin saber lo que se tiene y lo que significa es difícil afrontar acciones coherente. Hay que conocer los bienes muebles e inmueble, patrimonio arqueológico, etnológico, industrial, documental, bibliográfico, etc. que tiene nuestro municipio. La investigación la puede realizar cualquiera que lo desee, aunque tradicionalmente se ha encomendado a la universidad. El fomento de la investigación histórica y patrimonial es una línea principal de acción de las políticas culturales en torno al patrimonio.
- **Catalogar (protección)**; consecuencia de lo anterior es catalogar, dentro de alguna figura legal de protección, el patrimonio conocido. La catalogación puede ir referida a la legislación de patrimonio; Bienes de Interés Cultural, Inventario General, Catálogo General del Patrimonio Histórico Andaluz; a la legislación urbanística: Normas Subsidiarias, Planes Especiales, etc.; o a otras legislaciones como la de medioambiente y sus planes en Espacios Naturales Protegidos (Planes Directores, Planes Rectores, etc.).
- **Conservar (intervención)**; conservación indica tanto la intervención directa sobre un patrimonio como evitar todo aquello que pueda afectar negativamente a la conservación del mismo. Es la actividad más cara a afrontar tanto por las administraciones como por los particulares. Los Ayuntamientos, según la legislación, pueden adoptar con su patrimonio cultural "las medidas oportunas para evitar su deterioro, pérdida o destrucción".

- **Comunicar (difusión)**; dar a conocer el patrimonio por cualquier medio que sea, facilitando su accesibilidad a los residentes y visitantes (exposiciones, publicaciones, conferencias, programas de radio o televisión, visitas guiadas,). Se considera la difusión como la mejor inversión en salvaguardia del patrimonio ya que se aprecia, protege y conserva aquello que se conoce.

La gestión cultural del patrimonio desde el municipio

La actividad sobre el patrimonio cultural de un municipio no se puede reducir a un asunto de planificación y disciplina urbanística, de interés para arquitectos y constructores, o a un problema de excavaciones arqueológicas de urgencia previa a licencias de construcción en el casco histórico, de interés para arqueólogos e iniciados, o a un museo destinado a albergar los objetos muebles que han perdido su ubicación originaria, de interés para historiadores del arte. Hacen falta profesionales situados entre los técnicos especializados en la investigación y conservación del patrimonio: historiadores, arqueólogos, antropólogos, arquitectos, restauradores etc., y los técnicos de la enseñanza, la comunicación y la difusión: educadores, animadores y guías. Estos profesionales, que podríamos denominar: **gestores culturales**, crean y gestión productos culturales para residentes y visitantes a partir de los recursos del patrimonio.

Las **funciones y servicios** específicas que pueden desarrollar los gestores culturales en materia de patrimonio dentro del área de cultura de un municipio, siempre dependiendo de su tamaño, serían las que a continuación enumeramos:

En cuanto al patrimonio:

- Profundizar en el conocimiento de los recursos culturales y naturales del territorio objeto de actuación, elaborando su inventario;
- promover la investigación de los especialistas del patrimonio y fomentar la investigación participativa de los habitantes;
- planificar la acción sobre el patrimonio local, identificando potencialidades, definiendo objetivos prioritarios, señalando el papel de los diferentes agentes que pueden intervenir en el patrimonio;
- conocer y colaborar con la política de protección de la Consejería de Cultura, tal como se recoge en la legislación de patrimonio y en la normativa urbanística;
- concretar planes de conservación preventiva de adecuación y mantenimiento del patrimonio;
- organizar exposiciones temporales concebidas para reforzar el sentimiento de autoestima y de dignidad de la población;
- conectarse a los circuitos expositivos de las diputaciones, consejerías, cajas de ahorro, etc.;
- hacer de los museos, archivos y bibliotecas equipamientos de primer orden en la dinamización social y cultural local, diseñando proyectos conjuntos.

En el ámbito educativo:

- colaborar estrechamente con la red educativa de su territorio, poniendo el patrimonio al servicio de la labor pedagógica de los colegios, institutos y centros de adultos;
- mantener contactos y colaboraciones con los Gabinetes Pedagógicos de Bellas Artes de la Delegación Provincial de la Consejería de Cultura;
- confeccionar material docente o participar activamente con los profesores en su elaboración, para que la asignatura que la LOGSE contempla como de conocimiento del medio se imparta a partir de ejemplos del ámbito comarcal, y así refuerce la identidad y sensibilice y responsabilice al alumnado en la conservación y transmisión del patrimonio;

En el ámbito sociocultural:

- integrar al patrimonio en el conjunto de la dinámica cultural de creación y promoción artísticas, para que sea un elemento fundamental para la vertebración de las políticas culturales de la comarca;
- incluir el patrimonio y su difusión dentro de las actividades de las casas de la cultura, centros cívicos y programas de animación sociocultural;
- acercar el patrimonio al tejido asociativo local; asociaciones culturales, musicales, de vecinos, de mujeres, juveniles, etc., o cualquier grupo de creación e innovación;

En el ámbito del desarrollo local:

- promover y participar en iniciativas de desarrollo local y comarcal relacionadas con el patrimonio, como pueden ser Escuelas Taller, programas LEADER, etc o cualquier otra iniciativa de desarrollo local;

En el ámbito turístico:

- poner el patrimonio a disposición del turismo, facilitando al visitante la asimilación y comprensión de la cultura local, haciendo de una experiencia de ocio un aprendizaje cultural;
- diseñar planes de interpretación y presentación del patrimonio local, que desarrollen de forma sistemática los contenidos del mensaje que se quiere transmitir al visitante, los sistemas de difusión, los servicios de atención al público y los servicios complementarios;
- colaborar con las oficinas de turismo, hoteles y en general con la política e infraestructura turística del territorio;
- colaborar con los guías turísticos, apoyándolos en su labor de difusión cultural, para que ésta sea científica y ajustada a la realidad;

En el ámbito del medio ambiente:

- entender el patrimonio como un elemento ambiental de primer orden para la calidad de vida y el desarrollo sostenible;
- colaborar con las asociaciones de defensa del medio ambiente;
- en aquellas comarcas que sean Parque Natural, conocer la red de Puntos de Información y Centros de Visitantes, participando activamente en su política de difusión y promoción del patrimonio cultural de los espacios naturales protegidos;

En cuanto a los medios de comunicación:

- estar siempre dispuesto a colaborar con los medios de comunicación, sobre todo en aquellos de ámbito local y comarcal, e introducir continuamente el mensaje patrimonial;
- promover, junto con los profesionales de la comunicación, proyectos de difusión del patrimonio en prensa radio y televisión.

En resumen, los gestores cultural del patrimonio en un municipio deben básicamente: **conocer los recursos** patrimoniales de su entorno (muebles, inmuebles, e inmateriales), su historia y sus necesidades de conservación y puesta en valor; **conocer los usuarios** destinatarios del patrimonio, tanto residentes como de turistas visitantes, sus características, demandas y segmentación; **elaborar productos** culturales a partir del patrimonio, generar una oferta y gestionarla.



Nota

Más información sobre la temática aquí expuesta puede ser encontrada en:

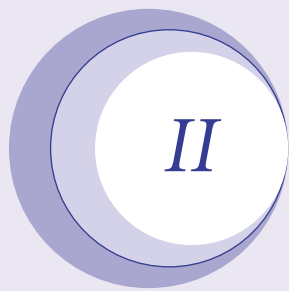
– **Publicaciones del Instituto Andaluz del Patrimonio Histórico de la Consejería de Cultura:**

*Revista "Boletín PH"

*Colección Cuadernos y Cuadernos Técnicos

- **Plan General de Bienes Culturales 1996/2000. Documento de Avance.** Consejería de Cultura, Junta de Andalucía, 1997
- **Régimen Jurídico del Patrimonio Histórico en Andalucía.** Aguilar Corredera, E.; Pavón Rendón, J.; Valverde Cuevas, F. Consejería de Cultura, Junta de Andalucía, 1996

* Este artículo, fruto del I Seminario "Cultura y Municipio" organizado por la FAMP en octubre y noviembre de 1998, fue publicado con el mismo título en la revista "El Siglo que Viene" n.º. 39/40, del Área de Cultura del Ayuntamiento de Sevilla en junio de 1999.



SEMINARIO

**PATRIMONIO
HISTÓRICO
ANDALUZ**

II SEMINARIO: Patrimonio Histórico Andaluz

El patrimonio cultural es el resultado de la interacción entre la actividad del hombre y el entorno, la cual, a lo largo de la historia ha fructificado en una pluralidad de formas sociales y culturales con peculiaridades propias, especialmente ricas en Andalucía.

La riqueza cultural acumulada a lo largo de siglos en Andalucía constituye un patrimonio histórico-cultural de gran amplitud y complejidad. En su acepción moderna, la tutela de este legado - por requerir un conjunto de acciones coordinadas de investigación, protección, conservación, restauración y difusión -, desborda el ámbito estrictamente cultural en el que tradicionalmente había sido situada, para integrarse como una actividad más dentro del desarrollo regional, tal y como reconoce la Agenda 2000 : “La cultura contribuye considerablemente al desarrollo regional por tres razones: en primer lugar, porque es una importante fuente de creación de empleo, así mismo, las actividades relacionadas con la valorización del patrimonio cultural, así como las industrias y las producciones culturales , generan directa o indirectamente numerosos puestos de trabajo . En segundo lugar, porque la cultura es uno de los factores que determinan la localización de la inversión, ya que mejora la imagen y el atractivo de una región. Por último, la cultura desempeña un papel positivo de promoción y de integración social, y en este sentido, contribuye a la cohesión social de la Unión : “*El patrimonio cultural de importancia europea*”.

La propia naturaleza del patrimonio histórico-cultural le confiere un carácter de actividad tecnológica , como consecuencia de que los trabajos de restauración exigen el desarrollo de complejas técnicas obtenidas a través de procesos específicos de investigación. Tareas como el conocimiento y la catalogación de bienes culturales y artísticos, difícilmente pueden realizarse de manera fructífera sin la utilización de soportes informáticos y telemáticos , que a su vez requieren de software y sistemas integrados de información.

Así mismo, la tutela del patrimonio histórico y cultural encaja plenamente dentro del concepto de desarrollo sostenible , en cuanto debe garantizarse la transmisión de ese patrimonio común , cultural y artístico a las generaciones futuras como parte inalienable del testimonio de una colectividad. En ese sentido, y según las propias palabras de la Consejera de Cultura , Carmen Calvo, “ la conservación del patrimonio histórico de los municipios andaluces y, en general, las políticas culturales, se ha convertido en una iniciativa primordial para los ayuntamientos, consideradas como todo un derecho social”.

En el futuro, será necesario aumentar la integración de la cultura en las estrategias de desarrollo regional o local, para sacar el máximo provecho de su repercusión en el ámbito del empleo y la innovación; ya que los nuevos tiempos que marca la Unión Europea obligan a aplicar un nuevo enfoque de acción cultural para responder a los desafíos contemporáneos y las aspiraciones de la ciudadanía europea. Sin que por ello se llegue a confundir la conservación del patrimonio con la explotación económica y turística de estas propiedades.

En 1984 se transfirieron las competencias en materia de patrimonio histórico desde la Administración central del Estado Español a la Comunidad Autónoma de Andalucía y a su gobierno regional: La Junta de Andalucía. Desde ese momento ha ido desarrollando una estructura orgánica de recursos humanos adecuada a las exigencias técnicas de los diversos sectores de la política cultural, desplegada en todo el territorio andaluz, así como una importante labor legislativa en materia de patrimonio. En la actualidad se dispone de un amplio marco jurídico con el que ejercer la tutela de los Bienes Culturales (Ley 1/1991, de Patrimonio Histórico de Andalucía, Ley 2/1984, de Museos, Ley 3/1984 de Archivos, Ley 8/1983 de Archivos, Ley 8/1983 de Bibliotecas).

En éste contexto, tanto el Plan General de Bienes Culturales 1989-1995 como el de 1996-2000 han supuesto : por un lado, la dotación a la Consejería de Cultura para la estructuración de una política integral y coherente sobre el patrimonio histórico; y por otro, el instrumento que define las principales líneas de actuación política de la Consejería. De ese modo se conseguirá promover el desarrollo sostenible y la mejora de la calidad de vida de los andaluces, garantizando el uso y disfrute de nuestros recursos, mediante el perfeccionamiento de los instrumentos de tutela y de la gestión de la Administración Pública. Puesto que el Plan se fundamenta en los siguientes principios:

La *planificación*; reflejo de una convicción política comprometida con la transformación de situaciones negativas, la eliminación de desequilibrios territoriales, la determinación de valores y la evaluación de potencialidades y limitaciones.

Los/as *ciudadanos/as*; referente principal de la gestión pública sobre el patrimonio tanto en su calidad de titulares del mismo como de usuarios de servicios culturales. La acción especializada y la tutela sobre los bienes culturales, garantizan un servicio público y una red de instituciones que deben asegurar el acceso a la cultura de todos los ciudadanos, vinculando el patrimonio histórico a los derechos culturales básicos.

Los *bienes culturales*; recurso estratégico para el desarrollo de Andalucía; supone un valor añadido a las demás actividades , cualificando su imagen , lo que mejora nuestra capacidad competitiva. Además están en la base de la identidad colectiva y son un referente para la cohesión social.

Y el *territorio*, anclaje del patrimonio con la realidad social, económica y humana de Andalucía.

Así pues, y ante éste marco, desde la Administración Local de Andalucía se pretende poner de manifiesto la plena adhesión y participación de la ciudadanía en la construcción europea lo que requiere poner de relieve aún más sus valores y raíces culturales como elemento clave de su identidad y de su pertenencia a una sociedad basada en la libertad, la democracia, la tolerancia y la solidaridad. Debemos promover la creación, poner en valor el patrimonio cultural , fomentar el conocimiento mutuo de la cultura y de la historia : así como favorecer los instrumentos culturales con el fin de mejorar la difusión de los conocimientos y estimular la cooperación y la creación.

ÍNDICE DE PONENCIAS:

“Sistema de catalogación del Patrimonio Histórico en Andalucía” D. Juan Manuel Becerra	25
“Políticas locales de desarrollo sostenible” D. Carlos Borrás Querol	26
“Desarrollo de políticas culturales municipales. La experiencia de Benalauría” D ^a . Begoña Chacón Gutierrez	35
“Patrimonio municipal y asociacionismo” D. Gabriel Lorola y D. Francisco Lirola.....	37
“El Patrimonio Cultural en la comarca de La Loma: de la conservación a la gestión integral” D. Pedro J. González Fernández	39
“De las Jornadas del Patrimonio a la Federación de Asociaciones de la Sierra de Huelva” D. Félix Sancha Soria	43
“La difusión del Patrimonio Histórico en el ámbito de la Dirección General de Bienes Culturales en Andalucía” D. Carlos Sánchez de las Heras	46
“Dos propuestas para la difusión patrimonial del territorio local: El caso de Loja” D. Juan Alonso Sánchez Martínez	49
“La política de conservación del Patrimonio Histórico en Andalucía (España)” D. Marcelino Sánchez Ruiz.....	51
“A propósito del Voluntariado Cultural” Excm ^a . Sra. Viceconsejera D ^a Claudia Zafra	55



Ponente:

JUAN MANUEL BECERRA
Consejería de Cultura. Junta de Andalucía

SISTEMA DE CATALOGACIÓN DEL PATRIMONIO HISTÓRICO EN ANDALUCÍA

SISTEMA DE CATALOGACIÓN DEL P.H. EN ANDALUCÍA			
CATÁLOGO GENERAL DEL PATRIMONIO HISTÓRICO ANDALUZ	Categoría	Sección	Tipología
		PATRIMONIO INMUEBLE	INSCRIPCIÓN GENÉRICA
INSCRIPCIÓN ESPECÍFICA			MONUMENTO
			JARDÍN HISTÓRICO
			CONJUNTO HISTÓRICO
			SITIO HISTÓRICO
			ZONA ARQUEOLÓGICA
			LUGAR DE INTERÉS ETNOLÓGICO
DECLARADOS DE INTERÉS GENERAL			MONUMENTO
			JARDÍN HISTÓRICO
			CONJUNTO HISTÓRICO
		SITIO HISTÓRICO	
PATRIMONIO MUEBLE		INSCRIPCIÓN GENÉRICA	
		INSCRIPCIÓN ESPECÍFICA	27 Tipologías
		DECLARADOS DE INTERÉS CULTURAL	
ACTIVIDADES DE INTERÉS ETNOLÓGICO		INSCRIPCIÓN GENÉRICA	
		INSCRIPCIÓN ESPECÍFICA	
PATRIMONIO DOCUMENTAL		INSCRIPCIÓN GENÉRICA	
		INSCRIPCIÓN ESPECÍFICA	DOCUMENTO
	ARCHIVO		
DECLARADOS DE INTERÉS CULTURAL			
PATRIMONIO BIBLIOGRÁFICO	INSCRIPCIÓN GENÉRICA		
	INSCRIPCIÓN ESPECÍFICA	LIBRO	
		BIBLIOTECA	
DECLARADOS DE INTERÉS CULTURAL			
ZONA DE SERVIDUMBRE ARQUEOLÓGICA			
INVENTARIO GENERAL DE BIENES MUEBLES			

**Ponente:**

CARLOS BORRÁS QUEROL

Área de Desarrollo Económico

Ayuntamiento de Alcalá de la Real, Jaén

POLÍTICAS LOCALES DE DESARROLLO SOSTENIBLE

Introducción

Históricamente, los ayuntamientos, por su proximidad al ciudadano, han sido la Administración Pública más sensible a las necesidades sociales y económicas de la comunidad local. No obstante, el papel tradicional de los ayuntamientos ha sido el ejercicio de la autoridad a través del desarrollo de ordenamientos y regulaciones municipales; la prestación de ciertos servicios urbanísticos para corregir los desajustes del mercado y la construcción y el mantenimiento de las infraestructuras básicas de competencia municipal.

Las condiciones económicas actuales imponen a las Administraciones Locales un nuevo papel que añadir a su función tradicional como administradores de servicios públicos y gestoras del territorio local. Estas nuevas funciones se materializan en la creación y mejora de un entorno favorable para el desarrollo de estrategias económicas y sociales y en la aplicación, en el ámbito de lo local, de las políticas generadas por las distintas administraciones públicas, sean éstas de carácter nacional o supranacional.

Todo ello obliga a las Administraciones Locales a asumir un liderazgo sobre el territorio, articulando el conjunto de agentes sociales y económicos con capacidad de incidir sobre el mismo, lo cual conduce a una ruptura con la concepción tradicional de la Administración Municipal centrada exclusivamente en la prestación de determinados servicios, para pasar a otra que ha ampliado sus capacidades dinamizadoras al área de la promoción económica con visión a largo plazo, e imponiendo la modificación de ciertas actitudes y tipo de servicios ofrecidos desde la Administración Municipal con el fin de adecuar sus recursos a las nuevas necesidades del entorno territorial, promocionando y desarrollando el equilibrio socioeconómico y adaptando sus estructuras administrativas a los procesos económicos y sociales de estos momentos: nuevas tecnologías, nuevos productos, servicios y formas, así como nuevos métodos de producción y organización empresarial y comercial. En definitiva, transformaciones que orientan hacia un marco definido por la competitividad y por la aparición de otras opciones que promueven una explotación racional y sostenible de los recursos del territorio.

Las nuevas estrategias municipales estiman conveniente la adopción de un papel más activo y coordinado en el desarrollo integral del territorio, orientando hacia vías de desarrollo sostenible los objetivos de carácter laboral y de sus propios recursos, permitiendo su persistencia y manteniendo la capacidad de renovación de los mismos, no sólo como garantía de bienestar para el presente, sino como acto de solidaridad para el futuro de las nuevas generaciones que nos sucedan.

Desde esta perspectiva, y a través de acciones formativas, de capacitación profesional especializada y de apoyo y promoción de la pequeña y mediana empresa, se puede incidir en una mejor integración de los factores medioambientales y socioeconómicos en el proceso de planificación de los recursos económicos de los municipios, al tiempo que se posibilita la corrección de ciertos desequilibrios, aplicando medidas correctoras que eliminen las amenazas que se ciernen sobre el desarrollo equilibrado y sostenible de los pueblos, trabajando decididamente en el reencuentro de sus hombres y mujeres a través de acciones que preserven los recursos y fomenten la calidad de vida de la población en un contexto medioambiental limpio y ordenado. En este sentido, el aprovechamiento racional y equilibrado de los recursos endógenos aún insuficientemente utilizados debe potenciar el papel dinamizador y catalizador de los Ayuntamientos, con iniciativas propias, imaginación e implicación en la producción y comercialización de los productos locales, así como en el desarrollo de nuevas iniciativas que pongan en valor los numerosos recursos ociosos de que disponen y que deberán conducir a término proyectos más o menos modestos en su dimensión, pero que contribuirán, sin duda, a la articulación de las iniciativas empresariales del territorio, a la generación de renta y empleo, a la corrección de las desigualdades y, en definitiva, a la consecución de mayores niveles de bienestar social. Y aquí debe jugar un papel fundamental la iniciativa municipal; no entendida como sustituta de la iniciativa privada, sino incentivadora de proyectos que, de otra forma, no encontrarían fácil camino de evolución.

Ésta, creemos que es la respuesta más adecuada de los servicios municipales al reto de la modernización del aparato productivo ante los nuevos retos de la globalización de la economía.

Esta armonización que, en el terreno de la producción y el mercado, exige la nueva realidad municipal, plantea como necesidad la trama de un servicio local versátil, dinámico y eficaz que canalice los impulsos de la comunidad local en sintonía con los requerimientos de la sociedad global; en definitiva: Pensar en global y actuar en local.

Vemos, de este modo, como la iniciativa municipal abarca nuevas estrategias relacionadas con políticas de desarrollo centradas en solventar nuevas necesidades, cualificar e insertar profesional y socialmente a los recursos humanos, desarrollar la cultura de empresa y el asociacionismo de los interlocutores sociales, animar redes de servicios, y utilizar adecuadamente la economía social; en definitiva favorecer y facilitar el empleo, conjugando armónicamente el desarrollo económico con la calidad ambiental, puesto que todo ello redundará en la mejora de la calidad de vida de la población.

El desarrollo del territorio se convierte, así, en uno de los aspectos más importantes y dinámicos de la gestión municipal, conectando con las funciones más innovadoras de los procesos económicos con la finalidad de orientar la acción económica, tanto de los agentes públicos como privados, integrados en la comunidad local.

Políticas Locales de Desarrollo Sostenible. Antecedentes

Cuando hoy se habla de desarrollo local los ayuntamientos tienen ya amplia experiencia. Por una razón evidente: cuando la ciudadanía siente la urgencia de un problema dirige sus pasos a la instancia más cercana sin reparar si tendrá competencia para resolverlo. Los ayuntamientos han de recibir las demandas, al menos en primera instancia, intentando satisfacerlas de la mejor manera porque no puede trasladarse al ciudadano la descoordinación entre las administraciones de los diferentes niveles de gobierno. La política local exige, hoy por hoy, una profunda innovación, pues no basta ya con proveer los servicios básicos. Es un imperativo de los tiempos actuales que el gobierno local asuma responsabilidades en sectores tradicionalmente fuera de su competencia: desarrollo económico, empleo, asistencia y bienestar social. Aunque parezca paradójico el proceso de globalización ha realzado la importancia política de los municipios que aprovechan la ventaja comparativa de conocer con más fundamento de causa las necesidades de sus vecinos. Pensar globalmente, actuar localmente ha cobrado la fuerza de una consigna, y hoy nadie discute este lugar estelar del municipalismo.

Es así cómo, desde el municipio, se ha empezado a luchar contra el desempleo, a promocionar la economía local mediante la creación de empresas municipales o a paliar situaciones de marginalidad social con programas de rehabilitación e integración de colectivos difíciles. El Ayuntamiento ha tomado la iniciativa desempeñando la función de promotor de las energías latentes, ayudando a dar el primer paso; ese que resulta decisivo en muchas ocasiones, pero en la clara convicción de que el desarrollo local no es un asunto del equipo de gobierno en exclusiva. Será un empeño de todo el pueblo o no será. Nuestra convicción es que si bien los poderes públicos no podrán asumir en solitario el desarrollo local, nada podrá hacerse sin ellos. La iniciativa privada no basta. La creación de un ambiente de confianza es una responsabilidad pública que el gobierno local debe asumir como una prioridad, su papel de emprendedor político ha de reivindicarse inequívocamente.

La experiencia del Ayuntamiento de Alcalá la Real ha seguido estas pautas. Sin caer en triunfalismos, pero conscientes del esfuerzo realizado hasta ahora, se pueden exhibir, creemos que a justo título, unos logros que hace pocos años resultaban impensables. En este esfuerzo en favor del desarrollo local, la creación del Área de Desarrollo supuso una decisión clave.

Desde esta perspectiva el Ayuntamiento de Alcalá la Real se convierte en referente de las políticas de desarrollo local, con una importante experiencia en las estrategias de potenciación de los recursos endógenos, manteniendo una permanente labor de identificación de los factores claves de dinamización económica en el municipio, aglutinando las sinergias derivadas de los diferentes programas que, desde el ámbito regional, nacional o supranacional tienen como objetivo las políticas de desarrollo local y el impulso de la proyección internacional del municipio mediante el fomento del intercambio de experiencias y el trabajo en red.

El Ayuntamiento agente dinamizador de la actividad económica

El nuevo papel de agente dinamizador de la actividad económica, que ha asumido el Ayuntamiento, conlleva dos requisitos básicos: primero, considerar a las pequeñas y medianas empresas como aliadas fundamentales en el proceso de generación de riqueza y creación de oportunidades de empleo local y, segunda, disponer de los procedimientos de gestión adecuados que permitan coordinar, racionalizar y descentralizar las actuaciones de apoyo al desarrollo económico y social, utilizando todos aquellos mecanismos de coordinación a los que pueda acceder en beneficio de su base económica. A todo ello hay que añadir las crecientes exigencias de los ciudadanos que están obligando al Ayuntamiento, no sólo al mantenimiento de los servicios, sino a prestarlos con criterios de eficacia administrativa, eficiencia económica y calidad total.

Consciente de ello, cada vez con mayor intensidad, el Ayuntamiento está asumiendo un papel activo en la creación de condiciones favorables para el desarrollo económico local desplegando políticas orientadas hacia la mejora de la posición competitiva del sistema productivo territorial local y a la creación y mantenimiento de ventajas comparativas en el territorio.

Esta intervención de lo público en el desarrollo local se basa en la generación de políticas de promoción económica traducidas en programas de orientación y capacitación profesional ocupacional, impulsión y promoción del municipio como aglutinador de las diversas iniciativas de desarrollo local, construcción de polígonos industriales, promoción de los productos autóctonos, fomento del turismo y modernización y adecuación de la actividad comercial con la consiguiente celebración de actividades de promoción, tales como ferias, congresos u otras.

Todo ello desde un liderazgo público que renuncia a protagonizar monopolísticamente la promoción económica de su comunidad, pero que asume su centralidad en la medida en que la generación de ventajas competitivas depende de factores locales – como catalizador y ordenador de esfuerzos múltiples¹.

Así, el Gobierno Local opera articulando el conjunto de agentes sociales y económicos con capacidad de incidir sobre el mismo, lo cual conduce a una ruptura con la concepción tradicional de una Administración Local exclusivamente centrada en la prestación de unos determinados servicios, para pasar a otra que ha ampliado sus capacidades dinamizadoras al área de la promoción económica con visión a largo plazo.

En definitiva, el Ayuntamiento de Alcalá la Real, en su nueva concepción de dinamizador del territorio favorece la creación de un entorno favorable para el desarrollo de nuevas empresas y para la aplicación, en el ámbito local, de las políticas diseñadas en los diversos niveles de las administraciones públicas, sean éstas de carácter nacional o supranacional, ampliando y complementando, de este modo, su papel tradicional de suministrador de servicios públicos básicos en beneficio de la base económica y social local².

Pese a lo confuso del concepto de desarrollo - ya sea económico, como se decía antes, o humano, como se ha venido diciendo últimamente todos entendemos que, más o menos, se trata de un proceso de evolución hacia estadios de mayor perfección o metas más deseables.

Es evidente que hoy sólo podemos hablar de desarrollo, en términos de sustentabilidad, en un concepto de desarrollo sostenible ya apuntado en la Conferencia de Estocolmo sobre Medio Ambiente (N.N.UU. 1973) al declarar que:

El ecodesarrollo es un desarrollo socialmente deseable, económicamente viable y ecológicamente prudente.

Y que la Comisión Brundtland (1987) lo formuló como aquel que:

(...) satisface las necesidades del presente sin comprometer la capacidad de las futuras generaciones para satisfacer sus propias necesidades.

Y es éste el concepto de desarrollo defendido por las Naciones Unidas a través de la Declaración de Río sobre Medio Ambiente y Desarrollo (1992)³ al proclamar que:

Los seres humanos constituyen el centro de las preocupaciones relacionadas con el desarrollo sostenible. Tienen derecho a una vida saludable y productiva en armonía con la naturaleza⁴, y que el derecho al desarrollo debe ejercerse en forma tal que responda equitativamente a las necesidades de desarrollo y ambientales de las generaciones presentes y futuras⁵.

El modelo de desarrollo promovido por el Ayuntamiento de Alcalá la Real

En este sentido, el Ayuntamiento de Alcalá la Real tiene una importante trayectoria en la puesta en práctica de estrategias de Desarrollo Local; una alternativa al modelo de desarrollo especulativo que tiene por objetivo orientar el potencial de desarrollo de la comunidad local, adecuándolo a los intereses de sus ciudadanos y del sistema productivo de forma equilibrada y sostenible.

Este modelo implica un progreso, no solamente económico, sino cultural y de promoción personal que incide en la creación de nuevas empresas y a favor del empleo, contribuyendo así al equilibrio territorial y la cohesión social.

Alcalá la Real es un enclave estratégico en la organización territorial del sistema de ciudades del interior de Andalucía. Es un ejemplo clásico de núcleo rural, que ejerce las funciones de capital comarcal suministrando servicios educativos, sanitarios, financieros, administrativos y comerciales caracterizándose por:

- Predominio en la actividad económica del sector terciario, cuyo rasgo principal es el elevado grado de atomización empresarial, evolucionando hacia una mayor diversificación. En los últimos diez años se ha apreciado un notable crecimiento de servicios avanzados de apoyo al sector industrial.
- Aumento del empleo por cuenta propia a través de la creación de un importante número de empresas de economía social.
- Importante sector de la población juvenil inmerso en la economía sumergida, lo cual desvirtúa los índices de desempleo oficiales. Debido a que el mercado laboral demanda más y mejor especialización en el trabajo, la población de edad comprendida entre los dieciséis y veinticinco años, se plantea la formación reglada como medio para su posterior inserción laboral en dicho mercado. Del mismo modo, la población juvenil de la localidad que no considera la formación como un pilar básico para la obtención de empleo de calidad, consigue trabajo en la economía sumergida, o en puestos de trabajo que les permitan la obtención de remuneraciones económicas a muy corto plazo, con los consiguientes niveles de baja calidad y precariedad laboral.
- Débil comercialización de las producciones agrarias, centradas en el mono-cultivo del olivar y la ganadería extensiva de caprino y ovino.
- Modernización y aumento del asociacionismo del sector agrícola en el campo de la producción, pero no en el campo de la transformación y comercialización.
- Carencias en la comercialización y transformación que incorporen valor añadido a la producción agrícola
- Nivel de internacionalización de las empresas y del comercio exterior bajo, notándose, no obstante, un incipiente nivel de crecimiento.
- Importante complejo industrial que destaca por su tecnología puntera en el subsector de los productos derivados del polipropileno, y que exporta al extranjero la mayor parte de su producción.
- Importante demanda de suelo industrial, ya que la oferta del mismo en la actualidad se encuentra colapsada. No obstante, la redacción del nuevo Polígono Industrial del Llano Mazuelos en los Llanos de Santa Ana con una extensión de 500.000 m² se encuentra en fase de redacción, previéndose el inicio de su ejecución para mediados del año 2004.

Desde esta perspectiva, las directrices que orientan las estrategias de desarrollo local de Alcalá la Real son:

- **Desarrollo equilibrado y sostenible**, respetuoso con la conservación y regeneración del medio ambiente, desde una doble perspectiva: primeramente, para la sostenibilidad del desarrollo y como factor del desarrollo propiamente dicho.
- **Prospección del mercado de trabajo**. Para la transformación del crecimiento económico se hace necesario llevar a cabo una serie de actuaciones prospectivas que permitan conocer directamente la situación del mercado de trabajo al objeto de dotarlo de una mayor eficacia y transparencia, corrigiendo sus posibles desequilibrios y desajustes.

1 QUIM BRUGUÉ Y RICARD GOMA: La dimensión local de la promoción económica: El marco conceptual. En: Gobiernos locales y políticas públicas: bienestar social, promoción económica y territorio. p. 122. Barcelona, febrero 1998.

2 Como impulsar las PYMEs desde las corporaciones locales. Instituto de la Pequeña y Mediana Empresa. pp. 5-9. Madrid, diciembre, 1995.

3 Conferencia de las Naciones Unidas sobre el Medio Ambiente y el Desarrollo, Río de Janeiro 3-14 de junio de 1992.

4 Principio 1º de la Declaración de Río sobre Medio Ambiente y Desarrollo (1992).

5 Principio 3º de la Declaración de Río sobre Medio Ambiente y Desarrollo (1992).



- **Creación de empleo estable y de calidad.** La creación de más y mejor empleo es el principal reto al que se enfrenta el Ayuntamiento, y depende, tanto del crecimiento económico, como de la capacidad de que éste se traduzca en generación de empleo. Como objetivo prioritario se contempla en todos y cada uno de los programas por considerar que es un factor determinante en el impulso y crecimiento económico del municipio, mostrándose especial atención a los jóvenes, mujeres, colectivos con especiales dificultades de inserción y parados de larga duración.
- **Establecimiento de planes de formación.** Una formación profesional de calidad representa una inversión duradera. La formación profesional se constituye como instrumento de gran valor estratégico y de valorización de los recursos humanos al servicio de la creación de empleo.
- **Modernización de la economía en todos los sectores productivos,** impulsando e incorporando procedimientos de investigación, desarrollo e innovación tecnológica (I+D+I), y los últimos avances de las Nuevas Tecnologías de Información y de la Comunicación (NTIC) como instrumentos para incrementar la competitividad de las empresas y lograr una producción de calidad y con mayor presencia en los mercados exteriores.
- **Reforzamiento de las infraestructuras industriales** con la construcción de un nuevo polígono industrial de 500.000 m² en los Llanos de Santa Ana, que permitirá la expansión de las industrias ya existentes y la ubicación de las de nueva creación.
- **Apoyo al sector comercial** fomentando el desarrollo y modernización de los establecimientos, así como la gestión empresarial de los mismos incorporando iniciativas de carácter urbanístico que incidan en la mejora de la actividad comercial: aparcamientos públicos, pavimentación, señalización y mobiliario urbano, etc.
- **Plan de igualdad de oportunidades para hombres y mujeres.** Las cuestiones de género tienen que dejar de ser un asunto que implica sólo a las mujeres, para ser considerado como un tema central que afecta, de modo transversal, a todas y cada una de las esferas propias del desarrollo. Esto conlleva actuaciones de sensibilización, motivación e información dirigidas tanto a hombres como a mujeres. Este plan comprende, también, actuaciones formativas, de orientación y auto empleo.
- **Inversiones en patrimonio cultural.** La rehabilitación, promoción y difusión del patrimonio pretende sensibilizar, concienciar, responsabilizar y hacer partícipe a la población del proceso de conocimiento y protección de los propios valores culturales. La conservación del patrimonio tiene que ir ligada, así, a una actitud activa que procure insertar los distintos fenómenos y actividades que abarca la cultura local en una estrategia de rentabilización socioeconómica que los configure como fuente de autoestima ciudadana, pero también como generadora de iniciativas emprendedoras y dinamizadoras del tejido empresarial, aumento de renta y mejora de la cantidad y calidad de los puestos de trabajo. Esta línea de trabajo conlleva un importante capítulo de inversiones en patrimonio cultural y en el Conjunto Monumental de La Mota, actuaciones museísticas y de recuperación del patrimonio histórico-artístico, así como el fomento de la artesanía local, como medida de apoyo a la promoción turística.
- **Cooperación al desarrollo** con las otras regiones más desfavorecidas del planeta, luchando contra la xenofobia y el racismo y favoreciendo la igualdad entre los hombres y mujeres, a través del intercambio de experiencias y síntesis de buenas prácticas.

Con el objetivo de llevar a cabo estas estrategias, el Ayuntamiento de Alcalá la Real gestiona multitud de programas y proyectos que se coordinan desde el ÁREA DE DESARROLLO.

Para el cumplimiento de estos fines el ÁREA DE DESARROLLO se organiza y estructura entorno a los siguientes departamentos:

- Departamento de Orientación, Formación y Promoción Socio-laboral.
- Departamento de Fomento y Apoyo a la Pequeña y Mediana Empresa.
- Departamento de Promoción y Turismo.

Departamento de Orientación, Formación y Promoción Socio-laboral

El desempleo es el gran drama de nuestra sociedad, precisamente porque es el indicador económico que arrastra las consecuencias más devastadoras del orden humano. Cuando damos la vuelta a las estadísticas descubrimos, detrás de cada cifra, una persona. Y una persona desempleada, sobre todo cuando la situación de desempleo es sostenida, persistente, no meramente ocasional, es candidata forzosa a una marginación denigrante que, muchas veces, acaba corroyendo uno de los valores fundamentales de nuestra especie: la autoestima. Y cuando ésta falla, falla el motor básico de cualquier iniciativa de progreso personal⁶.

Desde 1998 el Ayuntamiento de Alcalá la Real ofrece un servicio de orientación laboral, que permite a la población activa disponer de información acerca de sus posibilidades reales de empleo, completar su itinerario profesional y conocer las técnicas de búsqueda de empleo. El contacto directo con los demandantes de empleo de la localidad, permite tener un conocimiento preciso de sus necesidades formativas y profesionales, así como su iniciativa empresarial.

La formación permanente y capacitación continuada de los recursos humanos al objeto de adaptarlos a las nuevas necesidades de cada momento, son un instrumento fundamental en la política de fomento de la ocupación y lucha contra el desempleo, facilitando la integración y la promoción laboral de los trabajadores, al tiempo que se refuerza la competitividad empresarial. Una formación profesional de calidad y ajustada a las necesidades del mercado laboral representa una inversión duradera.

Para ello, y desde esta perspectiva, hay que subrayar los siguientes conceptos estratégicos⁷:

- Situar la formación en el contexto de la realidad del territorio, teniendo en cuenta un entorno caracterizado por la globalización y la sociedad de la información y el conocimiento.
- Flexibilidad y adaptabilidad de los programas formativos, tanto en su concepción como en su desarrollo, para permitir su adaptación y ajuste a una realidad cada vez más compleja y cambiante.
- Formación planificada como respuesta a la oferta y demanda laboral y a las estrategias municipales de desarrollo.
- Formación orientada a la integración en el mercado laboral, propiciando un ajuste, lo más preciso posible, entre oferta y demanda laboral.

Para propiciar esta dinámica, el Ayuntamiento de Alcalá la Real plantea la elaboración de planes de formación a la carta, diseñados desde el conocimiento de la necesidades y potencialidades. El reto, en definitiva, es orientar la formación profesional desde una perspectiva basada en la oferta y la demanda y al servicio de las necesidades reales del territorio, incrementando su competitividad. Lo que se pretende es convertir a los desempleados en empleables, a través de la formación. A los empleables en empleados, a través de un servicio de intermediación laboral y empresarial; y a los empleados, y también a los desempleados con especiales características emprendedoras, en empresarios-empleadores, potenciando el papel de los nuevos emprendedores empresariales como agentes dinamizadores de la economía del territorio y generadores de empleo.

La formación permanente y el reciclaje continuado de los recursos humanos, al objeto de adaptarlos a las nuevas necesidades de cada momento, son un instrumento fundamental en la política de fomento de la ocupación y la lucha contra el desempleo, facilitando la integración y la promoción laboral de los trabajadores, al tiempo que refuerza la competitividad de las empresas.

El Departamento de Orientación, Formación y Promoción Socio-Laboral, se dedica especialmente al desarrollo económico y la ocupación, priorizando el desarrollo de los recursos humanos y procurando, al mismo tiempo, la intervención de las distintas administraciones mediante sus planes de ocupación de modo que se adecuen plenamente a las necesidades socioeconómicas de la comarca y ofreciendo un servicio que se constituya en piedra angular del desarrollo de los municipios, dentro del ámbito de los instrumentos de las políticas activas de empleo, ofreciendo acciones que incrementen la capacidad de ocupación de los demandantes de empleo, de forma que se capaciten los recursos humanos locales para ser competitivos en el mercado laboral, facilitando cuanta información y asesoramiento requieran todas aquellas entidades preocupadas en el desarrollo económico local y la promoción del empleo, así como a las personas con iniciativas empresariales interesadas en la creación de empresas, tramitación de subvenciones, cursos de formación ocupacional y programas de Intermediación y colaboración en la colocación por cuenta ajena.

6 NEGRE I RIGOL, Jordi. (1992): L'atur a casa. En Layret. Revista de formació ocupacional i treball. p. 131. Vilafranca del Penedés, Barcelona.

7 CARRILLO BENITO, EMILIO. (2002): "Desarrollo Local: nuevas perspectivas" Consejería de Gobernación. Junta Andalucía. p. 55.

Entre sus cometidos figura, prospectar y fomentar las posibilidades de empleo en el municipio, diseñando las líneas formativas básicas adecuadas para cubrir la demanda de profesionales generada por las diversas estrategias de desarrollo económico y de creación y distribución del empleo. La gran meta de todo ello ha de ser, por supuesto, la formación integral de las personas. Pero sin olvidar que tal formación debe incluir, para que sea realmente integral, la preparación del ser humano, cual trabajador y profesional polivalente -con capacidad de adaptación, iniciativa y creatividad- y su predisposición y habilidades, cada vez más importantes, para adecuarse a los procesos de innovación empresarial. Desde esta percepción tres objetivos se configuran como centrales⁸:

- Determinar los criterios de previsión de las necesidades de formación. Una tarea continua y compartida que ha de atender a la magnitud de las diferentes categorías de recursos humanos a formar.
- Diversificar la oferta formativa en función del grado de desarrollo tecnológico de cada subsector productivo, de la diversidad de usuarios del sistema formativo y de los medios disponibles.
- Definir los contenidos y las modalidades de formación más apropiadas en cada caso.
- Prospectar y fomentar las posibilidades de empleo en el municipio diseñando, las líneas formativas básicas adecuadas para cubrir la demanda de profesionales generada por las diversas estrategias de desarrollo económico y de creación y distribución del empleo.
- Investigar y analizar las oportunidades de desarrollo en términos de empleo, sintetizando la información sobre potencialidades de desarrollo y empleo.

La filosofía que ampara el diseño de un servicio para el empleo de estas características, responde a las transformaciones económicas de los países desarrollados en los que el crecimiento económico no conlleva un aumento del empleo y en los que el fenómeno del desempleo es el principal problema social y económico con el que se encuentra la sociedad.

Cuando se añan el freno al crecimiento del empleo, una mayor flexibilidad en la contratación y el aumento de la población activa, el gasto público no puede atender con prestaciones sociales la insuficiencia demostrada por el mercado de trabajo para generar empleo; es por ello que observamos la necesidad de atender a los colectivos con especiales dificultades de inserción, valorando fundamentalmente políticas activas de empleo que persigan:

- Revitalizar el mercado de trabajo con nuevas iniciativas empresariales, buscando y promocionando yacimientos de empleo.
- Mejorar la competitividad de los desempleados, aumentando su grado de ocupabilidad.
- Establecimiento de una estrecha relación entre la demanda del mercado laboral y la oferta de la formación profesional.

Desde distintos ámbitos, se ha observado que gran parte de las deficiencias productivas o empresariales proceden de una inadecuada formación de los recursos humanos en unas ocasiones, o de una deficiente adaptación de éstos a los cambios, tanto tecnológicos como profesionales o personales, en otros.

Parte de los servicios que se prestan desde estos servicios municipales tienen como finalidad detectar las necesidades formativas y las características del mercado de trabajo, los yacimientos de empleo, el fomento de actitudes empresariales, la promoción de los nuevos emprendedores y la formación y capacitación profesional, divulgando un nuevo modelo de cultura laboral formando a sus recursos humanos de modo que puedan adaptarse a los cambios a los que se ven sometidos la estructura empresarial y el mercado de trabajo.

El grado de formación laboral del capital humano de las empresas es una buena medida para afrontar los cambios en que estamos inmersos. En momentos de cambio y de readaptación económica continua, es más importante que nunca que el conjunto de los trabajadores tenga una buena preparación, adaptándose a los nuevos sistemas de producción, de servicio, de calidad y a las exigencias del mercado laboral. La capacidad de innovar más rápidamente que los competidores permitirá una ventaja clave. Las organizaciones que asumirán protagonismo en el futuro serán las que descubran como aprovechar el entusiasmo y la capacidad de aprendizaje de sus recursos humanos.

La buena preparación laboral de los trabajadores aumenta la competitividad de la empresa, siendo la formación continuada la llave de la estrategia de la productividad. El aumento de la tecnología o de la inteligencia de la producción acentúa su vulnerabilidad y el elemento humano pasa a adquirir una importancia relevante. Entre dos empresas con la misma tecnología, la variable que hace que una sea más competitiva que la otra son sus trabajadores. La formación ayuda a consolidar las empresas y a prepararlas para responder positivamente a un entorno cambiante y cada vez más competitivo⁹.

Las pequeñas empresas, no obstante, no disponen de la capacidad necesaria para organizar la formación de sus trabajadores y esta situación se agrava cuando se trata de una microempresa. A todo esto deberemos añadir que el marco normativo para la formación continua no suele favorecer a las PYMEs, a las cuales les es prácticamente imposible ponerse de acuerdo para acceder a las subvenciones en planes intersectoriales o en permisos individuales de formación. Por ello debe trabajarse en el diseño de amplios programas de formación sociolaboral, empresarial y comercial que acojan a los diversos sectores de la población productora, comercial y empresarial al objeto de ofrecerle un marco curricular formativo en el que sus necesidades de formación o reciclaje queden contempladas de forma general, pero también específica, de tal modo que motiven su interés.

Servicios o unidades de tutoría permanente velan por la estricta y continua adecuación del programa a los intereses formativos de los demandantes y de la oferta laboral. De este modo, los diversos programas de formación se han diseñado con el objetivo de potenciar los recursos humanos necesarios para su participación en el proceso productivo de nuestra sociedad y afrontar los retos del futuro. Para el logro de estos objetivos se establecen los siguientes programas:

- Programas de Formación Profesional Ocupacional.
- Plan de formación de nivel básico. Su finalidad consiste en proporcionar a los jóvenes desempleados una mejor disposición para el acceso al mercado de trabajo y la posibilidad de acceder a niveles de formación más elevados.
- Formación para promotores de futuros proyectos empresariales. Estos cursos están dirigidos a todas aquellas personas con ideas o proyectos empresariales que deseen constituir negocios propios y necesiten adquirir conocimientos de gestión empresarial.
- Cursos de simulación empresarial dirigidos a los alumnos de Centros de Formación Profesional.
- Fomento del auto-empleo y formación de jóvenes sin calificación laboral
- Plan de Transición al Trabajo. Capacitación de jóvenes desempleados para la búsqueda de ocupación, desarrollando estrategias personales.
- Programa de formación de formadores.
- Cursos de formación adaptación y reciclaje continuado para los empresarios y comerciantes.
- Formación y capacitación continuada para agricultores y ganaderos.
- Formación y capacitación continuada para empleados de las PYMEs.
- Formación y capacitación para empleados de la Administración.

El resultado esperado en las acciones formativas enunciadas para el personal desempleado o perteneciente a empresas industriales, comerciales o empleados de la Administración, consiste en la mejora de sus estructuras productivas, comerciales y organizativas y un mejor rendimiento, así como mayor predisposición para la consolidación de sus puestos de trabajo. La formación continua debe crear calidad profesional, estimulando los colectivos para la formación y haciendo de su ocupación un proceso de evolución y progreso.

El objetivo final de alcanzar nuevas cotas de bienestar para nuestros municipios pasa por dar un paso más en la formación. Una formación que, por otra parte, será preciso impartir de forma permanente para que nuestras pequeñas empresas y nuestros desempleados puedan hacer frente a la competencia, adaptándose al ritmo de los avances y de los cambios del mercado.

El Desarrollo Local se caracteriza por adaptarse o ajustarse a las singularidades del territorio y de la colectividad. Por ello, el Ayuntamiento de Alcalá la Real se ha dotado de un instrumento con el que adquirir información socioeconómica fiable para definir sus políticas de empleo.

Una condición para el diseño e implementación de estas políticas es el previo análisis socioeconómico del territorio municipal y de su área de influencia.

8 CARRILLO BENITO, EMILIO. (2002): Op. cit. p. 57.

9. CARTRÓ I BOADA, Miquel. (1994): La formació continuada, clau per al desenvolupament local. En Layret. Revista de formació ocupació i treball. p. 166. Vilafranca del Penedès, Barcelona.



A pesar de que el Ayuntamiento dispone de instrumentos para conocer a los agentes socioeconómicos, sus necesidades y la evolución económica del territorio, a menudo, ante la opacidad consustancial del mercado de trabajo, este análisis resulta parcial. La falta de información sobre las tendencias de los mercados de trabajo externos, el contacto desigual con los diferentes agentes y la ausencia de una metodología para recoger y tratar la información de manera sistemática, implica la pérdida de datos básicos importantes para definir las políticas municipales más adecuadas para cubrir este objetivo. La prospección debe ser la base para la elaboración y establecimiento de los planes de formación y empleo local. El Departamento de Orientación, Formación y Promoción Socio-laboral contribuye de manera activa a facilitar un mercado laboral local transparente, que permita disponer de la información más relevante en materia de empleo, en el momento y lugar precisos. Por ello se plantea el desarrollo de mejores sistemas de prospección, información y orientación socio-laboral y empresarial. La necesidad de ofrecer a los ciudadanos y a las empresas respuestas únicas y coherentes a sus necesidades y demandas es el fin por el que este departamento desarrolla un modelo para la elaboración y gestión de las políticas de empleo locales capaces de ofrecer soluciones integrales y globales.

Para alcanzar estos objetivos se han planteado tres líneas principales de actuación:

- **Unidad de Análisis de los perfiles laborales de los recursos humanos:** En esta Unidad se trabaja en lo relativo a la disponibilidad laboral del componente humano. Está orientado a obtener datos de las principales necesidades formativas y de adaptación de los recursos humanos en relación con el mercado de trabajo (ocupados, desempleados, expectativas, factores de riesgo, causas de la desempleabilidad, etc.).
- **Unidad de Análisis del entorno empresarial:** su finalidad principal es conocer con un grado de precisión aceptable la realidad presente y futura de la economía de Alcalá la Real (empresas existentes, número de trabajadores, perspectivas de crecimiento empresarial, de creación de empleo, necesidades formativas, expectativas para la exportación, grado de innovación tecnológica, etc...).
- **Servicio de Apoyo a la Intermediación Laboral (SAIL):** El Servicio de Apoyo a la Intermediación Laboral (SAIL), tiene como objetivo prioritario promover la incorporación de los desempleados al mercado laboral mediante un sistema de información, asesoramiento, asistencia técnica e intermediación tanto a desempleados como a empresarios y emprendedores.

Estas tres grandes líneas de actuación se concretan en las acciones que enumeramos a continuación:

Análisis de los perfiles laborales de los recursos humanos:

Los datos básicos imprescindibles para cualquier actuación en materia de mercado de trabajo y, por tanto, de desarrollo económico local, relativos a la población activa, empleados o desempleados, no suelen estar disponibles para ámbitos tan reducido como el de una ciudad. Esto se convierte en un obstáculo insalvable para diseñar actuaciones, tanto a corto como a medio y largo plazo, tan importantes como la elaboración de un plan de empleo local.

La Encuesta de Población Activa (EPA), es la única que aporta datos suficientes y fiables en esta materia en España. Su fiabilidad a nivel provincial es escasa, y el Instituto Nacional de Empleo, hoy por hoy, aun está muy lejos de aportar una tasa real de desempleo en el ámbito local. Para resolver este problema es necesario diseñar una Encuesta de Población Activa Local (EPAL), sobre la base de una encuesta semestral, a un número determinado de usuarios, que permita conocer la situación y evolución del mercado laboral, mediante la utilización de indicadores económicos y sociales fiables, pertinentes y comparables con otros ámbitos geográficos, como los ofrecidos por la EPA. Para ello deberá ampliarse esta encuesta a la zona de influencia de Alcalá la Real, llegando a actuar en toda la comarca de la Sierra Sur, con el objetivo de alcanzar un conocimiento profundo de la realidad socio-laboral en todo el territorio de influencia.

Uno de los principales propósitos del Departamento de Orientación, Formación y Promoción Socio-Laboral es desarrollar una metodología innovadora capaz de analizar la información obtenida, desagregándola territorialmente mediante diferentes zonificaciones. Para ello se ha realizado una zonificación que se corresponde con la distribución geográfica y discrimina ciertas características peculiares de la población. La principal utilidad de esta zonificación es la de garantizar la representatividad de los resultados aportando la información necesaria para orientar las líneas de actuación sobre el territorio y la población.

Análisis del entorno empresarial

Uno de los elementos básicos de la información, es el análisis y conocimiento de la realidad empresarial y las actitudes de los empresarios ante los retos del futuro, así como la identificación de los factores de competitividad y de las nuevas oportunidades productivas. Los estudios en este campo tienen como objeto poner de relieve los mecanismos de creación de nuevas empresas y ocupaciones en Alcalá la Real y comarca. Esto debe permitir un acercamiento al empresario, al mismo tiempo que se detectan las posibles necesidades, tanto de formación para sus propios trabajadores como la de los presumibles recursos humanos empleables en un futuro próximo, cuál es la evolución que están experimentando las empresas de la zona y cuáles son sus perspectivas de futuro.

Apoyo a la Intermediación Laboral

El Servicio de Apoyo a la Intermediación Laboral es gratuito, tanto para los desempleados como para las empresas que soliciten sus servicios, y tiene como objetivo prioritario promover la incorporación de los desempleados al mercado laboral mediante un sistema ágil, dinámico e interactivo de información, asesoramiento y asistencia técnica tanto a los desempleados como a los empresarios y emprendedores, de tal modo que los desempleados puedan darse a conocer y las empresas locales o comarcales encuentren los profesionales idóneos para cubrir sus necesidades de contratación.

El Servicio de Apoyo a la Intermediación Laboral recibe y/o elabora permanentemente las hojas de vida de los demandantes de empleo, en forma física o vía internet, y las analiza y contrasta con las solicitudes de las empresas que requieren de profesionales para su contratación, cruzándose automáticamente ambas documentaciones en el sistema de procesamiento de datos.

En este Servicio participan activamente las principales entidades y agentes del ámbito empresarial, de la economía social, de las organizaciones sindicales e instituciones profesionales que, mediante convenios de colaboración con el Ayuntamiento, realizan actuaciones de:

- Captación y gestión activa de ofertas de empleo.
- Información y asesoramiento al empresario.

Destinatarios

Empresas potencialmente empleadoras del término municipal de Alcalá la Real y su área de influencia que necesiten candidatos para sus ofertas de empleo.

Demandantes de Empleo inscritos en el Servicio Andaluz de Empleo, a través de sus Oficinas de Empleo.

Acciones que contempla

- Facilitar a las empresas la incorporación de profesionales para la cobertura de puestos vacantes con gran rapidez y sin coste alguno para la misma.
- Adecuar los recursos humanos disponibles a las necesidades de las empresas atendiendo a las descripciones de perfiles de los puestos vacantes.
- Colaborar en la información y asesoramiento a los empresarios mediante información sobre subvenciones y ayudas así como atender a los emprendedores, facilitando información general sobre la creación de empresas y, en particular, elaborando dictámenes de viabilidad y el Plan de Empresa.
- Ofrecer un servicio de intermediación ágil y eficaz para la adecuación entre oferta y demanda.

Departamento de Fomento y Apoyo a la Pequeña y Mediana Empresa

La finalidad de esta línea de actuación es la identificación y captación de empresas de interés para su instalación en suelo industrial municipal, generando los soportes físicos para la ubicación de las empresas y para el desarrollo de su actividad en óptimas condiciones.

Sus objetivos son:

- Favorecer y canalizar el desarrollo industrial.
- Impulsar la adecuación industrial que facilite la captación e implantación de posibles inversiones extranjeras, estatales y locales.



- Coadyuvar a la racionalización del urbanismo industrial, como factor defensivo del posible deterioro ambiental e impulsor de la calidad de vida.
- Para ello se trabaja en las siguientes acciones:
 - Gestión de la oferta de localización a empresas cuya implantación en el municipio se considere de interés para la economía del territorio.
 - Participación en sociedades públicas, privadas y mixtas promotoras de proyectos de desarrollo territorial consideradas de interés público.
 - Determinación de las zonas de localización, dimensión y ramas de actividad.
 - Proporcionar las condiciones adecuadas para la creación de nuevas empresas en todo el territorio municipal.

Asimismo, y al objeto de promover y potenciar ideas y proyectos empresariales propuestos por los jóvenes emprendedores, a las empresas de nueva creación que tengan el domicilio social en el término municipal se les ofrece:

- La cesión de módulos en edificios equipados con instalaciones básicas comunes a empresas de nueva creación.
- Asesoramiento empresarial a las empresas en ellos instaladas.
- Prestación de servicios comunes (teléfono, fax, servicios ofimáticos, reprografía, salas de reuniones, oficinas privadas, sala de video-conferencia, etc.).

Con las medidas dirigidas a la búsqueda de nuevos productos y a la diversificación de la producción se pretende incrementar la competitividad, a la vez que se eliminan los riesgos derivados de la concentración sectorial, se desarrollan nuevas líneas de actuación con otros productos y se incide en la mejora la calidad para acceder a nuevos mercados. Para ello, aprovechando la ubicación de Alcalá la Real en el conjunto interior de agrociudades conocido como eje diagonal intermedio, su aceptable accesibilidad y su condición de capital comarcal, ha de proveer de suelo industrial, de suelo urbanizable, de naves, oficinas, viviendas, etc., en alquiler y venta, de servicios de telecomunicación por cable de alta capacidad, de red de gas, etc., accesibles tanto para las empresas como para los particulares. Se trata de inversiones cuantiosas, difíciles de ejecutar exclusivamente por la iniciativa privada local por su condición de amortizables a largo plazo, que ejecutadas conjuntamente comportan una importante tasa de ahorro. Su disponibilidad aporta al municipio un diferencial competitivo importante en el entorno territorial próximo.

Estructuras de apoyo

Ejerciendo la condición de capital comarcal, se trata de generar lugares para el encuentro de intereses comunes en los campos de formación de alta calidad y de la promoción sectorial y territorial, prestando con ello apoyos generales financiados por los propios interesados aprovechando ahorros derivados de economías de escala.

Se trata también de promover estructuras de apoyo financiero a las empresas de sectores emergentes que, aprovechando la infraestructura generada, se ubiquen en Alcalá la Real. En definitiva la creación de fondos de capital semilla y mercados locales de valores, propuestos por la Unión Europea¹⁰.

Apoyo a la expansión del municipio mediante acciones de promoción y marketing local, destinadas a poner en valor la oferta municipal de infraestructuras y servicios en foros cualificados (localización de proyectos ubicables en Alcalá la Real procedentes de tesis doctorales, universidad, centros de investigación, etc.), a los que el Ayuntamiento apoyara con infraestructura y con asesoramiento especializado para la obtención de recursos financieros).

Centro de Iniciativas Empresariales, CIEM

El Centro de Iniciativas Empresariales CIEM, es la herramienta que el Ayuntamiento de Alcalá la Real pone a disposición de los emprendedores de la comarca con el objeto de incentivar la generación y consolidación de nuevos proyectos empresariales, sobre todo en aquellos sectores estratégicos para la localidad.

El CIEM, a propuesta de los emprendedores que lo deseen, estudia la viabilidad de cualquier tipo de proyecto, independientemente de la forma jurídica, edad de sus componentes, etc.

Los recursos materiales y humanos con los que cuenta para este fin son:

- Infraestructura de apoyo a la Pequeña y Mediana Empresa.
 - Empresas industriales: 3-5 años.
 - Empresas comerciales y de servicios: 3-4 años.
 - Empresas de domiciliación: 2-3 años
- Gabinete de asesoramiento empresarial.
- Oficina Municipal de Comercio Exterior.
- Unidad de Gestión de Recursos Humanos.

Dentro de la oferta de apoyo a PYMES y a otras instituciones, se incluye todo lo relacionado con la introducción de las empresas tuteladas en el resto de Europa, la búsqueda de socios, clientes, presencia intencionada en foros de Euro-partenariado, etc. Par ello se participa, en tanto que entidad local de apoyo, en redes europeas o latino-americanas tipo URB-AL, EQUAL, etc.

Como servicio especializado dentro del departamento de apoyo a las PYMES se desarrolla la Oficina Municipal de Comercio Exterior (OMCE).

Oficina Municipal de Comercio Exterior (OMCE)

La OMCE, esta dirigida a las empresas de Alcalá la Real y tiene como objetivo fundamental ofrecer las herramientas y el apoyo técnico necesario para facilitar la exportación de bienes y servicios a los mercados exteriores, promoviendo Consorcios de exportación.

Además, ofrece, entre otros, los siguientes servicios:

- Información general de interés para las empresas exportadoras o con potencial exportador: organismos de información sobre comercio exterior, jornadas y seminarios, cursos de formación, etc.
 - Análisis sectoriales y estudios de mercado específicos requeridos por las empresas.
 - Calendario de ferias generales y monográficas. Viajes y misiones comerciales de interés para el colectivo de empresas de Alcalá la Real.
 - Elaboración de planes estratégicos, plan de exportación, política de ayudas y subvenciones oficiales, líneas de crédito riesgo del país.
 - Puesta a disposición de las empresas del material documental de la oficina: Publicaciones del ICEX, Cámaras de Comercio, Guías de ayuda a la exportación por país, sector o producto.
 - Suscripción a foros, noticias y redes de información sobre comercio Exterior disponibles en Internet. Bases de datos.

Desde este departamento debe adecuarse, también, el desarrollo de instrumentos de apoyo a la gestión y modernización comercial, poniendo en marcha actuaciones concretas que aboguen por la modernización y adecuación del sector a los nuevos requerimientos de la demanda y oferta comercial. En este sentido se disponen medidas y mecanismos que apoyan la realización de estudios que permitan la evaluación de las carencias, de las debilidades y amenazas, así como de las potencialidades y fortalezas de este importante sector económico, y que deben permitir la implementación de las medidas que posibiliten a las empresas evaluaciones continuas y, de este modo, implantar acciones efectivas que representen una mejora de la productividad comercial y la adecuación del sector a los retos que los nuevos modos de distribución y ventas requieren y una mejora concreta de su competitividad.

En este apartado, y a medio plazo, las líneas de trabajo se orientan en la dirección de:

- Apoyo a proyectos de Investigación, más Desarrollo, más Innovación (I+D+I). El apoyo a proyectos I+D+I es uno de los grandes retos y tiene por objeto impulsar la ejecución de proyectos específicos que impliquen la mejora de la comercialización.
- Búsqueda y diversificación de productos comerciales.

¹⁰ CARTRÓ I BOADA, Miquel. (1994): La formació continuada, clau per al desenvolupament local. En Layret. Revista de formació ocupació i treball. p. 166. Vilafranca del Penedés, Barcelona.



- Apoyo a la gestión y al marketing.
- Diseño e implantación de estrategias de competitividad.
- Diseño de actuaciones urbanísticas que adecuen la oferta comercial y corrijan las posibles desviaciones que frenan el desarrollo y promoción del sector comercial.
- Orientación, formación e información comercial y de imagen.

Oficina de Información Europea (Infoeuropa)

La Oficina Municipal de Información Europea (Infoeuropa) ha sido creada con el principal objetivo de dotar al Excmo. Ayuntamiento Alcalá la Real de una herramienta de trabajo que de cobertura a los proyectos y convocatorias que la Unión Europea pone al servicio de los estados miembros.

El trabajo realizado en esta Oficina puede definirse según las siguientes actividades:

- Proceso de búsqueda de la documentación de las convocatorias que las distintas Direcciones Generales, así como la Comisión Europea directamente, ponen a nuestra disposición.
- Selección de las convocatorias o iniciativas que puedan acogerse en el Excmo. Ayuntamiento Alcalá la Real. Esta fase de selección tiene dos niveles de filtrado, el primer nivel es llevado a cabo directamente por el técnico responsable de la Oficina, quien detecta las distintas convocatorias y selecciona aquellas que puedan resultar de interés. Un segundo filtrado se realiza con la colaboración de distintos técnicos del Área de Desarrollo Económico, con quienes se entra en detalle sobre la idoneidad de la convocatoria.
- A continuación se procede a poner en conocimiento de los responsables políticos de las diversas áreas del Ayuntamiento sobre las posibilidades de la convocatoria seleccionada y las acciones a las que se podría dar cobertura con la misma. Serán los responsables de Área quienes decidan sobre la pertinencia de la misma.
- El siguiente paso, una vez que se ha considerado oportuno acudir a una convocatoria, consiste en la localización y confección de los formularios.
- En caso de que la convocatoria requiera la participación de más de una ciudad, el técnico de la Oficina se encarga de localizar los socios oportunos para el desarrollo del proyecto, teniendo en cuenta cuáles son las expectativas del Ayuntamiento de Alcalá la Real y los socios que resulten más convenientes.
- Una vez localizados los socios y cumplimentado el formulario o formularios, se recaba el resto de documentación necesaria y se remite el proyecto a la dirección correspondiente.
- Otra vía para localizar a potenciales socios, consiste en la utilización de la Red. Existen plataformas en Internet dedicadas exclusivamente a la búsqueda y localización de socios para proyectos que se están confeccionando. Esta vía resulta muy interesante, pues así pueden lograrse parternariados muy beneficiosos.
- El contacto con la Oficina de la Junta de Andalucía en Bruselas es muy conveniente, ya que en algunos casos, pueden facilitar, tanto el acceso a proyectos para los que se buscan socios, como la localización de socios para los proyectos diseñados desde el Ayuntamiento.
- Otra vía de trabajo la constituye la búsqueda de financiación para proyectos concretos que el Ayuntamiento de Alcalá la Real quiere afrontar. Tras recibir la solicitud, el técnico de la Oficina comienza el trabajo de búsqueda de financiación, si es factible, para el proyecto concreto solicitado.

Así mismo, toda la información recabada por esta Oficina, así como el servicio de gestión, se pone al servicio de los colectivos sociales de la ciudad para su conocimiento y utilización.

Departamento de Promoción y Turismo

A este departamento se adscriben dos unidades o servicios: la de Desarrollo Turístico y la de Gestión de los Recursos Patrimoniales.

El objetivo prioritario de este departamento es el de potenciar el reconocimiento del gran valor de la herencia patrimonial de tipo monumental, arqueológico y paisajístico de Alcalá la Real, compaginándolo con la necesidad de fomentar el turismo como mejor opción para rentabilizarla.

Prueba de este reconocimiento es la apuesta que desde el Ayuntamiento de Alcalá la Real se viene haciendo la Unidad de Gestión de los Recursos Patrimoniales para recuperar y poner en valor la Fortaleza de la Mota, de la que podemos decir que es el gran recurso turístico del municipio, así como otros elementos patrimoniales de no menos importancia, tales como el Palacio Abacial, Barrio de las Cruces, etc.

Unidad de Desarrollo Turístico

Podemos decir que a nivel regional el turismo representa un sector en auge y con grandes posibilidades de crecimiento y, a nivel local, el Ayuntamiento de Alcalá la Real está desarrollando diversas actuaciones para consolidar y vertebrar el sector turístico. Pero esta responsabilidad no atañe exclusivamente de la Administración Pública, sino que corresponde también a la iniciativa privada y es, gracias a la participación consensuada y organizada de todos los integrantes del sector, públicos y privados, como las actuaciones llevadas a cabo se vuelven fructíferas y eficaces en todo su potencial, ya que el patrimonio, por sí mismo, no es capaz aún de hacer de la actividad turística una actividad económica representativa en esta localidad y, a pesar de su gran valor, se hace necesario englobarla en una estructura fortalecida que lo rentabilice óptimamente. De ahí que el primer objetivo de este servicio sea consolidar Alcalá la Real como destino turístico, a través de tres estrategias marco:

- Implicación del sector privado en las acciones encaminadas a su desarrollo.
- Mejora en la cantidad y calidad de infraestructuras y servicios turísticos actuales.
- Promoción de Alcalá la Real como destino turístico.

Unidad de Gestión de los Recursos Patrimoniales

El patrimonio se ha convertido en un recurso clave y fundamental en el proceso de desarrollo individual y colectivo de las sociedades desarrolladas y su reconocimiento es básico para valorarlo y utilizarlo correctamente. Alcalá la Real posee los recursos suficientes como para convertirse en un importante centro de atracción turística en base a la puesta en valor de sus recursos patrimoniales, no sólo los de la ciudad, sino también los del ámbito rural en que se ubica.

La Unidad de Gestión de los Recursos Patrimoniales tiene como objetivo principal la puesta en valor de este patrimonio histórico y agroambiental de Alcalá la Real, con la finalidad de recuperar el mayor número de elementos patrimoniales originales y analizar las sucesivas reformas en los distintos elementos monumentales y patrimoniales de la ciudad y su término municipal, a fin de poderlos acondicionar, con el objeto de exponerlos al público con el debido rigor científico.

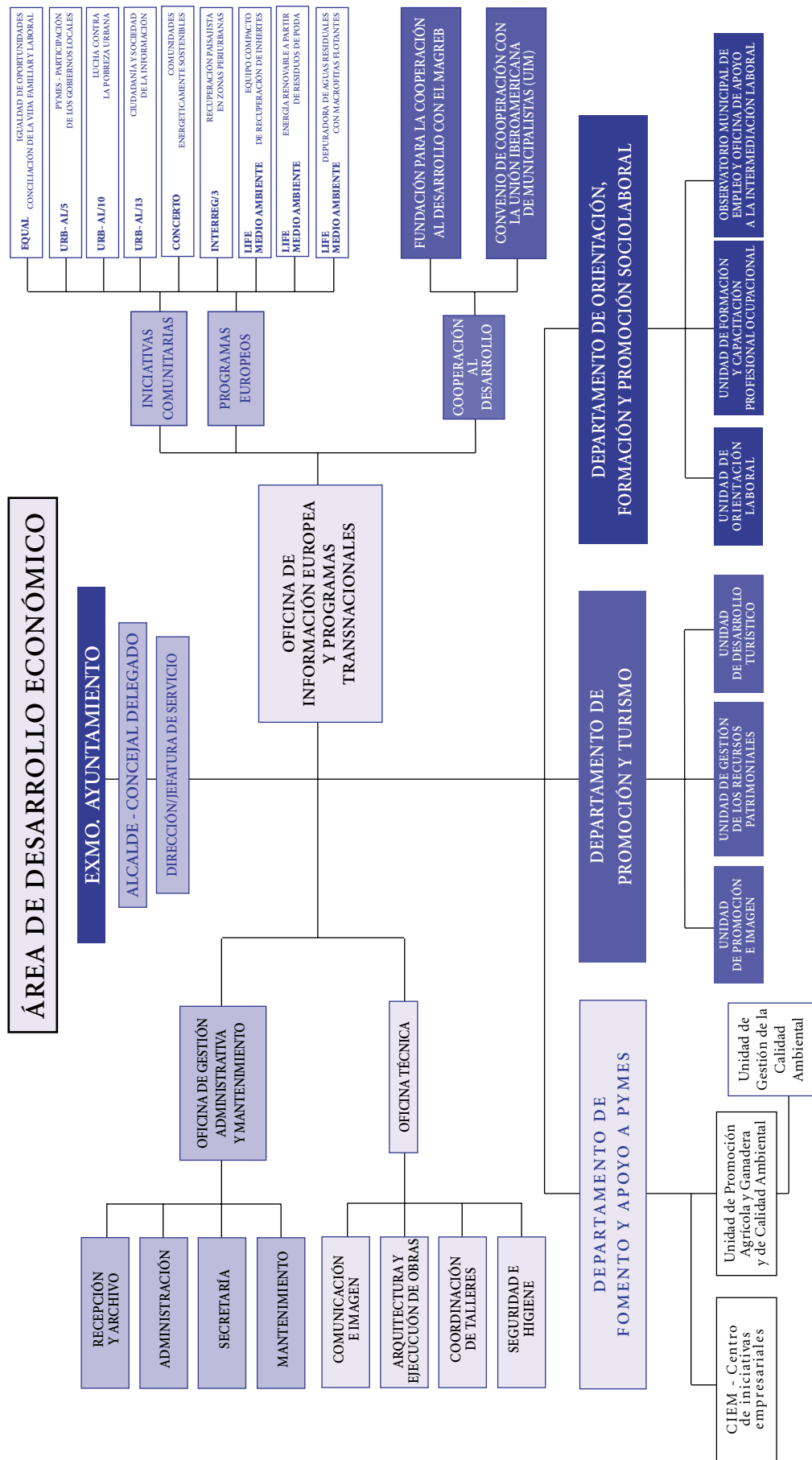
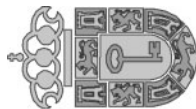
Los trabajos de esta unidad se centran en la recuperación y puesta en valor de los diferentes elementos patrimoniales de la ciudad de Alcalá la Real y su término municipal, desarrollando programas de protección, conservación y difusión del mismo. Los ámbitos de actuación engloban el patrimonio histórico-artístico, arquitectónico, medioambiental, arqueológico, etnológico, documental, etc. así como todos aquellos elementos singulares que reflejen la identidad de Alcalá la Real, sus gentes y el territorio en el que se ubican. Del mismo modo, este servicio tiene como objetivo la dinamización de estos recursos patrimoniales, a través de la programación y el desarrollo de diversas campañas de concienciación y acercamiento del patrimonio a los ciudadanos.

En este sentido, el conjunto de los recursos patrimoniales de Alcalá la Real supone un importante aliciente para potenciar el sector turístico en el municipio, actuando como impulsor del desarrollo sobre otros sectores como el comercio y los servicios, al tiempo que propicia y potencia el desarrollo del sector de la restauración y hostelería.

Oficinas técnicas y estructura de gestión

A estos departamentos y, según se aprecia en el organigrama adjunto, se adscriben una serie de unidades específicas, así como tres oficinas de gestión: una dedicada a los programas transnacionales y a la cooperación al desarrollo, otra orientada a la gestión del Área, propiamente dicha, y

ORGANIGRAMA FUNCIONAL DEL ÁREA DE DESARROLLO ECONÓMICO ECONÓMICO DEL AYUNTAMIENTO DE ALCALÁ LA REAL





la última consiste en una oficina técnica dedicada al diseño de proyectos y dirección de obras de restauración, rehabilitación y puesta en valor de los recursos patrimoniales, así como al apoyo técnico a los programas de formación ocupacional dedicados a la especialidad de construcción.

Conclusión

En definitiva, las políticas de desarrollo sostenible que actualmente se propician desde el Ayuntamiento de Alcalá la Real, suponen la culminación de una etapa de fomento del desarrollo local que comenzó en el año 1991 con la creación del Módulo de Promoción y Desarrollo Sierra Sur, y que se desarrolló a partir de 1996 con la puesta en funcionamiento del Área de Desarrollo Económico, creada por el Ayuntamiento de Alcalá la Real ante la necesidad de dotarse de un instrumento ágil y eficaz para activar la economía local e impulsar la inversión y la creación de empleo.

Su labor de dinamización y fomento se manifiesta en la creación de espacios para el asentamiento de empresas, en la participación en proyectos empresariales, en la generación de iniciativas de interés social que repercutan en una mejor capacitación de los recursos humanos y en poner los medios necesarios que permitan un desarrollo integrado y sostenible del municipio, trabajando imaginativamente en aquellas oportunidades y medios que permitan crear riqueza, mejorar la actividad económica del territorio y aumentar la capacidad de creación de actividades que generen empleo estable y de calidad en actividades innovadoras, mejorando el uso de los recursos locales.

Estos objetivos se resumen en tres puntos básicos:

- Potenciar al municipio como agente de desarrollo social y económico, mediante el estudio y análisis comparado de su problemática, el perfeccionamiento, capacitación y especialización de los recursos humanos locales.
- Contribuir a la puesta en común de experiencias de progreso por el desarrollo con el intercambio de ideas y proyectos entre instituciones y grupos de población comprometidos con el desarrollo local.
- Generar una nueva mentalidad, en términos de competitividad económica, entre los líderes gestores del desarrollo local, tanto en el ámbito de la empresa, como el de las Instituciones públicas locales, regionales, nacionales e internacionales.

Bibliografía

- BARKALA R., M. MURO, J. EGÍA Y B. ANDRÉS y otros. (1997): *Sistemas Integrales de Información. Orientación, Formación e Inserción*. Ed. Ayto. de Bilbao, DGV. Bilbao.
- BORDERÍAS C., C. CARRASCO Y C. ALEMANY. (1994): *Las Mujeres y el Trabajo*. Ed. ICARIA, Barcelona.
- CASAL J. (1996): Modos emergentes de transición a la vida adulta en *Revista Española de Investigaciones Sociológicas*, nº 75, p. 295.
- CASTILLO J. (1998): *A la búsqueda del Trabajo Perdido*. Ed. Tecnos, Madrid.
- COMISIÓN EUROPEA. (1995): *Iniciativas Locales de Desarrollo y de Empleo*. Oficina de Publicaciones Oficiales de las Comunidades Europeas, Bruselas.
- COMISIÓN EUROPEA. (1997): *Acompañar a los jóvenes en el camino del Empleo*. Oficina de Publicaciones Oficiales de las Comunidades Europeas, Bruselas.
- DEFORNY, J. L FAVREAN. (1997): *Inserción y nueva economía social*. Ciriec España. Mº Trabajo. Madrid.
- DEL CASTILLO J. & P. GÓMEZ-LARRAÑAGA. (1993): *Lo local y lo internacional en el siglo XXI. La importancia de las redes de colaboración*. Ed. Diputación Foral de Vizcaya, Bilbao.
- DÍEZ GUTIÉRREZ E. (1995): *Diseño Curricular de Garantía Social*. Ed. Pedagógica, Madrid.
- E. DEL RÍO, D. JOVER Y L. RIESCO. (1991): *Formación y Empleo*. Ed. Paidós, Barcelona.
- Empleo sin Fronteras Revista de debate*. Números 1, 2 y 3. 1999, 2000.
- ESTIVILL, JORDI, y otros. (1997): *Las empresas sociales en Europa*. Editorial Hacer SL. Barcelona.
- FRAGO E., D. JOVER, V. LÓPEZ, F. MÁRQUEZ Y G. MORA. (1992): *Autoempleo en el Desarrollo Local*. Ed. Fondo Formación, Editorial GUY AZNAR, ALAIN CAILLÉ, (1999): *Hacia una economía plural*. Miraguano Ediciones. Grupo Promocions. Madrid.
- LÓPEZ JORGE, CUEVAS PILAR. (2000): *Hacia un modelo de inserción sociolaboral en barrios desfavorecidos*. Ediciones Junta de Andalucía. AASS. Granada.
- MARTÍN SEVILLA JIMÉNEZ, y otros. (1993): *La inserción sociolaboral a debate*. Editorial Popular. Madrid.
- OMNIUS, JEAN. (1997): *Cuando el trabajo se acaba*. Acento Editorial. Madrid.
- RIFKIN, JEREMY. (1996): *El fin del Trabajo*. Paidos. Buenos Aires.



Ponente:

BEGOÑA CHACÓN GUTIÉRREZ
Alcaldesa de Benalauría, Málaga

DESARROLLO DE POLÍTICAS CULTURALES MUNICIPALES

Soy Alcaldesa de un municipio muy pequeño en plena Serranía de Ronda, Benalauría, pueblo que tiene una población inferior a seiscientos habitantes. Hablar de políticas culturales en pueblos tan pequeños requiere una atención especial.

He venido hoy aquí a contaros mi propia experiencia al frente de la responsabilidad Municipal que ostento.

Os debo decir que es un handicap importante el tratar de elaborar un plan de desarrollo cultural en un pueblo pequeño ubicado en una zona deprimida como es la Serranía de Ronda.

Digo handicap porque es una tarea ardua y difícil pero a la vez gratificante, ya que los logros conseguidos se ven enseguida.

Bien es verdad, que los políticos tendemos a encauzar nuestra actividad política en proyectos que se vean, que le saquemos rentabilidad, esa obra que dejas hecha y que le pones tu firma, y además en estos pueblos, por la condición de vida de sus habitantes (pueblo agrícola y ganadero fundamentalmente) no se había parado en hacer una visión más allá de lo que sus trabajos les podía proporcionar.

En honor a la verdad debo decir que cuando yo entré en este Ayuntamiento en el año 1995 ya existía un movimiento, movimiento impulsado por un grupo reducido de personas que habían apostado por el desarrollo de su pueblo.

Hombres y mujeres jóvenes, ilusionados en montar su pequeña empresa en el municipio y también impulsar a diferentes grupos para que hicieran lo mismo. Con lo cual, cuando se configuró la primera corporación Municipal que yo presidí, me encontré preparado el terreno para consolidar ese movimiento existente.

Desde el Ayuntamiento se debe y se puede impulsar: FORMACIÓN.

La idea es convertir el territorio en el centro de toda actividad cultural y educativa, donde los propios protagonistas sean los habitantes del pueblo. Toda la comunidad local debe ser sujeto y objeto de la programación cultural del territorio como programación integrada.

¿Qué es lo que aseguras con esto?

Instaurar un sistema educativo abierto, poliinstitucional e integrado, capaz de asegurar resortes y oportunidades formativas a toda la comunidad.

Debemos de conseguir que cada comunidad tenga su propia identidad, hay que potenciar la CULTURA AUTÓCTONA porque esta sí que es diferente en cada lugar.

Los representantes municipales debemos de ser los encargados de difundir la cultura; Esto consistiría en transmitir y difundir las riquezas del patrimonio cultural en el sentido más clásico y tradicional de la palabra.

Se trata de actividades y acciones que constituyan una oferta de producción cultural (teatro, música, ópera, danza, artes plásticas, cine, literatura, galerías de arte, etc.).

Ejemplo: El Ayuntamiento de Benalauría organiza cada año una semana cultural; Evento que procuramos acercar la cultura a nuestros ciudadanos.

Cada día está dedicado a un tema específico:

- Se ha celebrado el día de la danza
- El del teatro
- El de la ciencia
- El del medio ambiente
- El de la arriería

Esta semana cultural no se caracteriza sólo por montar mesas redondas relacionadas con los temas a tratar, a veces en pueblo pequeños y no acostumbrados a tener experiencias de este tipo, puede resultar aburrido.

Es pues donde esa oferta cultural debe ser activa y que las gentes de nuestros pueblos participen.

Por ejemplo: el día que dedicamos a la arriería convocamos un concurso de aparejos y carga a tercios en bestia.

Ya el vecino está participando.

Otro ejemplo: el día dedicado al cine se proyecta una película pero después montamos un cineforum; otra manera de participar.

Es importantísimo la motivación, debemos transmitir entusiasmo para que la cultura sea recibida de la misma manera.

Quizás el logro más notable de esta política sea el de impulsar el desarrollo de la oferta cultural haciendo partícipe a los ciudadanos cuando siempre se ha creído en estas zonas rurales que la cultura era algo creado y dirigido a una elite, a un sector de personas privilegiadas que podrían hacer uso de ellas, mientras que el resto de los ciudadanos presenciaban el panorama cultural de manera pasiva.

Con ello, lo que me atrevo a decir, es que debemos conseguir hacer políticas de democratización cultural, hacer que la cultura sea accesible a todos.

Esto consiste en proporcionar conocimientos culturales y hacer realidad la posibilidad de que el mayor número de personas accedan a los beneficios de la cultural.

El término de democratización cultural, es bonito, queda bien, pero no hay que conformarse con eso, hay que llevarlo a la práctica.

No debemos considerar a la cultura como objeto de consumo, sino como ámbito o terreno donde es posible promover procesos de participación cultural y de vida asociativa.

Se trata de proporcionar a individuos, grupos y comunidades los instrumentos necesarios para que, con libertad, responsabilidad y autonomía puedan desarrollar su vida cultural.

Me vais a permitir que siga poniendo de ejemplo a mi pueblo.

Como os dije, el municipio tan sólo tiene 529 habitantes. Pues un lugar tan reducido existen:

- Dos asociaciones de mujeres
- Un grupo de artesanos de diferente oficios, que estan creando o han creado ya su propia empresa..
- Una asociación de jubilados.
- Una asociación juvenil.
- Una asociación cultural de Moros y Cristianos.

Pues bien, todos ellos junto, las diferentes empresas y cooperativas existentes han sido los encargados de organizar, para el primer fin de semana de Diciembre una muestra artesanal bajo la tutela del Ayuntamiento, que ha dado como resultado la organización de la FERIA DE ARTESANIA DEL VALLE DEL GENAL, donde estan presentes todos/as las empresas de la zona. Y me explico. Ellos de forma independiente organizan este evento



tan importante para la zona durante ese largo fin de semana, que es el puente de la Constitución, y el Ayuntamiento participa con el personal, facilitándole los locales que necesiten y buscando subvencionando para la publicidad y los folletos informativos.

Los Ayuntamientos debemos apoyar este tipo de iniciativas pero sin incoordinar.

Dentro de la política cultural a nivel local, que es la que se hace desde un Ayuntamiento comporta tres formas principales de intervención:

- La subvención.
- Programas y proyectos propios.
- La creación de infraestructura estable.

La subvención

Hay un doble tratamiento:

Los Ayuntamientos de las características del mío debemos solicitar a otras administraciones subvenciones para cubrir la oferta cultural de nuestros pueblos (la gran mayoría son solicitadas a la Diputación Provincial) y por otro lado las ayudas que los Ayuntamientos podemos conceder a los distintos grupos existentes en nuestros pueblos, siempre que se hagan algunas valoraciones y análisis sobre la viabilidad del proyecto.

Programas y proyectos propios

Proyectos en los que el propio Ayuntamiento asume no solamente la iniciativa y la financiación, sino también la organización y la gestión.

Me voy a detener aquí un momento para deciros algo.

Si un Alcalde o Alcaldesa, Concejel o Concejala de cultura dispone de una partida importante de dinero para organizar un evento cultural, lo tiene fácil, no existen problemas.

Pero cuando hablamos de presupuestos pequeños, donde siempre andamos cortos de dinero, ya cambia el panorama.

Los políticos debemos cambiar el chip. Tenemos que ser imaginativos, creativos, ser capaces de hacerlo con pocos medios económicos.

Os voy a poner otro ejemplo.

El Ayuntamiento de Benalauría organizó en el año 1995, la PRIMERA SEMANA DE TALLA EN MADERA. ¿En qué consistió?

Convertimos la plaza del pueblo en un gran taller al aire libre, en donde los artesanos de la madera que trabajan en el municipio eran los monitores de todos los vecinos y visitantes que querían aprender a tallar.

Oferta que abrimos a la Universidad y a diferentes colectivos haciendo una campaña de difusión.

Había días que en la plaza había más de setenta personas tallando... fue un éxito.

El Ayuntamiento por un lado cubrió una semana dedicada a la cultura popular y por otro lado, sacó rentabilidad en cuanto a la promoción del pueblo.

Si no conocéis Benalauría os diré que como casi todos los pueblos de esa zona ha abierto sus puertas al turismo de interior y conseguimos que toda la oferta turística del mismo (casitas rurales, restaurantes, museo etnográfico) estuvieran llenas a rebosar.

¿Cuánto dinero se gastó el Ayuntamiento? Muy poco, alrededor de 300.000 Ptas. para compra de material (Jubias, maderas, bancos de trabajo) y la difusión de carteles y trípticos, que la hizo el servicio de publicaciones de la Diputación Provincial de Málaga.

Creación de infraestructuras estables

Todos los Ayuntamientos debemos crear espacios y ámbitos para la actividad cultural y la vida asociativa que permitan establecer plataformas para la participación ciudadana, y lo que es más importante, que sólo se utilicen para ello. Un lugar destinado a la cultura, al igual que las bibliotecas, Salas de exposiciones, casas archivos o centros de documentación, estos últimos más tradicionales pero no menos importantes.

Un ejemplo más:

Benalauría nos ofrece en cuanto a la infraestructura cultural:

- Un museo etnográfico: Ubicado en un antiguo molino de aceite en perfecto estado, en donde el visitante tiene oportunidad de ver como funcionaria este molino, todos los utensilios antiguos relacionados con actividades ganadera y agrícolas de épocas anteriores.
- Casa Archivo y Centro de Documentación: Acabamos de realizar la restauración del mismo y actualmente se está poniendo en funcionamiento.
- Rehabilitación de otro local emblemático del pueblo para que sea la Casa – Sede y Museo de la Asociación de Moros y Cristianos.
- A parte de la biblioteca, Salón Cultural, Sala de Exposiciones y Hogar del Jubilado.

Desde un Ayuntamiento tenemos que fomentar la animación sociocultural por dos razones principales:

Por un lado porque es el modo más adecuado de hacer una política cultural participativa y por otro porque a través de un programa de animación sociocultural, se logra más que realizar una “oferta cultural” desde arriba, promover una “demanda cultural” desde los propios ciudadanos.

Los Ayuntamientos debemos de encontrar el modo de promover, estimular y canalizar la participación popular en las actividades culturales.

Ya para terminar, os voy a enumerar algunas sugerencias prácticas para una política cultural en el ámbito municipal:

1. Que los Ayuntamientos decidan tener una política cultural. Existen actividades culturales, pero se carece de una política cultural.
2. No hay que crear ninguna asociación paralela o parecida a las ya existentes. Hay que fortalecer las que ya están funcionando pues son manifestación más o menos acertada, de una serie de creaciones realizadas por la misma gente, y expresan en algunos casos, elementos que reflejan las tradiciones y cristalizan la identidad cultural de un pueblo.
3. El Ayuntamiento debe respetar y apoyar la pluralidad de manifestaciones culturales del pueblo, aceptando la variedad de formas en que las mismas se puedan expresar. Un Ayuntamiento ha de estar abierto a todas las propuestas, a todas las manifestaciones socio-culturales. Las ha de promover y potenciar cualquiera que sea su opción política particular, siempre que la potenciación de esas actividades culturales sirva para consolidar la convivencia democrática y permita la potenciación de individuos, grupos y comunidades.
4. El principio que ha de regir las relaciones del Ayuntamiento con los diferentes grupos que desarrollan actividades socioculturales: Ni indiferencia, ni injerencia. Nunca la acción cultural de un Ayuntamiento debe tener carácter competitivo.
5. Y por último. Hay que promover la participación ciudadana en actividades destinadas a generar proceso de participación cultural; Alentar la participación activa de la población que consiste en apoyar a las Asociaciones y Organizaciones de base que desarrollan actividades socio-culturales. Sería un gran error buscar la participación ciudadana, sólo en las actividades que realiza el ayuntamiento de manera directa.

Con esto doy por finalizada mi intervención, siempre deseando que haya sido de vuestro agrado y reiterando nuevamente mi agradecimiento a todas las personas que han organizado este Seminario de “CULTURA Y MUNICIPIO” por haberme invitado y poder participar en él.

Muchísimas gracias a todos y a todas.

PATRIMONIO MUNICIPAL Y ASOCIACIONISMO

Las asociaciones, como grupo de personas número indeterminado reunidas alrededor de unos objetivos o fines comunes, son sin duda alguna, indispensables en toda sociedad moderna y democrática para garantizar con viveza un futuro cierto y dinámico. Tanto en grandes como en pequeños municipios, deben tener un papel relevante, y su valor va a formar parte, en cierta manera, del patrimonio mismo del municipio que la acoge. Ahora bien, ¿Qué entenderemos por "patrimonio municipal"? Con el Art. 1 del Reglamento de Bienes de las Entidades Locales podemos definirlo como el conjunto de derechos y acciones que les pertenezcan, con lo cual añadimos, podremos hacer nuevas calificaciones atendiendo a la naturaleza de esos derechos y acciones. Por tanto, atendiendo al carácter cultural de la asociación "Talia", debemos ocuparnos desde aquí en la Inter-relación que pudiera coexistir entre las asociaciones de tal carácter con los derechos y acciones que pertenezcan al patrimonio municipal de dicha naturaleza, quedando integrado por los inmuebles y objetos muebles de interés artístico, histórico, paleontológico, arqueológico, etnográfico, científico o técnico, el patrimonio documental y bibliográfico, los yacimientos y zonas arqueológicas, así como los sitios naturales, jardines y parques que tengan valor artístico, histórico y antropológico, y con ello englobamos los bienes descritos en el artículo 1.2 de la Ley 16/85 sobre el Patrimonio Histórico Español. Dicha Ley en su artículo 2, recogiendo lo establecido en el artículo 46 del Texto Constitucional de 1978, reincidirá en que es deber y atribución esencial del Estado garantizar la conservación del Patrimonio Histórico Español, así como promover el enriquecimiento del mismo y fomentar y tutelar el acceso a todos los ciudadanos a los bienes comprendidos en él, sin perjuicio de las competencias que correspondan a los demás poderes públicos; de lo cual en términos similares se hace eco el artículo 12.6 del Estatuto de Autonomía para Andalucía, y la incorpora entre las tareas locales el artículo 25 de la Ley de Bases de Régimen Local, con respecto a las entidades municipales. Pero entonces, ¿Qué papel tienen las asociaciones? Como diría el poeta -Nos queda la palabra. Su labor, -en principio- debemos encuadrarla en lo establecido en el artículo 8 de la citada Ley 16/85. "1. Las personas que observen peligro de destrucción o deterioro en un bien integrante del Patrimonio Histórico Español deberán, en el menor tiempo posible, ponerlo en conocimiento de la Administración competente, quién comprobará el objeto de la denuncia y actuará con arreglo a lo que en esta Ley se dispone. 2. Será pública la acción para exigir ante los órganos administrativos y los Tribunales Contencioso-Administrativos el cumplimiento de lo previsto en esta Ley para defensa de los bienes integrantes del Patrimonio Histórico Español". Por tanto, arrancará de aquí un primer nexo entre asociacionismo y patrimonio municipal, en cuanto que debemos comprometernos en la colaboración con los organismos públicos en la defensa de nuestro patrimonio cultural a través de la denuncia pública y la exigencia del respeto a la conservación y promoción del mismo.

Obviamente para participar en lo anterior, debemos antes conocer nuestro patrimonio, profundizar en su contenido y significado, Y además, debemos de generalizar en el global de nuestro patrimonio, pues en caso contrario nos limitaríamos al estudio y defensa de los bienes antes descritos cuando, sin duda alguna, forman parte de nuestro patrimonio municipal otros de singulares naturalezas. Forzosamente entre nuestro patrimonio debemos incluir las labores artesanales, los sentimientos colectivos, un léxico diferenciador, y en general cualquier elemento que proporcione al municipio una identidad cultural con la cual el ciudadano, el vecino, se sienta sensible e identificado; lo cual va a dar cierto valor a lo expresado desde una asociación o colectivo, como entidad aglutinante del sentir de una parte de los miembros del municipio.

A esos estudios, le dedicaremos nuestro tiempo, desplegando para ello nuestros mejores medios, pero éstos van a ser insuficientes y escasos. Puede resultar de Perogrullo, pero no es igual, por que no puede serlo, la labor de una asociación en un municipio pequeño que otra establecida en una gran ciudad. La ciudad, como centro administrativo, reunirá en su contorno diferentes administraciones que tendrán entre sus objetivos la defensa del patrimonio cultural, además se desarrollarán sus estudios en los distintos departamentos universitarios, Fundaciones de empresa, Editoriales, y los trabajos podrán contar con grandes empresas como patrocinadores. Generalmente, el patrimonio a conservar será más numeroso en la gran ciudad que en un pequeño municipio, pero ello no ha de significar que ese sea forzosamente más interesante, mientras que la capacidad de medios si que es ingentemente superior.

Ante la escasez de medios en los pequeños núcleos, la labor de las asociaciones va a ser, como todo trabajo de voluntariado en los mismo, indispensable. Antes hemos dicho que, en principio, la labor de las asociaciones se inicia con "la palabra" en pro de la conservación y defensa del patrimonio, para ello no puede satisfacer las necesidades de los municipios, que no necesitan solo que se vele por su patrimonio, sino además precisa que se indague, se estudie, se promocióne y se difunda. Es necesario, además, que se ponga a disposición de los vecinos para su conocimiento y confrontación, para su disfrute y contemplación, lo cual, consecuencia del acceso general a la cultura nos permitirá acceder directamente por la senda del respecto a los demás, del progreso común, hacia la libertad. Tenemos la suerte de vivir en una Comunidad donde cada municipio, cada pueblo, tiene en sí mismo un gran legado heredado de milenarias culturas, y sin embargo, por desgracia, disponemos de escasos recursos para su conservación y promoción. Y en eso la colaboración entre las asociaciones y la administración, es esencial y fundamental y quien así no lo vea, pensamos que es porque reconduce su mirada a no querer verlo; tanto de un lado como por otro, pues los límites entre unos y otros siempre deben quedar claros, sin mezclar ilusiones y proyectos con celos y envidias. Además del trabajo voluntario y esfuerzo desinteresado de sus componentes, las asociaciones, debido a su proximidad con el vecino, van a aportar también las participaciones económicas de empresas y comercios que muestran así su confianza con la asociación; la colaboración de vecinos y particulares que posiblemente serían reacios a facilitar a la administración sus archivos familiares... Para ello, va a ser necesario también que la administración proporcione a estos grupos los medios necesarios; fundamentalmente van a ser de tipo económico a través de las subvenciones, pero también de acceso a archivos, cursos de formación y otros con los cuales obtener unos resultados a compartir con todos los vecinos. Ello se puede concretar en la publicación y difusión de estudios, elaboración de muestras y exposiciones, talleres de restauración, colaboración en la gestión y desarrollo de museos municipales.. Se podrá así afianzar esa senda de progreso y respeto antes aludida, viéndose cumplidos objetivos e ilusiones comunes, y se podrá promover y generar nuevo patrimonio para el disfrute de generaciones venideras.

Particularizando lo anterior, a la respuesta sobre la pregunta que podíamos efectuar del porqué desde la Asociación Cultural TALIA se vienen efectuando trabajos en el ámbito del patrimonio municipal, debemos desarrollarla desde varias premisas; en primer lugar, nos encontramos que en los objetivos señalados en los propios Estatutos Sociales y Acta Fundacional, figura el estudio histórico, antropológico y toponímico del municipio, lo cual demuestra un interés de sus componentes y socios por el conocimiento de nuestra tierra desde la propia fundación de esta asociación en 1983, y un deseo de dedicar a ello buena parte de nuestro tiempo; en segundo lugar, podemos hablar del componente histórico que condiciona buena parte de los actos más cotidianos, en este caso derivado de las propias circunstancias del municipio en los años de la creación de la asociación, pues se acababa de efectuar una segregación del término municipal de DALIAS y se venía padeciendo cierta dejadez política e institucional, incidiendo ello en la necesidad de conservar el patrimonio y demás valores de un tierra de milenaria historia a la que veíamos olvidada y sentíamos padecer. Luego los estudios y trabajos se van a consolidar con la experiencia y conocimientos que van otorgando los años, y tal vez más lentamente de lo que quisiéramos, pero sin desánimo, se van desarrollando proyectos y publicando trabajos, que van divulgando y promocionando nuestro patrimonio municipal; y finalmente, otro componente importante que nos ha facilitado el logro de objetivos ha sido el alto grado de ayuda y apoyo que desde dentro los componentes de la asociación han obtenido unos de otros, así como el recibido externamente desde las distintas Corporaciones Municipales, las empresas y comercios, así como los vecinos. Y destacamos sin duda alguna, en nuestro caso, el apoyo de la administración autonómica a través de la consejería de Cultura y su Delegación Provincial en Almería, pues en municipio pequeños no se dispone de apenas medios, y éstos han de verse completados con los que se reciban de instituciones supramunicipales, para que puedan realmente rentabilizarse al máximo. Y con ello entramos a continuación en los trabajos efectuados en estos últimos 16 años dentro de los programas de la asociación "TALIA".

Cuando la asociación se formaliza, era el verano de 1983, y la mayoría de sus componentes venían participando de la vida social de la localidad desde hacía años a través de las comisiones de fiestas, hermandades, y colectivos sin legalizar. La mayoría de sus socios apenas si alcanzaban los 20 años, pero era enorme la ilusión por aunar esfuerzos y ver los resultados de éstos, formando entonces la labor de animación sociocultural el grueso



de la programación anual. No por ello podemos obviar que en definitiva muchos de esos trabajos iban, y van, encaminados a la defensa del patrimonio municipal, de uno y otro carácter, y en virtud de ello vamos a efectuar la siguiente clasificación, donde enumeramos algunas de las actividades que a lo largo de estos años se han venido desarrollando, efectuando la siguiente clasificación al objeto de una mejor identificación, pues no en vano la defensa del patrimonio municipal, como hemos indicado anteriormente, puede efectuarse desde diferentes vertientes.

- A través de publicaciones en letra impresa, soportes audiovisuales o cualesquiera otro medio que nos permita su difusión y distribución en el municipio y a otras asociaciones, colectivos e instituciones más allá de los límites municipales y que le pueden ser de interés.
- Mediante la recuperación del patrimonio lúdico popular, tras el menoscabo o “desaparición” de fiestas locales que por una u otra circunstancia salieron del calendario festivo municipal; Y la incorporación de jornadas festivas a las que otorgamos cierta naturaleza institucional por venir marcadas desde la Administración, pero cuyo desarrollo debe ser inevitable para la modernización de la sociedad, entre otros aspectos.
- Los concursos y certámenes van a permitir la conservación y desarrollo de nuestro patrimonio a modo de incentivo entre los vecinos, recogiendo, generalmente, una buena aceptación.
- Finalmente, la defensa del patrimonio natural es bastante importante para esta asociación, desarrollando entre las programaciones actividades de conservación, estudio y reforestación, entre otras.

Así pues, como consecuencia de lo antes referido e individualizando alguna de las actividades, como botón de muestra esta muestra:

Estudio y divulgación del Patrimonio Histórico-Cultural

PUBLICACIONES:

- Patrimonio Cultural de Dalías
- Historia Fotográfica del Municipio – Dalías 1860-1996
- Los trabajos en esparto
- El Patrimonio Histórico del Agua en Dalías
- Diversos artículos de denuncia y divulgación, sobre las fiestas, artes y costumbres dalienses publicados en el boletín que se edita por la asociación y otras publicaciones de carácter provincial o comarcal.

EXPOSICIONES:

- La Artesanía del Esparto
- Objetivo Dalías. Fotografías de los últimos 100 años.
- Exposición de pintores dalienses (varias)
- Exposiciones fotográficas (varias)

CERTÁMENES:

- Premio Talía de Poesía
- Premio Talía de Fotografía
- Concurso de Embellecimiento de Fachadas, Patios y Balcones
- Concurso de Repostería Tradicional

MÚSICA:

- Festival “Unidos por el Folklore”

JORNADAS:

- Asociacionismo y municipio-Encuentro de asociaciones dalienses
- Encuentro de Asociaciones y Colectivos de La Alpujarra

VIDEO:

- El Tercer Domingo de Septiembre-Día Grande de Dalías (Fiestas del Stmo. Cristo de la Luz). Edición en vídeo de las imágenes más destacadas.

OTROS:

- Memoria sobre las Fiestas del Stmo. Cristo de la Luz, en colaboración con el Excmo. Ayuntamiento, base para la Declaración de Fiestas de Interés Turístico Nacional de Andalucía concedida por la Consejería de Turismo.
- Programa “Alpujarra 93”, en colaboración con el Excmo. Ayuntamiento, bajo el cual se celebraron diversas jornadas y acontecimientos, coincidiendo con el V Centenario de la incorporación de las Tahas de La Alpujarra a la corona de Castilla.

Recuperación del patrimonio lúdico

POPULAR:

- Fiestas de Navidad y Cabalgata de Reyes
- Los “Sanantones”
- Carnaval
- Día de la Cruz

DE CARÁCTER INSTITUCIONAL:

- Fiesta de la Constitución
- Día de Andalucía
- Conmemoración del Calendario Internacional de Naciones Unidas
- Día Universal de los Derechos Humanos
- Día Mundial del Medio Ambiente
- Otros.

PATRIMONIO NATURAL

- Catálogo de las fuentes del municipio
- Reforestación en Sierra de Gador
- Participación en los programas de voluntariado medioambiental junto al Excmo. Ayuntamiento.
- Instalación y cuidados de jardines urbanos junto a voluntarios y otros colectivos.

De todo lo manifestado debe desprenderse que el asociacionismo tiene que estar inter-relacionado con su propio municipio y su entorno en general; debe ser tenido en cuenta, y puede ser punto de apoyo en la elaboración y el desarrollo de programas. De su actividad e iniciativa se podrá generar un enriquecimiento del patrimonio municipal; todo ello con poco que sea ayudado y apoyado por las administraciones públicas, y a ello vaya realmente destinado el esfuerzo y trabajo desinteresado de los componentes del colectivo. Al menos es esa nuestra experiencia, y así hemos intentado reflejarlo en estas líneas.

DALÍAS (Almería), OCTUBRE DE 1999

EL PATRIMONIO CULTURAL EN LA COMARCA DE LA LOMA: DE LA CONSERVACIÓN A LA GESTIÓN INTEGRAL

Introducción

Escribir sobre el patrimonio cultural de la comarca de La Loma, y en concreto del de Baeza y Úbeda, las condiciones en que se encuentra en la actualidad, su evolución y su próximo futuro, es a la vez fácil y difícil. Fácil si se trata de resaltar los evidentes valores patrimoniales que albergan estas ciudades, la riqueza de sus bienes arquitectónicos y artísticos, el atractivo de sus entramados urbanos, la pervivencia de costumbres y tradiciones, sus nuevas aportaciones culturales. Pero difícil si, tras la visible realidad de una riqueza patrimonial excepcional, observamos que se esconde una problemática compleja: la generada por la necesidad de la conservación, uso y gestión de un patrimonio de tales características.

Desde estas líneas pretendemos hacer un repaso general a la situación en que se encuentra el patrimonio de la comarca de La Loma, en especial al de Úbeda y Baeza, no para describirlo sino para analizarlo desde la perspectiva de su evolución en las últimas décadas, y, sobre todo, para plantear las oportunidades y amenazas que se presentan en relación con el uso y gestión de este importante tesoro cultural. La declaración de Baeza-Úbeda como Patrimonio Mundial de la UNESCO en el año 2003 no sólo ha puesto de manifiesto los múltiples y excepcionales valores del conjunto formado por ambas ciudades, también ha colocado sobre la mesa la imperiosa necesidad de planificar y desarrollar políticas de conservación, puesta en uso y gestión de tan importante patrimonio cultural.

Un paisaje plagado de extensas hileras de olivos, la pujante presencia del aceite de oliva, y el Parque Natural de las Sierras de Cazorla, Segura y las Villas, destino tradicional de la mayoría de los que visitan la provincia de Jaén, son los elementos que han venido identificándola entre quienes no viven en ella. Sin embargo, junto al olivar y las sierras, se conserva un importante Patrimonio Cultural, sobre todo arquitectónico, que de unas décadas a esta parte ha ido adquiriendo un papel cada vez más relevante entre los atractivos de nuestra provincia, pasando de una posición casi residual en la imagen de Jaén a estar convirtiéndose en uno de sus mayores referentes. Entre los muchos y variados bienes culturales que reúne la provincia de Jaén, el atractivo cultural hasta ahora más conocido y con más fuerte capacidad de reclamo, tanto dentro como fuera de la provincia, es el patrimonio arquitectónico renacentista ubicado en el triángulo Jaén-Baeza-Úbeda. La comarca de La Loma, algunas de cuyas ciudades (entre otras, Baeza y Úbeda) atesoran buena parte del patrimonio arquitectónico provincial más destacable, ha sido siempre un territorio de reconocidos valores históricos en el que se han volcado importantes esfuerzos de conservación y mejora que, en las últimas décadas del siglo XX, se han ido transformando en una creciente preocupación por ir más allá de la simple recuperación y mantenimiento de esos bienes culturales.

La Loma es una zona geográficamente bien definida que forma una rampa escalonada en el centro de la provincia, discurriendo de Oeste a Este enmarcada por los ríos Guadalquivir y Guadalquivir, en la zona de presierra entre Sierra Morena y las Béticas. En ella se levantan 13 municipios en los que viven unos 95.000 habitantes. Úbeda (que supera los 30.000), Baeza (con más de 15.000), y Villacarrillo (con casi 12.000) son las más pobladas. Excepto Torreperogil y Villanueva del Arzobispo (que superan los 5.000), las demás poblaciones están entre los 1.000 y los 5.000 habitantes. Son localidades medias y pequeñas, cercanas geográficamente, con fácil comunicación entre ellas mismas y con el exterior, tanto por carretera como por ferrocarril (aunque este medio esté sufriendo en acelerado retroceso). Por su ubicación y evolución históricas el recurso económico tradicional ha sido, y continúa siendo, la agricultura y particularmente el olivar distribuido en pequeñas y medianas explotaciones, lo que ha configurado un perfil sociológico caracterizado por el peso de una estructura social y unos valores eminentemente rurales. Sólo Úbeda, con una mayor incidencia de la industria y los servicios, escapa en cierta medida a este panorama económico y sociológico, lo que la ha convertido en cabecera no oficial de la comarca.

En lo relativo a su patrimonio cultural, los pueblos que componen la comarca conforman un conjunto de notable interés. Conserva un patrimonio con fuertes raíces rurales, con un abanico paisajístico, etnológico y arqueológico bastante rico, que se ve aumentado notablemente con su sobresaliente herencia arquitectónica, fuertemente concentrada en Baeza y Úbeda pero con importante presencia en otras localidades como Sabiote y ejemplos individualizados en casi todas ellas. Su posición, en la misma puerta natural abierta entre la Meseta y el valle del Guadalquivir, ha hecho de esta zona un lugar transitado, ocupado y habitado a lo largo de la historia. Esa importancia estratégica y agrícola ha favorecido su ocupación por poblaciones humanas desde la prehistoria, y las culturas más sobresalientes han quedado reflejadas en sus conjuntos urbanos y en el territorio circundante: yacimientos prehistóricos del Neolítico y la Edad del Bronce, restos ibérico-romanos como la muralla ciclópea de Ibros o los vestigios de Úbeda la Vieja, herencias visigóticas como el oratorio rupestre de Valdecanales (Rus), y el importante legado medieval (andalusí y castellano) en sus recintos amurallados, estructuras urbanas y en su tradición oral y escrita. A pesar de esa diversidad, el elemento cultural identificativo más sobresaliente del conjunto de la Loma es el configurado por la historia y el legado arquitectónico del Renacimiento, reflejado en los conjuntos históricos de Sabiote, Úbeda y Baeza, la arquitectura militar-palaciega de la talla de los castillos de Canena, del mismo Sabiote, o las Torres Oscuras de Torreperogil, y una abundante arquitectura religiosa. Todo ello complementado con un extensa cantidad de bienes arqueológicos y un especial entorno paisajístico dominado por el valle del Guadalquivir.

Para hacernos una somera idea del patrimonio arquitectónico del que hablamos, hemos de señalar entre los espacios públicos urbanos las Plazas de Santa María (Baeza), Vázquez de Molina (Úbeda), o de las Chinas (Sabiote). Entre la abundantísima arquitectura religiosa (que va del románico al barroco): La Catedral, Santa Cruz, San Francisco, San Andrés en Baeza; la Colegiata de Santa María, San Nicolás, San Pablo o la capilla de El Salvador en Úbeda; la de San Pedro en Sabiote y la de la Asunción en Villacarrillo. Entre sus edificios públicos: la antigua Universidad, el Seminario, las Casas Consistoriales, las Escribanías y el Ayuntamiento en Baeza; el Hospital de Santiago, las antiguas Casas Consistoriales o el Pósito en Úbeda; el Mesón Viejo de Sabiote. Entre la arquitectura privada: los palacios de Jabalquinto y los Salcedo en Baeza; de Vázquez de Molina, Deán Ortega, Vela de los Cobos, Marqués de Mancera, Casa de las Torres o Condes de Guadiana en Úbeda. Los restos de puertas y recintos amurallados en Baeza, Úbeda y Sabiote. A todo lo cual, tenemos de añadir la homogeneidad de los conjuntos urbanos y las impresionantes vistas del valle del Guadalquivir que pueden contemplarse desde el Paseo de Antonio Machado de Baeza, los Miradores de Úbeda y Sabiote.

Junto a los evidentes valores históricos y arquitectónicos ya apuntados, el Patrimonio Cultural de la comarca está compuesto por recursos muy variados como la Semana Santa, su gastronomía, restos arqueológicos de distintas épocas, la artesanía, la presencia de figuras históricas como Juan de Ávila, San Juan de la Cruz, Antonio Machado o, por qué no decirlo, personajes actuales como Joaquín Sabina, Salvador Compán y Muñoz Molina o el alfarero Paco Tito y el restaurador Juanito.

Este patrimonio cultural ha sido asumido como propio por la población local, generando en la mayoría de ella un sentimiento de relación directa y cotidiana con el mismo, creando una actitud de orgullo por un legado cuyos vestigios materiales han sido asimilados como parte de una identidad social basada en el pasado histórico, y contribuyendo notablemente a la democratización de su conservación y mantenimiento.

Salvo casos puntuales, la arquitectura monumental se han conservado en buen o muy buen estado, y tras el abandono o decadencia sufrido hasta los años setenta del siglo XX, la mayoría de esos edificios han sido objeto de procesos de restauración y rehabilitación que se han completado



con el uso público con fines administrativos, educativos y culturales. Sin embargo, las tipologías residenciales singulares, casas señoriales y las viviendas más tradicionales se encuentran en una situación distinta, habiendo sufrido procesos de desaparición y transformación que, en algunos casos también han afectado a las tramas urbanas. A pesar de algunos desajustes, la mayor parte de los municipios que componen la comarca de la Loma no sufren problemas urbanísticos irreversibles: tanto su tamaño, como la incidencia de sus actividades económicas dominantes, la comentada actitud de la mayoría de la población, al tiempo que una progresiva concienciación de las administraciones locales han evitado, salvo casos puntuales, la generación de deficiencias insalvables. Las localidades de La Loma disponen, en general, de conjuntos urbanos sin graves desequilibrios y bastante integrados en su entorno inmediato aunque necesitados de acciones puntuales de recuperación y mejora.

En el momento actual y aunque la conservación sea un aspecto todavía mejorable y necesariamente presente, el peligro más grave se presenta en el ámbito de la gestión de ese patrimonio: la mayoría de las localidades no disponen de los medios económicos, técnicos y humanos imprescindibles, de una adecuada oferta cultural y de ocio, de un concepto definido de interpretación de su territorio, de planes integrales que contemplen desde la conservación al uso y la gestión de su patrimonio. A lo que hemos de añadir la debilidad de infraestructuras, un escaso y desestructurado tejido económico y empresarial, y una difícil práctica de colaboración interinstitucional. Toda esa problemática debe ser rápida y prioritariamente abordada si tenemos en cuenta que al reconocido valor de sus bienes culturales hay que sumarle en los últimos años el progresivo interés de las administraciones locales y provinciales, así como de las iniciativas privadas, por explotar aceleradamente una de las vertientes más evidentes de la puesta en valor del patrimonio cultural: el turismo.

En este marco general que hemos descrito en las líneas precedentes, hemos de destacar el papel de liderazgo que ejercen Baeza y Úbeda en el conjunto de la comarca: el fuerte poder de atracción de ambas por su poderoso patrimonio histórico-artístico, su mayor población, predominio económico, incluso peso político, han favorecido la concentración en este núcleo central de gran cantidad de inversiones, mayores y mejores infraestructuras, una promoción más acentuada y una mayor incidencia de programas para la conservación del patrimonio y el desarrollo turístico, lo que, paralelamente, ha supuesto un cierto oscurecimiento de los innegables valores de otras localidades de la comarca.

Patrimonio y turismo cultural en la comarca de La Loma: situación actual y perspectivas

El patrimonio cultural español ha pasado por todos los avatares posibles: desde su olvido y desaparición por vejez a su destrucción a manos del desarrollo especulativo y mercantilista; desde la pervivencia por hibernación a las intervenciones impactantes; de la musealización a la re-creación de la ciudad y el territorio sobre modelos estándar alejados de su identidad. Nuestros pueblos y ciudades han sufrido la desaparición de buena parte de su legado histórico ante la desidia o el mayor desinterés, han soportado los atentados premeditados más escandalosos o, por el contrario, han sido campo de experimentación de las políticas conservacionistas más absurdas. En la mayor parte de los casos no se ha sabido, o no se ha podido, conjugar el desarrollo, la evolución y el progreso con la preservación y el uso del patrimonio. Y es precisamente ese equilibrio el que debe buscarse como objetivo final.



En los últimos años la consideración del patrimonio cultural como un recurso se ha extendido en nuestro país de forma tan rápida y superficial que, a nuestro entender, está dejando olvidados en el camino elementos de análisis y prácticas tan importantes que pueden suponer serios peligros para el mismo patrimonio. Las coordenadas políticas, sociales, económicas e ideológicas dominantes que, hoy en día, son las impuestas por la globalización neoliberal están consolidando un modelo de intervención sobre el patrimonio que, apoyándose paradójicamente en teorías socializadoras del uso del patrimonio, está conduciendo a considerar a este como un producto y, por tanto, a la búsqueda de su rentabilización económica inmediata. Según este modelo el patrimonio es un recurso, todo recurso conlleva una rentabilidad, la rentabilidad sólo puede ser económica y conseguirse en el mercado libre, el mercado sólo entiende de productos vendibles, por lo que los productos patrimoniales son vendibles mediante el turismo. Desde esta perspectiva (junto a otras importantes variables de diverso tipo) se desata un inusitado interés por el turismo cultural, que ha llevado a que el problema del uso del patrimonio se haya convertido, casi exclusivamente, en el problema del turismo cultural; en lugar de entender que el turismo es uno más de los muchos usos que puede darse al patrimonio, se considera a este último como uno más de los recursos utilizables por el turismo.

Desde nuestro punto de vista se hace necesario encontrar el equilibrio que haga compatible la conservación con el uso sostenible del Patrimonio como un recurso válido para el desarrollo. Nuestro rico legado cultural es un importante recurso que debe servir para el desarrollo intelectual, cultural, educativo y económico, tanto individual como colectivo, pero dadas las especiales características de este recurso, la recuperación, conservación, tutela, puesta en uso y gestión del Patrimonio Cultural han de responder a criterios de sostenibilidad y planificación integral que deben ser establecidos, fundamentalmente, desde los poderes públicos con la participación de los agentes sociales, definiendo criterios de interpretación e intervención, de formación y gestión, que compaginen la protección de la herencia cultural con la utilización del mismo.

El uso turístico del Patrimonio Cultural, deseable y potencialmente positivo, deberá adecuarse a estos criterios, incluyéndose dentro de políticas integrales que contemplen la planificación urbanística, la protección del patrimonio, las acciones culturales y de difusión, así como lo modelos de intervención y gestión. Todo ello, partiendo de lo local y como parte, no cómo objetivo final, del uso social del Patrimonio. Debe ser un valor añadido consecuencia del desarrollo de un modelo de ciudad habitable, original y atractiva, primero y básicamente para sus habitantes. Si la utilización del patrimonio se deja en manos del mercado, de los intereses privados, de la desregulación y la no intervención pública, la tergiversación, banalización, re-creación, uniformización o sobreexplotación, se convertirán en graves peligros para el patrimonio cultural.

A pesar de ello, la palabra más utilizada en los últimos años cuando hablamos de patrimonio histórico, la más extendida cuando se discute del uso de ese patrimonio, y el objetivo de los mayores esfuerzos de la iniciativa privada y de gran parte de las administraciones públicas es el turismo. Cualquier edificio histórico, cualquier bien cultural, cualquier tradición festiva o gastronómica, por pequeña que sea, se está convirtiendo en la actualidad en el depósito de las ilusiones de empresarios y alcaldes para su explotación turística. Un ejemplo de lo que decimos lo encontramos en los días previos y los inmediatamente siguientes a la declaración de Baeza y Úbeda como Patrimonio Mundial de la UNESCO: medios de comunicación, círculos políticos y ámbitos empresariales acogieron la declaración con la machacona repetición de la palabra turismo. Otras como conservación, rehabilitación, planificación, utilidad social, gestión u ordenación brillaron por su ausencia.

En la provincia de Jaén, el turismo como fenómeno de masas tiene una vida muy corta. Las características de la misma, interior, rural y de imagen difusa, la mantuvieron alejada de los grandes flujos de visitantes hasta tiempos bastante recientes. Este tipo de turismo nace con el desarrollo de la oferta natural en la sierra de Cazorla, fundamentalmente desde su configuración como Parque Natural de Cazorla, Segura y las Villas lo que facilita, a partir de los años ochenta, una explosión de promoción, de oferta de servicios, de ampliación de infraestructuras, que convierten al Parque Natural en un territorio de fuerte atracción, aunque bastante estacional, para grandes masas de visitantes. Como ya hemos señalado, a este reclamo turístico se ha ido uniendo paulatinamente el poder de atracción ofrecido por ciudades y pueblos con una riqueza arquitectónica más que notable que, de objeto del interés romántico de algunos viajeros por ciudades varadas en la historia, han pasado a convertirse en punto de interés de crecientes sectores de la población que buscan un objetivo o un complemento cultural a sus actividades de ocio y tiempo libre. A este desarrollo no han sido ajenos los esfuerzos de revitalización y adecuación que han aportado algunos programas como el de Escuelas Taller, Leader y Proder, que se convirtieron, en su momento, en abanderados de nuevas tendencias patrimoniales y han sido, generalmente, una buena herramienta de introducción de inquietudes y recursos para el cuidado, mejora, y conocimiento del patrimonio cultural y natural, contribuyendo a generar nuevas actitudes, iniciativas y servicios relacionados con su recuperación, conservación y utilización. Ciudades como Alcalá la Real, Jaén, Baeza o Úbeda han ido convirtiéndose poco a poco en lugares conocidos entre sectores cada vez más amplios de población, desarrollando intervenciones, planificando algunas políticas de rehabilitación del patrimonio, ejecutando planes especiales o dotándose de algunos instrumentos de gestión.

En la actualidad, el turismo jiennense se encuentra en una situación definida por el aumento de las expectativas sobre el papel del turismo en el conjunto de la economía provincial en base a su situación geográfica, la calidad y diversidad de las posibles ofertas y las nuevas tendencias hacia el turismo de interior, rural y cultural. Sin embargo, la actividad turística en Jaén es todavía escasa, muy estacional y de corta duración, está muy poco diversificada, con productos poco definidos, servicios deficientes y una importante debilidad empresarial. A lo que hay que unir una indefinición y falta de planificación pública que han dejado aspectos estratégicos a la regulación del mercado y de las iniciativas privadas, facilitando el desarrollo

de actitudes muy primarias de utilización del turismo como instrumento de rápida extracción de beneficios económicos y políticos inmediatos, primando la improvisación y las acciones aisladas e inconexas alejadas de la necesaria planificación racional, el establecimiento de líneas de actuación, así como del control y evaluación de resultados.

Ya hemos señalado en líneas precedentes el numeroso y cualificado patrimonio cultural que albergan las localidades de la comarca de La Loma, aglutinado, sobre todo, en Baeza, Sabiote y Úbeda y su sobresaliente herencia renacentista. Esta identidad renacentista ha sido históricamente la más destacada como centro de atracción de la provincia para un cierto (y reducido) sector de visitantes, debido a la monumentalidad de su patrimonio, al estado de conservación de sus centros históricos, a la autenticidad de sus tramas urbanas, a la armonía de sus ciudades y al mantenimiento de una identidad social y cultural característica de las llamadas agro-ciudades. La armonía patrimonial de las ciudades de la comarca de La Loma así como su cercanía al Parque Natural de Cazorla, Segura y Las Villas, su temprana declaración como conjuntos histórico-artísticos, la puesta en práctica de proyectos de rehabilitación del patrimonio, la experimentación de programas específicos o la aplicación de planes especiales de protección de sus conjuntos históricos, así como el diseño de algunas rutas turísticas como la Ruta del Renacimiento, o su inclusión en la Ruta de los Nazaríes del Legado Andaluzí, han favorecido una notable revitalización y expansión de su imagen, tanto entre sus propios habitantes como entre ciertos sectores de visitantes y de operadores turísticos. En ese proceso hay que destacar, junto con el importante papel desempeñado por el conjunto de la población en relación con la socialización de la defensa de su patrimonio, el continuado y notable esfuerzo inversor de las administraciones públicas. Como consecuencia de ese esfuerzo de recuperación y revitalización que se ha producido en los últimos años del siglo XX, sobre todo en las dos ciudades más representativas de la comarca, el pasado año 2003 pudo ser testigo de la consecución de la tan trabajada declaración de Baeza y Úbeda como Patrimonio Mundial de la UNESCO.

Las personas que hasta ahora recalaban en esta zona tenían un perfil muy definido: el de modernos viajeros románticos en busca del descubrimiento de la historia, del ambiente auténtico del pasado, de la tranquilidad absoluta de paraísos alejados del bullicio turístico. No obstante, en los últimos años el aumento del número de visitantes se está haciendo más que evidente, de tal manera que la figura del turista ha dejado de ser algo exótico y llamativo, la presencia de autobuses con grupos nacionales o extranjeros se ha convertido en cotidiana, el número de plazas hoteleras ha aumentado notablemente, y los servicios turísticos complementarios se han extendido y mejorado. Es evidente, que a los valores ya conocidos de Baeza y Úbeda se ha sumado el reconocimiento de la UNESCO y que dicho reconocimiento puede suponer un reclamo importante para operadores turísticos y particulares, un mayor conocimiento en círculos más amplios y un mayor flujo de visitantes, tanto a ambas ciudades como, por extensión, al resto de las localidades de la comarca.

Estas posibilidades que se abren suponen una oportunidad importante para conseguir objetivos de creación de empleo, de diversificación económica, de ampliación de nuevos servicios e infraestructuras, de desarrollo económico. Pero también pueden suponer una amenaza para el propio patrimonio. No hace falta recordar que el turismo descontrolado puede llegar a ser tremendamente depredador y peligroso para el patrimonio cultural: pérdida de identidad, banalización, degradación urbanística, sobreexplotación de recursos, pérdida de calidad de vida local, etc. Para alcanzar esas oportunidades sin que se hagan efectivas las amenazas, es necesario perseguir el equilibrio entre la protección y el uso de nuestro patrimonio como recurso, desde la planificación que regule la recuperación, defensa, uso, dinamización y gestión de unos bienes tan especiales que no pueden convertirse en unos productos más del mercado. De lo contrario, se pueden cometer graves errores que condicionen tanto el uso como la existencia de nuestro patrimonio, bien único e irremplazable al que no pueden aplicarse esquemas de mercado puro si no queremos que los programas de conservación y estudio estén supeitados únicamente a la rentabilidad económica y/o política, se caiga en la uniformización que acabe con las señas de identidad propias de nuestros territorios, se sobreexploten los recursos hasta su deterioro, o se planifiquen ciudades sólo para los visitantes.

Nuestras ciudades no están preparadas para una explosión descontrolada del uso turístico de nuestro patrimonio. En este momento, en el que la confrontación entre intereses turístico-comerciales y el Patrimonio puede resultar muy negativa como consecuencia de la debilidad o inexistencia de mecanismos de ordenación, planificación y gestión, es cuando se hace imprescindible dotarse de los necesarios instrumentos de planificación y gestión, de recursos técnicos y humanos que puedan encarar los desafíos que los nuevos tiempos imponen a las ciudades históricas.



Nuevos retos en el horizonte

La situación que hemos descrito en líneas precedentes ha ido generando (y puede generar más aún) la aparición de nuevos problemas a los que hacer frente y, sobre todo, está haciendo evidente la urgente necesidad de abordar estos retos mediante la planificación, ordenación y gestión integral de un patrimonio excepcional que debe conservarse y mejorarse de cara al futuro. La declaración de Baeza y Úbeda como patrimonio mundial tiene que suponer, además del reconocimiento de los valores que justifican la concesión de ese título, un fuerte impulso para el desarrollo de las potencialidades encerradas en el patrimonio cultural de ambas ciudades y, por extensión, de la comarca de la Loma. La declaración no es el final, la meta, de un esfuerzo que reconoce la excepcionalidad de sus bienes culturales, si no que también (y, sobre todo) obliga a convertirse en un referente de intervención y conservación, de creación de instrumentos y mecanismos de gestión que aseguren que las condiciones que favorecieron la inscripción en la lista de la UNESCO no sólo se mantienen si no que mejoran con el tiempo.

En la actualidad, y a pesar de los evidentes avances, la mayoría de los municipios de España, Andalucía y Jaén que disponen de un importante patrimonio carecen de una planificación integral de su política patrimonial que establezca criterios de interpretación, mecanismos de intervención, instrumentos de gestión y control, objetivos concretos de recuperación y uso del patrimonio, programas de animación cultural, de ordenación del tráfico y señalización, de promoción, de acción educativa, de coordinación de las iniciativas pública y privada, de planificación turística, o de participación social. Es aún tremendamente ridícula la consignación presupuestaria que algunos Ayuntamientos dedican a las políticas culturales, patrimoniales o de ordenación turística; asombra observar la debilidad o inexistencia de criterios de interpretación, e intervención; es increíble la falta de equipos humanos suficientes y cualificados que se ocupen de la planificación y gestión patrimonial en el ámbito local.

Las localidades de La Loma no escapan a esta situación general, aunque todas ellas disponen de instrumentos básicos a su alcance y en la mayoría se han tomado iniciativas parciales tendentes sobre todo a la protección del patrimonio y, en los últimos años, a la promoción turística. No obstante, fuera del proyecto presentado para solicitar la declaración de Baeza y Úbeda como Patrimonio Mundial (que contempla propuestas de planificación y de integración territorial) no se han elaborado documentos con una visión integral de las políticas patrimoniales y existe un notable déficit de recursos técnicos y humanos para desarrollarlos.

La necesidad de planificación que venimos manifestando debería tener presentes unos principios estratégicos básicos que podríamos resumir en los siguientes puntos:

- A) El objetivo inicial de las políticas patrimoniales debe ser recuperar, proteger y conservar nuestro patrimonio cultural.
- B) Deben tender a la optimización del uso de nuestros recursos, en la perspectiva del desarrollo personal y social, buscando su rentabilización social y económica, la creación de empleo y de riqueza dentro de los presupuestos de sostenibilidad y respeto a la identidad cultural.
- C) Potenciar la vertiente didáctica y cultural del patrimonio histórico y natural, planificando políticas de dinamización cultural ligadas al mismo y contemplando el diseño de políticas museísticas y de comunicación adecuadas a una idea actual de la exposición.
- D) Rentabilizar los recursos formativos de que se dispone, incidiendo en la formación de nuevos profesionales del patrimonio mediante programas que tengan en consideración las condiciones, recursos y necesidades de la comarca, optimizando las posibilidades que ofrecen instituciones de empleo como el INEM, organizaciones sindicales y patronales o los diversos centros educativos.
- E) Es necesario colaborar en la generación, consolidación y formación de tejido empresarial idóneo en los campos de gestión del patrimonio, turismo, hostelería, etc.
- F) Vertebrar territorialmente el patrimonio esforzándose por superar los límites locales hacia una visión más integral del entorno comarcal, configurando una identidad básica común pero enriquecida por la diversidad.



- G) Especial atención sobre una planificación urbanística rigurosa que tienda al desarrollo armónico de las ciudades, defendiendo no solo los edificios, también las tramas urbanas, sus entornos, las tipologías constructivas, los espacios públicos y los naturales; que tenga en consideración la señalización, el tráfico, y que conjugue la protección y el desarrollo, consiguiendo localidades habitables.
- H) Por último, es imprescindible la máxima participación social en la fijación de objetivos, elaboración de planes y proyectos y en la gestión de las políticas patrimoniales. Sin la participación de todos los agentes sociales posibles difícilmente podrán generarse políticas patrimoniales y turísticas sin provocar conflictos.

Como ya hemos señalado, si las políticas patrimoniales no responden a un concepto bien definido y a unos objetivos concretos, la intervención sobre el patrimonio se puede convertir en un conjunto de acciones inconexas, improvisaciones e iniciativas que pudieran llegar a resultar incluso contraproducentes. Baeza y Úbeda tienen ya un largo historial de intervenciones, y han conseguido un nivel más alto que el resto de la comarca en relación con la disponibilidad de medios para enfrentarse a las nuevas circunstancias: ambas son receptoras de inversiones provenientes de programas nacionales y autonómicos, se han acogido a proyectos de formación y de intervención en el patrimonio, han realizado algunos intentos de interpretación del patrimonio local, disponen de Planes Generales de Ordenación Urbana con normas muy específicas de conservación y control de la construcción, han desarrollado Planes Especiales de Protección y Reforma Interior de sus conjuntos históricos, y están incluidos en áreas de Rehabilitación Concertada que favorece la oportunidad de intervención en un campo mucho más amplio que el del edificio monumental.

Si las actuaciones sobre conjuntos o elementos monumentales se encuentran en un nivel altamente aceptable, el mayor peligro radica en la intervención sobre el conjunto residencial ya que determina poderosamente la conservación o destrucción del cuerpo urbano (algo fundamental para conseguir una ciudad armónica sin conflictos entre el conjunto histórico y el resto de la población), puede conducir a una clara diferenciación entre el conjunto histórico y los demás barrios, la presión del sector inmobiliario es más fuerte, la normativa municipal suele ser más relajada fuera de las áreas y edificios protegidos, y las tipologías constructivas tienden a ser mucho más diversas. Tanto Úbeda como Baeza, y otras localidades de La Loma en menor medida, se encuentran ante la necesidad de reactivar funcionalmente sus conjuntos históricos, mejorar las condiciones residenciales, la calidad ambiental y la urbanización del espacio público, con el objetivo de consolidar un uso turístico del patrimonio compatible con su condición de zona residencial integrada en el conjunto de la ciudad.



La experiencia ha demostrado suficientemente la complejidad y estrecha interrelación entre los problemas de los centros históricos y los de la ciudad en general haciendo que las actuaciones en materias como infraestructuras y vivienda, usos y servicios, accesos y movilidad, tráfico y aparcamientos, actividades lúdicas y culturales, incidencia del turismo, etc. se reflejen (por parciales que sean) en el conjunto de unas ciudades de dimensiones pequeñas. Reiteramos que el problema fundamental que se plantea en el conjunto de La Loma y especialmente en Baeza-Úbeda no es ya una política concreta de conservación (que hay que mantener), ni siquiera de intervención (que hay que desarrollar), sino que es un problema de gestión del patrimonio desde una visión multifuncional que tienda a la consecución de varios objetivos: el mantenimiento de la población residente de los conjuntos históricos, la implantación de nuevas actividades compatibles con los valores patrimoniales, regeneración de las áreas urbanas más degradadas, impulso a la rehabilitación residencial, mejora de los espacios públicos, y ordenación de la actividad turística; todo ello con la finalidad de mejorar las condiciones y la calidad de vida de la población mediante un desarrollo económico sostenible.

Y para que ello pueda ser viable es necesario dotarse de los medios administrativos, políticos, técnicos y de participación social que colaboren en su planificación, ejecución, control y seguimiento. Sin esos medios será imposible abordar con garantías una gestión integral del patrimonio.

Desde nuestro punto de vista, estos objetivos estratégicos deben ser desarrollados por los poderes públicos que, encabezados por las administraciones locales, tienen que asumir la iniciativa en la elaboración, desarrollo y gestión de la planificación, teniendo muy en cuenta la participación de la iniciativa privada y los agentes sociales. Ese es el reto que tienen hoy los Ayuntamientos de la comarca de La Loma y muy especialmente Baeza y Úbeda que, dadas sus características, deben erigirse en abanderados de unas políticas patrimoniales beneficiosas para ellas mismas y que sirvan como locomotora para el conjunto del territorio en se encuadran.

Bibliografía

- ALONSO IBÁÑEZ, M^a DEL R.: El Patrimonio Histórico. Destino público y valor cultural. Universidad de Oviedo, 1992.
- ÁLVAREZ ARECES, M.A.: "Patrimonio natural y cultural. ¿Desarrollo sostenible?". Ábaco nº 17-18, 1998.
- BASES PARA UNA CARTA SOBRE PATRIMONIO Y DESARROLLO. Consejería de Cultura de la Junta de Andalucía. Sevilla, 1996.
- BURBANO, M. "El turismo y el patrimonio cultural". Congreso Internacional para la conservación del patrimonio cultural. ICOMOS Ecuador. Quito, 1994.
- GARCÍA MARCHANTE, J.S. Y TROITIÑO VINUESA, M.A. (coord.): Vivir las ciudades históricas: recuperación integrada y dinámica funcional. Universidad de Castilla La Mancha-Fundación La Caixa. Cuenca, 1998..
- LÓPEZ AGUILERA, I.: Cultura y ciudad. Ediciones Trea. Gijón, 2000.
- MARCHENA GÓMEZ, M.J. (edit.): Turismo urbano y patrimonio cultural. Patronato Provincial de Turismo de Sevilla, 1998.
- ORTEGA RUIZ, A.: "El Patrimonio como recurso". ALDABA nº 2. Ayunt. de Martos, Agosto 1998.
- ORTEGA RUIZ, A.: "Algunas consideraciones sobre Patrimonio y Turismo Cultural". ALDABA nº 4. Ayunt. de Martos, Agosto 1999..
- ORTEGA RUIZ, A.: Úbeda: un paseo por su herencia histórica. Universidad Internacional de Andalucía. Jaén, 2000.
- ORTEGA RUIZ, A.: "El Patrimonio Cultural en el Plan Estratégico de Jaén". ALDABA nº 8. Ayunt. de Martos, Agosto 2000.
- ORTEGA RUIZ, A.: "Para un uso sostenible del Patrimonio cultural". En Planificación y Gestión del Turismo en el Medio Rural. CENTIA-Junta de Andalucía. Jaén, 2001.
- ORTEGA RUIZ, A.: "Apuntes sobre líneas estratégicas de turismo rural en la comarca de La Loma". Boletín del Instituto Andaluz del Patrimonio Histórico, nº 36. Sevilla, 2001.
- QUESADA GARCÍA, S.: Patrimonio, piedras, paisaje. Sevilla, 2000.
- QUESADA GARCÍA, S.: "Los diez círculos del paraíso". En, Preservación de la arquitectura industrial en Iberoamérica y España. Cuadernos del Instituto Andaluz del Patrimonio Histórico. Sevilla, 2001.
- ROMERO MORAGAS, C.: "Patrimonio, turismo y ciudad". Boletín del Instituto Andaluz del Patrimonio Histórico, nº9. Sevilla, 1994.
- ROMERO MORAGAS, C.: "Nuevas políticas culturales". Boletín del Instituto Andaluz del Patrimonio Histórico, nº 36. Sevilla, 1999.
- VV.AA.: Eria. Revista cuatrimestral de geografía, nº 47. Monográfico sobre ciudades históricas.. Universidad de Oviedo, 1998.
- VV.AA.: La Comarca de La Loma. Fundación Cultural Banesto. Madrid, 1994.
- VV.AA.: "Patrimonio cultural, territorio y políticas públicas". Revista de Estudios Regionales. Enero-abril 1997.

DE LAS JORNADAS DEL PATRIMONIO A LA FEDERACIÓN DE ASOCIACIONES DE LA SIERRA DE HUELVA

Las Jornadas del Patrimonio

Describir en unas líneas las Jornadas del Patrimonio resulta prácticamente imposible, pues su materialización es producto de un cúmulo de hombres, pueblos, actividades y elementos. A ello hay que añadir el contar con un marco geográfico dotado de grandes potencialidades donde la belleza no se crea sino que está: las Sierras de Aroche y Aracena.

En nuestras montañas se arrojarían un buen puñado de municipios, muchos de ellos declarados conjuntos históricos-artísticos, donde la arquitectura popular y la tradición se dan la mano. Pueblos blancos, en los que han vivido y viven gentes que han conservado de manera incólume el medio natural que les ha servido de soporte económico.

Este imponente mosaico de árboles, arbustos, estructuras arquitectónicas y formas humanas ha hecho nacer tres figuras de protección que se extienden por casi doscientas mil hectáreas, el Parque Natural de la Sierra de Aracena y Picos de Aroche, y los parajes naturales de la Sierra Pelada y Ribera del Aserrador y las Peñas de Aroche.

Al hilo de esta cuestión, tenemos que decir que unos de los problemas más candentes fue decidir cómo llamar a la comarca serrana. Después de múltiples idas y venidas y no menos desencuentros se impone la denominación de "Comarca de la Sierra" o "Sierras de Aroche y Aracena", apuntadas en sendos estudios geohistóricos realizado por el que suscribe en las Jornadas de Galaroza (1995) y Medievales de Cortegana (2000). Y lo que para algunos foráneos carecía de importancia, para los autóctonos era tan fundamental que incluso imposibilitaba que las Jornadas se celebraran en Aracena.

Como decimos, en estas montañas, cerros, barrancos y valles nace un evento de imprevisibles consecuencias, las Jornadas del Patrimonio. Que se llamaron primero del Patrimonio Histórico Artístico de la Sierra de Huelva, luego del Patrimonio de la Sierra de Huelva, y hoy se apellidan del Patrimonio de la Comarca de la Sierra.

Las Jornadas se ponen en marcha en Almonaster la Real, municipio emblemático de la Sierra, pues si hay algo que caracterice a nuestro marco es la mezquita almonazterena-siglo X-. La iniciativa de su Ayuntamiento consiguió la gloria de escribir la primera página de este singular libro.

Muchos abrigarán la pregunta de porqué surgen las Jornadas en este momento. En primer lugar como ya se ha dicho por los síntomas de deterioro y agresión que empieza a sufrir el patrimonio histórico-artístico. Pero también por la atonía cultural en la que se encontraba la comarca serrana, donde los actos culturales eran minoritarios y muy localizados; y cómo no la falta de investigaciones sobre la Sierra.

Coincide también con la publicación de la Ley de Patrimonio Histórico Español del año 1985, desatando entre las escasas asociaciones culturales del momento la euforia en pos del conservacionismo a ultranza. Por fin se ponía en nuestra manos un instrumento normativo al que pudiéramos apelar en caso de ataque contra los signos de identidad más queridos.

A todo ello hay que añadir el deseo de conocimiento de nuestro patrimonio y de la forma de ser y conducirnos a lo largo de la dilatada y rica historia. Pero quizá el elemento más importante es la unión de una serie de individuos ilusionados y sensibilizados con la cultura. Entre ellos algunos eran profesionales liberales, otros eruditos locales e incluso había algún político. Pertenecieran o no a las asociaciones culturales de sus correspondientes municipios sentían la Comarca, y esbozaron esa idea feliz que fue las Jornadas de Patrimonio.

Este movimiento cultural o como hoy llaman acción cultural es, en sus inicios, genuinamente de la parte occidental de la Sierra. No hay que olvidar que tres de las cuatro asociaciones fundadoras eran de esa porción de territorio, a saber: Senabra de Aroche, Amigos del Castillo de Cortegana y Mezquita de Almonaster la Real. En estos momentos se cuenta con escasos medios, con un presupuesto raquítico y con un ciento de problemas. Sin embargo, consiguen sacar adelante con ilusión las primeras Jornadas.

Poco a poco se ha ido haciendo camino. Dieciocho son las ediciones celebradas hasta ahora, cada una de ellas diferentes e impregnadas de ese hecho diferencial que posee cada población de la comarca serrana. Desde Almonaster a Cumbres Mayores muchos han sido los momentos, las satisfacciones y los problemas. Este periplo viajero nos ha proporcionado un mejor conocimiento de la geografía y la población de nuestras queridas montañas. Hemos asistido al esforzado trabajo de municipales y naturales, para que sus Jornadas estuvieran a la altura que todos esperábamos; porque estos son días de colaboración, de conciencia comarcal, haciendo buena aquella frase de que "hay que hacer comarca entre todos".

Ediciones de las Jornadas de Patrimonio de la Comarca de la Sierra:

- | | | |
|---------------------------------|----------------------------------|----------------------------------|
| 1. ALMONASTER LA REAL (1985). | 8. CUMBRES MAYORES (1993). | 15. AROCHE (2000). |
| 2. CORTEGANA (1986). | 9. SANTA OLALLA DEL CALA (1994). | 16. LA NAVA (2001). |
| 3. AROCHE (1988). | 10. GALAROZA (1995). | 17. CUMBRES MAYORES (2002). |
| 4. JABUGO (1989). | 11. ENCINASOLA (1996). | 18. ROSAL DE LA FRONTERA (2003). |
| 5. ALMONASTER LA REAL (1990). | 12. ARACENA (1997). | 19. JABUGO (2004). |
| 6. FUENTEHERIDOS (1991). | 13. CORTELAZOR LA REAL (1998). | |
| 7. ROSAL DE LA FRONTERA (1992). | 14. SANTA ANA LA REAL (1999). | |

A lo largo de estos años no ha sido fácil ubicar las Jornadas, pues había dos opiniones contrapuesta, una la de que se celebraran en la semana anterior a Semana Santa, la otra que fluctuaran en función de las estaciones; en concreto celebrarlas en el verano para aprovechar la afluencia de veraneantes. Finalmente, se impuso la primera de las soluciones, pretendiéndose con ello fomentar en general la comarca en estas fechas, y especialmente nuestra gastronomía y tradición semanasertera. Unido a la idea de acostumbrar a la gente a que por estos días tienen una cita obligada.

Otra premisa ha sido contar siempre con los medios que teníamos a nuestro alcance, por ello las Jornadas han ido allí donde eran solicitadas, sin importar la población o los medios económicos de su Ayuntamiento. De la misma forma no se ha tenido en cuenta el color político de éstos, siendo un movimiento que fomenta la concordia y la unión. Como ejemplo podemos decir que las Jornadas han pasado por municipios gobernados por el Partido Socialista, Partido Popular, Partido Andalucista e Izquierda Unida los Verdes Convocatoria por Andalucía.





En esta línea nos hemos apañado con los locales que se encontraban en los pueblos. Al comienzo se desarrollaban en los colegios públicos, pero a medida que la Sierra ha ido mejorando sus infraestructuras hemos accedido a salones de actos. Incluso algunas poblaciones han podido contar con un salón de uso público gracias a la Federación de Asociaciones y a las Jornadas, y me remito a poblaciones como Galaroza con su Salón Las Aguas, Encinasola con el cine Flores, Cortelazor con el salón cultural de las antiguas escuelas y Aroche con el salón del antiguo instituto.

Otro tanto podemos decir de la gastronomía, potenciada y dada a conocer año tras año en los distintos municipios. Desde aquel primer plato serrano de migas con papas servido en las Jornadas de Cortegana, se pasó a la gastronomía arucitana de la sopa de peso de las terceras Jornadas; luego a la jabuguesa de las cuartas, continuándose después por los sabores de los demás municipios. Al hilo de ello se han recuperado comidas casi perdidas y se han divulgado los cozonocos, guisopos y dulces ancestrales.

El número de ponencias en cada participación ha sufrido modificaciones en función de diversas circunstancias, tendiéndose en la actualidad hacia diez o doce, dejando tiempo libre para que los participantes conozcan la población organizadora y los alrededores.

También han ido modificándose por mor de la experiencia el número de días en los que desarrollan las Jornadas. Se comenzó articulándolas en dos días, en Cortegana se amplió a tres, en Jabugo fueron ya cuatro y en Cumbres en Mayores cinco. Finalmente se ha optado por cuatro días, de jueves a domingo. En el primero se procede a la apertura e inauguración de las exposiciones, para en los tres días restantes exponer las diversas ponencias.

Con el transcurrir del tiempo los presupuestos se han hecho mayores. De las 60.000 pesetas de las primeras Jornadas hemos pasado a contabilizaciones de veinte a treinta millones de las antiguas pesetas. En estos gastos muchos organismos se han implicado, habiendo conseguido hacer las subvenciones permanentes, lo que ha posibilitado que estemos en condiciones de organizar las Jornadas en cualquiera de las poblaciones serranas, sin depender del número de habitantes o del presupuesto de sus Ayuntamientos.

Uno de los grandes problemas con los que nos hemos tenido que enfrentar ha sido la publicación de las actas de ponencias y comunicaciones. Durante las primeras ediciones el escaso dinero era empleado en los actos. Esto hacía que salieran tarde, escasamente cuidadas y sin normalización. Todo se solucionó felizmente durante las VII Jornadas celebrada en 1992 en Rosal de la Frontera, comprometiéndose la Diputación Provincial de Huelva a publicarlas. Pero es más, también adoptó el compromiso de sacar adelante las atrasadas, que en aquellos momentos eran ya cuatro.



De la misma forma, hay que citar en el haber de las Jornadas el fomento del Asociacionismo cultural que se ha llevado a cabo en la comarca. Todo ello supone que cada año nuevas asociaciones se hayan ido incorporando a la Organización, y por ende nuevas poblaciones. Como hemos puesto de manifiesto cuatro asociaciones fueron las fundadoras. En las Cuartas Jornadas se añadió Brisas de los Romeros y Amigos de la Sierra, de Huelva; en las quintas se incorpora Arábrica de Rosal de la Frontera; en las sextas Aljaroza de Galaroza; en las Séptimas Tierra de Nadie de Encinasola; en las octavas Almena y la Coral Polifónica Miguel Durán de Cumbres Mayores; en las décimas Múrtigas de la Nava.

Durante la décimoprimer edición sufren un fuerte incremento, con asociaciones como el Centro de Investigaciones y Estudios Serranos de Jabugo y José Nogales y Retrato de Aracena. En las décimoterceras se incorporó Estaforina de Cortelazor la Real. En las décimocuartas La Morera de Santa Ana la Real. Recientemente se han federado el Centro de Convivencia Social Las Peñas de Aroche, Asociación de Caminos Richard Ford de Galaroza, La Mimblera de Zufre, Albuera de Aracena o Alma Natura de Arroyomolinos de León.

Recuerdo como tiempo atrás había que buscar y convencer a las poblaciones y sus asociaciones para que organizaran las Jornadas. Hoy en día esto ha quedado atrás, pues las asociaciones en unión de sus Ayuntamientos la solicitan con antelación. Se nos ha presentado así el feliz problema de tener que elegir entre varios municipios pudiendo trabajar con márgenes de tiempo mayores.

Pero todo esto no sería posible si no hubiera un grupo de personas, representantes de Asociaciones culturales, que cada año acuden solicitando a las reuniones de organización. Gentes generosas de dentro y de fuera de la comarca, que han bosquejado la personalidad de las Jornadas. Junto a ellos los ponentes, comunicantes y expositores, que de la misma manera, y de forma altruista, mantienen vivo ese espíritu de colaboración propio de las almas nobles y desinteresadas que creen en nuestra idea.

La Federación de Asociaciones de la Sierra de Huelva

Asociaciones federadas en enero de 2004:

- | | |
|---|--|
| *Senabra de Aroche | *Valle de Santa Ana de Santa Ana la Real. |
| *Coral Polifónica Miguel Durán de Cumbres Mayores. | *Mimblera de Zufre. |
| *Almena de Cumbres Mayores. | *Amigos de la Sierra, de Huelva. |
| *Múrtigas de La Nava. | *Amigos de la Mezquita de Almonaster la Real. |
| *Arábrica de Rosal de la Frontera. | *Amigos de los Caminos Richard Ford de Galaroza. |
| *Brisas de los Romeros(Jabugo). | *Centro de Convivencia Social Las Peñas de Aroche. |
| *Xabugo de Jabugo. | *Aljaroza de Galaroza. |
| *Centro de Investigaciones y Estudios Serranos de Jabugo. | *Amigos del Castillo de Cortegana. |
| *Retrato de Aracena. | *Albuera de Aracena. |
| *Estaforina de Cortelazor la Real. | *Alma Natura de Arroyomolinos de León. |
| *Brocal de Encinasola. | |

Pero debíamos seguir avanzando. Con el transcurrir del tiempo el número de asociaciones se fue haciendo mayor, lo que nos llevó a constituir una entidad jurídica que las englobara a todas. En 1995 diez asociaciones fundaron en Galaroza la Federación de Asociaciones de la Sierra de Huelva con los siguientes objetivos:

- Contribuir a la defensa del patrimonio histórico, artístico, antropológico y medioambiental de la Sierra.
- Promover el estudio, divulgación y conocimiento del patrimonio cultural.
- Defender la cultura, el patrimonio y los intereses de la Sierra.
- Diseñar una política cultural de ámbito comarcal.
- Denunciar las agresiones y malos usos en el patrimonio serrano y colaborar para su correcta conservación.

Fue entonces cuando las Jornadas se convirtieron en una de las actividades, sin duda la principal. Pero también se desarrollan otras como la participación de las asociaciones en el desarrollo económico de la comarca, como consecuencia del buen trabajo realizado y de la capacidad demostrada. Así desde 1998 pertenecemos al órgano rector del parque natural de la Sierra de Aracena y Picos de Aroche y a la directiva del grupo de desarrollo Leader Plus de la Sierra de Aracena y Picos de Aroche. Recientemente hemos creado una plataforma para definir nuestra postura en la nueva autovía que pretende construir el Ministerio de Fomento entre Sevilla y Lisboa.

La actual Junta Directiva de la Federación de Asociaciones la componen: Félix Sancha Soria de A.C. Senabra es el Presidente; Juan Antonio Muñiz de A.C. Valle de Santa Ana es el Vicepresidente; Carmen Sierra López de A.C. Amigos del Castillo es la Secretaria y Rafael Candeas del C.C.S. Las Peñas de Aroche es el Tesorero.

Para la organización de las diversas actividades la Federación de Asociaciones ha contado con la colaboración de instituciones públicas y privadas; con las que se han firmado algunos convenios, sobre todo para asegurar unas fuentes fijas de financiación que permitieran que las poblaciones más pequeñas pudieran solicitar la organización de eventos como las Jornadas del Patrimonio.



El apoyo mostrado por las autoridades y empresas públicas y privadas nos indican y recuerdan que estamos trabajando en la dirección correcta. Todos tenemos la sensación de que el dibujo de las actividades aún no está acabado. Como consecuencia de este trabajo se han recibido varios premios, a saber:

- A. Distinción “Serrano del Año” concedida por la Radio Sierra de Aracena Cadena Ser en el año 2000.
- B. Distinción “Onubense del año a la conservación de las tradiciones” concedida por el periódico Huelva Información en el año 2001.
- C. Distinción “Al trabajo por la Sierra” concedida por el Ayuntamiento de La Nava en las Fiestas del Melocotón en el año 2001.

Finalmente, quisiera decir que este movimiento tiene su espina dorsal en el marco comarcal serrano y en la ayuda desinteresada de muchas personas. Hoy cuando nos abruma con la globalización nosotros seguimos situados dentro de las magnitudes pequeñas y abarcables. Defender el patrimonio cultural es una misión de todos.

**Ponente:**

CARLOS SÁNCHEZ DE LAS HERAS

Jefe del Servicio de Investigación y Difusión del Patrimonio Histórico
Consejería de Cultura. Junta de Andalucía

LA DIFUSIÓN DEL PATRIMONIO HISTÓRICO EN EL ÁMBITO DE LA DIRECCIÓN GENERAL DE BIENES CULTURALES EN ANDALUCÍA

Andalucía cuenta con un patrimonio cultural extraordinariamente rico y variado. Esto es algo de lo que podemos y debemos sentirnos orgullosos. Y no me refiero sólo al patrimonio monumental, sino también al patrimonio vivo, a la creatividad de nuestros artistas, a la vitalidad de nuestras tradiciones o al ímpetu de nuestras industrias culturales. Podemos decir sin dudar que la cultura es uno de los principales activos con los que contamos como comunidad.

Dicho patrimonio requiere que nos ocupemos no sólo de conservarlo, de protegerlo y de investigarlo, sino también de difundirlo y de incrementar su valoración social a través de una adecuada gestión. La difusión de nuestro patrimonio es una tarea relativamente poco desarrollada en nuestra comunidad frente a las demás acciones de tutela citadas, y para que la creciente democratización del acceso a los bienes culturales, y la complejidad de los medios que se requieren para que este acceso, se efectúe eficazmente, se está requiriendo cada vez más la participación multidisciplinar de profesionales especializados y con una actitud permanente de actualización y aprendizaje en las nuevas herramientas de comunicación.

Desde la Dirección General de Bienes Culturales estamos convencidos de que la difusión y puesta en valor de nuestro patrimonio se ha configurado como una de las mejores herramientas para su tutela. En el Plan Económico Andalucía Horizonte 2000 se establecen como objetivos garantizar el acceso de todos los ciudadanos a los Bienes Culturales y su utilización como recursos para el desarrollo social y referentes de identidad colectivos. Al mismo tiempo, se establece una estrategia denominada Difusión del Patrimonio Histórico y Participación Ciudadana, en la que se insertan plenamente programas que se vienen desarrollando desde hace años, como la acción de los Gabinetes Pedagógicos de Bellas Artes; la realización anual de Jornadas Científicas sobre las diferentes áreas de la tutela; la celebración anual de las Jornadas Europeas de Patrimonio; la edición de múltiples colecciones, anuarios, monografías y catálogos sobre el amplio sector de los bienes culturales; la realización de exposiciones, tanto de corte científico como divulgativas, y la ejecución de las actividades conmemorativas de la celebración de aniversarios de nuestros artistas más significados (Zurbarán, Velázquez, etc.). Y también otros que se van a llevar a cabo a partir de ahora, tales como la puesta en marcha de la Red de Espacios Expositivos de Andalucía o el Plan de Centros de Interpretación del Patrimonio

Red de Espacios Expositivos de Andalucía

Por lo que se refiere a la planificación sectorial, el Plan General de Bienes Culturales de Andalucía contiene un Programa de Comunicación, Educación y Participación que propugna, entre sus objetivos, cooperar en la difusión del Patrimonio con la política turística, cuidando de que la información sea de calidad dentro del proceso de comunicación. Para ello, dentro de la línea de Comunicación General de este Programa se contempla el diseño y apoyo a la implantación de la Red de Centros de Interpretación del Patrimonio Histórico, así como el impulso necesario para la puesta en marcha de la Red de Espacios Expositivos de Andalucía.

Respecto a esta última, se trata de un ansiado proyecto ya reflejado en el anterior Plan General de Bienes Culturales, que entre sus objetivos preveía: "Apoyar la formación de un circuito de salas diversificado y compartido por diversas iniciativas de la cultura y abierto a la participación de otros organismos y entidades públicas y privadas, dotando además a dos de esas salas con gran capacidad para incluirlas en el circuito internacional de grandes muestras". Si bien este objetivo no llegó a cumplirse totalmente, su finalidad sigue estando vigente. Cualquier programa de difusión del Patrimonio Histórico no puede permitirse el lujo de descuidar el enorme valor instrumental que supone la creación de un circuito coordinado de exposiciones. Por ello dicho Plan General establece entre los objetivos del Programa de Comunicación, Educación y Participación: "Configurar una Red de Espacios Expositivos que canalice un programa sugerente y diversificado de muestras y exposiciones que cubra el ámbito geográfico de la Comunidad". Y fija como Línea de Actuación la creación de la Red de Espacios Expositivos de Andalucía.

Actualmente asistimos a un fenómeno de proliferación importante de las exposiciones temporales en contraposición al reducido número de visitantes de los museos. A pesar de que esto ha sido cuestionado continuamente, y que desde hace décadas se viene hablando de una crisis de los museos que afecta a su propio concepto, la respuesta a veces masiva a este tipo de convocatorias sigue siendo una realidad palpable que conviene aprovechar adecuadamente como herramienta indispensable de difusión del patrimonio histórico.

La paradoja, con respecto a este patrimonio, reside en que esa actitud consumista coexiste con un reconocimiento de los valores intrínsecos del legado del pasado como memoria colectiva. La mejor manera de salvar esta contradicción es mediante la información y la reeducación del consumo de la herencia del pasado en el presente. Es en esta labor de difusión donde las exposiciones temporales adquieren un valor instrumental insustituible debido a su enorme poder de convocatoria.

Ello requiere asumir que el valor didáctico de una exposición, cualquiera que sea su temática, debe ser un factor a cuidar y sobre el que trabajar, al mismo nivel que otros elementos de carácter más técnico o administrativo.

La exposición temporal puede desarrollarse en el museo y también a través de salas específicas destinadas a este fin. Estas salas deben tener las características técnicas propias de las salas del museo y, especialmente, una gran flexibilidad del espacio arquitectónico para adaptarlas a las distintas muestras y a las exigencias de las distintas categorías de visitantes.

La Red de Espacios Expositivos de Andalucía se define como una estructura orgánica de estos espacios, convenientemente clasificados en función de las características propias y del medio social en que se insertan, que se consolidan como circuito estable para una programación de exposiciones coordinada por la Consejería de Cultura y abierta a la incorporación de otras administraciones e instituciones, tanto públicas como privadas concertadas. A su valor como infraestructura cultural han de añadirse las ventajas de las exposiciones itinerantes en lo referente a abaratamiento de costos y rentabilización social.

A este respecto en un primer momento se pusieron en marcha dos salas en Andalucía con las características necesarias para albergar exposiciones de gran relevancia artística. Una en la zona Oriental en Málaga, las salas del Palacio Episcopal, propiedad del Obispado de Málaga y cedidas al uso a la Consejería de Cultura mediante un convenio que permitió su rehabilitación y gestión. Y otras salas en Andalucía Occidental, que se ubicaron en el Pabellón Mudéjar del Parque de María Luisa de Sevilla, y que posteriormente sería sustituida, al ser recuperado todo el edificio por el Museo de Artes y Costumbres Populares, por las salas del Monasterio de Santa Inés, que fueron rehabilitadas por la Consejería a estos efectos.

La creación y estructuración de esta Red de Espacios Expositivos de Andalucía debe estar avalada por un Plan, con independencia de la Red de Museos de Andalucía, que atendiendo a la naturaleza especial de la REEA podría coordinarse desde el Servicio de Investigación y Difusión del Patrimonio Histórico de la Dirección General de Bienes Culturales, y gestionarse a través de una figura jurídica de carácter autónomo que pudiera crearse, o bien incluirla dentro de un Área de Patrimonio Histórico de la Empresa Pública de Gestión de Programas Culturales.

Red de Centros de Interpretación del Patrimonio

El otro programa a desarrollar en un plazo inmediato es la Red de Centros de Interpretación del Patrimonio. Estos son infraestructuras culturales que acogen un conjunto de servicios destinados a la presentación y explotación del Patrimonio. En ellos confluyen distintos medios y soportes destinados a la comunicación, tales como exposiciones, montajes audiovisuales, visitas guiadas o publicaciones, y suelen desarrollarse a partir de la dinamización “in situ” de recursos naturales, yacimientos arqueológicos, monumentos, conjuntos históricos, etc.

La interpretación del patrimonio, como marco teórico global, nació hace casi 40 años en el contexto de los parques naturales norteamericanos y se ha desarrollado principalmente en los países anglosajones (EE.UU., Canadá, Reino Unido, Australia y Nueva Zelanda principalmente). Hay que situar sus orígenes entre la Primera y la Segunda Guerra Mundial, en las nuevas orientaciones de los parques nacionales de los Estados que, más allá de la misión de preservar, empiezan a preocuparse por la difusión al público de los valores naturales y por la creación de “reconstrucciones históricas”.

A pesar de su vinculación original con la difusión de los espacios naturales, la interpretación muy pronto se plantea un concepto integral de patrimonio, según el cual la riqueza es inseparable de la historia y, por ello, los testimonios culturales y de la naturaleza constituyen un patrimonio indisoluble. Por tanto, se utiliza como método de dinamización de lugares patrimoniales, procurando relacionar los recursos culturales con el entorno.

El instrumento que traduce el significado oculto o, a veces científico, a términos comprensibles y que dé sentido al legado histórico es conocido como “interpretación del patrimonio”. Así pues, podemos considerar que la interpretación es un método para la presentación y comunicación del patrimonio de forma amena e interesante, con el objetivo de promover la comprensión y utilización del mismo con finalidades culturales, educativas, sociales y turísticas.

Hoy en día una persona puede recibir o disponer de mucha información sobre un patrimonio determinado, pero normalmente le faltan recursos para poder aprovecharla. De ahí surge la necesidad de crear dispositivos que “den sentido” a los testimonios culturales de un territorio y nos ayuden a asimilar lo que vemos. Mediante la interpretación no se pretende simplificar o vulgarizar la información, sino ofrecer claves y ayudas para captar aspectos esenciales.

La interpretación nos permite reivindicar los aspectos más inmateriales e intangibles de la cultura humana. La tendencia a la provocación de sensaciones en la exposición del patrimonio, la búsqueda de la espiritualidad, la evocación, etc..., facilitando el interés por lo no evidente, por lo no obvio.

La interpretación del patrimonio es una estrategia de comunicación destinada al público que se encuentra visitando algún sitio con valor patrimonial en su tiempo libre y que revela el significado del lugar con el fin de que lo aprecien y adopten una aptitud favorable a su conservación.

Nos estamos refiriendo a esa enorme proporción de la población que de manera imprevisible sale a visitar el patrimonio histórico, muchas veces, con unas actitudes y comportamientos incompatibles con el lugar. La interpretación del patrimonio, como instrumento técnico específico para la comunicación con el público visitante, no sólo reduce los impactos negativos que éste puede provocar, sino además, puede incluso fomentar el apoyo ciudadano a diversas tareas de conservación emprendidas por la Administración u otros organismos.

Estamos ante una disciplina consolidada ya como profesión en Norteamérica, gran parte de Latinoamérica y en algunos países de la Unión Europea. Es una herramienta de comunicación que combina tanto los elementos artísticos (creativos, imaginativos) como los técnicos (métodos, procedimientos) para transmitir un mensaje positivo y efectivo con relación al patrimonio.

Aspectos importantes a tener en cuenta son:

- La interpretación debe explicar cuestiones relacionadas con la personalidad y la experiencia del visitante.
- La información no es interpretación mientras que, la interpretación es una revelación basada en la información.
- El principal objetivo de la interpretación no es la formación, sino la provocación.
- La interpretación dirigida a los niños no debe ser una simplificación de la presentación a los adultos, sino que debe basarse en una aproximación distinta.

Por tanto la creación de la Red de Centros de Interpretación trata en definitiva, de una nueva estrategia de presentación del patrimonio que consiste en colocar bajo un marco conceptual común y bajo una unidad de presentación, el patrimonio más relevante de un territorio, de manera que al visitante le sea fácil acceder a la información y a los objetos patrimoniales.

Objetivos primeros:

- Conocimiento, investigación y puesta en valor que garanticen la salvaguarda del Patrimonio Histórico Andaluz dentro de su entorno natural, y en función de la potencialidad y los intereses de los ciudadanos. Todo ello mediante el uso de las nuevas tecnologías de la información y la comunicación al servicio de la tutela del patrimonio.
- Comprensión e integración de la dimensión social y cultural de los pueblos incrementando la cooperación cultural y el conocimiento mutuo, así como la diversificación y dinamización de las zonas rurales y ello, llevado a cabo mediante la implicación de población, las estructuras asociativas, económicas y políticas, y la cooperación entre las distintas administraciones locales y autonómica.
- Finalmente, la Interpretación del Patrimonio persigue la conversión del patrimonio en un producto que sirva de foco de atracción para los visitantes gracias al incremento de pequeñas y medianas empresas, el artesanado, el comercio y la distribución.

Objetivos finales:

Lo dicho anteriormente, nos lleva a la consecución de los objetivos finales consistentes en:

- La promoción de un turismo adaptado a la calidad del patrimonio y al lugar que éste ocupa en la economía de nuestra región, debido a la mejora del acceso del ciudadano - ya sea local, regional, nacional o internacional -, al patrimonio cultural común mediante el uso de las tecnologías y los servicios de información y comunicación avanzados.
- Dinamización de la comarca que contribuya a la protección y la mejora del patrimonio cultural y natural.
- La contribución al desarrollo de los recursos humanos y la mejora del mercado de trabajo a fin de impulsar el crecimiento del empleo mediante la difusión y comercialización de los productos relacionados con el lugar.

La Planificación Interpretativa de la red de Centros se realizará en dos niveles de Complejidad: NIVEL COMARCAL y NIVEL DE SITIO.

Estos dos niveles se traducirán en tipos distintos de Centros de Interpretación. El centro de interpretación es el lugar donde confluyen todas las líneas argumentales de un discurso interpretativo que se ha planteado en un territorio determinado, si estamos hablando de una comarca o territorio homogéneo amplio, tendremos Centros de Interpretación a Nivel Comarcal mientras que el que desarrollará más exhaustivamente la interpretación del lugar (recurso natural, yacimiento arqueológico, monumento, conjunto urbano, sitio histórico, etc...) serán los Centros de Interpretación a Nivel de Sitio.

Dada las dimensiones de nuestra comunidad, se ha considerado necesario plantear ocho centros de interpretación a nivel territorial amplio, uno para cada provincia andaluza, si bien estos no tendrán un ámbito provincial sino más bien comarcal, e incluso dentro de dicho ámbito algunos de ellos tendrán un carácter temático.



Se han elegido estos ocho lugares tanto por su posición geográfica y su importancia patrimonial, como por ser puntos estratégicos con gran potencial de Turismo Cultural muy consolidados en nuestra comunidad, que pueden actuar de reclamo para desviar este turismo hacia rutas más específicas. Estos centros están concebidos como espacios donde se da una idea de conjunto del patrimonio cultural de la comarca y funcionarán, por tanto, como punto de partida y origen de diferentes rutas y recorridos temáticos. Se trata, pues, de una puerta de acceso, un centro de servicios y un elemento canalizador de los visitantes hacia distintos lugares del territorio.

En cuanto a los Centros de Interpretación a Nivel de Sitio, en la nomenclatura de la interpretación, “sitio” puede corresponder a Conjuntos, Centros, Monumentos, etc... Para una primera fase se han seleccionado los municipios que nos han remitido alguna propuesta, ya que la gestión de estos centros se tiene previsto realizar mediante convenios con los ayuntamientos. De otro lado se ha intentado que, en esta primera fase, estén representadas con cierto equilibrio las ocho provincias andaluzas.

Para la puesta en marcha de este Plan de Centros de Interpretación contamos con medios humanos importantes como son los Gabinetes Pedagógicos de Bellas artes, que son equipos provinciales de técnicos y educadores que establecen la comunicación entre los profesionales de la educación y los investigadores y demás actores sobre el patrimonio, al objeto de lograr la apertura del conocimiento, desde estos a todos los públicos, y en especial a los escolares.

Documentación utilizada:

“CULTURA Y NATURALEZA. CRITERIOS PARA EL DESARROLLO DE PLANES DE INTERPRETACIÓN”.

– Redactor del estudio: STOA, Propuestas Culturales y Turísticas.

– Encargo y Gestión: Dirección General de Bienes Culturales.

“PLANIFICACIÓN INTERPRETATIVA REGIONAL DE LOS BIENES DE IMPORTANCIA HISTÓRICA DE ANDALUCÍA”.

– Redactor del Anteproyecto: Jorge Morales Miranda.

– Encargo y Gestión : Dirección General de Bienes Culturales.

“GUÍA PRÁCTICA PARA LA INTERPRETACIÓN DEL PATRIMONIO”.

– Autor del libro: Jorge Morales Miranda.

– Edición y Gestión: Dirección General de Bienes Culturales

DOS PROPUESTAS PARA LA DIFUSIÓN PATRIMONIAL DEL TERRITORIO LOCAL: EL CASO DE LOJA

Generalidades oportunas

El Patrimonio Histórico (P.H.) de Andalucía se define como el conjunto "(...) de bienes de la cultura, en cualquiera de sus manifestaciones, en tanto se encuentren en Andalucía y revelen un interés artístico, histórico, paleontológico, arqueológico, etnológico, documental, bibliográfico, científico o técnico para la Comunidad Autónoma". Dicho en estos términos, los especificados por la Ley 1/1.991, de 3 de Julio, de Patrimonio Histórico de Andalucía, los márgenes conceptuales de lo que constituye, o no, parte de ese bien colectivo, conforman un territorio de amplísima cobertura.

Los enunciados jurídicos que aportan nuestras legislaciones estatales y autonómicas no descifran en sí la naturaleza del P.H., limitándose a exponer la relación de elementos que lo integran, sin más consideraciones en torno a su antigüedad, su origen o estado de conservación, su régimen de uso o titularidad, etc. Así, a la hora de aportar cualquier argumento referido a los bienes del P.H., los numerosos profesionales o autores nos vemos acuciados por la necesidad de auxiliar nuestras exposiciones con personales interpretaciones, con acotaciones propias que permitan aislar lo ilimitable.

¿En que fracción temporal pasada concluye el valor de lo histórico?, ¿cuál es el hito cronológico que delimita la importancia de las pátinas del tiempo sobre la cultura material o intangible de los pueblos? Más aún, ¿cuál es el vértice temático de lo histórico, de unos bienes culturales imbricados con su paisaje natural y humano hasta lo entrañable? Este que se aporta a continuación es un ejercicio local de puesta en valor y dominio público de un patrimonio emergente, en muchos casos oculto y desconocido, de unos valores culturales todavía pendientes, como asignatura terca de alumno incipiente.

La progresiva complicación de la realidad cultural de nuestro entorno, producida en los últimos años como consecuencia de su democratización y de su conversión en objeto de consumo generalizado, ha conllevado la multiplicación de las perspectivas conducentes a su explicación. Así, la cultura, y por extensión sus bienes integrantes, han pasado de ser entendidos desde el único prisma de las elites intelectuales o artísticas, empeñadas en alimentar una sola visión del P.H. como objeto de culto relicario, de posesión o prestigio social; a una más dinámica interpretación de su existencia y de su futuro, apoyada en los pilares de la conservación, la difusión, la investigación y la rentabilidad social y económica; en definitiva la socorrida "mise en valeur" que tanto anunciamos.

El P.H., en su sentido de bien heredado (patrio), adquiere un valor específico que lo hace merecedor de nuestros mayores esfuerzos de preservación. Los bienes integrantes del Patrimonio Histórico -permítasenos el uso de su nombre en mayúsculas, como forma de hacer distinciones respecto de otros patrimonios de contenido "contable"-, constituyen un elemento de la cultura recibido de las generaciones precedentes, cuyo depósito transitorio recae en la responsabilidad de las poblaciones presentes, y que debe ser transmitido a sus descendientes con una obligación moral de mantenimiento, y hasta de acrecentamiento.

La conservación del P.H. de nuestros pueblos debe ser entendida por la generalidad como una exigencia ética. Más allá de las reglamentaciones legales establecidas para su protección, imprescindibles en una sociedad embelesada en modelos interesados y legítimos, pero especulativos o de vigencia dudosa; los bienes patrimoniales nos sitúan ante el compromiso de la apuesta, de la opción por una escala de valores capaz de priorizar desde lo esencial, frente a cualquier circunstancia de coyuntura. El P.H. se hace así depositario de una dimensión ética y social más allá de su mero valor como referente estético, urbanístico, o de cualquier otra índole, máxime si tenemos en cuenta que, por lo general, cualquier atentado a su integridad supone un empobrecimiento irremediable en el bucle cromosómico cultural colectivo de la comunidad encargada de su custodia y disfrute.

Al margen de consideraciones morales -nos consta la trascendencia teológica del ADN-, el P.H. está dotado, por añadidura, de una fuerte componente identitaria para el territorio que lo contiene y para sus pobladores. La singularidad de un espacio cualquiera de la geografía reside, en buena medida, en el conjunto de bienes patrimoniales a los que da cabida de forma más o menos tangible. El paisaje urbano o rural de nuestras comunidades se encuentra impregnado de la historia cultural de sus habitantes, que lo singularizan con igual fuerza que la erosión de los ríos modela su relieve.

Los recursos patrimoniales de una región son sus principales factores de singularidad. Sus perfiles urbanos, marcados por la silueta imponente de las torres de sus templos y de sus fortalezas medievales, las técnicas y pautas productivas de sus artesanos, los fondos documentales custodiados en sus archivos, la herencia de aromas y sabores de su cocina tradicional, constituyen parte de un legado exclusivo e individuo, hasta el punto de crear una conciencia colectiva de pertenencia común a un mismo territorio. Los bienes histórico-patrimoniales, parte integrante del paisaje de nuestros pueblos, aportan un sentido de pertenencia de gran relevancia en el seno de las sociedades, relacionando al hombre con el perfil de su medio vital, de su ciudad o de su diseminado, e identificando entre sí a quienes -conscientes o no- comparten esas siluetas a través del paisaje-na-je.

Como referencia temporal y cultural de un territorio, como factor de progreso económico mediante fórmulas de explotación turística, como instrumento educativo y de formación en los valores de la humanística para sus habitantes, como testimonio estético y de sensibilidad, como elemento articulador de la fisonomía de nuestros espacios urbanos, o como simple causa noble, capaz de organizar en torno a su protección y conocimiento a colectivos sociales de distinto pelaje, el Patrimonio Histórico, y en general, los bienes culturales, constituyen un elemento indicador cada vez más fiable del nivel de desarrollo de los pueblos civilizados.

El Patrimonio Histórico (PH) de Andalucía constituye una realidad amplia y diversa que confiere a nuestra Comunidad Autónoma uno de sus más destacables factores de exclusividad con respecto al entorno cultural que nos circunda. Andalucía con su arquitectura, con su música y su folklore, con sus recursos museísticos y arqueológicos, con su tradición etnográfica..., resulta ser una compleja composición de recursos absolutamente propios, diferenciada en el todo.

Aún así, el nuestro sería un discurso de necios si dejara la reflexión en su concepto más endogámico y nacionalista -el más cateto de los posibles-; si no comprendiéramos que el todo diferenciado de Andalucía no es otra cosa que la suma de partes similares o coincidentes con las de otras tierras y otros lugares. Andalucía próxima y semejante a la América latina por su testimonio arquitectónico colonial: "La Habana es Cádiz con más negritos..."; no diferente, sino cercana al mundo islámico por nuestro pasado andalusí; no separados, sino juntos a Europa por el testimonio en piedra de un renacentismo aprehendido de los maestros florentinos y romanos.

Cultura, herencia e identidad constituyen algunos de los argumentos tradicionalmente valorados por parte de los más ilustres defensores de la pervivencia del patrimonio, que ya desde hace algunas décadas ha dejado de ser contemplado en su simple dimensión admirativa, para pasar a formar parte del potencial formativo y económico de sus depositarios. El Patrimonio Histórico de Andalucía constituye un legado capaz de encajar en un discurso de progreso, integrador de culturas y de personas, generador de riqueza, sin banalidad excesiva. Hoy, ya como un clamor, la realidad demanda un paso más en el modelo de relación existente entre la sociedad y el P.H., exigiendo la apreciación del bien patrimonial, no solo como una herencia cultural del pasado, sino también como una fuente de riqueza para las poblaciones de su entorno en el futuro.

El Patrimonio Histórico se convierte así en un recurso de atención cada vez más prioritario para cuantos sujetos agentes asumen las tareas relacionadas con el desarrollo territorial de nuestras comarcas y municipios; adquiere por esa vía un valor añadido de naturaleza económica, que lo convierte en objeto de necesidad para su comunidad, produciéndose en la actualidad un creciente interés por la puesta en valor de museos y salas etnográficas, archivos de toda naturaleza, parques arqueológicos, centros de interpretación de conjuntos históricos, etc., sin que por ello debamos caer en el riesgo al que conducen estas conclusiones llevadas a extremos maximalistas: el de considerar al PH como un mero elemento rehén de los

sectores productivos de la sociedad, contribuyente obligado a soportar el crecimiento demográfico y adquisitivo de nuestros pueblos y ciudades turísticas, con la sola contraprestación chantajista de una promesa de supervivencia condicionada.

El Centro de Interpretación Histórico de Loja

Estamos hablando del primer espacio expositivo permanente de la localidad, instalado en la antigua Casa de Cabildos (edificio del siglo XVI profundamente remodelado a principios del XX), en pleno centro histórico de Loja sobre una superficie total de 150 metros cuadrados repartidos en dos plantas. Desde el año de su inauguración (2002), el Centro de Interpretación Histórico (CIH en lo sucesivo) ofrece -mediante técnicas de presentación y comunicación interpretativa-, un recorrido lineal por el pasado de la localidad, dividido en seis ámbitos temporales coincidentes, a grandes rasgos, con los grandes momentos de la historia local.

El discurso expositivo se organiza de manera sencilla: unos periodos históricos (6) significados a partir de cuatro o cinco circunstancias relevantes (de cada uno de ellos) a modo de hechos o hitos de referencia; y presentados por seis personajes -históricos o de ficción- relacionados con cada uno de esos momentos y con la ciudad. Estos, a modo de "relatores", introducen al visitante en los contenidos de cada una de esas seis secciones según el siguiente esquema:

1. **EL TIEMPO REMOTO** (Prehistoria e Historia Antigua). **Personaje relator:** Túbal, descendiente de Noé, fundador mitológico de la ciudad de Loja. **Hechos de referencia:** la riqueza fosilífera de la sierra de Loja, los orígenes legendarios y mitológicos de Loja, las industrias y tecnologías prehistóricas, la necrópolis tardorromana de Las Vinueas y la necrópolis megalítica de Sierra Martilla.
2. **EN MEDIO DE LA HISTORIA** (Edad Media). **Personaje relator:** Ibn al Jatib, político, intelectual y polígrafo andalusí del siglo XIV natural de Loja). **Hechos de referencia:** la figura de Ibn al-Jatib como erudito de su tiempo, el sistema defensivo medieval de torres atalaya, el tesoro de Loja y los ajuares funerarios de los yacimientos visigodos de la localidad.
3. **EL SURGIR DE LA MODERNIDAD** (Renacimiento). **Personaje relator:** Gonzalo Fernández de Córdoba "El Gran Capitán", Alcaide del castillo de Loja. **Hechos de referencia:** el agua milagrosa de Fuente Santa, primera "denominación de origen" de nuestro país, la riqueza del Archivo Histórico Municipal de Loja, la alcaidía del Gran Capitán y la toma de Loja en la sillería del coro de la catedral de Toledo.
4. **TIEMPOS DORADOS – TIEMPOS DE LUCES** (Barroco-Neoclasicismo-Romanticismo). **Personaje relator:** Washington Irving, viajero romántico autor del libro *Los cuentos de la Alhambra*, uno de cuyos capítulos dedica a Loja. **Hechos de referencia:** la Semana Santa Lojeña, las "corrias de incensarios", los relatos de los viajeros románticos y la arquitectura neoclásica de la localidad.
5. **ESPADONES, INGENIEROS Y CAMPESINOS** (Siglo XIX). **Personaje relator:** General Narváez "El espadón de Loja" y Rafael Pérez del Álamo, Jefe de distintos Gobiernos de Isabel II y líder revolucionario del siglo XIX, respectivamente. **Hechos de referencia:** la evolución urbanística de Loja en el cambio de siglo (XIX-XX), las grandes epidemias de cólera, la revolución tecnológica, las revueltas campesinas y la figura del General Narváez.
6. **PRESENTE IMPERFECTO** (Siglo XX). **Personaje relator:** Groucho Marx, coprotagonista del largometraje *Sopa de Ganso*, en la que una imagen fija de la ciudad de Loja sirve para presentar a Sylvania, país agresor en la película. **Hechos de referencia:** el fenómeno emigratorio de los años 60, la guerra civil del 36, las primeras elecciones municipales de la democracia y la prensa en Loja.

La instalación del CHI hoy funciona como centro de recepción de visitantes y oficina de información turística, ubicado en la puerta de acceso peatonal al barrio de la Alcazaba. Tal y como es habitual en estos casos, los contenidos del CIH se desarrollan no mediante la presentación de objetos (propio de una instalación museística), sino mediante la puesta en escena de distintos y complementados recursos audiovisuales: dispositivos sonoros, paneles gráficos, montajes estereoscópicos, videos, atrezzo y maquetas... Aquel, el objetivo de exposición de una colección de bienes muebles de naturaleza y valor histórico, es la razón de ser de nuestra segunda propuesta.

El Museo Histórico Municipal de la Alcazaba

La recuperación arquitectónica y funcional del Caserón de los Alcaldes Cristianos como museo histórico local -desde febrero de 2004- ha permitido el afianzamiento del proyecto global de musealización previsto por el Ayuntamiento de Loja para el barrio de La Alcazaba. El conjunto patrimonial del barrio, al margen de su caserío y su trazado urbano -de clara tradición medieval-, está conformado por su recinto amurallado, muy probablemente trazado hacia los siglos XI-XII, y afianzado hacia el XIII-XIV; por el aljibe, de tres naves organizadas sobre los 57 metros cuadrados de su superficie; por la mal denominada **torre del Homenaje** (o del Reloj); y por el **caserón de los Alcaldes Cristianos**, adosado a la torre anterior, y construido en los primeros años del siglo XVII por el Licenciado D. Pedro de Tapia, Alcaide de la fortaleza.

La primera fase de puesta en valor del conjunto como espacio museístico afecta a esta última edificación. El caserón de los Alcaldes es, junto con la torre campanario de la Iglesia Mayor de La Encarnación, el elemento más distintivo de la línea del cielo de la ciudad. Encaramado al punto más elevado del solar urbano, en pleno patio de armas de La Alcazaba, el caserón de los Alcaldes aporta a la ciudad un elemento de claro interés simbólico y visual, un factor de valor añadido indiscutible. Se trata de una construcción de dos plantas levantada sobre una superficie de 174 metros cuadrados (347 metros totales), fabricada en aparejo mixto de ladrillo (puertas, ventanas, esquinas y verdugadas), con cajones de mampostería y tapial. Interiormente el edificio presenta dos salas (una en cada planta) abiertas al exterior por abundantes vanos, que aportan magníficas perspectivas sobre Loja como un elemento más de atractivo.

La propuesta del MHA surge y se desarrolla en un contexto del que forma parte también el Centro de Interpretación Histórico de Loja, dando lugar a un binomio museístico-interpretativo fundamental y formalmente complementario: en el hilo argumental, en la forma de acceso a la información, en la ordenación de contenidos, etcétera.

Sobre la premisa de complementariedad ya expuesta, y con el apoyo de una colección dispersa, pero de interés suficiente -en ocasiones hasta sobresaliente-, el proyecto museístico de La Alcazaba de Loja desarrolla en su discurso organizado en cinco espacios temáticos, que a su vez, se deben articular en diferentes ámbitos expositivos (hasta 21):

1. **BAJO TUS PIES... LA MEMORIA.** Esta primera sección abre el discurso argumental del museo partiendo de los orígenes del poblamiento en el término municipal de Loja. La fuerza expresiva del enunciado alude tanto al "patrimonio del subsuelo" como a la situación orográfica del propio espacio museístico, en el punto más elevado de la ciudad. Toda la memoria histórica de Loja "bajo los pies" del visitante.
2. **CON NOMBRE Y APELLIDOS.** Espacio reservado a aquellos objetos de la colección vinculados a instituciones y/o personajes relevantes de la vida local y de sus familias; todos ellos items de fuerte componente simbólico (escudos heráldicos, retratos pictóricos, bustos escultóricos, elementos alegóricos del poder, honoríficos -medallas y condecoraciones-, etc.).
3. **ESTÁ ESCRITO.** Bajo este enunciado quedan aglutinados los distintos items de la colección relacionados, de una forma u otra, con los medios de expresión de la "verdad" histórica, presente o futura: documentos paleográficos, epigráficos, numismáticos... y hasta radiofónicos, cinematográficos e informáticos.
4. **EN OLOR DE SANTIDAD.** Nos estamos refiriendo al conjunto de objetos de la colección relacionados con los distintos modos de expresión religiosa de la localidad. En esta faceta, especialmente relevante resulta la retablistica, así como todo lo relativo a la Semana Santa lojeña, abalorios de fe, indumentarias, fragmentos de imaginaria histórica, etc.
5. **POLVO ERES.** En esta quinta y última sección quedan agrupados todos aquellos objetos e imágenes relacionadas -de una forma u otra- con la muerte y sus distintas interpretaciones y formas de representación.

El elemento nuclear del museo viene dado por la colección arqueológica municipal, conformada a partir de la donación voluntaria de particulares, antiguos buscadores aficionados ya recuperados para la causa de la conservación, además de elementos exhumados en las distintas excavaciones arqueológicas de urgencia desarrolladas en la ciudad de Loja entre 1989 y 1993 (ver Anuarios Arqueológicos de Andalucía). A partir de ese lote de materiales arqueológicos, embrión de lo que hoy es el MHA, el proyecto museológico identifica y organiza un conjunto añadido de material de alto valor histórico, de procedencia y naturaleza diversa (retablistica, paleográfica, heráldica, pictórica...). Más de ciento cincuenta mil años de cultura material, organizados en veintinueve ámbitos expositivos, ante los ojos del público visitante.



Ponente:

MARCELINO SÁNCHEZ RUIZ

Director General de Bienes Culturales
Concejería de Cultura. Junta de Andalucía

LA POLÍTICA DE CONSERVACIÓN DEL PATRIMONIO HISTÓRICO EN ANDALUCÍA (ESPAÑA)

IV Coloquio Internacional de la Organización de Ciudades del Patrimonio Mundial. 16 –20 de septiembre. Evora. Portugal

Resumen

Andalucía (España) es una región de Europa mediterránea que acumula un enorme patrimonio histórico y cultural, herencia de un intenso pasado. Pero también padece graves problemas estructurales de desarrollo económico que inciden negativamente sobre su patrimonio. En la última década, el gobierno regional de Andalucía está desarrollando una política activa a favor del patrimonio histórico, mediante de sus Planes Generales de Bienes Culturales, que pretenden conservar este patrimonio como un recurso de primer orden en el desarrollo de Andalucía.

Andalucía: Un territorio cargado de significación histórica

Andalucía es una de las regiones más grandes de Europa (87.268 Km²), con una población de casi siete millones y medio de habitantes. Su patrimonio histórico, como el de cualquier país mediterráneo, es enorme; y además hay que sumarle el protagonismo que tuvo durante siglos en la colonización del continente Americano. Por ello tiene más de cien municipios con la declaración de "Ciudad Histórica" (Conjunto Histórico) y multitud de monumentos, asentamientos arqueológicos y objetos artísticos.

Pero tampoco podemos olvidar que Andalucía hoy día, con respecto a Europa, es una región periférica, con altos índices de desempleo y escaso desarrollo tecnológico, especializada en sectores que generan poco valor añadido y con desarticulación espacial. Estos síntomas frenan el crecimiento de la Región y representan un problema añadido para conseguir su desarrollo, lo que influye negativamente en el sector del patrimonio histórico.

La complejidad territorial del patrimonio histórico en Andalucía

El análisis territorial de Andalucía se puede sintetizar en cuatro ámbitos de características bien diferenciadas: las áreas urbanas, el litoral, las campiñas y las zonas de montaña.

Las dos primeras categorías, es decir, las áreas urbanas y el litoral, representan el 22% de la superficie de Andalucía y concentran los espacios más dinámicos de la región, aquellos a los que primero llegan, o en los que se inician y desde los que se difunden los principales procesos de cambio social, económico y cultural. Por su parte las campiñas, con el 21% del territorio andaluz, presentan síntomas de estancamiento económico; y las zonas de montaña, que representan el 57% de la superficie de la región, se enfrentan a preocupantes problemas de regresión demográfica.

Áreas urbanas:

Son consideradas áreas urbanas las diez ciudades andaluzas con más de 100.000 habitantes. Las ciudades concentran la mayor parte de las actividades, dotaciones, infraestructuras e inversiones culturales, aspecto que se combina con la consolidación durante los últimos decenios de una clase media numerosa, progresivamente sensibilizada respecto a la cultura y al medioambiente, y por lo tanto consumidora y demandante de productos culturales.

Buena parte del patrimonio andaluz es urbano. La larga historia de las ciudades y su importancia dentro de la región ha favorecido la acumulación de un conjunto variado de recursos culturales. Ciudades como Córdoba, Sevilla o Granada tienen una potente imagen internacional por su patrimonio histórico.

Las áreas litorales:

El litoral es un espacio denso, complejo y de gran dinamismo en el contexto socioeconómico andaluz. En el litoral se combinan espacios paisajístico de gran valor ambiental, como los Parques Naturales de Doñana o Cabo de Gata, con poblaciones con una tradición urbana antigua y, al mismo tiempo, una influencia profunda de actividades intensivas, como el turismo de sol y playa o la agricultura de invernaderos, que son dos pilares importantes de la economía de Andalucía.

El rápido desarrollo de estos sectores, en ocasiones compitiendo por el mismo espacio físico, ha sacrificado parajes naturales y escenarios urbanos de gran interés. Las potentes infraestructuras que precisan: medios de comunicación, grandes centros comerciales, invernaderos, almacenes, etc., han alterado el paisaje de importantes extensiones de la costa de Málaga o de Almería, por ejemplo, o han causado graves problemas de saneamiento ambiental: contaminación y agotamiento de acuíferos, vertidos sin depuración, etc.

Los problemas básicos con los que se encuentra el patrimonio histórico de estas zonas se sintetizan en las escasas inversiones de las que es objeto, y a su tratamiento, a veces sin criterios o valorado exclusivamente en razón de su rentabilidad turística inmediata. En ocasiones, se ha banalizado el patrimonio hasta crearse una imagen deformada de la cultura andaluza, pretendidamente más adaptable al consumo turístico.

Afortunadamente en los últimos años se está consolidando una demanda turística basada en la oferta cultural, con lo que el patrimonio, no sólo es un elemento a partir del cual redefinir la personalidad del litoral, sino que se convierte en una ventaja competitiva de primer orden.

Las áreas rurales de campiñas:

Sobre las campiñas andaluzas se ha conformado históricamente una red de asentamientos de ciudades medias y pequeñas con una larga y rica tradición agraria, comercial y en algunos casos industrial, y además, con un patrimonio cultural y monumental de primer orden. Estas áreas rurales, especialmente aquellas más dinámicas, se enfrentan con dificultades añadidas a los procesos de reestructuración impuestos por las pautas cambiantes de los mercados internacionales. Estos procesos, a veces muy rápidos, no siempre son bien asimilados por unas estructuras socioeconómicas más rígidas que las de las zonas urbanas.

En este contexto, el patrimonio cultural es un recurso fundamental que, de un lado, sirve para reforzar la identidad rural frente a los modelos culturales homogeneizadores a los que llevan los procesos de crecimiento acelerado y, de otro lado, sirve para diversificar los recursos económicos de estas zonas, a menudo demasiado dependientes de las actividades agrarias, mediante el fomento del turismo cultural y rural. Salvar la arquitectura tradicional, mejorar las competencias y dotaciones culturales y dignificar la cultura rural son algunos de los retos a los que se enfrentan estas comarcas.

Áreas de montaña:

Estos ámbitos de montaña son los menos alterados física y culturalmente hablando. Las zonas montañosas ofrecen el panorama más singular, menos masificado y deteriorado de Andalucía, tanto desde el punto de vista de la consideración paisajística natural, como desde la integración en su entorno de los asentamientos de población. Por el contrario, son espacios con graves déficit de infraestructura y servicios, con accesos difíciles o inadecuados y con problemas de regresión demográfica y envejecimiento de la población.

El patrimonio ofrece buenas oportunidades para romper la debilidad social y económica en las zonas de montaña y está alentando procesos de desarrollo basados en los principios de la sostenibilidad, que está transformando algunas zonas de montaña en espacios atractivos y dinámicos.



Diagnóstico del patrimonio histórico en Andalucía

En Andalucía nos enfrentamos a una situación caracterizada por una gran riqueza patrimonial y grandes expectativas futuras de desarrollo a partir del patrimonio, pero con serias debilidades, entre las que podemos destacar:

- Los escasos recursos económicos y humanos que la Administración destina a las necesidades del patrimonio histórico, que es percibido todavía como motivo de gasto y déficit y no como una inversión en recursos.
- La dependencia del patrimonio histórico casi exclusivamente de la Administración, y por consiguiente, de los presupuestos públicos, con reducida participación del sector privado, tanto empresarial como no lucrativo, en su conservación y puesta en valor.
- La escasa coordinación territorial entre las distintas Administraciones Públicas que actúan sobre el patrimonio.
- La falta de adecuación de la formación de los recursos humanos a los nuevos retos y necesidades del sector del patrimonio.

También sobre el patrimonio se ciernen amenazas:

- Estrangulamiento financiero del sector público y la reducción de los presupuestos económicos destinados a la cultural.
- Inversiones descontroladas o de baja calidad técnicas, así como usos que persiguen una rentabilización del patrimonio frívola, inmediata y oportunista.
- Dinámicas socioeconómicas negativas, como pueden ser: el crecimiento inmobiliario descontrolado, la terciarización y pérdida demográfica de los centros históricos, el despoblamiento de las áreas de montaña o el aumento del paro rural y su incidencia sobre el abandono o expolio del patrimonio.

Pero también hay fortalezas que se suman a la enorme variedad y riqueza de los recursos patrimoniales de Andalucía:

- La mayor experiencia y profesionalización de la Administración regional de los bienes culturales, tras más de diez años de trabajo y las inversiones económicas continuas durante este período, que demuestran una voluntad institucional de planificar las políticas que inciden en el ámbito del patrimonio.
- El marco jurídico, muy desarrollado en materia de protección de los bienes culturales, por lo que se dispone de unos instrumentos legales adecuados para la preservación de los recursos patrimoniales.
- Las vías de colaboración abiertas entre distintas Administraciones, aunque aún insuficientes, pero que son importantes para la buena gestión del patrimonio.

También al patrimonio en Andalucía se le presentan oportunidades en los próximos años:

- El interés creciente de la sociedad por la cultura, que se constata en una mayor demanda de servicios, un aumento del turismo cultural y una mayor presencia de los temas patrimoniales en los medios de comunicación.
- La nueva planificación económica para Andalucía que por primera vez contempla a los bienes culturales como una política específica de desarrollo sostenible.
- El mayor interés de las universidades andaluzas en todos los temas relativos a la tutela del patrimonio histórico.
- La financiación europea de programas con contenidos patrimoniales y vinculación estratégica al desarrollo territorial.

El Plan General de Bienes Culturales

En 1984 se transfirieron las competencias en materia de patrimonio histórico desde la Administración Central del Estado Español a la Comunidad Autónoma de Andalucía y a su gobierno regional: la Junta de Andalucía. Desde ese momento ha ido desarrollando una estructura orgánica de recursos humanos adecuada a las exigencias técnicas de los diversos sectores de la política cultural, desplegada en todo el territorio andaluz, así como una importante labor legislativa en materia de patrimonio histórico. En la actualidad se dispone de un amplio marco jurídico con el que ejercer la tutela de los bienes Culturales (Ley 1/91, de Patrimonio Histórico de Andalucía, Ley 2/1984, de Museos, Ley 3/1984, de Archivos, Ley 8/1983, de bibliotecas).

Pero sin duda, ha sido la planificación el mayor esfuerzo realizado en estos últimos años, por el gobierno autónomo en el sector del patrimonio histórico, a través de su Consejería de Cultura.

El Plan General de bienes Culturales 1989-1995 fue el instrumento del que se dotó la Consejería de Cultura para estructurar una política integral y coherente sobre el patrimonio histórico, superadora de la tradicional actividad escasa y dispersa que se venía realizando en Andalucía y en el resto de España sobre este sector. Aunque sus inversiones económicas fueron inferiores a las previstas, el Plan General posibilitó una serie de actuaciones continuas y cualificadas sobre un patrimonio histórico secularmente desatendido, consolidando una estructura técnica administrativa con una presencia territorial básica.

Recientemente, Andalucía ha puesto en marcha hasta el año 2000 un Plan General de Bienes Culturales y lo ha debatido con multitud de agentes públicos y privados: distintas administraciones, universidades, colectivos profesionales y ciudadanos. El Plan General de Bienes Culturales 1996-2000 es el instrumento de racionalización de la actuación de la administración cultural en el campo del patrimonio histórico. Tiene como objetivo principal promover el desarrollo sostenible y la mejora de la calidad de vida de los andaluces en los diversos ámbitos territoriales de nuestra región, garantizando el uso y disfrute de sus recursos de patrimonio histórico, mediante el perfeccionamiento de los instrumentos de tutela y gestión de la Administración.

El Plan General de Bienes culturales 1996-2000 es el instrumento que define las principales líneas de actuación política de la Consejería de Cultura en materia de patrimonio histórico. Sus propuestas contienen las orientaciones y prioridades que deben conformar la gestión de los bienes culturales durante los próximos años en Andalucía.

La misión del Plan es promover el desarrollo sostenible y la mejora de la calidad de vida de los andaluces en los diversos ámbitos territoriales de la Comunidad Autónoma, garantizando el uso y disfrute de nuestros recursos de patrimonio histórico, mediante el perfeccionamiento de los instrumentos de tutela y de la gestión de la Administración Pública.

Este Plan General se fundamenta en los siguientes principios:

- La planificación; reflejo de una convicción política comprometida con la transformación de situaciones negativas, la eliminación de desequilibrios territoriales, la determinación de valores y la evaluación de potencialidades y limitaciones.
- Los ciudadanos; referente principal de la gestión pública sobre el patrimonio, tanto en su calidad de titulares del mismo como de usuarios de servicios culturales. La acción especializada y la tutela sobre los bienes culturales, garantizan un servicio público y una red de instituciones que deben asegurar el acceso a la cultura de todos los ciudadanos, vinculando el patrimonio histórico a los derechos culturales básicos.
- Los bienes culturales; recurso estratégico para el desarrollo de Andalucía; suponen un valor añadido a las demás actividades, cualificando su imagen, lo que mejora nuestra capacidad competitiva. Además están en la base de la identidad colectiva y son un referente para la cohesión social.
- El territorio; es el anclaje del patrimonio con la realidad social, económica y humana de Andalucía, por lo que su consideración es un factor clave, tanto del análisis como de la implantación de las acciones a desarrollar, para compensar desequilibrios y aprovechar las oportunidades de cada área de Andalucía.

Los principales retos que se impone el Plan son:

- Asegurar la preservación de los bienes culturales para el futuro.
- Garantizar el acceso de todos los ciudadanos a su conocimiento y disfrute.
- Promover el uso respetuoso y sostenible de los bienes culturales.
- Impulsar la participación de todos los agentes posibles en su gestión.
- Perfeccionar y desarrollar nuevos instrumentos de tutela.



el contenido del Sistema Andaluz de Museos como red de cooperación y prestación de servicios de los museos de la Comunidad Autónoma, mediante:

- Sistema Andaluz de Museos
- Organización y funcionamiento de los museos gestionados por la Consejería de Cultura
- Investigación, documentación, conservación y comunicación en los museos gestionados por la Consejería de Cultural.

CONJUNTOS ARQUEOLÓGICOS Y MONUMENTALES

Tiene como objetivo mejorar la actividad que realizan los Conjuntos Arqueológicos de Madinat Al-Zahra, Itálica Baelo Claudia y Carmona y los Conjuntos Monumentales de la Alcazaba de Almería y Cartuja de Santa María de las Cuevas; tanto en lo relativo al patrimonio que custodian como al servicio público que prestan a su usuario, mediante:

- Organización interna y mejora de la gestión
- Conservación
- Investigación
- Difusión

CONJUNTO MONUMENTAL DE LA ALAMBRA Y GENERALIFE

Tiene como objetivo consolidar una línea de conservación de la arquitectura, elementos decorativos, jardines y bosques de la alambra, cualificar su entorno de protección e impulsar líneas de investigación, así como garantizar la apertura al público y la difusión cultural que ello conlleva, mediante:

- Secretaría General
- Difusión Cultural
- Conservación

INSTITUCIONES PARA LA CONSERVACIÓN Y DIFUSIÓN DEL PATRIMONIO MUSICAL

Tiene como objetivo consolidar y ampliar la actividad de investigación, documentación, conservación y difusión de los Centros de Documentación Musical y de Flamenco, de Andalucía, mediante:

- Centro de Documentación Musical de Andalucía
- Centro Andaluz de Flamenco

CENTRO ANDALUZA DE ARTE CONTEMPORÁNEO

Tiene por objetivo configurar el núcleo medular del programa de Arte Contemporáneo de la Comunidad Autónoma Andaluza culminando al mismo tiempo el proceso de recuperación y musealización del recinto monumental de la Cartuja de Santa María de las Cuevas de Sevilla, mediante:

- Área de la administración
- Área de exposiciones temporales
- Área de las colecciones
- Área de museografía

FILMOTECA DE ANDALUCÍA Y CENTRO ANDALUZ DE LA FOTOGRAFÍA

Tiene por objetivo consolidar y ampliar la actividad de investigación, documentación, conservación y difusión realizada por la Filmoteca y el Centro de la Fotografía, mediante:

- Filmoteca de Andalucía
- Centro Andaluz de la Fotografía

Programas Instrumentales Para la Mejora de la Administración y Gestión del Patrimonio Histórico

DESCONCENTRACIÓN, DESCENTRALIZACIÓN Y GESTIÓN DELEGADA DE SERVICIOS

Tiene como objetivo introducir nuevos modelos de gestión en el patrimonio que permitan mejorar la calidad de los servicios y programas, mayor participación social y la diversificación de las formas y fuentes de financiación, mediante:

- Desconcentración y gestión delegada de servicios dentro de las Instituciones del Patrimonio de la Consejería de Cultura.
- Descentralización, desconcentración y gestión delegada de servicios dentro de la estructura administrativa de la Consejería de Cultura.
- Participación social en los órganos consultivos de la Administración del Patrimonio Histórico.

RECURSOS HUMANOS DE LA CONSEJERÍA DE CULTURA

Tiene como objetivo dotar a la Consejería de Cultura de la Junta de Andalucía de personal de plantilla suficiente y mejorar su cualificación, para desarrollar correctamente las funciones y servicios que en materia de patrimonio histórico dicha Consejería tiene encomendada, mediante:

- Dotación de la Relación de Puestos de Trabajo dentro de la Consejería de Cultura.
- Perfeccionamiento y formación del personal propio.

INSTRUMENTOS JURÍDICOS

Tiene como objetivo actualizar las normas jurídicas en el ámbito de los bienes culturales, tanto legales como de rango reglamentario, ya existentes, y promulgar aquellas otras necesarias para la ejecución y puesta en marcha de las previsiones del Plan General durante su periodo de vigencia, mediante:

- Simplificación y agilización del procedimiento administrativo
- Clarificación y regulación de criterios técnicos
- Medidas de fomento del patrimonio histórico
- Adecuación jurídica de la participación, cooperación y co-gestión de otras entidades con la Consejería de Cultural
- Nuevos reglamentos de desarrollo de la Ley 1/91 de Patrimonio Histórico de Andalucía.

INSTITUTO ANDALUZ DEL PATRIMONIO HISTÓRICO

Tiene por objetivo planificar las principales líneas de actuación y los servicios especializados que presta el Instituto andaluz del Patrimonio Histórico en el terreno de la documentación, intervención, investigación y formación, así como las infraestructuras, equipamiento y recursos necesarios para cumplir su misión de institución para la asistencia científica y técnica en todas las áreas de la tutela del patrimonio histórico, mediante:

- Servicios Especializados
- Investigación Aplicada y de Desarrollo
- Formación y cualificación de Recursos Humanos
- Infraestructura y Renovación Tecnológica

“A PROPÓSITO DEL VOLUNTARIADO CULTURAL”

El voluntariado cultural es un fenómeno emergente de iniciativa ciudadana que está cogiendo fuerza y enriqueciendo el amplio espectro del espacio voluntario. Comparte los elementos básicos de la filosofía voluntaria, el altruismo, la elección diferenciada en la actuación y la satisfacción personal. Es acción deseada, participación dirigida desde la voluntad hacia una meta elegida, un objetivo común compartido y un propósito personal de actuación. Es vivir en el mundo real, soñando la realidad ideal, rompiendo la falsa ilusión de que la ley del mínimo esfuerzo es el centro de la satisfacción humana, solo en algunos momentos como dijo Machado es hermoso no pensar ni querer.

*Mi voluntad se ha muerto una noche de luna
En que era muy hermoso no pensar ni querer...
Mi ideal es tenderme, sin ilusión ninguna...
De cuando en cuando, un beso y un nombre de mujer*

No es posible hablar de voluntariado sin referirse claramente a un sistema de actuación externo a la relación laboral habitual, un espacio en el que se encuentra la satisfacción suficiente para mantener la acción voluntaria sin contrapartida económica, aunque hay que reconocer que en infinitas ocasiones es posible ser feliz en el desempeño profesional remunerado.

De igual manera hay que reconocer que el límite entre ambos espacios, el altruista y el remunerado es ligero y móvil como la espuma de las olas marinas. Se diluye cuando de la actuación voluntaria se deriva finalmente una oportunidad profesional para muchos y muchas jóvenes que adquieren experiencia y solvencia en la friega voluntaria y emerge cuando desde la profesión se traspasa la responsabilidad y deber básico necesario.

La confusión de ambos planos, el voluntario y el profesional puede romper el equilibrio imprescindible para tener éxito en la acción voluntaria, al mismo tiempo que introduce complejos elementos de insatisfacción personal y de limitación de la libertad de elección como componente ineludible de la actuación de las personas que dedican parte de su tiempo a crear vínculos de cooperación.

En principio la gratuidad de la acción voluntaria se supone y se proyecta como una pasión libre que impulsa y orienta la mirada, los pensamientos y las actuaciones hacia temáticas diversas y plurales.

En estas jornadas se plantea la búsqueda de la relación entre la cultura y el municipio y en esta ponencia la aportación voluntaria al proyecto cultural y municipal. La elección de la temática es acertada y permite acercarse a un eje fundamental de la identidad de los pueblos. Freud señalaba que “la función principal de la cultura, su verdadera razón de ser, es defendernos contra la naturaleza”. Desde este principio la cultura se convierte en un esfuerzo voluntario de los hombres y las mujeres por dominar los impulsos básicos de la supervivencia. Esfuerzo innecesario desde el devenir de la naturaleza pero imprescindible desde la identidad común construida sobre valores de consenso. Y son los municipios, las administraciones locales, los espacios de cercanía y complicidad que la ciudadanía habitualmente utiliza para volcar las exigencias y demandas voluntarias.

La cultura aporta una multiplicidad de campos de actuación donde volcar el acto voluntario porque el concepto de cultura es inabordable. Para Fromm, hasta las pasiones y angustias de las personas son un producto cultural. Los productos culturales por tanto, son infinitos y la relación entre las administraciones culturales y la ciudadanía compleja. Es un campo inagotable e inalcanzable al ser un producto de la humanidad en continua construcción. Es cierto que las administraciones vienen actuando para acercar la cultura a la ciudadanía, pero no es menos cierto que la ciudadanía también viene actuando para acercar la cultura a la administración. La política cultural debe ser sinónima de democracia, el soporte donde la igualdad se desarrolla y profundiza y donde la libertad se asienta. Algunos revolucionarios franceses decían que había que dejar una silla vacía en las reuniones para que la libertad se sentara.

Alrededor de la recuperación de la identidad cultural de las tradiciones, de la práctica o disfrute de la actividad teatral, de los espacios públicos como bibliotecas, archivos, salas de exposiciones y auditorios, la ciudadanía se implica en el desarrollo de un proyecto colectivo de mejora social. Se convierte en el centro del pensamiento y la capacidad crítica de una sociedad que quiere progresar y modernizarse, elevándose para alcanzar las metas personales y sociales a las que se entregan. Ante ello las administraciones culturales y municipales sólo pueden actuar para favorecer esos espacios desde el respeto a la iniciativa ciudadana, buscando e impulsando su visualización y dotando los recursos necesarios para su potenciación.

En el último periodo 1997-1999, la Consejería de Cultura de la Junta de Andalucía ha puesto en marcha un proyecto de apoyo al voluntariado cultural que está siendo muy bien acogido. La iniciativa combina tres elementos fundamentales de interconexión, el encuentro, la formación y la visualización. En un inicio la apuesta de la administración ha consistido en descubrir la ingente actuación voluntaria que se venía ejerciendo en el plano de la cultura. Los entresijos históricos de las sociedades que han ido conviviendo en Andalucía han producido un incommensurable valor añadido en las tradiciones y culturas populares, en la monumentalidad del patrimonio histórico, y en el florecimiento de las artes y el pensamiento que ha sido utilizado por la ciudadanía para sus proyectos voluntarios.

La llamada al encuentro ha sido excelentemente acogida y se han desarrollado encuentros provinciales de personas que estaban llevando a cabo propuestas voluntarias en el ámbito de la cultura. Es posible que la acción cultural sea una de las herramientas más notables en la lucha por conseguir ser más libres, lo que ha hecho que la totalidad de las experiencias se canalicen como un soporte de ilusión y esfuerzo que se visualiza en la puesta en común de las experiencias. La recuperación de molinos de agua, de cuentos y tradiciones populares como memoria oral viva, o las visitas guiadas a los museos por personal jubilado voluntario son algunos de los referentes simbólicos de las más de cien experiencias recogidas.

La formación es el segundo de los instrumentos necesarios para la adecuación de la actuación voluntaria, para ello se han diseñado unas jornadas provinciales de formación en las que han participado un amplio número de voluntarios y voluntarias, lo que ha permitido enriquecer el debate, al ser unas jornadas participativas con una metodología dinámica y abierta a la aportación de los asistentes.

De las conclusiones se extrae la confirmación de que la acción voluntaria es necesaria y enriquecedora por sí misma aunque requiere del apoyo de la administración a través de múltiples mecanismos para ser concretada. En algunos casos es necesaria la subvención económica, en otros la facilitación de los servicios públicos en horarios o espacios determinados, y siempre la cooperación abre canales nuevos de apuesta a los proyectos voluntarios de nuevo calado.

Otra de las grandes conclusiones que se han puesto de manifiesto en los debates y encuentros es el hecho de que hay que aprovechar todas las potencialidades culturales para el desarrollo socioeconómico de los municipios en los que vivimos. Normalmente el nivel de calidad de vida de una sociedad se mide además de por los indicadores económicos por indicadores cualitativos y cuantitativos asociados a la cultura y a la calidad democrática o participativa. En ella cobra cada vez una mayor importancia los indicadores de actividad voluntaria.

Una de las características del voluntariado cultural es la de que rompe la tendencia globalizadora de la sociedad actual. La sociedad industrializada ha generado un nuevo tipo de cultura cuya característica es la generalización y la homogeneización. La moda impone una cultura de masas alejada de la llamada cultura de elite a la que sólo tenían acceso los grupos sociales mejor situados en la escala económica y social. Los medios de comunicación marcan la tendencia, pero algunos colectivos voluntarios se rebelan en un proceso de reanimación de la propia identidad rescatando o protegiendo del olvido las tradiciones y cultura autóctona de sus pueblos. De este modo crean lazos de cohesión social y configuran un simbólico que les permite sobrevivir a la tendencia unificadora de la cultura impuesta. La diversidad cultural es



una de las potencialidades y recursos que las sociedades inteligentes buscan con el objetivo de presentarse ante los otros con algún valor añadido que les haga objeto de interés y conocimiento. De hecho, la recuperación de tradiciones o monumentos locales ha favorecido y propiciado en muchos casos desarrollo económico en los municipios.

Esta relación actual entre la actividad voluntaria cultural y la posibilidad de desarrollo económico ha propiciado que un número numeroso de jóvenes inicie un aprendizaje profesional en la acción voluntaria. El libro blanco de Delors "Crecimiento, competitividad, empleo: Retos y pistas para entrar en el siglo XXI", destaca que las políticas culturales afectaran en su conjunto a las políticas de bienestar social en los próximos años. En este contexto la defensa de los espacios de identidad cultural se convierte en un objetivo clave del crecimiento global. La cultura se ha convertido en uno de los principales sectores de la economía de servicios con un fuerte potencial en la creación de puestos de trabajo y con un volumen de negocio creciente. Siendo un sector clave la articulación de la industria cultural en sus amplias manifestaciones, incluidas las nuevas tecnologías y la comunicación. En la actualidad casi nadie se atreve a poner en duda que el voluntariado cultural es un bien social y económico para la vida local.

De la misma manera hay que señalar que nos encontramos en una sociedad postindustrial en la que se incrementa la importancia del ocio y el tiempo libre. El alargamiento de la vida física y el acortamiento de la vida laboral ha forzado a un número de personas a volcarse en encontrar actividades no lucrativas que les ocupen su tiempo y les llenen de satisfacción. La cultura tiene un gran potencial de empleo, pero también la cultura tiene un gran potencial de enriquecer la vida personal al llenarla de actividad, ya sea como sujeto receptor o actor. La acción voluntaria cultural puede cumplir un papel positivo en la promoción social y en la integración de las personas desocupadas o jubiladas.

El rico patrimonio cultural de Andalucía favorece las posibilidades de intervención de la acción voluntaria en un gran volumen de posibilidades, el desarrollo de las infraestructuras básicas como bibliotecas, archivos, teatros, salas de exposiciones, unidas a la formación académica para personas mayores en la Aulas Intergeneracionales cobra cada vez más importancia y crea un tejido de relaciones personales de las que surgen en gran medida las iniciativas voluntarias.

En definitiva, el voluntariado cultural es hoy uno de los movimientos sociales más interesantes, ya que ayuda a preservar y proteger nuestro capital natural y la diversidad cultural, ayuda a la gestión del tiempo de aquellas personas jóvenes que no han conseguido incorporarse plenamente al empleo, de aquellas personas que han estado inmersas en un proceso de retirada temporal como pueden ser las mujeres cuando se dedican intensamente a los cuidados familiares, y de aquellas personas que han cubierto su ciclo laboral en plena capacidad física e intelectual. Al mismo tiempo que abre la puerta a unas excelentes potenciales de desarrollo económico al introducir nuevas ideas y preservar la pérdida de algunos otros.

El riesgo es posible en la acción voluntaria, soñar es posible y crear ilusión una de sus metas. Por eso el apoyo al voluntariado cultural no debe ser entendido como un adorno o gasto superfluo sino como una apuesta llena de capacidad transformadora, de creatividad, de libertad, de valía democrática, de apertura a la innovación y al bienestar de la ciudadanía. Acción voluntaria cultural para la libertad, para los valores democráticos, para la diversidad de las formas expresivas, para la tolerancia y el encuentro, y además acción voluntaria para el desarrollo socioeconómico.

Me gustaría terminar con una frase de la filósofa Hannah Arendt "Lo más grande que pueden lograr los hombres y las mujeres es su propia aparición y realización". Espero que cada vez haya más voluntarios y voluntarias culturales que logren una realización en sus deseos o posibilidades. Muchas gracias.



SEMINARIO

**ESPACIOS SIMBÓLICOS
DE LA CULTURA**

Casas de Cultura y Centros Cívicos

III SEMINARIO: *Espacios Simbólicos de la Cultura. Casas de Cultura y Centros Cívicos.*

Continuamente nos referimos a la Cultura y a sus políticas como un hecho de carácter territorial. Con toda certeza esto es así, nadie puede realizar el diseño de una intervención cultural despegada del territorio y de las gentes que lo pueblan, incluso de quienes lo poblaron a través de la historia. Este es un principio básico en las políticas de la cultura que por desgracia muchas veces olvidamos. Pero en esta ocasión de lo que tratamos no es de la acción global sino de actuaciones concretas en sectores creativos muy concretos o en segmentos de población determinados. Y estas actuaciones están canalizadas fundamentalmente a través de equipamientos concretos: Los Teatros, las Bibliotecas, los Museos y las Casas de Cultura.

Desde la restauración democrática en nuestro país se han construido y recuperado, desde las administraciones públicas, numerosos espacios y el caso de Andalucía no es una excepción. Pero se ha tratado de un modelo de recuperación en el que ha primado la variable arquitectónica estética de una parte y, en lo que respecta a su funcionamiento, son importantes las cuestiones pendientes. Este fenómeno con estar muy generalizado en la mayoría de los equipamientos culturales adquiere una gravedad especial en el caso de las Casas de Cultura. En más de veinte años de municipios democráticos se han puesto en marcha un gran número de Casas de Cultura y Centros Cívicos en Andalucía. Analizar lo que ha sido este proceso, su estado actual y sus perspectivas de futuro es el objetivo del seminario.

Por lo que respecta a estos equipamientos culturales de proximidad nos encontramos ante una realidad terriblemente compleja. Su historia en España y Andalucía no va más allá de los últimos veinticinco años. Son equipamientos recientes en su diseño y que han albergado diversos modelos y concepciones. Se trata de espacios controvertidos en los que suelen alojarse un amplio abanico de actividades, muchas del ámbito social y en numerosos casos entremezcladas con lo cultural. A simple vista hay dos modelos, el primero de tipo urbano donde nos encontramos la denominación de Centros Cívicos. El segundo está con frecuencia limitado a las zonas rurales y es donde aparece con más asiduidad el nombre de Casa de Cultura. Puede que este sea el momento de hacer una pausa y reflexionar sobre la función y utilidad de estos equipamientos en nuestros municipios.

ÍNDICE DE PONENCIAS:

“La gestión cultural a través de un Centro Cívico” D ^a . M ^a Isabel Sagrera Pérez	59
“Casas de Cultura. La concepción de un servicio sociocultural de proximidad” D. J. Luis Palacios	60
“La red de Centros Cívicos Municipales de Córdoba” D. Manuel Rojo Aranda	63



Ponente:

MARÍA ISABEL SAGRERA PÉREZ

Directora del Centro Municipal Cívico Cultural
del Ayuntamiento de Valencina de la Concepción

LA GESTIÓN CULTURAL A TRAVÉS DE UN CENTRO CÍVICO

Este año hemos cumplido años. Celebramos el X Aniversario de la puesta en marcha del Centro Municipal Cívico-Cultural del Ayuntamiento de Valencina de la Concepción (Sevilla). Si la reflexión sobre la práctica cultural ha de ser una constante en el trabajo de gestión, ésta se convierte en una exigencia cuando se ha estado realizando una intervención cultural determinada a lo largo de una década.

Durante este periodo de tiempo la intervención cultural municipal en Valencina de la Concepción se ha realizado a través del Centro Cívico, con una estructura organizativa que se especifica en una triple línea. Por una parte ha permitido el desarrollo de un proyecto cultural concretado en programaciones anuales; por el otro lado dicha estructura ha determinado el ritmo de la acción cultural actuando como dinamizadora de la misma, y por último se ha logrado el establecimiento de un vínculo afectivo entre los ciudadanos y el centro, llegando a una cierta "complicidad cultural" de forma que viven las actividades programadas como suyas, las disfrutan y además potencian, con su participación y sugerencias, el desarrollo de las mismas.

Una breve descripción del municipio se hace necesaria para entender las características de la intervención cultural realizada en estos años.

Valencina de la Concepción se ubica sobre unos cerros que dominan el Valle del Guadalquivir por el oeste y al extremo de la meseta del Aljarafe a 148 m de altitud. Tiene una extensión de 2.450 Has. y la población ha pasado de 4.369 habitantes en 1990 a 6.843 a 31 de Agosto de 2000.

Tuvo una gran importancia en tiempos prehistóricos, encontrándose en su término uno de los yacimientos más ricos del período calcolítico, del que permanecen actualmente tres monumentos megalíticos, los Dólmenes de la Pastora, Matarrubilla y Ontiveros, sólo abiertos a los visitantes los dos primeros.

El espacio del término municipal de Valencina de la Concepción está calificado en el Plan Especial de protección del medio físico de la provincia de Sevilla como "Paisaje Sobresaliente".

Toda la comarca del Aljarafe y, especialmente, el municipio de Valencina de la Concepción, por su proximidad a Sevilla y sus características geofísicas (altitud que condiciona una diferencia climática con Sevilla, abundante agua, elevación del terreno, zona agrícola con grandes extensiones de olivar de verdeo, almazara, etc.) hacen que haya aumentado el uso residencial del espacio y se la considere como el "jardín de Sevilla".

Esto ha hecho de Valencina un centro de atracción de las clases medias sevillanas que si bien en los años setenta y ochenta empiezan a instalar aquí la segunda vivienda para el veraneo, en los noventa éstas se convierten en primera residencia.

Así su término municipal se estructura en un casco urbano y la periferia formada por una serie de urbanizaciones, construidas unas como prolongaciones del casco urbano en sus salidas hacia Salteras y Gines y otras, algo más alejadas, concebidas como una estructura de núcleos residenciales.

Esto determina la existencia de una fuerte dualidad en la población de Valencina; la existencia de un conjunto de autóctonos (habitantes principalmente del casco urbano) y la de foráneos (habitantes de las barriadas y urbanizaciones ubicadas en torno al perímetro urbano del municipio).

En la localidad existe un importante entramado asociativo, con ni total de treinta y una asociaciones inscritas en el Registro de Asociaciones. De estas asociaciones las más activas son las vinculadas a acontecimientos religiosos y festivos de la vida local (Hermandad de Torrijos, Hermandad de la Vera-Cruz y Asociación Rociera) y las deportivas.

En este entorno medio-ambiental surge el Centro Municipal Cívico Cultural por iniciativa municipal y como un equipamiento polivalente que agrupa los servicios sociales, culturales, educativos y de juventud.

El objetivo de este espacio público es acercar el hecho cultural y artístico al conjunto de habitantes de la localidad desde una perspectiva integral, abierta y dinámica y utilizando los mecanismos clásicos de la estrategia cultural, aprendizaje, difusión y creación.

La situación del equipamiento en el espacio físico anteriormente reseñado ha determinado en gran parte las características de la programación cultural durante esta década.

La dualidad poblacional entre habitantes del casco urbano y foráneos ubicados en barriadas del extrarradio y urbanizaciones ha exigido una programación muy diversa que tuviera en cuenta los intereses y preferencias culturales de ambos grupos diferenciados, de forma que por ejemplo se ha ofertado un teatro costumbrista junto a uno más vanguardista o un recital de flamenco y un concierto de jazz.

De esta forma el Centro, ha jugado un importante papel como factor de integración poblacional, acercando el grupo de foráneos al de autóctonos y estableciendo un flujo relacional entre ambos sectores de población por medio de su participación en las actividades culturales programadas.

Nuestra proximidad a Sevilla como municipio del área metropolitana es otro de los factores condicionantes de la programación cultural. La existencia de grandes montajes expositivos y de espectáculos teatrales y musicales en Sevilla capital con una oferta cultural variada y permanente en espacios de la categoría del teatro de la Maestranza, Teatro Lope de Vega o Teatro Central, hacen que nuestra programación se limite a espectáculos producidos por grupos de aficionados, con el requisito de la calidad y adaptabilidad presupuestaria a nuestros recursos económicos y con el objetivo de formar públicos diferenciados que van a ir aficionándose a las diversas manifestaciones, culturales participando tanto en las que se programan localmente como acercándose a las que se realizan en Sevilla capital y que anteriormente pasaban desapercibidas.

Así se oferta también desde el Centro la posibilidad de acudir a espectáculos de Sevilla con tarifas para grupos a precios reducidos.

Nuestro programa de difusión de artes plásticas se concreta en exposiciones y muestras de distintos creadores de ámbito local o provincial.

Como actividad de fomento a la creación se potencia y apoya a los diferentes colectivos que desean contribuir al desarrollo cultural de la localidad, mediante la aportación de infraestructura, ayuda específica y personal especializado.

Así se estimula la participación de los artistas profesionales en los espacios del Centro. Se cede el espacio para ensayos a cambio de ofertas en la programación, como representaciones teatrales o conciertos.

Por otra parte se favorece la actividad y las iniciativas culturales de los grupos de aficionados locales dándoles oportunidades en la programación.

La existencia del importante yacimiento Calcolítico, cuya muestra son los Dólmenes, nos ha llevado a establecer un programa de Difusión del Patrimonio Local. Así se ha organizado un sistema de visitas a los dólmenes con un concierto de citas, la proyección de un vídeo, y un folleto explicativo sobre las características más importantes de esos monumentos funerarios.

A medio camino entre lo urbano y lo rural el Centro también desarrolla una estrategia de formación para la práctica cultural, con una programación que interrelaciona cultura y educación y favorece un aprendizaje cultural a los ciudadanos. Esta formación para la práctica cultural se realiza a través de los talleres de formación en artes plásticas y expresión artística para jóvenes, niños y adultos, conciertos didácticos realizados en colaboración con los centros escolares de la localidad y proyecciones de vídeos educativos.

Mención especial en esta área de formación para la práctica cultural son las actividades que realiza la Biblioteca Municipal (también integrada en el mismo centro) con sus actividades de animación a la lectura (cuentacuentos, encuentros literarios, biblioteca en la calle) y semana "junto al libro" de ejecución anual.

Por último el Centro se ha potenciado como un espacio de participación colectiva, tratando de rescatar la vitalidad y el potencial interno que tiene la localidad (red asociativa local) para estimularla y desarrollarla. Se trabaja con todos los colectivos locales y se ha logrado una coordinación de actividades en la programación anual, con un reparto de fechas que respete la actividad propia de cada asociación.

Esta estrategia de participación colectiva es de gran importancia pues también favorece un aprendizaje en cuanto a métodos de interacción, facilita el diálogo entre colectivos con diferentes perspectivas y propicia actitudes de concertación, factores todos ellos que potencian el desarrollo cultural comunitario.

Si lo señalado en los párrafos anteriores es lo realizado hasta el momento, en estos diez años, ahora nos queda el reto de entrar en una nueva etapa. Tendremos que afrontarla con mucha imaginación, con una gran tenacidad para mantener una programación de calidad adaptada a nuestras posibilidades y limitaciones y con la colaboración y participación de todos los colectivos.



CASAS DE CULTURA. LA CONCEPCIÓN DE UN SERVICIO SOCIOCULTURAL DE PROXIMIDAD

1. Los servicios socioculturales. Breve historia de la definición y consolidación de un nuevo servicio público en los ayuntamientos españoles

El trabajo sociocultural es una práctica de intervención social muy reciente. Si dejamos a un lado lo que podríamos llamar protohistoria de la intervención sociocultural, es decir, las actuaciones de los poderes públicos en materias como la cultura o la educación en forma de teatro, música, academias, etc., que se han realizado ya desde la Antigüedad, se puede afirmar que no es hasta hace muy poco que las Administraciones han abordado con alguna coherencia y sistematización la prestación de determinados servicios orientados hacia el fortalecimiento del tejido social de la comunidad y hacia la mejora de la calidad de la vida cultural de los ciudadanos.

En nuestro país, el trabajo sociocultural ha tenido manifestaciones dignas de mención, sobre todo en el período de la IIª República y el Régimen Franquista, pero no es hasta la llegada de la Democracia que la promoción sociocultural experimenta un desarrollo sin precedentes y toma la forma de servicio público, acuñándose la denominación de Servicios Socioculturales, rótulo bajo el que se articulan una serie de prestaciones, ya prácticamente estandarizadas, que incluyen servicios a las personas en las áreas de juventud, tercera edad, educación y cultura, principalmente. Lo novedoso de los actuales Servicios Socioculturales, lo que realmente los hace distintos de los anteriores en casi todo y nos permite contemplarlos como un fenómeno sociológico nuevo, se debe principalmente a las cuatro razones siguientes:

- El enfoque democrático con que medios materiales y humanos se han puesto al servicio de los usuarios
- El volumen de recursos materiales y humanos que se están utilizando para la prestación de los nuevos servicios socioculturales, incomparablemente mayor que antes
- La calidad y la cantidad de estos servicios, que hoy se han extendido social y geográficamente con una amplitud sin precedentes
- El aparato técnico y metodológico con el que se prestan estos nuevos servicios, cada vez más riguroso y refinado

Han sido las administraciones locales, sobre todo, las que han efectuado una labor más notable en este campo: centros cívicos, casas de cultura, casas de juventud, etc., han visto la luz por centenares en toda la geografía española. Estos equipamientos, mejor o peor dotados de recursos económicos y humanos, han ido desarrollando programas de acción sociocultural con una indudable repercusión en el bienestar social de los ciudadanos. El hecho de que, sobre todo a partir de la promulgación de la Ley Reguladora de las Bases del Régimen Local (1985), los ayuntamientos reciban, junto con el encargo explícito de prestar servicios a las personas, las fuentes de financiación que tales servicios comportan, es algo decisivo para que los servicios socioculturales se hayan desarrollado como hoy vemos.

Pero cuando la animación sociocultural (ASC) se convierte en trabajo sociocultural institucionalizado, en servicios socioculturales, nos encontramos con dos fenómenos. El primero es que la ASC se burocratiza, de manera que goza y sufre, respectivamente, de las apoyaturas y de las limitaciones que las estructuras administrativas poseen: por un lado, el estatus de servicio público con todo lo que esto conlleva en lo tocante a reconocimiento oficial, dotación de recursos humanos y presupuestarios, etc.; por otro lado, la relativa rigidez de la que, aún hoy, adolece la Administración. El segundo es que la ASC, en tanto que servicio público, en tanto que prestación social, va a recibir por parte del ciudadano la misma exigencia de calidad y efectividad que el resto de los servicios públicos reciben. Ya no habrá de ser una práctica social apenas complementaria, de carácter más bien subsidiario, sino una parte más de los servicios que componen el sistema de bienestar social que los contribuyentes sufren con sus impuestos.

La creciente exigencia de efectividad de que es objeto la Administración, en general, afecta más aún a los servicios socioculturales, por nuevos y por "prescindibles": tienen que demostrar que ciertamente sirven para algo y que no son sólo un gasto relativamente superfluo. En el plano de la teoría, parece claro que las acciones tendentes a robustecer el tejido social, a propiciar la participación, a elevar el nivel socioeducativo y cultural de la gente, ... son manifiestamente beneficiosas para la comunidad, en lo individual y en lo colectivo. Todos pueden estar de acuerdo con que estas actuaciones públicas son muy convenientes y dignas de la mayor consideración. Otra cosa es, sin embargo, que se demuestre que estos elevados propósitos son realizables, al menos parcialmente, y que, en consecuencia, es necesario pergeñar un aparato de recursos materiales, humanos y financieros acorde con la magnitud de la tarea.

Por consiguiente, ya no bastará el espíritu filantrópico de sus fines ni la simple buena voluntad de sus agentes para que los servicios socioculturales sean aceptados y reconocidos por la ciudadanía. Ahora, los servicios socioculturales han de ser eficaces, eficientes y socialmente rentables: deben cumplir objetivos programáticos, hacerlo a un coste razonable y producir beneficio social. Deben, en suma, dejar de ser una práctica artesanal bienintencionada para convertirse en un instrumento técnico-científico de transformación social, que se construye sobre datos y realidades tangibles y contrastables. Como se pondrá de mayor relieve más adelante, subyace en este planteamiento una idea-fuerza que es la que ha nucleado el diseño y funcionamiento de los equipamientos socioculturales más rentables socialmente: la necesaria tecnificación profunda de los servicios socioculturales públicos para mejor servir a las demandas y necesidades de los ciudadanos.

2. Los equipamientos socioculturales en la promoción sociocultural

Queremos tratar en este epígrafe una cuestión casi siempre dejada de lado en los textos sobre animación sociocultural, en los currícula de formación en animación sociocultural y en los foros de debate e intercambio de experiencias sobre el mismo tema. En todos estos marcos formales o académicos se abordan habitualmente asuntos relacionados con la programación y evaluación de actividades socioculturales, con la gestión de planes de acción sociocultural, con la sociología, con la antropología cultural, ... aspectos todos sin duda importantes para hacer ASC, para formar a los nuevos y viejos animadores socioculturales y para actualizarse mediante la comunicación y el contraste con otros profesionales. Pero los equipamientos socioculturales raramente reciben mayor consideración, cuando la reciben, que una mención marginal. No deja de ser chocante este enfoque casi exclusivamente superestructuralista, que pone todo el énfasis en la teoría de la gestión, en los procedimientos y en las técnicas de animación y olvida casi completamente los soportes, las infraestructuras, los equipamientos en definitiva. Es evidente que las ideas y las técnicas de intervención son imprescindibles para acometer eficientemente acciones de ASC, pues el más moderno de los edificios apenas sirve para algo cuando no hay proyecto de gestión, ni técnicos, ni metodología. Pero no debería olvidarse que también es cierto lo contrario, es decir, que hoy poco se puede hacer en ASC sin disponer de marcos y soportes adecuados para dar cabida, acoger y sostener las acciones y los procesos de intervención sociocultural.

La ASC siempre ha requerido soportes infraestructurales y tecnológicos para su desarrollo, pero hoy este factor ha cobrado una importancia especial. La demanda viene siendo cada vez más específica y sofisticada y cada vez es mayor la exigencia de calidad en los servicios a las personas. Estos servicios no se pueden prestar hoy en nuestro país al margen del desarrollo cultural y económico de la sociedad, ignorando los importantes cambios que han tenido lugar y soslayando el hecho incontestable de que la gente tiene referentes de calidad en todas partes, que la gente compara lo que se le ofrece con lo que ve, con otras ofertas, de tal modo que si un servicio sociocultural no se le presta en unas determinadas condiciones, homologables con otros servicios de la misma índole, públicos o privados, es más que probable que rechace utilizarlo si puede acudir a otro mejor. La ASC ahora no solamente debe ofrecer actividades oportunas y atractivas, además de beneficiosas para el individuo y la comunidad, sino que debe presentarlas bien "montadas", en espacios adecuados, que puedan competir con las que los usuarios encuentran en la calle cotidianamente. Creemos que el quid de la cuestión está en considerar los equipamientos socioculturales como un elemento de la propia ASC, y, además, como uno de los más importantes. Pensamos que hay tres pivotes sobre los que se sustenta esta idea:

- El equipamiento es un soporte para la realización de proyectos y actividades socioculturales.
- El Equipamiento es un cauce de la participación del ciudadano en los procesos de ASC.
- El usuario debe poder identificarse con el equipamiento, que es suyo porque el técnico sólo lo administra.



El equipamiento es la base sobre la que se realizan gran parte de las actividades de animación sociocultural, especialmente en aquellos casos en que por su naturaleza esas actividades requieren de espacios específicos, oportunamente acondicionados para su desarrollo. Además, hay zonas geográficas y/o épocas del año en las que la climatología limita total o parcialmente la realización de muchas actividades socioculturales, incluso cuando éstas poseen unas características o están diseñadas de tal modo que en principio no harían imprescindible un local para su ejecución.

El equipamiento opera frecuentemente como un canal por donde llega la participación ciudadana, y se convierte en una plataforma merced a la cual la gente puede vincularse entre sí y con la Institución. Es un espacio de encuentro de la gente, es un meeting point de la vida social de una comunidad, un espacio en el que unos conocen a otros, donde se juntan personas para hacer cosas variadas y donde también se traban nuevas relaciones y se fraguan nuevas iniciativas.

El equipamiento sociocultural es, como se sabe y no debe olvidarse, un bien de propiedad pública, una instalación que pertenece al ciudadano, por más que esté administrado por funcionarios. Una de las más eficaces estrategias de rentabilización social de un equipamiento consiste, precisamente, en que los ciudadanos se hagan usuarios, en que reconozcan el equipamiento como algo propio, en que se identifiquen con el mismo: así lo utilizan, lo quieren y lo cuidan ... “como si fuera suyo”.

Estas tres razones bastarían por sí solas para darle a los equipamientos socioculturales el relieve que merecen en la promoción sociocultural. No son cuestiones menores, pues de ellas puede depender que determinados proyectos o actividades de ACS sean un éxito o un fracaso y que, incluso, la política sociocultural de una institución encuentre eco y atraiga a la gente y, por tanto, sea efectiva, o caiga en el vacío. Insistimos: para dar un buen servicio sociocultural, para diseñar “un servicio de proximidad” es necesario contar no sólo con ideas adecuadas a una realidad social, con proyectos socialmente pertinentes y con recursos humanos técnicamente preparados, sino también con unas instalaciones dignas, de calidad, diseñadas igualmente para los objetivos que se quieren alcanzar. Es preciso atender al servicio material (qué servicio se presta) además de al servicio personal (cómo se presta el servicio) y en esto cobra notoria importancia el equipamiento en sí, el centro sociocultural propiamente dicho. Como veremos después, nuestra concepción de una Casa de Cultura desde la perspectiva de “servicio de proximidad” debe mucho a este relieve otorgado al equipamiento y por eso hemos dado aquí algún espacio a una reflexión somera sobre el tema.

3. Las Casas de Cultura ayer y hoy: Evolución de su diseño y función

Existen, en un sentido amplio del término, diversas clases de equipamiento sociocultural: culturales, educativos, asistenciales, mixtos, etc. Una acepción más específica, que es también la más común, considera como equipamiento sociocultural propiamente dicho el que aquí hemos denominado “mixto”, es decir, el que combina al menos dos de las líneas de actuación de los antes señalados: cultura y educación, cultura y participación, etc. Entre estos últimos figuran los centros cívicos, las casas de juventud y las casas de cultura (y otros más y menos implantados: hogares del jubilado, casas de la mujer).

Las Casas de Cultura representan el paradigma de equipamiento sociocultural: una infraestructura en la que (o desde la que) se prestan servicios de difusión cultural, animación sociocultural, formación y enseñanza, participación ciudadana, biblioteca y variadas actividades sociales. En la medida que no hay una definición única e irreductible de lo que una casa de cultura puede ofrecer a los ciudadanos, depende del caso particular que estos equipamientos abarquen más o menos servicios que los arriba indicados, pero, por lo que sabemos del panorama español y europeo, aquéllos serían los servicios estándar que ponemos encontrar en una casa de la cultura normal en cualquier parte. Son equipamientos polivalentes, multifuncionales, contruidos para soportar un muy amplio abanico de actividades socioculturales para muy diverso público. Por eso en muy buena parte de nuestra geografía las casas de cultura fueron y son el equipamiento sociocultural municipal por excelencia. Como las actividades socioculturales son muy variadas y cambiantes y como los recursos de los ayuntamientos son limitados, la mayoría de los gobiernos municipales optó en su día por este tipo de equipamiento, que servía para casi todo, en vez de erigir equipamientos específicos para sectores de actividad muy concretos. Hoy día, en muchos municipios, que ya cuentan con un equipamiento cultural genérico como la casa de la cultura, se están levantando infraestructuras culturales, formacionales, etc. específicas (teatros, auditorios, escuelas de música, centros de formación, etc.), pero en los comienzos de la andadura de la intervención sociocultural pública, allá por los primeros ochenta, la situación y las necesidades eran otras y los recursos menores. El color político de una muy gran parte de los ayuntamientos en España determinó además que el enfoque de estos centros públicos estuviese fuertemente orientado hacia la difusión cultural, la formación básica y la participación ciudadana. En aquella fase, que podríamos llamar de democratización cultural, se perseguían, sobre todo, tres objetivos: difundir los beneficios de la cultura al conjunto de la población; proporcionar educación cultural, conocimientos culturales; y terminar con la desigualdad que producen los distintos grados de acceso a la cultura. Eran objetivos de extensión cultural, de pedagogía social y de igualitarismo político: como sólo las capas más altas (o las más urbanizadas) de la sociedad habían podido disfrutar del acceso a la cultura y a la creación cultural, se trataba ahora de aplanar, por así decir, la pirámide de la cultura, haciéndola más popular, más “ciudadana”. En ese empeño se alcanzaron no pocos logros y se cometieron muchos errores. Los primeros ayuntamientos democráticos se encontraron con que tenían un presupuesto “para cultura” y con que estaba casi todo por hacer y pusieron grandes dosis de voluntarismo para llevar a cabo su tarea de intervención sociocultural, apoyados en aquel entonces, todo hay que decirlo, por el movimiento vecinal y ciudadano, todavía fuerte, y dejándose llevar, también hay que decirlo, por la moda de poseer un centro cultural en el municipio. Así que junto a los indudables beneficios sociales que se produjeron (en muchos pueblos hubo gente que por primera vez en su vida pudo ver una exposición de escultura, un concierto o una obra de teatro), pronto se pusieron de manifiesto las limitaciones de una forma de actuar, artesanal, amateur, muchas veces improvisada. Apenas existían profesionales de la promoción sociocultural ni verdaderos gestores de equipamientos, el voluntarismo, el trabajo militante dominaban las actuaciones públicas en materia sociocultural y las casas de cultura ora se saturaban de público, ora quedaban desiertas, no se sabía gestionar con un mínimo de sistematización y con criterio de rentabilidad social este tipo de equipamiento. Se pusieron al frente de estos equipamientos a personas con buena fé y con ganas de hacer cosas, pero con frecuencia muy poco preparadas para llevar a cabo una tarea de gestión como la que era necesaria. Al mismo tiempo, se construían casas de cultura más por criterio meramente arquitectónico que de uso, con las consecuencias lógicas de inadecuación a los fines y a los públicos que les correspondían. Y además, a medida que corría el tiempo, la sociedad española cambiaba aceleradamente como resultado del desarrollo económico y tecnológico, de manera que el modelo de democratización cultural para amplios sectores sociales se estaba quedando obsoleto. En las ciudades, sobre todo, pero también en áreas geográficas más desarrolladas económicamente, las necesidades y las demandas se transformaban aceleradamente: el cinefórum, el taller de macramé, las charlas de sensibilización, etc., dejaron de ser funcionales, cada vez tenían menos público o tenían un público-cliente, ... A finales de los ochenta resultaba evidente que había que cambiar el modelo de casa de cultura (y, en general, de intervención sociocultural) si se quería que sirviera para algo efectivo. Era necesario modificar el enfoque: cambiar la democratización cultural por la democracia cultural, cambiar el director militante por el gestor, cambiar los voluntarios animadores por los técnicos de promoción sociocultural, cambiar la asignación de fondos adhoquista y, en el mejor de los casos, incrementalista, por los presupuestos por programas, implementar la programación por objetivos. Hubo que cambiar, en definitiva, el paradigma de intervención cultural y, correlativamente, la función y los usos de las casas de cultura, para hacer de ellas equipamientos socioculturales públicos de calidad, ajustados a la demanda. Algunos ayuntamientos acometieron la transformación pronto y bien (pero muchos tarde y mal y algunos, desafortunadamente, todavía hoy no la han acometido) desde muy temprano: construyeron casas de cultura, dignas, acogedoras, atrayentes para el usuario, especialmente diseñadas para la polivalencia (abandonando aquel viejo edificio en absoluto adecuado para los nuevos tiempos), las dotaron tecnológicamente, pusieron al frente a personas formadas en dirección y administración y no sólo cultos o sensibles socialmente, las dotaron con técnicos formados en trabajo sociocultural y no sólo cultos o sensibles socialmente, les asignaron partidas presupuestarias según programas plurianuales y las convirtieron, en fin, en el soporte de desarrollo sociocultural que la sociedad necesitaba: plataformas de creación cultural, sostén de actividades sociales con origen en la propia sociedad civil, centros asesores para la planificación y montaje de actividades promovidas por los propios grupos y asociaciones ciudadanas, difusoras de productos culturales de gran formato, aulas de formación en materias con demanda social, actualizadas, realistas, instaladas en la calidad y mirando hacia la excelencia: habían nacido las nuevas casas de cultura para el siglo XXI.

Y, aunque parezca una paradoja, esta nueva filosofía de intervención sociocultural, este nuevo modelo de gestión de la casa de la cultura propician en mayor medida que lo anterior un servicio de proximidad para el ciudadano, porque resulta más eficaz, más eficiente, más rentable socialmente, porque da respuesta ágil y rápida y de calidad a las demandas y a las necesidades de la comunidad, a las personas, a los grupos y a los colectivos. Se adapta mejor a lo que los ciudadanos quieren y a cómo lo quieren, que es algo cambiante y dinámico, pero que tiene un cada vez mayor nivel de exigencia en locales, en medios y en resultados. No se pueden hacer recomendaciones generales extensibles a todos los municipios y a todos los territorios, pues la variabilidad de las circunstancias comporta variabilidad de posibilidades y respuestas, pero si tomamos como referente un municipio con alto nivel de urbanización, desarrollado socioeconómicamente y demográficamente, el modelo de casa de cultura funcional ha de ser, muy



probablemente, uno basado en las directrices de filosofía de gestión apuntadas más arriba: adaptado a las circunstancias y contextos actuales, administrado de forma muy parecida a una empresa de servicios en muchos de sus componentes y socialmente rentable. Y que considere al equipamiento propiamente dicho en todo lo que vale, como una infraestructura cuya importancia es de primer orden. Esto es, creemos, un servicio público de calidad, demandado y defendido por los usuarios (que no es una cuestión menor), que presta buenos servicios, que contribuye al desarrollo y al bienestar sociales, que responde a las necesidades reales de los individuos y la colectividad, que hace del usuario protagonista de su vida sociocultural, ayudándole a realizar sus proyectos y no tanto dándoselos empaquetados para su mero consumo, esto es, decimos, la base de la proximidad al ciudadano de un servicio público contemporáneo.

4. Un estudio de caso: La Casa Municipal de la Cultura de Alcobendas (Madrid)

La casa municipal de la cultura de Alcobendas puede constituir un buen ejemplo de la evolución-tipo de las casas de cultura en España, desde la aparición de esta clase de equipamiento en nuestro país hasta la actualidad, si bien con ciertas particularidades que la hacen un caso singular.

La idea de prestar servicios de cultura a los ciudadanos toma carácter de realidad en Alcobendas, como en tantos otros municipios de nuestra geografía, con el advenimiento de los ayuntamientos democráticos. Es entonces cuando conceptos como participación, desarrollo comunitario, cultura popular, ..., comienzan a plasmarse en auténticos servicios públicos con los que las Corporaciones pretenden el crecimiento sociocultural de los ciudadanos. Así surge en Alcobendas el Patronato Sociocultural y la Casa Municipal de la Cultura.

El Patronato Sociocultural del Ayuntamiento de Alcobendas se crea en 1982, al amparo del Reglamento de Servicios de las Corporaciones Locales (arts. 85-88) que faculta a los ayuntamientos a crear fundaciones y empresas públicas para la prestación de determinados servicios públicos. Anteriormente, el Ayuntamiento prestaba algunos servicios socioculturales (Universidad Popular, Casa de la Juventud, G. Psicopedagógico, ...) pero no de una forma funcional y organizativamente integrada como lo es en el Patronato. Cuando éste se crea y en los comienzos de su andadura, abarca varios otros servicios (Bibliotecas Municipales, Universidad Popular, etc.) además de la Casa de la Cultura con su "Servicio de Animación Permanente", para la "programación y organización de actividades sociales y culturales".

La Casa Municipal de la Cultura, como tal, se crea el dos de mayo de 1.983, dentro del marco organizativo, como se ha dicho, del Patronato Sociocultural, siendo entonces de hecho la Casa la sede administrativa y de dirección técnica de éste. El Servicio de Animación Permanente, hoy desaparecido, también tuvo aquí su sede, al igual que la tuvo el servicio sucesor, "Planificación y Animación Sociocultural", que tenía funciones bastante similares, es decir, la programación de actividades de animación sociocultural implicando a muchas de las asociaciones emergentes y la difusión cultural (arte, espectáculos, etc.), procurando atraer al público popular. El dinamismo de las asociaciones locales de todo tipo en los años 80 (un dato: el 66% de las asociaciones alcobendinas se funda a partir de 1.985), junto con el desarrollo en todos los órdenes de Alcobendas (otros datos: la población había crecido en un 30% en el período 1980-1990; la renta familiar disponible superaba hasta en casi 15 puntos la de la CAM), hacen que este modelo de intervención sociocultural se replantee para dar paso a otro más eficiente, más acorde con la nueva realidad social alcobendina.

Así, se producen notables cambios en la estructura funcional y organizativa del Patronato, que tienen como consecuencia, entre otras, la modificación del perfil del servicio de la Casa de la Cultura. En el año 1987 la Casa pasó a ser gestionada por el llamado "Servicio de Planificación" del Patronato, que cumplía funciones de programación cultural para Alcobendas, pero ya apenas de animación sociocultural, en el sentido estricto del término, es decir, de realización de actividades de animación comunitaria, pues ahora son las asociaciones, los grupos, los colectivos y algunos individuos los que diseñan y proponen proyectos de animación. La Casa de la Cultura aún programa fiestas y grandes eventos culturales, hace difusión cultural, pero ha dejado la animación a la propia sociedad civil, que comienza a encargarse, ya "animada", a protagonizar su vida social y cultural.

En noviembre de 1.989 tiene lugar la desaparición del Servicio de Planificación, y la creación, en gran medida a partir de éste, de dos nuevos servicios: "Programación y Difusión Cultural" y "Casa de la Cultura y Servicio de Apoyo Técnico". Este último incorporó todos los técnicos de audio y luminotecnia que antes formaban parte del "Servicio de Medios Audiovisuales". El servicio de apoyo técnico, es quien gestiona entonces la Casa de la Cultura a todos los efectos, mientras que el servicio de programación se encarga de fiestas, eventos, exposiciones y todo lo que se llama difusión de la cultura. Este cambio organizativo se produce como directa consecuencia de la nueva óptica adoptada para desarrollar la promoción sociocultural en el municipio: los eventos y espectáculos de gran formato, que normalmente exceden las capacidades organizativas de los ciudadanos, siguen siendo diseñados e impulsados por el ayuntamiento, pero casi todo el resto de las actividades de menor relieve quedan en manos de la gente, que directamente y, sobre todo, a través de las asociaciones y similares perfeccionan proyectos específicos, sectoriales, que forman la vida sociocultural cotidiana de Alcobendas (espectáculos menores, semanas, jornadas, gastronomías populares, celebraciones, competiciones, teatro aficionado, tertulias, cine, etc.). El Servicio de Apoyo Técnico, precisamente, lo que hace es asesorar, orientar, dar soporte tecnológico, prestar infraestructuras, ... es decir, proporcionar soporte al proyecto o a la actividad del ciudadano, que viene a solicitar ayuda, espacio, medios, para llevar a cabo su idea. El cambio es fundamental: se pasa de una promoción sociocultural dirigida a una participada, en la que los usuarios son los protagonistas de la vida sociocultural de su localidad. Y en lo que no alcanzan, y en lo que no es de interés "general", el ayuntamiento programa actos culturales, difunde los paquetes más gruesos, por así decir, del mercado cultural.

Pero para este viaje hacen falta determinadas alforjas. Evidentemente, un salto de esta índole no solo comporta que se hayan producido importantes cambios en la sociedad y que haya florecido la iniciativa ciudadana, sino que la institución sea capaz de asumir todo lo que se deriva del salto: tecnificación, recursos y voluntad política. La última ha sido en Alcobendas una constante desde los primeros gobiernos municipales democráticos. La tecnificación y los recursos han ido creciendo acompasadamente con las necesidades del cambio en la prestación del servicio. La Casa de la Cultura tenía al comienzo de su andadura menos de media docena de técnicos y auxiliares y un presupuesto difuminado en el del Patronato; en 1988 contaba ya con seis técnicos, un coordinador, un administrativo y un servicio contratado de operarios que oscilaba en virtud de las necesidades; en 1989, cuando se produce la creación del Servicio de Apoyo Técnico, la plantilla de éste es de siete técnicos, dos técnicos especialistas, cuatro técnicos auxiliares, seis operarios y un administrativo, a los que habría que añadir, pertenecientes al Servicio de Programación, otros cuatro técnicos programadores y otro administrativo. El presupuesto de la Casa de la Cultura, sólo en lo que se refiere a edificio y servicio de apoyo técnico ha alcanzado entonces los cien millones de pesetas. Como se ve, el cambio de filosofía del servicio no es sólo nominal, retórico: es efectivo, se le dota de los recursos necesarios para llevarlo a la práctica. La revolución, como decía Lenin (con perdón) es todo el poder para el pueblo más electrificación.

Aún se han producido otros cambios estructurales en el modelo de intervención sociocultural en Alcobendas que han afectado notoriamente a la Casa Municipal de la Cultura. En 1996 se construye el Teatro Auditorio Municipal de Alcobendas, un gran edificio con cerca de mil plazas de capacidad para acoger, entre otras cosas, manifestaciones culturales y espectáculos de gran formato, vertiente de la difusión cultural que no contaba en la ciudad con una plataforma adecuada. Las consecuencias para la Casa de la Cultura son inmediatas: el Teatro Auditorio asume la difusión cultural de grandes espectáculos y se lleva al coordinador del Servicio de Apoyo técnico, a dos de sus técnicos de audio/luz y a dos operarios, a los que se suma un programador del Servicio de Programación. Estos dos servicios se refunden de nuevo en Casa de la Cultura, en la que quedan un coordinador, dos programadores, tres animadores, dos técnicos especialistas, dos técnicos auxiliares, siete operarios y un administrativo (además de los conserjes, que siempre estuvieron en la Casa), con un presupuesto, para el año 2000 y por todos los conceptos de casi doscientos millones de pesetas. Sigue organizando festejos populares (Cabalgata, Carnaval, etc.), difusión cultural de pequeño formato y exposiciones de todo formato y presta espacios, tecnología y asesoría y apoyo técnico para la realización de los proyectos y actividades de los ciudadanos (el 65% de los actos programados).

Un último apunte para terminar. Resulta decisivo en este modelo el marco general de filosofía de servicio del ayuntamiento en su conjunto, que desde mediados de los noventa ha abordado con decisión el modelo de calidad total para la institución, en buena medida alentado por los resultados obtenidos con algunas medidas de calidad en los servicios del Patronato Sociocultural. La concepción de un servicio público de proximidad encuentra aquí otro importantísimo pivote en el que apoyarse: la satisfacción del usuario como referente permanente en el diseño y prestación de los servicios municipales. Continuamente, la propia institución realiza estudios de calidad en los servicios (encuestas, análisis de reclamaciones, entrevistas, etc.) con objeto de conocer sus fortalezas y debilidades, en la idea de la "mejora continua", de mejor satisfacer las necesidades y las demandas de los ciudadanos. La Casa de la Cultura hace ya más de un lustro que empezó a realizar encuestas de calidad para conocer sus déficit desde la óptica del usuario y poder mejorar sus servicios. Tal vez hay otras formas, pero sin duda ésta es una de las más efectivas en el camino de estar próximos al ciudadano.



Ponente:

MANUEL ROJO ARANDA

Jefe de la Unidad de Centros Cívicos Municipales de Córdoba

LA RED DE CENTROS CÍVICOS MUNICIPALES DE CÓRDOBA

1. Introducción

Córdoba es una ciudad con 311.000 habitantes, de los cuales el 90% se asientan en el núcleo urbano y el 10%, aproximadamente, en la periferia.

La distribución en el núcleo urbano se realiza por barrios con una fuerte identificación tanto histórica, religiosa como cultural. En este sentido la distribución municipal agrupó barrios cercanos con características urbanísticas, sociales, económicas o geográficas comunes, distribución que se ha tenido como referencia para la distribución de los Centros Cívicos Municipales, construyendo uno por cada distrito de la ciudad, salvo en uno de ellos, que en la actualidad se está construyendo. Respecto a la periferia existe un centro de barrio en cada una de las seis barriadas existentes.

Hay que resaltar que los centros cívicos en Córdoba surgen desde la demanda ciudadana de dotar los distritos de la ciudad de equipamientos socioculturales. Y esa participación ciudadana ha marcado el crecimiento de dichos centros.

2. Definición y fines

Un centro cívico se define como una institución pública organizada territorialmente para la prestación de servicios y para la participación ciudadana en los asuntos de la respectiva colectividad, en la esfera de las competencias municipales.

Los Centros Cívicos Municipales responden a los siguientes fines:

- Desarrollan una actividad de promoción social y cultural, acorde con los valores democráticos recogidos en la Constitución Española, caracterizándose por el fomento y dinamización de la vida social y cultural del distrito, por la prevención de la marginación y por la lucha contra la desigualdad.
- Se constituye como eje del proceso de la desconcentración administrativa y de gestión, compartiendo el Ayuntamiento con la ciudadanía una parte de las decisiones.
- Integran distintas áreas y servicios en un programa único, adaptado a las necesidades de cada distrito.
- Sirven a los intereses colectivos y satisfacen las demandas de la población desde la proximidad a la ciudadanía.
- Apoyan la misión de las organizaciones ciudadanas facilitando recursos, asesorando técnica y administrativamente, así como sirviendo a su vez de cauce en las relaciones con la administración municipal.
- Favorecen el compromiso de la ciudadanía, individual y colectivamente, creando redes sociales y culturales, sensibilizando a la población, informando a los/as ciudadanos/as y propiciando el análisis de la calidad y bienestar de los mismos, de tal manera, que los Centros Cívicos Municipales sean verdaderas Escuelas de Democracia Participativa.
- Realizan el seguimiento de la actividad municipal en el distrito, consistente en el conocimiento y la comprobación del cumplimiento de los actos municipales, así como la atención de la calidad de los servicios. Canalizan al mismo tiempo, las quejas y sugerencias de los ciudadanos sobre los servicios públicos en el distrito.
- Fomentan el voluntariado.

3. Breve historia

Después del trabajo de más de un año, donde técnicos de diferentes Áreas Municipales elaboran el Proyecto de Centros Cívicos, que sirve de marco teórico y técnico, el 29 de junio de 1991 se inaugura con carácter experimental el primer Centro Cívico Municipal.

Desde esa fecha se han ido poniendo en marcha diferentes centros hasta llegar a la actualidad, en la que Córdoba cuenta con seis centros cívicos en los distritos de la ciudad; cuatro centros complementarios y seis centros de barrio, en las seis barriadas periféricas. Así mismo, en la actualidad, se están construyendo dos nuevos centros cívicos.

La Regulación de los centros cívicos se estableció mediante unas “Normas Provisionales de Centros Cívicos”, que fueron sustituidas por el “Reglamento de Funcionamiento de Centros Cívicos Municipales” aprobado por Pleno con fecha 4 de Mayo de 2000.

A lo largo de estos 10 años orgánicamente han dependido de diferentes Áreas municipales:

Con fecha 4 de Mayo de 2000 fue aprobado por el Pleno Municipal el “Reglamento de Funcionamiento de los Centros Cívicos Municipales”. Este reglamento regula el funcionamiento de los centros, con lo que establece mayor claridad a su gestión. Si bien lo más importante de su aprobación es que le da un carácter de acuerdo plenario al proyecto de Centros Cívicos Municipales de Córdoba.

Este Reglamento ha sido el fruto del consenso establecido entre las distintas partes: política, vecinal y técnica, participando activamente todas ellas en la elaboración de aquél. Esta aprobación ha supuesto un hito importante en la historia de los Centros Cívicos, y hay que resaltar la importancia que supone el consenso entre todos los grupos políticos y los ciudadanos.

4. Organización de la red de C.C.M

En la actualidad, como ya se ha mencionado la Red de Centros Cívicos Municipales depende orgánicamente del Departamento de Relaciones Ciudadanas, el cual depende del Área de Alcaldía.

La red está coordinada desde la Unidad de Centros Cívicos, que conforma junto a los directores/as de los diferentes centros un “Equipo de Dirección Técnica” que es el responsable de la elaboración, seguimiento y evaluación de todos los programas marco que se realizan.

Respecto al personal que compone la plantilla básica de un centro cívico es un/a director/a, un coordinador/a de programas culturales, un/a animador/a cultural, un/a auxiliar administrativo/a y cuatro ordenanzas, plantilla que está prácticamente consolidada en todos los centros. Además se cuenta con contratos de servicios de monitoraje, de ludotecarios/as y bibliotecarios/as.

Además se cuenta con el personal de las Zonas de Trabajo Social y de los departamentos de Juventud, Mujer y Empleo.

En el Reglamento se recoge la organización en los siguientes términos:

- La organización del Centro Cívico Municipal responde a los principios de polivalencia de los espacios y de integración de los servicios.
- Los servicios que se prestan podrán ser propios del Centro y los desarrollados territorialmente por otro Área u Organismo Municipal.
- El órgano ejecutivo del Centro es el Director/a. El Órgano Colegiado Participativo es el Consejo del Centro. Además de dicho consejo se podrán crear otros órganos como los Grupos de Trabajo y la Asamblea de Usuarios.
- Todos los servicios que se presten en el Centro Cívico, propios y territorializados, deberán mantener una estricta coordinación, integrándose en una programación general del Centro Cívico, que será propuesta anual o semestralmente.



4.1. Servicios que se prestan en un Centro Cívico Municipal

4.1.1. Servicios Dependientes Orgánicamente de la Dirección

A) Servicio de atención-información al público

La oficina de atención-información al público es la responsable de facilitar información a los/as ciudadanos/as, dar Registro de Entrada de Documentos, así como tramitar los asuntos administrativos municipales siguientes: certificados de padrón, volantes de padrón, cambios de domicilio, altas por omisión, error de padrón o altas de padrón de habitantes.)

B) Servicio de Lectura de Prensa

Este servicio cuenta con prensa local, nacional y revistas de diverso contenido, que se disponen generalmente en los accesos al centro y están a disposición del público.

C) Servicio de Ludoteca. Programa “Promoción sociocultural de la Infancia”

Con este servicio se pretenden alcanzar los siguientes objetivos:

- Educar en el tiempo libre a través del desarrollo global del juego.
- Posibilitar al conjunto de la población, y especialmente a la infancia, el acceso a un uso creativo de su tiempo de ocio.
- Favorecer el establecimiento de una visión alternativa de la actividad lúdica en el conjunto de la población.

A nivel metodológico se plantea la ludoteca desde una concepción más amplia. No se trata de utilizar el espacio existente como el único lugar donde se van a desarrollar las actividades con la infancia sino que se amplía el campo de actuación a otros lugares del propio centro y a lugares cercanos (plazas, colegios, etc.).

Por lo tanto se plantea la ludoteca desde una concepción abierta y generadora de dinámicas participativas, en la cual no sólo se trabajará con la infancia, además se plantearán actividades que fomenten la comunicación entre los diferentes sectores de población: niños/as, padres, madres, abuelos/as, etc.

D) Servicio de Bibliotecas

En todos los centros de la Red, existe una biblioteca que además de facilitar el acceso de los ciudadanos/as a un puesto de lectura, información bibliográfica y préstamo de libros, desarrolla una serie de actividades relacionadas con la animación y promoción de la lectura: cuenta cuentos, talleres de animación a la lectura, talleres de marionetas, actividades en la calle, etc.

E) Servicio de Usos de Espacios

Desde la Red de Centros Cívicos se ofrece a grupos informales, asociaciones, etc., los diferentes espacios de los centros: salas, salones de actos, laboratorio de fotografía, sala de asociaciones, salas de talleres, etc., de forma totalmente gratuita.

Hay que señalar que los Consejos de Distrito, órganos de participación ciudadana que aglutinan a las asociaciones de un distrito, disponen de una sala como sede en los centros, recibiendo apoyo administrativo y de recursos desde los mismos centros.

4.1.2. Servicios territorializados no dependientes orgánicamente de la dirección del C.C.M.

A) Zonas de Trabajo Social

El Área de Servicios Sociales, a través de sus ZTS desarrollan las Prestaciones Básicas, establecidas en el Decreto 11/1992 de 28 de Enero, y contempladas en el Plan Concertado, cuya competencia es obligatoria para los Municipios de más de veinte mil habitantes:

- Información, valoración, orientación y asesoramiento al Ciudadano
- Ayuda a domicilio
- Convivencia y reinserción social
- Cooperación social.
- Prestaciones complementarias (ayudas económicas, familiares, ayudas de emergencia social, etc.)

B) Servicio de Atención al Ciudadano desde la Policía de Distrito

Se trata de un servicio que depende de la Policía de Distrito, la cual atiende aquellas consultas, demandas, denuncias, etc. de los ciudadanos/as. Para ello tienen establecido un horario determinado.

C) Servicios que se prestan desde el Área de Mujer, Juventud y Empleo:

Esta Área está territorializando progresivamente los siguientes recursos humanos:

- Dinamizadores/as-informadores/as Juveniles.
A través de este servicio el Departamento de Juventud mantiene un/a informador/a-dinamizador/a juvenil cuyo objetivo es canalizar la información y dinamizar a los colectivos juveniles de los distritos.
- Agentes de Empleo y Desarrollo Local.
A través de este personal se pretende incidir en materia laboral en los distritos, canalizando la información referida al empleo, así como dinamizando aquellas iniciativas que puedan generar autoempleo.
- Promotoras para la Igualdad de la Mujer.
Desarrollan tareas relacionadas con la promoción de la mujer a fin de facilitarles alternativas que les permitan salir de situaciones de desigualdad extrema en las que se encuentran.

4.2. Programa de promoción sociocultural

La programación de promoción sociocultural se realiza por el personal técnico dependiente del Departamento de Relaciones Ciudadanas. Comprende aquellos proyectos que están encaminados a avanzar en la promoción sociocultural de los ciudadanos/as en los distritos de la ciudad. Están concebidos y ofertados desde los propios Centros Cívicos, y pretenden ser un marco de referencia a las posibles actuaciones a realizar en éstos.

El hecho de ser proyectos previamente elaborados no implica que no estén abiertos a la modificación y propuesta de los grupos y asociaciones. En este sentido, dichos proyectos serán un marco teórico referencial de las políticas de promoción sociocultural municipales, si bien abiertas a las propuestas y sugerencias vecinales.

Se trata de actuaciones que no se quedan en la oferta de la actividad y en el número de personas que asisten a éstas, sino que pretenden introducir a la población en actividades socioculturales y fomentar la creación de grupos estables tanto formales como informales y generar asociacionismo en base a otros centros de interés.

Estos proyectos son los siguientes:

A) Proyecto “Acércate a la Artesanía y a la Imagen”

Los contenidos temáticos giran, por una parte, sobre las distintas técnicas Audiovisuales, Artesanales y Artísticas. Este formato de intervención, cuenta con:

- Cursos de Adquisición de Técnicas Instrumentales Básicas.
- Cursos sobre Temas Monográficos o de Técnicas Avanzadas.
- Exposición final.



B) Proyecto “Promoción de Artistas Plásticos Noveles 2000”

El proyecto de Promoción de Artistas Noveles alberga una serie de iniciativas destinadas a la promoción del arte contemporáneo cordobés. Así mismo, Artistas Noveles lleva a los Distritos el concepto del arte, facilitando a los/as ciudadanos/as los instrumentos para conocerlo, apreciarlo e incluso incorporarlo a su propia obra.

Contempla las siguientes actividades:

- Convocatoria. Como paso previo al certamen se abrirá una convocatoria pública y se llevará a cabo la selección de los artistas plásticos noveles.
- A los/as artistas premiados se les concede un premio en materiales y se elabora un catálogo de todas las obras.
- Exposiciones por toda la Red de Centros Cívicos Municipales de las obras de los/as artistas premiados.

C) Proyecto “Conoce tu Ciudad”

El proyecto “Conoce tu Ciudad” surge como necesidad de dar a conocer el patrimonio histórico artístico de Córdoba a sus ciudadanos. El proyecto se articula a través de dos fases formativas que se desarrollan en torno a tres módulos temáticos: Córdoba Romana, Córdoba Islámica y Córdoba Cristiana.

El desarrollo formativo se plasma en dos fases: por una parte una fase teórica en el que con ayuda de un monitor especializado se imparten conocimientos históricos, culturales y económicos de un período concreto de la historia de Córdoba.

Una segunda fase práctica permite a los asistentes a estos módulos realizar una visita guiada por aquellos monumentos de la ciudad que son expresión directa del período histórico, previamente analizado.

A nivel metodológico, tanto en la fase en la cual se imparten los conocimientos en clase, como los que se realizan en las visitas guiadas, pretendemos huir del abuso de tecnicismos históricos y en cambio apostar por una visión global de la historia de Córdoba en la que la participación de los asistentes al módulo es un elemento fundamental del proceso de formación. En síntesis no pretendemos tanto llenar de conocimientos históricos a los participantes, como concienciarles sobre su implicación en su ciudad, declarada patrimonio de la humanidad.

D) Proyecto “Promoción de las Artes Escénicas”

Las artes escénicas en sus diferentes vertientes de expresión artística, son un recurso de enorme importancia para la promoción sociocultural de una comunidad, que aporta además del hecho artístico en sí, un conocimiento añadido de nuestra cultura, de nuestra identidad, de nuestra historia, de nuestro pasado y también de nuestro presente, al sintetizar e interrelacionar aspectos formativos, educativos, sociales, históricos, culturales y artísticos.

Esto hace que este proyecto sea una herramienta, que permite aunar acciones y hechos de suma importancia, para el trabajo de promoción sociocultural que llevamos a cabo en los distintos distritos de Córdoba a través de los Centros Cívicos Municipales.

El proyecto contempla las siguientes líneas de actuación:

- Convocatoria anual de subvenciones, dirigida a las entidades asociativas locales, favoreciendo el desarrollo de proyectos relacionados con las artes escénicas.
- Desarrollo de cursos, laboratorios o aulas relacionadas con las artes escénicas.
- Desarrollo de una muestra de teatro en la que se exhibirán los montajes seleccionados, de entre los proyectos que las asociaciones han trabajado y los que procedan de las aulas o talleres municipales. Se complementará con la programación de espectáculos profesionales, y pueden ser incluidos otros montajes o experiencias producidos en los distritos, aún no derivándose de las actuaciones anteriormente señaladas.

4.3. Programa “Promoción, atención y colaboración con colectivos”

A través de este programa se pretende apoyar la misión de las organizaciones vecinales, sectoriales, culturales, etc., así como servir a los intereses colectivos y favorecer el compromiso ciudadano y de los grupos. En definitiva, este programa busca la consolidación de un tejido social vertebrado y con capacidad de dinamizar y participar en y de su distrito y ciudad.

Cuenta con los siguientes proyectos:

A) Proyecto de apoyo e información a grupos y asociaciones

A través de este proyecto se apoyan las asociaciones y grupos en general en varios niveles: organizativo interno, formación, diseño de proyectos, actividades, etc. poniéndolos en contacto cuando sus intereses sean comunes y atendiendo todas aquellas demandas que realicen, siempre que éstas, sean coincidentes con los fines de los Centros Cívicos.

El fin último es cambiar un planteamiento pasivo por otro más activo y comprometido, promoviendo el asociacionismo de forma que se posibilite la creación de nuevos grupos y asociaciones, y fomentando la creación de redes sociales.

Por último, se posibilitará el encuentro entre grupos y asociaciones creando foros de debate y de interrelación entre ellos y los Centros Cívicos.

B) Proyecto de subvenciones

Se trata de una convocatoria anual abierta, de cursos, talleres, jornadas, ciclos, semanas y actividades culturales. Con ello se pretende agilizar la tramitación administrativa y atender los diferentes grupos o asociaciones que programan atendiendo a diferentes épocas.

C) Proyecto de apoyo a colectivos a través del banco de recursos

Las iniciativas que grupos y asociaciones tienen para desarrollar actividades socioculturales, muchas veces, se encuentran con la dificultad de no disponer de recursos suficientes para llevarlas a cabo.

Con el objeto de facilitar los diferentes recursos, (audiovisuales, materiales de ocio, material de exposiciones, materiales de cursos y talleres, etc.), de que disponen los Centros Cívicos, se ha creado un banco de recursos con carácter unificado, que funciona a demanda de las asociaciones o grupos.

4.4. Programa “Procesos de acción continua”

El Programa “Procesos de Acción Conjunta” pretende generar procesos de participación e implicación vecinal en el diseño, ejecución y evaluación de los proyectos que de él se deriven.

Pretende recoger de forma amplia y flexible el perfil de cada distrito teniendo en cuenta las características de los vecinos y vecinas. Pretende asimismo crear las condiciones metodológicas para una programación participada.

El esfuerzo va dirigido a fomentar la participación, entendiéndola como la capacidad del ser humano de pensar, proponer, decidir y actuar conjuntamente con otros en orden a la transformación del entorno.

Es por ello, que los Consejos de Centro, son el ámbito natural en el diseño de las programaciones anuales del programa de Procesos de Acción Conjunta.

Los miembros vecinales actuarán como canalizadores de las inquietudes, necesidades, demandas, intereses y motivaciones de las personas y asociaciones que componen su distrito.

Los Consejos de Centro, como órganos de participación ciudadana en los Centros Cívicos, han de actuar conforme a la realidad que presentan los barrios. Han de dotarse de la información necesaria para una intervención participativa que genere armonía y equilibrio entre las personas y los grupos que se integran en nuestros distritos.



En definitiva, con este programa se pretende actuar a nivel individual y comunitario, crear una comunidad vertebrada, con una identidad propia y participativa.

5. Conclusiones

La descentralización de los servicios municipales posibilita el acercamiento de éstos a los ciudadanos y ciudadanas de nuestros distritos y aumenta la responsabilización e implicación de las colectividades en el ámbito de la producción de bienes económicos, culturales y sociales.

La territorialización de los servicios impone tendencias de planificación y de gestión integral del territorio que implican un profundo cambio de mentalidad, así como la puesta en marcha de políticas integrales que coordinen adecuadamente tanto los recursos como los agentes que operan sobre el mismo.

Con la territorialización de los servicios de carácter personal se incide en la mejora del entorno inmediato, y en el incremento de los recursos de las personas, grupos y la comunidad en general, consiguiendo una mayor implicación de la ciudadanía en el diseño de las acciones socioculturales que se vayan a desarrollar, en su ejecución y en su evaluación.

En este sentido los Centros Cívicos deben ser los referentes territoriales de las políticas socioculturales municipales, como el espacio aglutinador de todos los recursos y como espacio cercano a la realidad, que permite interaccionar con ella posibilitando la mayor participación e implicación vecinal.

No podemos concebir a un Centro Cívico como un continente donde se desarrollan numerosas actividades, o en el cual se permite a las asociaciones, en un acto de buena voluntad, desarrollar sus actividades en los espacios, a veces, ostentosos, que tienen los centros.

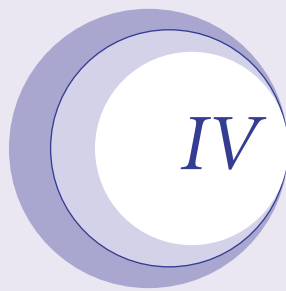
Los Centros Cívicos deben ser los motores de nuestros territorios, deben ser el referente motivador y atractivo para la participación. Pero para una participación real y activa, donde los/as ciudadanos/as sean agentes y protagonistas de las actividades que se realizan tanto en el centro como en el entorno en el que interviene éste.

No se trata de ofrecer desde los Centros Cívicos Municipales exclusivamente más servicios, más actividades, más equipamientos, debemos crear las condiciones socioculturales necesarias para que la población menos participativa y, en definitiva, menos integrada, formule sus intereses, sus necesidades, participe de su comunidad y en su comunidad. Debemos dotarlos de medios de expresión y de representación que les permita percibir su identidad, e intervenir sobre su realidad de forma activa.

Desde este contexto, el Centro Cívico se debe configurar como un espacio, un equipamiento y en el eje que dinamice tal vertebración, posibilitando la coordinación de los recursos municipales, acercando las políticas socioculturales y favoreciendo la participación vecinal.

Deben permitir las relaciones, construirlas, no endogámicas sino intergeneracionales, ricas, constructivas y críticas. Deben generar procesos sociales, crear redes, crear tejido asociativo. Deben hacer protagonistas a los vecinos y vecinas del desarrollo de su entorno más inmediato, sin perder de vista a la ciudad como ámbito más global. Deben, en definitiva, potenciar las relaciones como un ámbito fundamental de nuestro trabajo, entendiéndolas como el fomento de la tolerancia, del diálogo y colaboración entre todos.

Córdoba a 6 de Noviembre de 2000.



SEMINARIO

LA PLANIFICACIÓN DE LA CULTURA

Cuatro perspectivas sobre la estrategia de integración

IV. SEMINARIO : *La Planificación de la Cultura: Cuatro perspectivas sobre una estrategia de integración.*

La Planificación es un concepto habitual en el mundo de la empresa y desde hace algunos años en la organización de las administraciones públicas. Al día de hoy no entenderíamos el urbanismo de nuestros pueblos y ciudades sin una debida planificación. Lo mismo ocurre en otros ámbitos de la vida municipal como son los servicios sociales, educativos, saneamientos, de seguridad, etc. Sin embargo la acción cultural municipal parece ser una excepción a esta regla de oro de las políticas públicas. Se tiende a pensar que la cultura no va más allá de un conjunto de actividades y servicios desconectados en diferentes equipamientos. Pero la política y la gestión cultural son susceptibles de ser planificadas, incluso precisan de la herramienta del planeamiento para mejorar su eficacia y el aprovechamiento de los recursos.

Por todo ello el IV Seminario de Cultura y Municipio se ha dedicado a la planificación estratégica. En su diseño nos hemos planteado cuatro puntos de vista, o mejor cuatro aplicaciones de esta forma tecnificada de gestión: Política, técnica, social y apoyada en las nuevas tecnologías. A la exposición de los expertos y expertas en estos enfoques hemos creído conveniente enriquecer el seminario con la aportación de tres experiencias en el ámbito de la cultura. La primera es una intervención en el campo de la lectura, una prioridad de las políticas públicas en todos los niveles de la administración. La segunda de las experiencias es conocer cómo se enfoca la cultura dentro del plan estratégico de una gran ciudad. Y por último conocer como se planifica una organización artística pública como es una orquesta de música clásica.

Pensamos que con esta oferta se iba a dar una visión amplia de la planificación estratégica en la cultura, que – sin duda - ayudará a superar reticencias sobre su utilidad instrumental y los responsables políticos y técnicos de los municipios andaluces tendrán una información de base en este campo aun por iniciar en gran medida.

ÍNDICE DE PONENCIAS:

“Planificar, gestionar y evaluar. Una reflexión aplicada al ámbito cultural municipal” <i>D. Lluís Bonet</i>	69
“La cultura en el plan estratégico de Sevilla” <i>D. Jesús Cantero Martínez</i>	71
“La planificación de la Política Cultural” <i>D. Mikel Etxebarria Etxeita</i>	73
“Cuatro pinceladas de la campaña del año 1994 al año 2000” <i>D^a. Elisenda Figueras</i>	77
“La planificación en el entorno de las tecnologías de la comunicación” <i>D. Antonio Javier González Rueda</i>	81

PLANIFICAR, GESTIONAR Y EVALUAR. UNA REFLEXIÓN APLICADA AL ÁMBITO CULTURAL MUNICIPAL

1. Introducción

A lo largo de los últimos veinte años la mayor parte de administraciones públicas occidentales se han visto en la necesidad de justificar ante sus respectivas ciudadanía, de una forma cada vez más precisa y rigurosa, el uso y disponibilidad de los recursos públicos destinados a sus distintos programas y proyectos. Servir al interés general, razón última de la existencia de buena parte de los servicios públicos implementados por el estado del bienestar, no se justifica únicamente con la bondad de las finalidades perseguidas. Asimismo, las sociedades europeas contemporáneas exigen cada vez mayores resultados de la función pública y de sus respectivos gobiernos, sin que esto conlleve un incremento de la carga fiscal final.

Ya en los años setenta, algunos programas pioneros, tanto a nivel nacional como propiciados desde organismos internacionales, implementaron sistemas de monitoraje de los proyectos y de control sobre la utilización de los recursos¹. A partir de estos programas, otros servicios así como los equipos centrales responsables de fomentar la mejora de la gestión pública han generalizado este tipo de ejercicios al resto de departamentos gubernamentales. Sin embargo, la exigencia de una mayor eficiencia en la prestación de los servicios, centrada excesivamente en indicadores cuantitativos, basados fundamentalmente en el control presupuestario, no bastaban para evaluar la eficacia gubernamental en la consecución de los objetivos de sus respectivos programas. De aquí el interés creciente, sobre todo a partir de mediados de los años ochenta, hacia aquellas propuestas de evaluación de la acción pública, y sus correspondientes metodologías, centradas en evaluar la gestión en relación a los resultados sociales y políticos obtenidos. Así pues, toda una nueva generación de proyectos de evaluación se ha desarrollando en un intento por encontrar indicadores cualitativos de evaluación de la eficacia y el impacto social y cultural. Sistemas que ayudaran a superar una perspectiva que hasta entonces había estado excesivamente centrada en indicadores cuantitativos de tipo económico y presupuestario.

2. Dificultades en la implementación de procesos de evaluación

La evolución de sistemas de evaluación de los programas gubernamentales en el ámbito de los servicios culturales se enfrenta, tal como se acaba de comentar, con dificultades crecientes ligadas a la propia evolución de los modelos de gestión implementados. Vamos a señalar a continuación algunos de los problemas más significativos.

En primer lugar, tanto los organismos públicos como las organizaciones de la sociedad civil tienen más dificultades para evaluar su actuación que las organizaciones lucrativas debido al carácter y a la complejidad de medición de la finalidad "servir al interés general", concepto estrechamente ligado a la esencia de su misión. En cambio, las empresas privadas pueden evaluar el cumplimiento de su misión, a menudo muy parecida al de un institución sin ánimo de lucro (por ejemplo en el caso de un hospital o de una escuela privada), con un indicador cuantitativo mucho más evidente: la recuperación de la inversión y su tasa de beneficios a medio plazo, razón de su existencia como organización en el mercado. Asimismo, distintos indicadores complementarios permiten no solo medir los beneficios y la eficiencia en el uso de los recursos, sino también comprobar la adecuación de la oferta a las demandas actuales y potenciales del mercado. En el caso de un servicio público el resultado económico de un programa no es la variable fundamental pues los ciudadanos pueden aceptar que éste pierda dinero, siempre y cuando se preserve el interés y misión pública del mismo, y la relación coste – beneficio social sea socialmente aceptable y eficiente en términos de gestión. Así pues, la única forma de evaluar la eficacia de un proyecto pasa por un control de la gestión que siga muy de cerca la misión y el desarrollo de los objetivos del servicio.

Una segunda dificultad con la que se enfrenta la evaluación de dichos servicios está ligada a la diversidad y ambición de los objetivos a conseguir. Muchos proyectos culturales deben dar respuesta a una gran diversidad de objetivos, a menudo difusos, ambiguos y hasta contradictorios entre sí. Esta circunstancia explica la dificultad por establecer prioridades, incluso cuando la misión es lo suficientemente clara. Este problema se ve acentuado por la gran distancia existente entre la escasez de recursos disponibles y la enorme ambición de muchos de los objetivos pretendidos. En el ámbito del patrimonio, por ejemplo, numerosos monumentos, yacimientos arqueológicos y parques naturales se enfrenta a la necesidad de dar respuesta a dos objetivos a menudo contrapuestos: la difusión del patrimonio tratando de atraer la mayor cantidad de visitantes, y la conservación y protección de un patrimonio irreemplazable (cuando demasiados visitantes pueden llegar a dañarlo). Con frecuencia, las estrategias para conseguir los dos objetivos producen efectos contradictorios y es difícil lograr un equilibrio entre ambos, especialmente cuando las instituciones responsables - y éste podría ser un tercer problema - acostumbran a estar más preocupadas por alcanzar objetivos a corto plazo en lugar de objetivos a medio y largo plazo.

A partir de los años noventa, en la medida que la acción gubernamental tiende a descentralizarse o a externalizarse en instituciones no lucrativas o empresas de servicios partes crecientes de sus programas sociales, educativos y culturales, se hace necesario encontrar nuevas formas de evaluación de los mismos. Formas que no pueden centrarse exclusivamente en los métodos implementados desde la lógica y para los organismos gubernamentales, ni tampoco en los sistemas de auditoría de la gestión privada, ya que no se ajustan suficientemente a las características de estos nuevos modelos híbridos de gestión. Tampoco las metodologías implementadas para la evaluación de las organizaciones sin fines de lucro se adecuan a los mismos, aunque la experiencia acumulada por ellas sea de gran interés al converger la gestión privada con una finalidad centrada en la consecución de objetivos sociales². Con el objetivo de recoger lo mejor de los últimos treinta años de experiencia en el ámbito de evaluación de proyectos e intentar dar respuesta a problemas como el citado, en la actualidad se están realizando numerosos esfuerzos para adecuar las metodologías existentes a esta creciente constelación de sistemas mixtos de gestión de los programas gubernamentales. En todos los casos de evaluación de servicios externalizados es fundamental definir muy bien la misión, el interés colectivo y los objetivos gubernamentales del servicio para que las empresas o entidades privadas responsables del diseño y gestión de los mismos puedan distinguir entre la consecución de sus legítimos intereses (la obtención de beneficios por ejemplo) y su responsabilidad contractual en relación al interés general.

Otra característica de los programas sociales y culturales es su dificultad para encontrar estándares de calidad comparables con otras realidades más o menos parecidas. La variabilidad temporal y espacial en los contextos y la multiplicidad y complejidad de factores que llegan a incidir sobre los mismos no permiten contar con esquemas simples que faciliten la comparabilidad y permitan posicionarse en relación a estándares de calidad más o menos objetivos. Por esta razón puede ser tan difícil avanzar en la definición de estándares internacionales de certificación de la calidad o normas ISO comparables a los desarrollados para otros procesos o actividades económicas.

3. Indicadores de evaluación y proceso de planificación estratégica

El control de gestión y la evaluación de los programas gubernamentales son fundamentales para asegurarse el éxito en cualquier política pública. Pero difícilmente puede realizarse una correcta evaluación si ésta no se integra en la planificación, pues ambas actividades son fases de un mismo proceso de gestión estratégica. La evaluación de la acción pública, considerada desde este punto de vista, se convierte en una importante herramienta de gestión dado que considera los resultados reales en relación a los distintos niveles de objetivos planteados. Este sistema de monitorización valora ex post los programas que se han desarrollado, y determina lo que se ha hecho y cómo se ha hecho a partir de una planificación de los resultados ex ante. De esta forma el gestor público puede valorar el éxito de un programa no únicamente por la valoración ciudadana del mismo (evaluación política) sino también en función de la programación prevista y del uso de los recursos utilizados (evaluación gerencial).

El proceso de evaluación se inicia una vez especificadas en el proceso de planificación las finalidades y estrategias de un proyecto u organización. Para llegar a ello es necesario, previamente, conocer la misión de la organización y definir las líneas estratégicas que permitan hacerla posible. El paso de la misión a la estrategia requiere un detallado análisis de las oportunidades y amenazas del entorno, así como de los puntos fuertes y débiles de la propia

¹ De estos primeros intentos promovidos desde organizaciones intergubernamentales como el Banco Mundial o la OCDE nacen metodologías con un fuerte impacto sobre toda una generación de programas de evaluación; entre ellos se puede citar BRAMBERGER, M.; HEWITT, E. (1976), *Monitoring and Evaluating Urban Development Programs*, World Bank Technical Paper 53.

² Entre las múltiples aplicaciones metodológicas, ya clásicas, aplicadas a entidades sin ánimo de lucro destacan: ANTHONY, R.N.; YOUNG, D.W. (1988), *Management and Control in Non-Profit Organisations*, Homewood: Irwin; o KANTER, R.M.; SUMMERS, D.V. (1987), "Doing Well while Doing Good: Dilemmas of Performance Measurements in Nonprofit Organisations and the Need for a Multiple-Constituency Approach", POWELL, Walter W. [Ed.] *The Nonprofit Sector: A Research Handbook*, London: Yale University Press.

organización, aspecto inseparable de la cultura organizativa y del modelo de gestión elegido. Una vez definidas las finalidades y sus respectivas líneas estratégicas, éstas se concretan en un conjunto limitado de objetivos estratégicos, cada uno de los cuales se divide en múltiples objetivos operativos que, asimismo, desembocan en un sinfín de actividades a ejecutar. Todo este conjunto de objetivos y acciones jerarquizados conforman la programación de un proyecto; programación que debe concretarse en términos presupuestarios, temporales y en la asignación de responsabilidades entre los distintos departamentos o profesionales involucrados.

El sistema de evaluación propuesto se basa en el diseño de un conjunto de indicadores relacionados con cada uno de los diferentes niveles de finalidades u objetivos previstos. Por esto se sugiere que los indicadores se determinen al mismo tiempo que sus respectivos objetivos. Así pues, la consecución de las finalidades, objetivos estratégicos y objetivos operativos se mide, respectivamente, a partir de los siguientes grupos de indicadores: indicadores de impacto, indicadores de resultado, e indicadores de proceso³.

Los indicadores de impacto miden el grado de consecución de la finalidad o misión de la organización por parte de una línea estratégica o programa implementado. En la mayoría de casos, la evaluación solo puede llevarse a cabo después de un largo periodo de tiempo, quizás años, entremezclándose los efectos de estrategias diversas (positivas y negativas) sobre el resultado obtenido.

Por su lado, los indicadores de resultado evalúan el nivel de eficacia conseguido en el cumplimiento de los objetivos estratégicos por parte de un buen diseño y gestión de los objetivos operativos.

Finalmente, los indicadores de proceso miden la eficiencia en la ejecución de las tareas que un programa conlleva. Aunque muestran el cumplimiento eficiente de los objetivos operativos previstos no miden el nivel de cumplimiento de los objetivos estratégicos o de los objetivos a largo plazo. Estos son indicadores de eficiencia, no de eficacia, por lo que no puede confundirse el éxito de una buena gestión operativa con el éxito o cumplimiento de las finalidades del programa.



4. Jerarquía de objetivos e indicadores de evaluación

Así pues, en el ámbito formativo, un ejemplo de indicador de proceso podría ser el incremento del número de demandas de matriculación recibidas gracias a haber cambiado de compañía de publicidad. Este éxito en el incremento del público interesado no implica que el programa formativo en sí favorezca una mayor competencia de los participantes o una mayor competitividad económica. Para ambos objetivos sería necesarios indicadores de eficacia. En este sentido, un indicador de resultado podría ser aquel que valorara la capacidad real de los participantes de un curso para implementar un proyecto gracias a los conocimientos aprendidos; es decir el nivel de consecución del objetivo estratégico gracias a haber programado correctamente el objetivo operativo. Finalmente, el impacto solo podría medirse a través de indicadores que evaluaran a largo plazo la idoneidad de una estrategia (la formación, por ejemplo) en relación a la finalidad o misión de la intervención pública (un incremento de la productividad en ámbitos donde la formación sea fundamental para conseguir crecimientos en el valor añadido).

5. Problemas ligados a los indicadores seleccionados

Los indicadores de evaluación deben construirse al mismo tiempo que se diseñan los objetivos y se realiza la planificación. Esto permite racionalizar los desajustes existentes entre los objetivos asumidos y los resultados finales, medidos por un conjunto de indicadores seleccionados. Sin embargo, es necesario un cierto grado de flexibilidad en la definición de los mismos para autoajustar la planificación a los medios disponibles y a la misión. Esto significa que no sólo es necesario que cumplan las expectativas de las organizaciones sino que también deben ser sensibles a los cambios en las demandas y las sensibilidades expresadas por el ciudadano a largo plazo.

Por esta razón, en los procesos de planificación y evaluación es necesario reflejar de manera dialéctica la organización y el entorno que la envuelve, garantizando una corriente fluida de información a todos los niveles de la organización de manera que se asegure una programación correcta y el control del proceso de gestión. La gestión participativa, aunque conlleve un costo más alto en términos temporales y económicos, permite mejorar la calidad del servicio. Si la comunicación interna funciona correctamente, los desajustes se solucionan mucho más fácilmente.

Si se examinan alguno de los indicadores de evaluación más comunes, veremos como contienen implícitamente un conjunto de juicios de valor subjetivos que inconscientemente proyectan los propios prejuicios culturales acerca de lo que se consideran expresiones "social y políticamente correctas". Estos valores hacen difícil evaluar la relación entre los objetivos propuestos y los resultados deseados.

Unos mismos indicadores pueden usarse en diferentes métodos de evaluación: en la evaluación experimental, o bien comparando temporalmente o espacialmente procesos semejantes⁴. En todos dichos casos, los métodos e indicadores de evaluación utilizados deben estar pensados para ayudar a los gestores y a los responsables institucionales en el proceso de toma de decisiones. Solo así, su aplicación puede tener como consecuencia una gestión organizativa más eficiente y eficaz.

Otra cuestión es la de la relación entre indicadores cualitativos y cuantitativos. Éstos últimos son más fáciles de medir y objetivar, pero no lo suficiente para percibir el resultado completo de una política. Sin embargo, la relación causa-efecto entre un aumento cuantitativo en la oferta y una mayor calidad puede depender en cada caso de otras circunstancias.

Otro problema muy común está relacionado con la temporización de los resultados. Determinados objetivos solo pueden evaluarse tras un cierto periodo de tiempo, a veces bastante largo. Éste sería el caso de los programas formativos. Por ejemplo, ¿Cuántos años se deben esperar para evaluar el impacto a largo plazo de una campaña musical en las escuelas?. Además, el problema del tiempo se agudiza cuando para analizar el mismo objetivo se utilizan diversos indicadores de evaluación, que maduran en tiempos diferentes. A esta dificultad debe añadirse el desajuste que representa trabajar con objetivos a corto plazo como parte de una estrategia a largo plazo. En la práctica, alcanzar los objetivos previstos para dentro de un año es mucho menos importante que lograr los de la próxima semana. Esto forma parte del comportamiento humano pero tiene consecuencias graves en la inversión de recursos y tiempo de los programas gubernamentales.

Evaluar políticas públicas en el ámbito de la cultura es una tarea compleja y difícil debido al elevado número de factores que intervienen en el proceso y las limitaciones internas inherentes a los sistemas dominantes de medición cuantitativos. Evaluar políticas culturales desde la óptica de una organización intergubernamental es aun más difícil. Por esta razón, se recomienda partir de una planificación funcional, simple y detallada. La experiencia nos dice que el uso continuado de este tipo de metodologías legítima y enriquecer a largo plazo el diseño, la eficacia y los resultados de los programas gubernamentales.

3 BONET, L.; CUBELES, X.; ROSELLÓ, J. (1997), "An Approach to Management Control and Evaluation of Public Cultural Centres", FITZGIBBON, M.; KELLY, A. [eds.] From Maestro to Manager: Critical Issues in Arts and Culture Management, Dublin: Oak Tree Press, p. 85-95.

4 ROSSI, P.H.; FREEMAN, H. (1985), Evaluation. A systematic Approach, Sage Publications.

LA CULTURA EN EL PLAN ESTRATÉGICO DE SEVILLA

El plan estratégico, cultural, de Sevilla

Dentro de un Seminario de Cultura y Municipio, en Andalucía, centrado en la Planificación Cultural, parece, doblemente obvia, la presentación del proyecto que se está llevando a cabo ahora mismo en Sevilla de la realización de un Plan Estratégico de la Cultura, dentro del Plan Estratégico de Sevilla 2010.

No obstante lo anterior, tengo que agradecer a la FAMP y a sus responsables de Cultura, la invitación que nos ha hecho para poder contar el proyecto y someterlo a un foro, que nos gustaría aportase, también, sus comentarios y conocimientos, de personas relacionadas con la cultura en su doble faceta de gestores, ya sean políticos o técnicos. Cuando decía lo de obvio y daba mi agradecimiento es porque soy consciente que en cultura no siempre lo obvio es lo que predomina, sino que es un campo en lo que lo subjetivo tiene, a veces, demasiado peso.

El propósito de toda planificación es intentar prevenir y ordenar la dirección en la que han de desarrollarse los asuntos. En lo que respecta a la planificación cultural debe de entenderse dentro del contexto del desarrollo general pero siendo consciente de que la cultura, además de ser un elemento de desarrollo económico, es una actividad con una gran carga social y que nuestra Constitución recoge como un derecho del ciudadano. También es claro que la cultura puede ser el principal, o uno de los principales, elementos que aporten lugares comunes entre las diferentes culturas, de origen, que conviven en nuestras ciudades, la interculturalidad se impone y nuestra respuesta cultural rápida y coherente nos puede facilitar la convivencia.

La cultura también tiene una componente ideológica de progreso que no se debe olvidar y que ya se recogía como objetivo básico en la creación de las Misiones Pedagógicas en 1931, desde la perspectiva de proyecto específicamente cultural. Ase trata de llevar a las gentes el aliento del progreso y los medios de participar en él en sus estímulos morales@

Un Plan Estratégico de una ciudad, endendiendola con la visión que hacía el filósofo Walter Benjamín “la morada del colectivo que sueña” materializada en espacios, edificios y compartimentos urbanos surge, normalmente, de una decisión colectiva o de un sector de la ciudad, no siempre tiene por qué ser el sector público; en el caso de Sevilla surgió del Ayuntamiento, capitaneado por la Alcaldía, e inmediatamente se consultó su posibilidad con otras Instituciones, tanto públicas como privadas, para plantearles la iniciativa y, si fuese de su interés, integrarla en la realización del Plan, en igualdad de derechos. Un Plan, generalmente, surge cuando se dan una serie de circunstancias, de cara al futuro, de posibilidades y fracasos para una ciudad que hacen que, ante esta situación, se vea lógico unir esfuerzos, tanto públicos como privados, para enfrentarse lo mejor posible a ese futuro incierto. Sevilla hacía ya casi diez años que había sufrido la gran transformación de la Expo 92 y hacía tiempo que no se hacían proyectos de grandes inversiones más allá del mantenimiento y puesta al día, e incluso, las infraestructuras que se habían puesto en marcha, estaban saturadas y a punto de agotarse

En el caso de Sevilla, como he dicho, lidera el Plan la Alcaldía, pero existe una Comisión Ejecutiva con representantes de: Delegación del Gobierno del Estado, Junta de Andalucía, Diputación, Autoridad Portuaria, Universidades (Hispalense y Olavide) Sindicatos (CCOO y UGT) Cámara de Comercio, CEA y CES, así como Cartuja 93.

En esta Comisión se integran el Director del Plan; las diferentes empresas consultoras y, la preside, en las sesiones de trabajo normal, el Teniente Alcalde de Economía. Ésta es la encargada de supervisar los documentos y estrategias que se van generando y aprobarlas antes de su discusión social o participativa. Existe también una Asamblea General del Plan Estratégico que está integrada, además de por las instituciones, por más de cien Asociaciones de todo tipo; esta Asamblea da el V1B1 final a los documentos y se reúne cada 5 ó 6 meses.

Una vez que se tiene clara la puesta en marcha de un Plan Estratégico y se ha estructurado su liderazgo se escoge el modelo organizativo y su funcionamiento. En el caso de Sevilla se optó por una pequeña estructura, oficina municipal con un Director nombrado por la Alcaldía, al frente y, una empresa consultora especializada en estos menesteres, que llevara el apoyo técnico y los impulsos, en sus diferentes fases, para que el desarrollo sea lo mas armonioso posible. Un Plan Estratégico suele darse o plantearse en momentos de cambio, como ya he dicho; no solamente político, sino fundamentalmente, estructural y puede definirse como:

Una forma sistemática de manejar el cambio y de crear futuro posible para una ciudad. Más específicamente, la planificación estratégica es un proceso creativo que sienta las bases de una actuación integrada a largo plazo, establece un sistema continuo de tomas de decisiones que comporta riesgo, identifica cursos de acción específicos, formula indicadores de seguimiento sobre los resultados e involucra a los agentes sociales y económicos locales a lo largo de todo el proceso@ José Miguel Fernández Güel - arquitecto.

Una vez que hemos arrancado con el Plan hay otro modelo que poner en marcha, que es la estrategia de comunicación de todo el proceso (pieza fundamental que debe tirar de la participación).

El autor antes citado nos desarrolló la metodología para la planificación estratégica en su libro APlanificación estratégica de Ciudades@.

Un Plan Estratégico tiene tres objetivos que, asimismo, son también objetivos comunicacionales:

1. La acción conjunta y coordinada de todos los agentes institucionales, económicos y sociales del territorio.
2. La adhesión colectiva de la población a un proyecto de futuro.
3. La proyección externa, sistemática y eficaz del concepto de futuro del territorio en los ámbitos extraterritoriales, para la consecución de sus objetivos.

Los Planes Estratégicos tienen su origen en el ámbito militar (como casi toda la tecnología que hoy usamos, internet; satélites de teledetección). Estrategia viene del griego Stratego, resultante de la combinación de stratos (ejército) y ego (líder). En el Aarte@ militar la estrategia se definiría como Ala habilidad de conducir un ejército hasta la presencia del enemigo y dirigir las operaciones para lograr la victoria con el menor número de bajas posibles@. Posteriormente, la estrategia pasa a la empresa, después de que, a principios del Siglo XX, los teóricos como Taylor, Fayol o Weber, pongan en marcha la moderna fórmula de gestión empresarial y es, a mediados de los cincuenta, cuando empiezan los planes estratégicos en las empresas. El primer plan estratégico aplicado a una ciudad se desarrolló en San Francisco en 1982.

En Europa fue pionera España en la puesta en marcha de planes estratégicos para las ciudades y se aplicó, por primera vez, esta técnica, en Barcelona, en los años 1988-1992, posteriormente: Zaragoza, Valencia, Málaga, Madrid, Jerez, Cádiz, Sabadell, Sevilla. En Barcelona se dio la circunstancia de tener un proyecto previo al Plan Estratégico, como fue la puesta en marcha de Los Juegos Olímpicos, que tenía que transformar la ciudad; en nuestra ciudad se realizó, también durante esos años, un proyecto que, si bien no era propiamente un plan estratégico, sí pretendía planificar la ciudad post-expo 92, fue el proyecto llamado Pinta, que asesoró Manuel Castells, y que , de algún manera, dio lugar a Cartuja 93.

Barcelona va ya por su tercer plan estratégico y en este último es cuando ha hecho uno específicamente cultural.

Sevilla, una ciudad que mira desde la perspectiva del Siglo XXI, demanda un impulso, colectivo y sostenido, que sólo se consigue desde la adhesión general a un proyecto de futuro. A un modelo de desarrollo propio de una sociedad y de una economía avanzada, fruto del acuerdo, movilizador e ilusionante.

Un propósito que se viene realizando a través de una estrategia de planificación y que tiene sus principales hitos en dos instrumentos: El Plan Estratégico y el Plan General de Ordenación Urbana. Dos perspectivas complementarias (una territorial y otra socioeconómica) para contribuir a edificar el futuro de la ciudad.

Dos Grandes Planes para Sevilla que nacen desde la conciencia de que ya no es posible separar en compartimentos estancos la actuación pública y la privada; y, es más, desde el convencimiento de que es deber de los gobiernos locales en general, y del Ayuntamiento de esta ciudad en particular, fortalecer la conciencia de comunidad porque de esta forma Sevilla podrá gobernarse mejor y a afrontar de forma más eficaz los desafíos que tiene planteados.



PLAN DE URBANISMO	PLAN ESTRATÉGICO
Es un Plan normativo para que la Administración pueda regular la actuación de la iniciativa pública y privada.	No es un Plan normativo, sino que se basa en el compromiso de las instituciones y agentes sociales para impulsar los objetivos.
Es un Plan que regula la acción a sus aspectos territoriales.	Es un Plan de acción.
Se faja en los aspectos de ordenación del territorio urbano.	Es un Plan Integral (económico, social, cultural, Institucional) que abarca objetivos territorializables y que no necesita específicamente suelo.
Su principal función es la fijación de los usos del suelo y de las principales vías de comunicación.	Es un Plan que fija los criterios generales de la ordenación y las prioridades, pero no los ubica en el espacio.

“La estrategia de las Ciudades” de J.M. Pascual i Esteve.

Estamos dentro del Plan Estratégico Sevilla 2010, dándole una importancia fundamental a la cultura como elemento de crecimiento económico, dentro de lo que se ha llamado Acivilización del ocio@ y como elemento de desarrollo regional y como aprobó ya, en una de sus directivas, a finales de 1996, la Comisión Europea. La cultura contribuye considerablemente al desarrollo regional por tres razones. En primer lugar, porque es una importante fuente e creación de empleo. Las actividades relacionadas con la valoración del patrimonio cultural, así como las industrias y las producciones culturales, generan directa o indirectamente numerosos puestos de trabajo. En segundo lugar, porque la cultura es uno de los factores que determinan la localización de la inversión, ya que mejora la imagen y el atractivo de una región. A este respecto, la cultura puede constituir un factor importante para regenerar las zonas urbanas en crisis o las zonas rurales despobladas. Por último, porque la cultura desempeña un papel positivo de promoción y de integración social y, en este sentido, contribuye a la cohesión social de la Unión.@

En todas estas líneas generales, de trazo grueso, se inserta el Plan Estratégico de Cultura; lo que pretendemos es elaborar un Plan de Actuación sobre el sector cultural de Sevilla y su Área Metropolitana. Con este Plan se quiere potenciar la actividad de la Cultura y que sirva también para dar mayor imagen exterior de la Ciudad de Sevilla y dar mayor calidad de vida a los ciudadanos.

A nivel operativo el Plan Estratégico de la Cultura en Sevilla se orienta en dos direcciones:

1. Instrumento al servicio del propio sector cultural, ofreciendo las medidas y acciones necesarias para favorecer su desarrollo.
2. Instrumento que posicione a la Cultura como un elemento indispensable al servicio de un proceso de desarrollo integral de Sevilla.

El documento que actualmente estamos reelaborando, parte del presentado en las reuniones habidas los pasados días 16 y 17, con cerca de 100 personas del mundo cultural que sin pretender que lo representasen en su totalidad, reunían a gestores, creativos y representantes de asociaciones profesionales. Instituciones y Fundaciones.

En este documento, además de un diagnóstico previo al día de hoy y de un análisis DAFO (debilidades, Amenazas, Fortaleza y Oportunidades) se hacía referencia fundamental a la creatividad como un activo de la ciudad a la visión metropolitana del proyecto al conocimiento como nuevo factor de creación a la colaboración con el estamento Universitario a la monumentalización desde una perspectiva más amplia que recoja la rehabilitación, no solo de lo considerado histórico-religioso sino también lo civil y lo industrial y a la nueva arquitectura construida o por construir.

Esto más los trabajos que se están realizando por el propio equipo del Plan de Cultura, referidos a :

– **Cultura y su repercusión sobre la economía sevillana:**

1. Aproximación a la relación cultura y economía.
2. Presentación de los indicadores para la medición de la repercusión de la cultura en la economía sevillana.

– **Cultura e Infraestructura y Equipamientos:**

1. Aproximación a la relación entre Cultura e Infraestructura. Las Infraestructuras como elemento de apoyo al surgimiento de actividad cultural.

(Se pretende utilizar un trabajo realizado por el Área de Cultura del Ayuntamiento y la Facultad de Geografía más las aportaciones de los equipos del Plan Estratégico y el PGOU)

– **Cultura e Imagen de Sevilla:**

1. Definición del contexto de city marketing. La Cultura como elemento de promoción de la imagen de la ciudad.

Todo lo anterior, nos servirá para dotarnos de un nuevo documento más amplio y consensado que, una vez discutido, y aprobado por la Comisión Ejecutiva del Plan Estratégico, de pié a la convocatoria de nueve equipos de trabajo con una orientación más sectorial:

Artes Escénicas, Artes Plásticas, Artes Aplicadas, El Libro y su Mundo, Productores de Cultura, Servicios a la Industria Cultural, Agentes para la Promoción y el Desarrollo de la Cultura, Cultura e Imagen de Sevilla, Otras Manifestaciones y Actividades Culturales.

Los resultados de los equipos anteriores se sumarán a los que aporten el Grupo de trabajo de Infraestructura y Equipamientos para el desarrollo de la cultura, en coordinación con el equipo del PGOU y los del Grupo de Cultura Metropolitana en coordinación con los veintidós municipios del Área Metropolitana.

La suma del documento reformado más los resultados de los equipos y de los Grupos de Trabajo, nos permitirá definir las líneas estratégicas y los proyectos claves así como las medidas que hay que tomar para poder llevarlos a cabo, su temporalización y financiación.

P.D. El Plan Estratégico de Cultura se aprobó, a finales del año 2002 con sus líneas de actuación y proyectos estratégicos, por todas las Instituciones además del Consejo General del Plan.



Ponente:

MIKEL ETXEBARRÍA ETXEITA

Gestor Cultural

LA PLANIFICACIÓN DE LA POLÍTICA CULTURAL

El objetivo de esta ponencia es analizar los elementos principales que inciden en la planificación de las políticas culturales. Para ello se va a dividir el trabajo en los siguientes apartados:

1. La política cultural
2. El entorno
3. Los ejes de la discusión
4. Los retos

1. La política cultural

1.1. Definición de política cultural y características

Entendemos por política cultural aquellas decisiones que traducidas en actuaciones se llevan a cabo desde diferentes instancias sociales y pretenden la consecución de determinados objetivos de desarrollo cultural.

La política cultural genera un nivel amplio de consenso a la hora de definir los objetivos generales (recuperación del patrimonio, apoyo a la creación etc.) pero a la hora de definir la realidad de la que se parte y los caminos para llegar a los objetivos generales surgen disensos que determinan diferentes políticas culturales.

De cara a la orientación de las políticas culturales seguimos con escasas herramientas ya que hoy en día, todavía es muy difícil contar con datos vinculados a hábitos culturales, inversiones y demás aspectos relativos a las actividades culturales de forma sistematizada y homologable.

No existe una institución que coordine una labor de generación de herramientas de orientación a nivel de Estado y las experiencias parciales que existen, muchas de ellas del sector privado (SGAE), son difícilmente comparables por no trabajar con sistemas homologados. Por ello, existe una imperante necesidad de creación de organizaciones o estructuras dedicadas a la investigación, reflexión, documentación, recogida y tratamiento sistemático de datos culturales. Esta deficiente situación hace que la labor de evaluación de las políticas culturales sea aún bastante inexistente.

La política cultural debe de ser interdepartamental y con marcado carácter de coordinación intersectorial (visión amplia de la cultura vinculada a educación, condiciones de vida, medio ambiente calidad de vida).

1.2. Estrategias habituales de las políticas culturales

- Recuperación de la memoria histórica
 - Políticas de recuperación y puesta en valor del patrimonio.
 - Políticas de refuerzo de la identidad.
- Difusión de la cultura
 - Políticas de democratización cultural
 - * Creación de circuitos de difusión por el territorio
 - * Descentralización de equipamientos
 - * Fortalecimiento de la accesibilidad (geográfica, económica, horaria etc.)
- Apoyo a la creación artística

1.3. Nuevas estrategias

- La cultura como factor de desarrollo
 - Un desarrollo territorial equilibrado necesita de inversiones culturales porque generan imagen positiva, equilibrio en las políticas de desarrollo territorial y mejora en la calidad de vida.
- La cultura como factor de integración y cohesión social
 - La interculturalidad es un gran reto para las políticas culturales públicas ya que les obliga a definirse en relación a las nuevas identidades y tradiciones culturales que aparecen en el territorio. Definirse sobre qué lugar van a ocupar en las políticas culturales públicas así como qué niveles de apoyo y reconocimiento de derechos van a tener.
 - La participación en cultura se plantea como una importante vía de integración social.

2. El entorno

2.1. El Territorio

Cultura y Territorio, este siempre complejo binomio, es uno de los ejes básicos de la acción cultural y sigue planteando cuestiones a reflexión:

Problemas de definición del territorio cultural, ya que el territorio cultural y el territorio administrativo no coinciden. Mientras la lógica del gestor público tiende a ceñirse en proveer de servicios culturales a los ciudadanos de su municipio dentro de su término municipal, el ciudadano utiliza los servicios que más le interesan independientemente de su ubicación concreta o del proveedor.

Por otro lado, a la hora de plantearse los servicios y equipamientos culturales que un territorio administrativo concreto tiene que ofertar a sus ciudadanos, no se puede hacer abstracción del entorno territorial, ya que evidentemente, no es lo mismo ser cabecera de comarca, estar junto a un gran municipio o participar en su área metropolitana.

En definitiva, a menudo, nos encontramos con territorios culturales diferentes para usuarios diferentes

El equilibrio territorial en cultura es un objetivo complejo de alcanzar ya que sobre él inciden ejes de actuación como centralización-descentralización de los servicios y equipamientos culturales (ambas opciones con sus razones a favor y en contra), aspectos demográficos y aspectos territoriales o el auge de los localismos

La política cultural en las áreas metropolitanas necesita de unos amplios e importantes niveles de diálogo, coordinación y consenso.

Los equipamientos comarcales y los servicios culturales mancomunados son en teoría una buena opción para la acción cultural pública en zonas con municipios de reducido peso demográfico. Sin embargo, para evitar problemas a la hora de su gestión, es conveniente que se den una serie de consensos por parte de las administraciones vinculadas al proyecto mancomunado: consenso en la ubicación física del servicio o equipamiento, consenso en la fórmula de gestión y consenso en la fórmula de financiación.



2.2. Los agentes culturales

En un mismo territorio inciden una pluralidad de agentes culturales como son:

- Agentes culturales públicos: Ayuntamientos, mancomunidades, comarcas, Diputación, Comunidad Autónoma, Estado y Europa.
- Agentes culturales privados :
 - Sin ánimo de lucro.(Asociaciones,Fundaciones y voluntariado).
 - Comercial (Profesionales/Artistas e industrias culturales)

Todos ellos son necesarios y la existencia de una amplia red de agentes culturales privados favorece el desarrollo de las políticas culturales territoriales

2.3. El marco legal competencia

La competencia cultural es concurrente (Art. 149.2 de la Constitución Española y sentencias del Tribunal Constitucional).Ello implica que todos lo pueden todo en el ámbito cultural. La única limitación la legislación sectorial (Ley de Fundaciones, Mecenazgo, Patrimonio Cultural, etc.).

A pesar de ello , no podemos olvidar dos características esenciales de los municipios como son por una lado, el ser la institución mas cercana al cuidando y por consiguiente la que recibe la mayor presión ciudadana. Los ciudadanos no entienden de ámbitos competenciales y sí de necesidades. Por otro lado el municipio es el mas directo “ propietario del suelo” en el que se realiza cualquier actuación cultural.

La coordinación interinstitucional en materia de cultura es necesaria para mejorar la gestión de recursos y evitar competencias estériles, pero no podemos olvidar que la coordinación es voluntaria y que el ser un nivel administrativo superior no supone liderazgo automático frente a los niveles inferiores. Sin embargo,la capacidad económica es un factor básico de liderazgo. Así mismo , mientras el factor humano es importante de cara a facilitar la coordinación, las disputas territoriales y el localismo dificultan la coordinación. Curiosamente, la experiencia nos demuestra que la sintonía política de las instituciones, no garantiza la coordinación.

Ante esta realidad algunas propuestas de mejora pudieran ser las siguientes: crear órganos de encuentro permanentes con normas de funcionamiento consensuadas; generar una mayor legislación cultural sectorial consensuada y fomentar la creación de organismos de gestión de políticas sectoriales, con recursos y capacidad de decisión y participados por las diferentes instituciones.

2.4. Los equipamientos

Los equipamientos son importantes para la acción cultural porque facilitan las prácticas culturales, estabilizan la oferta cultural, favorecen la relación entre los creadores y el público y mejoran la calidad del producto.

A la hora de diseñar un plan de equipamientos hay que tener en cuenta, entre otros, los siguientes criterios: polivalencia, previsión de futuro, dispersos o integrados dependiendo del entorno y características de los servicios a ofertar en el equipamiento, prever la utilización de otros espacios públicos como plazas, calles etc. (el urbanismo afecta directamente a la acción cultural), así como tener en cuenta la posibilidad de rehabilitar edificios históricos por lo que supone de recuperación del patrimonio cultural.

Nunca hay que olvidar que todo equipamiento cultural requiere unas mínimas condiciones técnicas para poder ofrecer un adecuado servicio (no todo vale como equipamiento) y que los equipamientos no son un fin en sí mismos ni son generadores de actividad “per se”.

A la hora del diseño de los equipamientos hay que primar el contenido sobre el continente, teniendo cuidado con los costes extras del diseño ya que es necesario intentar buscar diseños que generen costes de mantenimiento baratos. Así y todo, el aspecto físico debe ser atractivo y el entorno estimulante.

Los grandes equipamientos tienen aspectos claramente positivos como son su centralidad, su fuerte presencia pública, la amplia oferta de servicios, su carácter simbólico y su aportación a la generación de una imagen positiva de la ciudad y del entorno geográfico etc. Sin embargo, a su vez también plantean problemas a tener en cuenta como son:la necesidad de una clara definición de sus funciones y programa, la constitución de equipos de dirección y gestión competentes, la financiación del funcionamiento, la necesaria coordinación y complementariedad en su entorno territorial y su conexión social.

2.5. El voluntariado

Es un factor más del entorno a tener en cuenta a la hora de la planificación de la política cultural. De manera general el voluntariado en cultura se caracteriza por tener un escaso desarrollo y por ser importante en actos puntuales, sobre todo en los deportivos.

No se puede obviar que en la actualidad el voluntariado puede generar problemas vinculados al desempleo en el sector cultural y al intusismo. De todas maneras es una opción a potenciar, sobre todo en una sociedad con mas tiempo para el ocio.

3. Los ejes de la discusión

3.1. Hacia un nuevo modelo de Estado

El modelo del Estado de Bienestar en su desarrollo hasta ahora conocido ha entrado en crisis. Las demandas de los ciudadanos están creciendo más rápido que la capacidad de respuesta del Estado.

Es necesario repensar ese Estado del Bienestar delimitando los campos irrenunciables de actuación para la Administración, como son el garantizar los derechos culturales de la ciudadanía, el equilibrio territorial en cultura, el mantenimiento del Patrimonio Cultural y el apoyo a la creación artística.

Frente a la crisis del Estado de Bienestar surge el Estado Relacional, un Estado que se replantea la relación público-privado y cuya labor es liderar, orientar y gestionar redes de organizaciones, tanto públicas como privadas. En esta nueva dinámica relacional en el centro está el ciudadano como sujeto activo de derechos y no como beneficiario tal y como ocurría en el Estado de Bienestar.

Un nuevo modelo de Estado que potencia una sociedad civil mas fuerte, lo que supone un Estado mas “modesto” y no detentador exclusivo del “ interés general” y que apuesta por la cultura de la concertación.

3.2. La potenciación de la sociedad civil: queda camino para avanzar

Se ve necesaria una nueva Ley de Asociaciones, adecuada a la realidad actual y que plantee una definición mas clara de “entidades sin ánimo de lucro”.

Es necesario realizar acciones a favor de la potenciación del voluntariado.

También la Administración debe de realizar un importante esfuerzo en revisar los procedimientos burocráticos de cara a potenciar el trabajo común entre la Administración y los agentes culturales privados.

3.3. Los procesos de privatización de los servicios culturales públicos

Los ciudadanos demandan servicios de calidad y no les importa quien preste el servicio sino que se preste el servicio.

Los procesos de privatización de la gestión de los servicios culturales públicos, a pesar de ser instrumentos de colaboración entre lo público y lo privado generalmente se utilizan más como formula para abaratar costes que como herramientas de trabajo en común. Estos procesos no se plantean en clave de cogestión de servicios en base a un diseño consensuado de objetivos y estrategias de actuación cultural en el territorio, sino

como meros encargos de gestión de servicios o equipamientos. A la hora de plantearse un proceso de este tipo es importante definir qué se privatiza ya que en teoría hay 3 niveles diferentes:

- Privatizar los modelos de gestión de la Administración en base a introducir herramientas y criterios de gestión vinculados a las empresas privadas. Esta es una tendencia cada vez más fuerte y en cierta medida irreversible, sobre todo en los aspectos relacionados con los planes de calidad de servicio, aunque también es cierto que no es fácil conjugar dicha tendencia con las prácticas habituales y normativas jurídicas que regulan la Función Pública.
- Privatizar la gestión de equipamientos y servicios. Este es un campo en el que la Administración debe profundizar planteándolo como una opción positiva de trabajo a desarrollar.
- Privatizar la planificación y el diseño de las políticas culturales. Esto, en mi opinión, no se debe hacer. La Administración no debe renunciar a esa labor, sin que ello suponga no reconocer la existencia de más agentes culturales que la propia Administración. También es cierto que la Administración puede servirse de la iniciativa privada en labores de consultoría de cara al diseño de políticas culturales.

Es necesario realizar adecuados procesos de privatización en base a tener ideas claras de lo que se quiere hacer, diseñar unos buenos pliegos de condiciones y unos adecuados procesos de adjudicación y establecer un adecuado seguimiento del servicio privatizado.

Los procesos de privatización obligan a rediseñar determinadas funciones del personal al que le afecta la privatización, potenciando la formación y el cambio necesario que haga que ese personal más acostumbrado a la gestión directa asuma tareas de diseño, planificación y seguimiento del servicio privatizado.

A la hora de redactar un pliego de condiciones de privatización de la gestión un servicio o un equipamiento hay que tener en cuenta:

- La delimitación de lo que se privatiza.
- La duración del acuerdo.
- El control y dirección de las operaciones.
- La responsabilidad civil.
- La sincronización presupuestaria y el cumplimiento de las obligaciones económicas.
- La política laboral.
- Los procesos de información y la definición de interlocutores.
- La propiedad intelectual e industrial.
- La imagen de las partes.
- Los aspectos fiscales y la capacidad de contratación.
- La definición de una política clara de tarifas, cuotas o tasas a abonar por los ciudadanos.
- La participación de los usuarios en la gestión.

3.4. La financiación de la cultura

La política de precios en materia de prestaciones culturales públicas ha ido variando en los últimos años, se ha ido abandonando la cultura gratuita de forma generalizada (una errónea interpretación de la cultura como servicio público), pasando a una mayor implicación económica del usuario, sin que ello suponga la desaparición total de la subvención pública.

El patrocinio y el mecenazgo han supuesto una aportación menos importante de lo esperado. A pesar de las expectativas depositadas en esta Ley que tanto tardó en aprobarse, los resultados han sido menos importantes que los esperados, sobre todo a la hora de la financiación de proyectos culturales de gran costo de mantenimiento y permanentes en el tiempo (equipamientos), pero de poca repercusión mediática.

Con todo, la normativa al respecto se caracteriza por haberse planteado como una búsqueda de apoyo a las escasas finanzas públicas, más que una potenciación de la sociedad civil, ya que la Administración es un gran receptor de los fondos de patrocinio privado y un gran competidor en la búsqueda del patrocinio privado a la cultura. Además la normativa no es generosa y sí dirigista y poco incentivadora del verdadero mecenazgo. La norma está más pensada en el mecenazgo de empresa que en la potenciación del mecenazgo individual.

En los últimos años, los aspectos cuantitativos de los servicios y equipamientos culturales tienden a ser el baremo más utilizado de cara a medir su rentabilidad social y en consecuencia a defender la mayor o menor legitimidad social de la inversión pública realizada en ellos.

Primar el número de usuarios, impulsar las estrategias y acciones de generación de públicos, en definitiva, potenciar las políticas de democratización cultural es necesario y positivo. Pero esta sacralización del número, de lo cuantitativo, no debe de postergar otro tipo de actividades culturales necesarias y coherentes con los servicios y equipamientos culturales. Un museo por ejemplo, no puede descuidar sus actividades de investigación y conservación en aras exclusivamente de la difusión del propio museo o de un amplio programa de exposiciones temporales en pos de conseguir un aumento del número de visitantes.

Por otro lado, no se puede obviar que hay manifestaciones culturales que por su propia condición de vanguardia van a tener un público reducido, sin que ello exima a las entidades que las organizan de esforzarse en generar nuevos públicos.

3.5. Centralización – Descentralización

Este es un eje importante de la planificación cultural que afecta básicamente al diseño de la oferta cultural y a la planificación de los equipamientos culturales y que no tiene una respuesta unívoca, sino que la decisión a tomar depende del entorno territorial y del modelo de política cultural que se aplica en el territorio.

III-6.- La participación

La participación de los ciudadanos en la planificación y gestión de las políticas culturales públicas es un reto aun no resuelto, un derecho ciudadano escasamente desarrollado.

El fomento de la participación plantea ventajas para las políticas culturales públicas como son una mayor garantía de éxito de la política cultural debido a una mayor implicación de los usuarios, un menor coste al implicar en la gestión a la sociedad civil y un menor distanciamiento entre la sociedad y la Administración.

La puesta en marcha de las políticas de participación se enfrenta a problemas como son el excesivo individualismo de nuestra sociedad actual, la inercia de la Administración, la falta de margen de maniobra presupuestaria (presupuestos públicos muy cautivos y tendencia a la repetición) y cierta dificultad para identificar interlocutores válidos y representativos.

4. Los retos

4.1. Ampliación de públicos

Tras más de veinte años de acción cultural pública tenemos la impresión de cierto fracaso de las políticas de democratización, ya que tras años de implementación de las mismas nos encontramos con que los “privilegiados por la educación” y los de ciertos niveles de renta son los más beneficiados, somos conscientes que el fortalecimiento de la oferta no ha conllevado en igual medida la consolidación de la demanda, que hay un excesivo predominio de la Administración como agente cultural y que la política de precios ha retraído a la iniciativa privada.

Somos conscientes que se ha aumentado el número de usuarios pero no tanto de personas: Menos personas consumen más (los subvencionados son siempre los mismos). El reto es aumentar usuarios generando un nuevo público procedente de sectores reacios a nuestras ofertas.



Algunas pautas para la generación de nuevos públicos pudieran ser: trabajar en conocer mejor las demandas, mejorar la accesibilidad de todo tipo, ser abiertos en la programación adentrándonos en aspectos “quasiculturales”, buscar el equilibrio entre lo popular y lo elitista, trabajar con el sistema educativo, implicar a los medios de comunicación y fomentar estrategias de coordinación con las entidades sin ánimo de lucro y los colectivos organizados. En definitiva se trata de diseñar programaciones culturales para los diferentes sectores sociales en aras a conseguir que todos los ciudadanos encuentren algo atractivo para ellos.

A la hora de generar nuevos públicos también es importante no olvidar algunos aspectos operativos como son los siguientes: desarrollar horarios de atención al público adecuados a sus necesidades y tiempo de ocio, implantar sistemas técnicos que permitan una mayor accesibilidad horaria y geográfica a los servicios públicos (potenciación de la gestión telemática y virtual), impulsar un sistema de relaciones más sencillas: tramitaciones más simples y en lenguaje asequible con el objetivo de facilitar las cosas al usuario y dar importancia a los servicios de atención al público dotándolos de personal con un perfil y preparación adecuado.

4.2. Dar vida a los equipamientos

Las actuales tendencias de ocupación del ocio priman el consumo cultural mediático y parece que las nuevas tecnologías de la comunicación (Internet, televisión por cable etc.) van a incentivar aún más ese tipo de consumo. Junto a esto, los grandes centros comerciales con importantes ofertas de ocio atraen cada vez más a los ciudadanos con lo que nuestros equipamientos culturales creados en los últimos años (casas de cultura, salas de exposiciones, teatros, etc.) se encuentran con una gran competencia que les disputa los potenciales usuarios.

Ante esta situación hay que hacer una apuesta por volver a dar vida a los equipamientos. Siendo conscientes de la tendencia que presentan dichos equipamientos a absorber grandes cantidades de su presupuesto para su propio mantenimiento, decreciendo así su capacidad presupuestaria para poder ofertar servicios, hay que trabajar para que sean capaces de actuar con flexibilidad, con capacidad de hacer frente a las demandas de su entorno fomentando la participación ciudadana de cara a que vuelvan a ser puntos de referencia de la ciudadanía.

4.3. Estar abiertos a los nuevos ámbitos de la cultura

Las prácticas culturales de la ciudadanía van cambiando y se van abriendo a campos quasiculturales de los que la gestión cultural no debe ser ajena.

Frente a la importancia de la Administración como agente cultural en nuestra sociedad, en las industrias culturales el peso del sector privado es determinante. Conseguir una adecuada y fructífera relación con ese importante campo de la cultura es un reto permanente para los profesionales de la gestión cultural pública.

El concepto de la gestión de la cultura debe abrirse a las políticas intersectoriales y a las prácticas transversales en el Territorio. En este sentido las relaciones cultura y urbanismo han de hacernos partícipes de los diseños del Territorio, así como la potencialidad de desarrollo para el Territorio que la cultura ofrece ha de hacer que ésta sea un elemento importante en los planes estratégicos territoriales.

4.4. Mejorar la posición de la cultura para que llegue a ser un elemento relevante dentro de las políticas públicas

Debemos ser capaces de realizar políticas culturales que pongan en valor las múltiples capacidades de la cultura tanto en lo relativo a su importancia económica, como a su capacidad de cohesión e integración social, de cauce de la participación ciudadana, de elemento de legitimación de las instituciones, de generador de imagen positiva de un territorio y de aumento de la autoestima de sus habitantes y como elemento de mantenimiento de la identidad propia a la vez que potenciador de los valores del mestizaje y la tolerancia.

4.5. Renovar la gestión cultural pública

Es necesaria una renovación de la gestión pública en cultura en base a los siguientes ejes de actuación:

A. Dar protagonismo al ciudadano. Él es el destinatario y objetivo de nuestros esfuerzos. Para ello hemos de incorporar la teoría de calidad en nuestras organizaciones y pasar de una cultura burocrática en la que los valores se basan en el cumplimiento de las leyes y las normas, a una cultura de calidad en la que el valor supremo es que la administración está para servir y satisfacer a los ciudadanos. Debemos priorizar el resultado frente al proceso dejando a un lado tanta burocracia y control que no aportan ningún valor añadido al proyecto o servicio cultural.

B. Fomentar la cooperación que es una de las herramientas más importantes de nuestro trabajo. Hemos hablado con frecuencia de la necesidad del trabajo conjunto entre las instituciones públicas o los diferentes departamentos de éstas, así como entre la Administración Pública y las organizaciones culturales.

Sin embargo, esta cooperación tan necesaria nos resulta difícil incluso en lo más cercano. Hay además un ámbito de cooperación aparte del ya mencionado, que ha ido adquiriendo creciente importancia en los últimos años: la cooperación entre distintos países.

El hecho de participar en la Unión Europea ha ampliado las fronteras de nuestra gestión cultural y nos obliga a tener en cuenta a otros agentes y actividades culturales que se desarrollan fuera de nuestro territorio. Debemos conocer la cooperación internacional, debe ser para nosotros un instrumento útil y, para ello, hemos de cambiar nuestra actitud con todas las consecuencias que ello conlleva: acceder a redes internacionales, capacitarnos para aprovechar las ofertas de la Unión Europea, mejorar nuestra capacitación lingüística, etc.

C. Flexibilidad. Nuestras estructuras, equipamientos y métodos de trabajo deben de ser flexibles, para que nos permitan responder adecuadamente a las demandas cambiantes de nuestra sociedad.

D. Formación continua de los profesionales y conocimiento de las nuevas tecnologías de cara a mejorar los niveles de gestión. En este campo el dominio de la información es básico ya que vivimos en la sociedad de la información y las tecnologías aplicadas a este campo están continuamente renovándose. También en la gestión cultural la información se hace cada vez más importante, ya que nos permite saber más sobre nuestra sociedad y, en consecuencia, tomar decisiones más acertadas. Este reto informativo conlleva varios campos de acción: estructurar, mediante las nuevas tecnologías, recopilaciones de datos que nos permitan un buen conocimiento cultural del territorio en el que desempeñamos nuestra tarea; conocer las redes culturales existentes actualmente en todo el mundo; abrir vías que hagan llegar la información de que cada uno dispone a los agentes culturales que pudieran estar interesados, etc.

En resumen, a la hora de planificar la política cultural en la administración pública tenemos que ser conscientes como depositarios de un mandato ciudadano, que tenemos que diseñar una política cultural basada en planteamientos realistas (donde estamos y con que medios contamos), adecuada al territorio y a la ciudadanía a la que servimos, pensada en el ciudadano y por lo tanto cercana a ellos a la hora de ejecutar las estrategias, programas y proyectos.

Como administración pública tenemos que asumir que somos parte de un entorno en el que también actúan otros agentes y que nos corresponde liderar más que mandar y coordinar más que ejecutar.

Como gestores tenemos que mejorar nuestra eficiencia y nuestros procesos.

A la hora de la planificación de la política cultural se trata de tener una visión estratégica, propiciando los planes a medio plazo (salvando el agobio electoral), generando consensos (no convertir a la política cultural en un elemento de confrontación), estar atentos a los cambios sociales y a las demandas ciudadanas, generando estructuras flexibles que se adapten a dicho cambios y en definitiva situar a la cultura como un importante eje del desarrollo de nuestro Territorio.

Bibliografías

- DIAZ MENDEZ, A. “Estado Relacional y nueva gestión pública” Universidad de Deusto. Libro de comunicaciones. Experiencias de Ocio. Bilbao 1997.
- GOMEZ DE LA IGLESIA, R. “Aspectos operativos en la relación entre sectores públicos y privado en la gestión cultural”. I Jornada sobre la relación público-privada en cultura. Xabide Vitoria-Gasteiz. 1997.
- LOPEZ DE AGILETA, I. “Cultura y ciudad. Manual de política cultural municipal” Ed. Trea. Gijón. 2000
- XABIDE “Valor, precio y coste de la cultura” II Jornadas sobre la relación público-privada en la cultura, Xabide Vitoria-Gasteiz. 1999

**Ponente:**

ELISENDA FIGUERAS

Bibliotecaria

CUATRO PINCELADAS DE LA CAMPAÑA DEL AÑO 1994 AL AÑO 2000**"La aventura de leer"**

Una campaña para dar a conocer las bibliotecas y las salas de lectura de los centros cívicos de la ciudad.

Organiza:	INSTITUTO DE CULTURA DEL AYUNTAMIENTO DE BARCELONA
Con la colaboración:	Red de Bibliotecas Populares de la Diputación de Barcelona
Han participado:	20 Bibliotecas 10 Salas de lectura de Centros Cívicos 2 Bibliotecas privadas en convenio con el distrito
Se realiza:	De enero a diciembre (excepto julio y agosto) dividido en fases de tres meses
Se dirige:	A todos los públicos, pero cada actividad selecciona un segmento de público concreto, especialmente a público familiar, jóvenes, mujeres y gente mayor.
La campaña empezó:	El mes de mayo de 1994
En estos años...	Se han realizado más de 1.500 actividades
Han asistido:	Casi 70.000 personas entre adultos y niños

Algunas de las propuestas que se han llevado a cabo durante estos años...

PROPUESTAS DIRIGIDAS A PÚBLICO INFANTIL:

- **Sac de rondalles.** (Saco de cuentos). Narradores que explican cuentos especialmente de la tradición oral.
Narradores: David Laín, Ester Prim, Albert Estengre, Pep Tort, Roser Ros, Mercè Moure, Laura Rosselló, Immi Roure, Pilar Arbós, Lluís Ganduxé, Estela Carcereny, Jordi Palet...
- **Els contes de tots colors** (Cuentos multicolores). Narradores que explican cuentos de diferentes culturas: Camerunesa, gitana, magrebina, catalana
A cargo de: Associació de Mestres Rosa Sensat
- **Quan la música surt del conte** (Cuando la música sale de los cuentos). Diferentes cuentos acompañados de un instrumento musical.
A cargo de: Tantagora
- **Contes a cau d'orella. Sis contes sis** (Seis cuentos de boca a oreja). Narración de cuentos con objetos y canciones.
A cargo de: Cesc Serrat
- **Els gegants van a la biblioteca** (Cuando los gigantes van a la biblioteca). Narración de cuentos de gigantes.
A cargo de: Coordinadora de geganters de Barcelona i l'Associació de Mestres Rosa Sensat
- **Mites, sagues i llegendes** (Mitos, sagas y leyendas). Escandinàvia. El mundo de las sagas y de los cuentos, Mitología cèltica. Magia, poesía y música, Contes dels sioux. Ohunkankas, leyendas indias.
A cargo de: Dolça Vilallonga y Alfons Encinas
- **Això era i no era...** (Había una vez...). "Rondalles" mallorquinas de todos los tiempos recogidas por Mossèn Antoni M. Alcover
A cargo de: Associació d'Escriptors en Llengua Catalana, narradores: Jaume Fuster, M. Antònia Oliver, Teresa Duran, Caterina Valriu, M. Pau Janer, Mercè Moure....
- **Contes de fusta** (Cuentos de madera). Los títeres nos explican historias.
A cargo de: David Laín
- **Contes de paper** (Cuentos de papel). Historias explicadas con figuras de papel plegado.
A cargo de: Pep Gómez
- **Contes de Perrault** (Cuentos de Perrault). Cuentos de tradición oral recogidos por Perrault hace trescientos años.
A cargo de: Roser Ros
- **Sopa de contes** (Sopa de cuentos). Narración de diferentes cuentos y canciones con el apoyo de objetos/iconográficos.
A cargo de: Cesc Serrat
- **Bèsties i Bestioles** (Bestias y bestiecillas). Una mezcla de cuentos, canciones, poesía, juegos y refranes del mundo animal: desde los pequeños insectos hasta los dragones mitológicos.
A cargo de: Ara va de bo.
- **Històries dibuixades** (Historias dibujadas). Cuentos que se explican mientras se van dibujando.
A cargo de: Marta Balaguer
- **1897: Neix la gran ciutat** (1897: Nace la gran ciudad). Historias en forma de cuento de algunos hechos y curiosidades históricas de algunas "vilas" de la ciudad.
A cargo de: Albert Estengre
- **Descosit de contes.** (Deshilado de cuentos). Cuentos narrados con la ayuda de un cuento gigante.
A cargo de: Anna Roca
- **Alicia en terra de meravelles** (Alicia en el país de las maravillas). Explicación del cuento con Carroll y la niña Alicia.
A cargo de: Albert Estengre y Marta Romera.
- **Contes d'il·lusió** (Cuentos de ilusión). Cuentos tradicionales con un poco de magia y la colaboración de la paloma Ernest.



- A cargo de: **Teatre d'Ilusió**.
- **Conten-i-dos** (Contenedores). Cuentos explicados con objetos reciclados.
A cargo de: **Marta García y Óscar Sivil**
- **Safir**. Narradores de diversas partes del mundo explican cuentos tradicionales de sus países y también cuentos de escritores y escritoras actuales.
A cargo de: **Juan Carlos González** (cuentos cubanos), **Matilde Magdalena** (cuentos canarios), **Djaidia Moualhi** (cuentos del Magreb), **Adriana Albarracín** (cuentos colombianos), **Martha Escudero** (cuentos mejicanos), **Inongo-Vi-Makome** (cuentos africanos).
- **Cuentos de la Nana Bunilda**. Los cuentos salen de su cacerola mágica, acompañados de chocolate y maquillaje para los niños.
A cargo de **Mia Butxaques**
- **Temps de Nadal** (Tiempo de Navidad). Cuentos populares, villancicos, textos literarios y refranes que nos acercan a la tradición navideña.
A cargo de **Sílvia Llorente**, voz y **Oriol González**, guitarra y mandolina.
- **La màgia dels personatges** (La magia de los personajes). Un grupo de personajes de ficción se presentarán de la mano del mago.
A cargo de: **Hausson**.
- **Contes de maletes** (Cuentos de maletas). Cuentos viajeros de las maletas perdidas en los aeropuertos que han sido encontrados por un trotamundos.
A cargo de: **Rah-mon Roma**.
- **Contes d'imatges** (Cuentos de imágenes). Cuentos explicados a oscuras a partir de imágenes.
A cargo de: **Marta Romera**
- **Contes d'autor**. Cuentos escritos por autores importantes de la literatura infantil que de la mano de los narradores nos transportarán a un nuevo universo de imaginación.
Els contes de Leo Lionni, por **Roser Ros**
Els contes d'Asun Balzola, por **Pep Duran**
- **Contes de la Huaca, el sol i la lluna** (Cuentos de la Huaca, el sol y la luna). De la mano de un simpático personaje podremos conocer algunos mitos, leyendas y cuentos de algunas culturas de América Central.
A cargo de: **Cèlia Millán**.
- **Tema especial en motivo de la conmemoración del Centenario del nacimiento del escritor Josep Pla**
- **Ex-PLA-nades**. Una inmersión en la obra de Josep Pla a partir de elementos, figuras y paisajes de Josep Pla más los añadidos escénicos de David Laín.
A cargo de: **David Laín**
- **Animals. El bestiari de PLA** (Animales. El bestiario de PLA). Lectura de textos del "bestiari" de Josep Pla adaptados al público infantil y acompañados de ilustraciones de animales y de instrumentos musicales.
A cargo de: **Roser Ros y los músicos Eduard Iniesta y Conrad Sató**
- **Tema especial con motivo de la conmemoración del Centenario del nacimiento del escritor Federico García Lorca**.
- **García**. Acercamiento a las vivencias y a la obra del escritor granadino con títeres y los acordes de una guitarra.
A cargo de: **David Lain, títeres y Manel Hernández**, guitarra
- **Lorca, poeta del duende**. Cuentos, juegos y canciones a partir de los poemas que el autor va escribió para los niños.
A cargo de: **Cèlia Millán**
- **Las celebraciones anuales fijas:**
- Sant Jordi'97: Juego literario:
- **"Atrapa l'acció"** (Atrapa la acción!). Localizar la respuesta correcta de una serie de situaciones extraídas de libros ambientados en la ciudad de Barcelona.
- Fiestas de la Mercè: Juegos de enigma
- **"L'Aventura de la Mercè". On són les Mercès?** (La aventura de la Mercè. Dónde están las Mercès?). Una serie de propuestas en las que se debía localizar a escritoras y ilustradoras que se llaman Mercè; los adultos tenían que adivinar el autor y título del libro de los personajes llamados Mercè que les proponíamos.
- **"Per la Mercè aventura't"** (Aventúrate para la Mercè). Resolver dos jeroglíficos sobre temas de la imaginaria popular y de los actos de la Fiesta Mayor de la ciudad. Obsequio de un pin de la campaña a todos los participantes.
- **"El collage dels contes de les Tres Bessones"** (El collage de los cuentos de las Tres Mellizas). Formar el título de uno de sus libros recortando el programa de la Fiesta Mayor.
- Sant Jordi'98: Homenaje a Jaume Fuster.
- **"Fuster primavera i estiu"** (Fuster, primavera y verano). Encontrar los títulos de los libros a los que pertenecían unos fragmentos de la obra de Fuster. Obsequio de lotes de libros, un viaje a Bilbao y dos viajes a Mallorca en barco.

PROPUESTAS DIRIGIDAS A PÚBLICO JOVEN Y ADULTO:

- **Silenci, càmeres... Acció!!** (Silencio, cámaras...Acción). Centenario del Cine
Manuel Vázquez Montalbán, Domènec Font, Sergi Pàmies, Núria Vidal, Jordi Balló, Ma. Antònia Oliver, Xavier Pérez, Javier Coma, Jaume Fuster, Marcos Ordoñez, ...
- **Continuarà...** Centenario del Cómic
Joan Navarro, Ramón de España, Ignacio Vidal-Folch, Jordi Sánchez, Óscar Valiente, Alejo Cuervo, Francisco Pérez Navarro...
- **Les Grans Aventuraes** (Las grandes aventuras). Conferencias sobre viajes
Oscar Cadiach, Jaume Bartrolí, David Roselló, Marcela Díaz...
- **Diàlegs amb** (Diálogos con)... **el Dr. Corbella**. Charlas sobre los diferentes temas sobre los que ha publicado.
- **L'Aventura de la Mercè** (La aventura de la Mercè) : Un recorrido por la Fiesta Mayor de la ciudad que incluyó conferencias sobre la historia y la fiesta, cuentos para niños y un concurso literario.
Joaquim Auladell, Marta Tatjer, Francesc Fabregat, Associacions de diables, gegants, castellers...
- **Fans del màgic**. Sesiones de iniciación al juego dirigidas a público joven.

- **Ídolos.** Charlas sobre ídolos del mundo de la música a cargo de músicos y expertos.
Rolling Stones por **Gerard Quintana** y **Jordi Tortós**
Jim Morrison por **Adrià Puntí** y **Magda Bonet**
- **Va de exposició.** Charlas sobre exposiciones que se están haciendo en la ciudad. Se ha hablado de las exposiciones:
"El viaje a Italia" con **Imma González**, directora Fundación Thyssen-Bornemisza. "Ciudad y cómic" con **Jordi Sánchez**, director del Salón del Cómic de Barcelona. "Vestidos nupciales" con **Rosa M. Martín**, directora del Museu Tèxtil i d'Indumentària. "Zurbarán" con **Margarita Cuyàs**, directora departamento de arte Renacimiento y Barroco del MNAC. "Escucha España. Catalunya y la crisis del 98" con **Agustí Colomines**, profesor de historia contemporánea de la UAB. "La ilustración de la naturaleza" con **Armand Muntés**, ilustrador. "Diseño industrial en España" con **Daniel Giralt** y **Juli Capella**, comisarios de la exposición. "Tesoros gráficos" con **Amèrica Sánchez**, comisaria de la exposición. "Magritte" con **M. Lluïsa Borràs**, comisaria de la exposición. "El Islam y Cataluña" con **Joan Eusebi García**, comisario de la exposición. "Alberto Giacometti" con **Sandra Miranda**.
- **La salud a debate.** Charlas sobre temas de salud y varias situaciones que afectan y preocupan a la gente.
"Hacerse mayor" con **Ricardo Moragas**, "La dieta equilibrada" con **Carme Valls**, "Soy mujer y me he hecho mayor" con **Anna Gobart**, "El estrés, prevenirlo es cosa tuya" con **Pablo Torrabadella**, "El Alzheimer, como convivir con la enfermedad" con **Josep Vila**, "Gastronomía en las fiestas de Navidad", con **Isabel Sánchez**, "Drogas y legalidad" con **Núria Magrí**, "Anorexia y Bulimia" con **Josep Toro**, "El poder de la agua" con **Armando Cuadra**; "Comer bien, bueno y sano" con **Xavier Mestres**; "Una pincelada de las terapias alternativas" con **Josan Ruíz**.
- **Es actualidad.** Espacio de conocimiento y profundización sobre diversos temas presentes en la actualidad.
"La clonación humana" con **Itziar Bellil**, "El movimiento okupa" con **Eugeni Madueño**, "100 años de la muerte de Lewis Carroll" con **Jordi Quintana**. "El euro, instrumento de la Unión Europea" con **M. Teresa Alcayne**, "Cuba, la vía de los cambios", con **Vicenç Lozano**, "Magreb, entre la tradición y la influencia de Occidente" con **Francesc Espinet**, "La viagra" con **Joaquim Sarquella**, "El desastre de Doñana" con **Jordi Sargatal**, "La violencia doméstica" con **M. José Varela**, "El pueblo saharauí" con **Ferran Aguiló**, "La vida en la luna" con **Rafael Clemente**, "Els dictadors a judici" con **Montserrat Comas**, "Després de l'huracà Mitch" con **Héctor Oliva** y **Pilar Malagarriga**.
- **De interés general.** Espacio para hablar de hechos y temas presentes en nuestra sociedad.
"El otro Gaudí, la otra Sagrada Familia" con **Eduardo Rojo**, "El cambio climático" con **Miquel Rafa**. "Como buscar trabajo" con **Jordi Graner**, "Vivir sola: opción o situación" con **M. Jesús Soriano**.
- **Hablando con...** Charlas con escritores y escritoras de otros lugares de la península acompañados por escritores de la ciudad. Con la colaboración de la Associació d'Escriptors en Llengua Catalana. Escritores invitados: **Juan José Millás** y **María Barbal**, **Soledad Puértolas** y **Joaquim Carbó**, **Almudena Grandes** y **Carles Duarte**, **Carmen Posadas** y **Joan Anton Baulenas**, **Elvira Lindo** y **Pau Joan Hernández**, **Fernando Delgado** y **Isabel-Clara Simó**, **Josefina Aldecoa** y **Montserrat Viza**, **Julio Llamazares** y **David Castillo**, **Lucía Etxebarria** y **Hector Hernández**...
- **Una estona amb...** (Unos momentos con...). Escritoras y escritores que reflexionan sobre el hecho de escribir y que hablan de su obra
Teresa Pàmies, **Isabel-Clara Simó**, **M. Antonia Oliver**, **Isabel Olesti**, **Maria Jaen**, **Carme Riera**, **Jordi Coca**, **Ignasi Riera**, **Jaume Fuster**, **Maria-Mercè Marçal**, **Joan Perucho**, **Llorenç Torrado**, **Jesús Mestre** i **Godes**, **Francesc Candel**, **Emili Teixidor**, **Vicenç Villatoro**, **Bernardo Atxaga**, **Esther Tusquets**, **Mercedes Abad**, **Ana M. Briongos**, **Anna M. Matute**, **Andreu Martín**, **Maite Carranza**, **Isabel Segura**, **Mossèn M. Ballarín**, **Jaume Cabré**, **Joan Majó**, **Jordi Dauder**, **Maria Barbal**, **Miquel de Palol**, **Lesego Rampolokeng**, **Sujata Bhatt**, **Ramón de España**, **Antonina Rodrigo**, **Abdellatif Laabi**, **Alfred Bosch** ...
- **Sobre la tauleta de nit** (Sobre la mesita de noche). Encuentros con personajes populares que nos hablan de los libros que han leído.
Emma Vilarasau, **Ramon Muntaner**, **Jordi Dauder**, **Antoni Bassas**, **Gerard Quintana** de **Sopa de Cabra**, **Pasqual Maragall**, **Araceli Segarra**, **Joel Joan**, **Alex Casanovas**, **Margarita Minguillón**, **Salvador Alsius**, **Teresa Gimpera**, **Ginesa Ortega**, **Jordi Estadella**, **Josep Coromines**, **Lluís Llongueras**, **Montserrat Carulla**, **Rosa Novell**, **Loquillo**, **Montse Guallar**, **Albert Om**, **Magda Oranich**, **Teresa Berengueras**, **Josep M. Pou**, **Jordi Boixaderes**, **Imma Colomer**, **Mariló Casals**, **Andoni Zubizarreta**, **Pilar Rahola**, **Galindo**...
- **Lecturas dramatizadas:** Textos teatrales leídos por actores profesionales
"Pizza man" de **Darlene Craviotto**, **TUB (Teatre Urbà de Barcelona)**; "Tracti'm Devos" de **Raymon Devos**, **Sala Beckett**; "Assumptes de família" Selección de piezas cortas de **Joe Pintauro**, **Lambda Teatre**; "Totes culpables" de **Martine Tartour**, **Associació d'actors i directors professionals de Catalunya**; "Persistència" de **Maria Àngels Anglada**, **Imma Colomer**, **Lourdes Barba** y **Francesc Luchetti**; "Crisifixió", textos de diferentes autores, **Associació d'actors i directors professionals de Catalunya**; "Sketches" de **Harold Pinter**, **Sala Beckett**; "A punto de turrón" de **Silvia Mejía**; **Sala Beckett**; "Parells" piezas cortas de **Anton Chejov**, **Clarís Miller** y **Karl Valenin**; **Associació d'actors i directors professionals de Catalunya**; "A peu PLA" **Companyia Ara Pla**, **Joan Pau Romani**, **Maria Costa**, **Martí Peraferri**; "No som res pero fa mal de dir..." **Núria Candela**; "La dona Jueva" de **Bertolt Brecht**, **Teatrextrem**; "Parracs" de **Bertolt Brecht**, **Companyia Parracs**.
- **Lecturas poéticas:**
"Poemes per a tothom" con **Núria Candela**, "Veu de poeta" con **Ovidi Montllor** y **Toti Soler**, "D'una vella i encerclada terra" de **Salvador Espriu** con **Maria Cinta** i **Jaume Nadal**, "Poesia Acció" con **Accidents polipoètics**, "Espai de poesia" con **Olga Xirinacs** y **Feliu Formosa**. También han leído poemas: **Marina Rossell**, **Pau Riba** i **Ramon Muntaner** i **Josep Tero**. "Viatge a la Polinèsia" Volumen X: **Veus Rases II Capítol 1 David Castillo**, **Bel Bosck** i **Gerard Quintana**. **Capítol 2 Josep Pedrals**, **Marc Romera** y **Francesc Bombí**. "Vespre de poetes" con: **Rosa Novell**, **Lluís Soler** i **Pere Arquillué**. "Per molts anys. Una mirada en el temps" con: **Miquel Martí** i **Pol**, **Ramon Besora** y **Rosa Cadafalch**.

LOS CICLOS:

- **Esdeveniments del segle XX** (Hechos del siglo XX) Ciclo de conferencias sobre hechos de este siglo que marcarán el nuevo milenio.
Els fonamentalismes o el retorn dels Déus (Los fundamentalismos o el retorno de los dioses). **Salvador Pániker**. Quan néixer no és només cosa de dos. Les tècniques de reproducció assistida (Cuando nacer no es sólo cosa de dos. Las técnicas de reproducción asistida) **Anna Veiga**. El moviment ecològic abans i després de Rio (El movimiento ecologista antes y después de Rio). **Jordi Bigas**. . Quart o primer poder? Els mitjans de comunicació (Cuarto o primer poder. Los medios de comunicación). **Josep M. Huertas Claveria**.
- **L'era del 2000** (La era del 2000). Ciclo de conferencias que representan la continuación del ciclo "Hechos del siglo XX", ahora pensado en los cambios y hechos que marcarán el inicio del nuevo milenio.
El cervell humà: una incògnita desvetllada (El cerebro humano: una incógnita desvelada). **Adolf Tobeña**. Medicina alternativa, la medicina del futur? (Medicina alternativa, ¿la medicina del futuro?) **Miquel Masgrau**. Viatjar a Mart per a conèixer la terra (Viajar a Marte para conocer la tierra). **Vladimir de Semir**. Quan tot és molt a prop: Les autopistes de la informació (Las autopistas de la información). **Vicenç Partal**. Les cultures particulars en un món global (Las culturas particulares en un mundo global) **Ferran Mascarell**. Vers una llengua universal (Hacia una lengua universal). **Isidor Marí**. . Per una ètica del nou mil·lenni (Para una ética del nuevo milenio). **Victoria Camps**.



- **1897. Nace la gran ciudad** : Charlas con motivo de la conmemoración del centenario de la agregación de los pueblos a la ciudad de Barcelona.
La vila de Sant Martí de Provençals: l'obrador de Barcelona (La villa de Sant Martí de Provençals: el taller de Barcelona). **Teresa Mirri**. La vila de Sant Andreu de Palomar (La villa de Sant Andreu de Palomar). **Ramon Grau**, Fila 0: **José Antonio Fernández i Rodríguez, Fèlix Olivé i Guilera, Joan Pallarès i Personal, Jaume Seda i Mariné, Magí Trevesset i Queralto i Germà Vidal i Rebull**. La vila de Sant Martí de Provençals: el barri industrial del Poblenou (La villa de Sant Martí de Provençals: el barrio industrial del Pueblo Nuevo) **Xavier Tafunell**, Fila 0: Representantes del Archivo Histórico del Poble Nou. La vila de Sants: Poble, suburbi, barri (La villa de Sants: Pueblo, suburbio, barrio). **Ramon Grau**, Fila 0: **Anselm Cartanyà, Julio Baños** y representantes de entidades de los barrios de Sants, Hostafranchs y Labordeta.
- **Escenaris negres** (Escenarios negros) . Ciclo de charlas para conocer los hechos y los temas que inspiran la novela negra.
Les trames negres (Las tramas negras): escritor: **Jaume Fuster**. Sectes i sectaris (Sectas y sectarios): escritor: **Lluís Busquets** y experto: **Pepe Rodríguez**. Timos, Xoriços i altres malifetes (Timos y chorizos): escritor: **Jaume Ribera** y experto: **Enrique Rubio**. La droga: escritor: **Joan Guitart** y experto: **Oriol Romaní**. Les màfies (Las mafias) escritor: **Andreu Martín** y experto: **Jordi Bordas**. La trata de blanques (La trata de blancas): escritora: **Maria Antònia Oliver** y experto: **Xavier Vinader**. Víctimes, Detectius, policies i criminals (Victimas, policías, detectives y criminales) escritor: **Pedro Casals** y experto: **Javier Coma**.
- **Barcelonines d'ànima** (barcelonesas de alma). Ciclo de charlas con motivo del Día Internacional de la Mujer .
Dolors Aleu, la investigación científica a principio de siglo. Por **Núria Solsona**, química. Aurora Bertrana. Carmen Amaya. Àlma flamenca. Por **Colita**, fotógrafa. Federica Montseny. La defensa de la izquierda. Por **Mary Nash**, historiadora. **Montserrat Roig** y **M.Aurèlia Capmany**. Dos sensibilidades literarias. Por **Montserrat Palau**, filóloga.
- **Viajando con la literatura** . Los escritores nos acercan a los países donde han ambientado sus libros.
Iran "Negro sobre negro" con **Anna M. Briongos**, L'Índia "Mandala" con **Pepa Roma**, Italia y Menorca "Quadern venecià i Quadern de Fornells" con **Àlex Susanna**, Israel "Morir a Tel Aviv" con **Pep Subirós** y Marruecos "Seducions a Marràqueix" con **Josep Piera**.
- **Una mirada por el 98**. Ciclo de diferentes charlas que nos acercan a la vida y a los personajes que vivieron el cambio de siglo.
"Què va passar l'any 1898" (Qué pasó el año 1898) con **Josep M. Fradera**, "On eren les dones del 98" (¿Dónde estaban las mujeres del 98?) con **Isabel Segura**, "Las cocottes de Don Miguel" con **Pep Gómez**, "La máscara de Baroja" con **Francesc Candel**.
- **Religiones de ayer y hoy**. Un ciclo de charlas que analiza el pasado, presente y futuro de las religiones. Con la colaboración del Institut d'Humanitats.
"Que es la religión?" con **Felipe Martínez Marzoa** y **Manuel Delgado**, "El budismo" con **Dolors Folch** y **Antoni Prevosti**, "El Islam" con **Eloy Martín** y **Bernabé Lopez García**, "El Cristianismo" con **Pere Lluís Font** y **Llorenç Gomis**, "El 'Agnosticismo" con **Jaume Casals** y **Jesús Hernández Reynés**.
- **Desde la mirada del traductor**. Encuentros con traductores que nos adentran, desde su perspectiva, en las obras y autores que han traducido.
Joaquim Mallafre nos habla de James Joyce, **Lluís Maria Todó** nos habla de Gustave Flaubert, **Mónica Zgustova** nos habla de Bohumil Hrabal, **Carme Arenas** nos habla de Italo Calvino.
- **Tema especial con motivo de la conmemoración del Centenario del nacimiento del escritor Josep Pla**
 - **"Enccontres": Mirades i records sobre la personalitat de l'escriptor Josep Pla** ("Encuentros". Miradas y recuerdos sobre la personalidad del escritor Josep Pla): Una larga lista de personas que con sus recuerdos y opiniones ayudan a penetrar en las interioridades de un personaje polifacético y controvertido.
Las miradas han sido:
 - "Los amigos": "los escritores", "los periodistas", "los editores", "los biógrafos" y "los investigadores". Con la presencia de Sr. **Carles Sentís**, **Josep Martinell**, Sr. **Josep M. Castellet**, Sr. **Joaquim Molas** (escritor), Sra. **Cristina Badosa** (biógrafa),
 - **"Viatjant PLA-nerament"** (Viajando Llanamente): El habitual ciclo de conferencias sobre viajes esta vez seleccionando seis de los lugares que Josep Pla recorrió.
Los países y ciudades han sido: Nova York: **David Roselló**, Escandinavia: **Pau Puig**, Islas del Mediterraneo: **Jordi Llompart**, Lisboa: **Basilio Losada**, Rússia: **Jaume Bartrolí**, Israel: **Asun Lujan**, Italia: **Antoni Esteve**.
 - **"De l'Europa de Pla als nostres dies"** ("De la Europa de Pla a nuestros días") Charlas con periodistas sobre los cambios que han trans formado Europa des de los años 20, época en la que Pla empezaba su actividad como periodista. Con la colaboración del Col·legi de Periodistes.
¿Que pasó el día 9 de noviembre de 1989?: **Mateo Madrideo**, Viejos y nuevos europeos: **Àlex Masllorens**, Europa o la ley del péndulo entre la derecha y la izquierda: **Rosa Massaguer**, El euro, un festival o una moneda?. El día después de Maastricht: **Lluís Bassets**, Vuelven los fascismos: **Valenti Puig**.
- **Tema especial con motivo de la conmemoración del Centenario del nacimiento de Federico Garcia Lorca**
 - **"Lorca, alma con duende"**. Tertúlias sobre diversas facetas del poeta a cargo de Antonina Rodrigo y sus invitados.
Lorca y la vanguardia catalana con **Vicenç Altaió**, Lorca y Margarita Xirgu con **Carme Sansa**, Lorca y la Barraca con **Ricard Salvat**, Lorca y Manuel de Falla con **Isabel Aragón**.
 - **"Lorca en solfa"**. Reproducción de la conferencia Como canta una ciudad de noviembre a noviembre.
A cargo de: **Oscar Mas** (rapsoda y cantante), **Eduard Iniesta** (guitarra, mandolina y músicas) y **David Farran** (bajo y cajón)
 - **"Se le vió caminando entre fusiles"**. Café conferencia en torno al asesinato de Federico García Lorca.
A cargo de **Accidents Polipoètics**.

ITINERARIOS LITERARIOS:

- **"Los escenarios barceloneses de Lorca"**. Un itinerario literario para conocer la relación que tuvo con la ciudad.
- **"Fragments"**. Una mirada por la simbología de la poesía de Jorge Luis Borges a través de diversos espacios y elementos de la ciudad.
- **"De paso"**. Un recorrido por la relación que tuvieron algunos de los escritores que pasaron por Barcelona y la impresión que dejaron en sus obras.
- **"Dulce ángel de la muerte"**. Una forma de conocer la obra de poetas y escritores a partir de un circuito por el cementerio de la montaña de Montjuïc.



Ponente:

ANTONIO JAVIER GONZÁLEZ RUEDA
Gestor Cultural, Universidad de Cádiz

LA PLANIFICACIÓN EN EL ENTORNO DE LAS TECNOLOGÍAS DE COMUNICACIÓN

Una idea para comenzar:

“Hay que utilizar la tecnología cuando es útil, pero nunca debe reemplazar a las experiencias reales”
Bill Gates. Magazine del Mundo

1. Nota aclaratoria

Esta ponencia fue presentada en el IV Seminario CULTURA Y MUNICIPIO un ya lejano 30 de noviembre de 2001. Casi tres años más tarde me pide la FAMP que confirme si lo que expuse en este seminario podía ser publicado. Como quiera que, por razones de tiempo y por estar en consonancia con el tema- por qué no negarlo también- utilicé la ya socorrida presentación de powerpoint, he optado conscientemente por tratar de reescribir aquella presentación esquemática y simple mediante el más arcaico de los medios: la palabra escrita.

2. Algunos conceptos introductorios

2.1. El concepto de cultura tecnológica

El ex ministro de Industria socialista, Joan Majó, sostiene algo que ya casi todos suscribimos: la tecnología en sí misma es un producto cultural. Al universo que incluye estos productos culturales le otorga la denominación de CULTURA TECNOLÓGICA. Estos productos surgen en un momento de transición en el que la sociedad pasa de ser una sociedad industrial para convertirse en la tan traída y llevada sociedad del conocimiento. En este momento de transición y confusión, una nueva Edad Media para algunos apologetas, las tendencias serían las siguientes:

- DIGITALIZACIÓN: cualquier conocimiento se expresa en número (vuelta a origen de la escritura: contar)
- LIBERALIZACIÓN: pasamos del monopolio público de las comunicaciones a la mercantilización y privatización de redes y compañías. Esta liberalización completa del sector de las telecomunicaciones origina una gran confusión a la hora de saber cuál es el concepto de servicio público dentro del mercado.
- GLOBALIZACIÓN: todo se globaliza, todo es accesible. O al menos, ese es el axioma. La realidad bien concreta es que la globalización sólo se aplica en lo financiero.
- DESMATERIALIZACIÓN: La producción y también el consumo se desmaterializan, las botellas ya no son necesarias para almacenar el vino. En teoría, sólo en buena teoría, esta desmaterialización debe posibilitar un desarrollo sostenible.
- ACELERACIÓN DE LOS CICLOS DE CONOCIMIENTO: La aceleración de la generación-olvido del conocimiento es un hecho cada vez más palpable. Los conocimientos que atesoramos durante nuestra formación académica reglada, en gran parte, quedan desfasados en muy pocos años. La pantalla (efímera) se ha impuesto al papel (relativamente permanente). El “verba volant scripta manent” ha quedado reducido a cenizas. Si el ciclo que renueva los conocimientos se ha acelerado a velocidad de la luz nuestras vidas que se rigen por el conocimiento también (ejemplo: el móvil).

2.2. El valor de la cultura tecnológica

La cultura tecnológica genera una nueva sociedad caracterizada por los siguientes rasgos:

- INFORMACIÓN SOBREABUNDANTE: Como quiera que todo es reproducible, manipulable y compartible hasta el infinito la información- no el conocimiento- se convierte en un elemento que satura y aliena. Económicamente, en este contexto, pasamos de una economía material a una economía inmaterial, aunque sólo en cierta medida y en algunos sectores.
- INFORMACIÓN ADVERSUS CONOCIMIENTO: No toda acumulación de información genera conocimiento. Esta situación genera dos graves problemas que analizaremos detenidamente a lo largo de esta ponencia: acceso (la propiedad de la red y los excluidos de ella) y exceso (adiciones)
- OBSOLESCENCIA DE LOS SISTEMAS DE FORMACIÓN: Seguimos siendo educados en un contexto de CULTURA ESCRITA. Ante la paradoja de una cultura escrita en el interior de las aulas y una cultura tecnológica en el exterior de las mismas se genera perplejidad de enseñantes y enseñados.

2.3. Qué es Internet (en cuatro pinceladas)

A finales de los 70 el Departamento de Defensa de los Estados Unidos a través del Advanced Research Project Agency (ARPA) se propuso la creación de una red de transmisión de datos militares, a partir de redes ya existentes. Sus principios fueron: inexistencia de puntos centrales de interconexión descentralización del flujo de datos y garantizar la transmisión por encima de que un NODO (punto de intersección entre dos canales de la red) funcionara o no. A este diseño se le llamó internetwork y a la red Arpanet.

Más adelante Arpanet deja de ser usada por Defensa pero el diseño cala profundamente.

En 1975, a partir de los principios y la estructura de ARPANET se construye una red para usos industriales y académicos que se denominará INTERNET.

Entre 1975 y 1990 internet es una red de comunicaciones de la comunidad científica de altísimo nivel (sólo para el primer nivel del primer mundo).

A partir de 1990 internet deja de ser una red de uso minoritario y controlado para convertirse en, quizás, el acontecimiento más crucial de la última década del pasado siglo XX. Esta generalización en su uso viene dada por el desarrollo dentro de la red de todo un paquete de servicios (correo electrónico, FTP, HTLM, videoconferencias, etc.).

2.4. Qué supone Internet

El filósofo Javier Echeverría realiza un excelente estudio sobre lo que han supuesto todos estos cambios en introduce el concepto del Tercer Entono. Para este excelente pensador el mundo se dividiría en tres entornos:

- PRIMER ENTORNO: La Naturaleza y nuestro cuerpo (lo más inmediato).
- SEGUNDO ENTORNO: la ciudad y la moda, la cultura y la sociedad.



- TERCER ENTORNO: es el entorno virtual (a través de las redes). Se trata de un entorno digital o representacional (no se vive en él) en el que se crea riqueza (economía informacional) y se consume cultura. Este nuevo entorno ha supuesto un verdadero vuelco con respecto a las reglas más tradicionales de la economía industrial.

3. Las nuevas tecnologías de la comunicación

Con este término un tanto críptico se ha intentado agrupar a todos aquellos avances que han permitido que la Globalización llegue fundamentalmente a través de la información. Una tipología bastante simple podría ser la que diferencia tecnologías no informáticas en sentido estricto: Televisión, vídeo, CD, dvd, pantalla de cristal líquido, cañón,... de tecnologías relacionadas con la informática: Multimedia y Tecnologías asociadas a la Red.

Para José B. Terceiro las NNTT de la Comunicación “el repetido uso del ordenador puede provocar una ilusión enormemente preocupante, sobre todo en el supuesto de que nos quedemos conformes con el menú que nos faciliten. En esa caso la realidad puede convertirse en mera virtualidad”

La implantación de las NNTT de la Comunicación ha posibilitado acciones que si, hace unos años, las hubiera descrito Asimos nos hubiesen parecido los ingredientes de un relato de ciencia ficción: telecompra, teletrabajo, educación asistida, tecnologías para discapacitados, dinero electrónico, etc.

Nunca, quizás más que ahora, la sentencia de Esopo “la comunicación es lo mejor y lo peor de las cosas” se ha convertido en una verdad tan irrefutable.

4. La cultura en la red

En una de las numerosísimas entrevistas al filósofo Paul Virillo que se pueden leer en la red se desgranar opiniones de enorme valor para entender cómo se va ir desarrollando la cultura en este medio. Así cuando se le pregunta sobre el origen militar de la red, Virillo sostiene que lo que mejor se ha heredado es el “carácter totalitario o ‘globalitario’ de Internet”. Sostiene que las autopistas de la información son todo menos anarquía y recuerda que las autopistas nacieron con el fascismo (autostrade, reichautoban).

Entre los aspectos más positivos Virillo sostiene que internet ha posibilitado el cosmopolitismo o ciudadanía del mundo.

En el lado negativo de la balanza sostiene que “el riesgo no es la censura por privación de información... [es] la censura por saturación, indiferenciación, ruido o babelización” y reprocha a la cibercultura el abandono del mundo real.

4.1. Perplejos, ludditas y ciberoptimistas

Las reacciones, especialmente en el ámbito cultural, ante la nueva situación son de lo más variopintas. Para demostrar esta tesis he optado por agruparlas en tres grupos: perplejos o escépticos, ludditas y ciberoptimistas y dejar que los que las sostienen hablen por sí mismos.

Una de las opiniones más acertadas y equidistantes corresponde a Manuel Cuellar:

“(...) Estamos ante un nuevo estado de cosas donde el concepto espacio-tiempo deja de tener sentido y en el que la oferta de arte y ocio no está en ningún sitio, sino en todos donde exista un ordenador conectado a Internet. Con Internet la relación autor-público cobra otro sentido y las manifestaciones culturales sufrirán una transformación radical. Se introduce la interacción directa entre el artista, su obra y el público. Una vía apasionante que tiene sus riesgos: la pasividad hipnótica del usuario ante la pantalla. Un adecuado entrenamiento desde la escuela puede hacer posible el dominio del receptor sobre la herramienta y no al revés. (...) Internet es, asimismo, el paraíso del ocio. Permite estar a la última sin salir de casa. Las formas clásicas de ocio, como pasear, cotillear, hacer amigos, ligar, jugar, ver cine, leer, visitar museos ... Todas se pueden encontrar en el nuevo entorno (...) Los detractores del medio acusan a Internet de fomentar el aislamiento (...) Por tanto, la red es sólo un multiplicador inconmensurable de las posibilidades del ocio tradicional. El problema real es, como ahora, la posibilidad o imposibilidad de acceder a la cultura, sea vía real o virtual. Internet necesita infraestructura, cuotas, dinero, y los que no lo tienen se quedan fuera del juego¹.”

En el gran apartado de los ludditas² o contrarios a este fenómeno tenemos una de las plumas más certeras del panorama literario y periodístico español: Manuel Vicent.

“Lo malo que tiene el ser pobre es que te pasas toda la vida escuchando. Esta máxima que el escritor Josep Plá oyó de boca de algún payés en cualquier bar del Ampurdán es en realidad un principio general que ha regido lo mismo en el Ágora griega que en el púlpito de las iglesias o en los casinos de los pueblos y que ahora ha terminado de desarrollarse planetariamente con la fusión de AOL con Time Warner(...)”

El gran cómico José Luis Coll en su actual función escenifica el caso de un borracho que se va poniendo sereno a medida que bebe. La máxima información se ha convertido en la máxima explotación hasta la lucidez: sólo seré rico cuando no mire ni escuche. He aquí la revolución³.”

A continuación incluimos otra opinión que podría integrarse dentro del grupo de las ludditas, corresponde a Barbara Probst Solomon:

“Las comunicaciones modernas empezaron cuando Moisés recibió vía Internet los Diez Mandamientos de Dios. Y el verbo, y el poder otorgado al verbo, empezó a sustituir a los dioses paganos. (...) ¿Y hasta que punto me parece liberalizadora la Internet, a mí que siempre he sido una persona que ha sentido interés por la tecnología moderna? Pues así, así. Las páginas de Internet son una inmensa guía telefónica con las mercancías expuestas de forma indiscriminada. La mayoría es basura (...) Como fuente de información es desigual: reconozco su tremenda importancia, pero me siento más libre sin ella. (...) Bueno, vale, qué le voy a hacer si soy hija del siglo XX⁴.”

Por último sería interesante conocer la opinión de algún “ciberoptimista”. En este grupo podríamos incluir a Cayetano López que sostiene que internet, como medio universal, profundiza en una desigualdad que ya existía anteriormente. Para este autor, en cuanto a la Libertad de Expresión, Internet no genera problemas que no existieran anteriormente.

5. Propiedad intelectual en la red: La Versión Barlow

John Perry Barlow es una de las figuras más representativas de la cibercultura californiana. Antiguo letrista del grupo rockero Grateful Dead, es, desde hace años, un incansable defensor de la libre expresión en la red y de los derechos civiles de usuarios y hackers contra el poder regulador de los estados y las multinacionales. En 1996 difundió su Declaración de Independencia del Ciberespacio. Basándose en Thomas Jefferson suscribe que “(...)Si algo ha creado la naturaleza poco susceptible de someterse a la propiedad exclusiva, es la acción de ese poder del pensamiento llamado idea. (...) Aquel que recibe una idea procedente de mí, recibe a su vez instrucción sin que mengue la mía; del mismo modo que quien enciende su vela con la mía recibe luz sin oscurecerme.” En esta Declaración sostiene ideas tan desesclerotizantes y heterodoxas como las siguientes que son conocidas, por su carácter ciertamente proféticas, como jeremiadas:

- La tecnología digital está separando la información del plano físico, la está haciendo intangible.
- “El Copyright funcionaba bien porque, a pesar de Gutenberg, era difícil hacer un libro”.

1 CUÉLLAR, Manuel: Ocio y cultura en el aire. EL PAÍS SEMANAL (16.01.2000).

2 El término “ludditas” en la actualidad se aplica, por extensión, a los que se muestran contrarios a la implantación de las nuevas tecnologías. El origen histórico del término se encuentra en el movimiento contrario a la mecanización de la industria y la consiguiente pérdida de trabajos que surge en Inglaterra en los albores de la revolución industrial y que fue encabezado por un individuo llamado Ludd.

3 VICENT, Manuel: Espectáculo. EL PAÍS (16.01.2000) contraportada.

4 PROBST SOLOMON, Barbara: Más libre sin la red. EL PAÍS (16.01.200) pág. 18.

- “No se pagaban las ideas sino la capacidad de volcarlas en la realidad” En otras palabras se protegía la botella pero no el vino.
- “Lo más productivo que cabe hacer hoy es estudiar con detalle la verdadera naturaleza de lo que intentamos proteger”. ¿Como proteger algo que se ha generado a miles de kilómetros nuestros ? (disolución de fronteras).
- La información es un verbo, no un sustantivo (actividad).
- La información se **experimenta**, no se posee.
- La información se tiene que **mover**. La información estática no existe.
- La información se transmite por **propagación**, no por distribución.
- La **familiaridad** tiene más valor que la escasez: En los artículos físicos hay una correlación entre escasez y valor, en los virtuales no: el software más pirateado se convierte en standard / los grupos de rock más pirateados son los que más actúan.
- El nuevo valor de la información está en ser el primero.
- El ciberespacio actual se parece al lejano Oeste : la ética era más importante que la norma.
- El ciberespacio es un modelo en el que nos encaminamos más pagar por la relación (cuota fija de un médico por acceder a Medline, pago por visión) que en la posesión.
- La interactividad será un bien facturable incluso sin la autoría.
- Importancia de la **CRIPTOGRAFÍA** (material con el que se construirán los límites del ciberespacio).

6. Incluidos y Excluidos en la Red

El acceso a la red es, típicamente, un producto del primer mundo ya que requiere de unos requisitos mínimos (PC + módem + línea + servidor) que no se dan en todos los confines del Planeta. Esta situación genera un primer problema que podría ser denominado como problema de conectividad: de los 1.000 millones habitantes de la India sólo 50 millones podrían tener capacidad económica para conectarse.

El segundo problema podría ser incluido bajo el término globalización ya que la red se ha convertido en sinónimo unívoco de cultura mundial. Por ello, sin haber resuelto aún el analfabetismo, lamémosle, tradicional tendremos el problema de contar con más del 90 % de la población mundial en una situación de analfabetismo tecnológico. Por tanto, no parece exagerado anunciar que la exclusión social aumentará.

El tercer problema encadenado es que la red amplía las distancias norte-sur porque el 80 % de los contenidos de la World Wide Web temas tan cruciales para los países pobres como Sexo, escándalos y divorcios o castraciones, crímenes, deportes y pornografía. Además, si tenemos la curiosidad de hacer una búsqueda en Google ¿cuántas páginas del segundo y tercer mundo surgen?

A pesar de todo lo dicho, en la RED, como en cualquier otro espacio social y cultural, hay usos alternativos de mucho interés. Por ejemplo, desde los 70s, la comunidad HACKER trabaja en: concepción no propietaria de la Propiedad Intelectual, democratización del conocimiento, construcción, distribución gratuita y libre de software (LINUX), oposición al copyright e implantación del criterio de que el trabajo resultante de la cooperación comunitaria no puede ser distribuido con fines comerciales.

Además la red permite una cierta telemática antagonista con dos buenos ejemplos: uno en Italia, ECN (<http://www.ecn.org>) y otro en España, NODO50 (<http://www.nodo50.org>).

7. Planificar Cultura en el nuevo entorno

Una buena clasificación de los ámbitos de la producción cultural podría ser la siguiente:

BIENES Y SERVICIOS CULTURALES (USO INDIVIDUAL)

- Funcionan como cualquier otro bien o servicio.
- Servido por la iniciativa privada, social o pública.
- Asocian valores e intangibles (ej. Biblioteca)
 - LÓGICA DE GESTIÓN PÚBLICA:
 - * Rigor conceptual.
 - * Eficiencia económica y equidad en la distribución.
 - * Calidad

VALORES INTANGIBLES (APROPIACIÓN COLECTIVA)

- Definen la identidad colectiva.
- Crean/modifican valores sociales
- Posibilitan la representación simbólica.
- Cohesionan socialmente (Educación Permanente)
 - LÓGICA DE GESTIÓN PÚBLICA: prima lo político sobre lo económico / saber explicar bien el retorno de la inversión.

En este contexto la acción pública debiera tener algunas cosas muy claras: decidir escenarios de intervención; por cada escenario fijar objetivos, destinatarios (segmentar) y resultado esperado; aceptar la decisión política y el concepto social como marco básico de nuestros trabajo; formular objetivos No económicos (vinculados a la producción de valores, símbolos o dinámicas sociales); ayudar a la generación de valores colectivos, de identidades; formular objetivos económicos para la cultura, formular objetivos de valor añadido y evitar perversiones megalómanas del Príncipe.

8. Las Nuevas Tecnologías de la Comunicación aplicadas al mundo de la Gestión Cultural

No todo es internet, como red que es, es un medio en el que la gestión cultural puede encontrar:

- Productos y servicios culturales individuales.
- Magnífico medio de difusión de nuestras actividades.
- Medio alternativo y experimental para determinados productos culturales.
- Herramienta diaria de trabajo (textos/imágenes/sonidos)

Pero, en el ámbito de la cultura muchas cuestiones no aparecen en la red.

El PC está revolucionando la creación artística (software para artes plásticas, software y hardware para la creación de música,...)

Las NNTT han cambiado algunas actividades técnicas de la gestión cultural (iluminación de espacios escénicos, venta de entradas, autoedición, etc.)



9. Una idea para terminar

“Sin tradición sobre la que reflexionar, no hay innovación que valga”

David Hernández Montesinos.

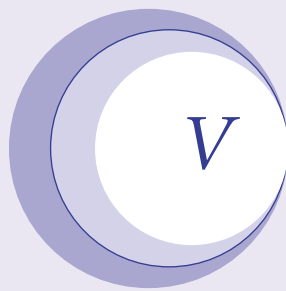
10. Breve Bibliografía

ECHEVERRÍA, Javier: Los señores del Aire. Telépolis y el tercer entorno. Madrid, Destino, 2001.

<http://traci.uji.es/docs/nti/net/despues/derechos.htm>

<http://www.eff.org/homes/barlow.htm>

MAJÓ, Joan: El valor de la cultura: de la información al conocimiento. Valor, precio y coste de la cultura. Vitoria, Xabide, 1999. Pág. 57-70.



SEMINARIO

Políticas locales del libro y bibliotecas municipales

El libro: Tótem y tabú

V SEMINARIO: Políticas locales del libro y bibliotecas municipales. El libro: tótem y tabú

El libro es con toda probabilidad el objeto cultural por excelencia. Presente en nuestra cultura desde hace siglos, primero como algo escaso, caro y elitista. Más tarde con la evolución técnica e industrial, el libro ha sido un producto de la cultura de masas. Todas las políticas culturales de los siglos XIX y XX, progresistas o conservadoras, han hecho del libro y su contenedor público la biblioteca uno de los ejes de sus propuestas, o al menos de sus intenciones. En el tiempo presente a una sociedad más compleja y más tecnificada, el libro aparece como un fenómeno más difícil de desentrañar y con serias dudas en lo que respecta el impacto de las tecnologías digitales sobre él.

El V Seminario se planteó como una reflexión desde el contexto andaluz con todos los agentes que intervienen en torno a la realidad del libro. Desde los creadores que los gestan, hasta el público que los compra y consume (lectura). La estructura del Seminario se planteó a partir de Mesas de Debate para tratar de forma pormenorizada cada uno de los aspectos que afectan al fenómeno libro y lectura.

Las Mesas se desarrollaron de un modo fluido y participativo. No todas las personas que participaron aportaron soporte escrito de ahí que hayamos recogido solo algunos de los textos.

ÍNDICE DE PONENCIAS:

“Cuidando el libro - Save the book” D. <i>Alonso Cerrato</i>	87
“Feria, mercado, negocio o vocación” D. <i>Juan Manuel Cruz Gálvez</i>	90
“La biblioteca pública en la sociedad actual: Nuevas funciones, nuevos servicios” D ^a . <i>Roser Lozano</i>	91
“El escritor y el libro” D ^a . <i>Carmen Moreno López</i>	94
“Las bibliotecas públicas: Limitaciones y oportunidades.” D. <i>Rafael Ruiz Pérez</i>	96
“¿Es necesaria la edición pública?” D. <i>Antonio Rodríguez Cabañas</i>	98
“EDITA: Encuentros internacionales de Editores Independientes y Ediciones Alternativas” D. <i>Uberto Stabile Rodríguez</i>	99
“Feria, mercado, negocio, vocación” D. <i>Fernando Valverde González</i>	100



CUIDANDO EL LIBRO - SAVE THE BOOK

Propuestas de mejora del proceso de diseño editorial

“El libro y la escritura han estado y siguen estando presentes como forma y modelo de representación del mundo y hoy, más que nunca, se hacen evidentes en una cultura que busca, en última instancia y bajo la utopía de las tecnologías de la información, un sentido, un orden que convierta la naturaleza en texto, descifrable y operativo.”

EL LIBRO COMO METÁFORA

José María Ribagorda

1. Introducción

El libro existe en función de un contexto social y, en mayor medida, es inherente a un proceso continuo de civilización. Hoy en día actúa en una sociedad donde la información es mayoritariamente visual: la televisión, el cine, y otros medios lo superan en la velocidad de transmisión.

Puede y debe diferenciarse de estos medios incrementando su valor único como generador de imágenes y conceptos en función de las capacidades del receptor. Se distinguirá así de los medios de comunicación antes mencionados, donde el contenido acompañado de la imagen, del color, efectos especiales, sonidos, etc., no requiere interpretación por parte del lector.

Inmerso en este contexto, el libro, como objeto de diseño, debe mejorar sus valores formales y funcionales para ganar eficacia como elemento básico en la comunicación.

La realidad física de los libros es otro de sus puntos fuertes: los hace fácilmente accesibles.

El medio impreso es un medio rico en expresión, ofrece infinidad de formatos y vocabularios específicos. Los libros no se nos presentan como elementos pasivos y sólo para ser leídos o contemplados, sino, que por el contrario, se trata de objetos que piden de nosotros y del medio ambiente algún tipo de participación.

Es decir, los libros “están”, tienen una identidad propia, están frente a alguien determinado, sirven para un fin, se encuentran en un lugar concreto, son comunicantes para los receptores de los mensajes gráfico/verbales, son bellos o feos de acuerdo con particulares criterios estéticos, tendrán una vida útil determinada por el uso, los materiales utilizados o el entorno.

Tanto si el libro es un objeto de deseo de bibliófilo, como si es un humilde ejemplar de colección de bolsillo tirado por millares, debe ser un producto evocador, eficaz y, por lo tanto, con vocación de seguir viviendo en la memoria y biblioteca del lector.

2. Participantes

AUTOR -> EDITOR -> DISEÑADOR -> PRODUCTOR

Para potenciar los valores exclusivos del libro es necesario que cada etapa del proceso de diseño editorial sea resuelta eficaz y profesionalmente, así como que cada participante realice de manera correcta su labor. Es primordial la interrelación crítica y enriquecedora entre los responsables del proceso, sin intervenciones externas a los límites profesionales.

Insistiré más adelante en la importancia que tiene considerar al diseñador gráfico como pieza clave en el proceso de diseño editorial, dejando de lado el papel anecdótico que, en ocasiones asume, de mero aplicador de afeites y cosméticos sin sentido a un producto que suele no tener salvación posible.

La incorrecta comprensión de la función de cada uno de los profesionales que participan en el trabajo, provoca a veces multitud de problemas que son fielmente reflejados en el producto final. Suelen ser aquellos en los que las indicaciones de impresión las ha dado el autor, las correcciones de estilo las hizo el diseñador y las ilustraciones, el hijo del editor.

Permítanme que les describa brevemente a los actores principales, los responsables directos, que intervienen en el proceso de producción editorial industrial, desde el inicio del acto de creación –literario, técnico, científico, etc.– hasta que el libro está dispuesto a ser distribuido.

En primer lugar, el autor, que además de generar el contenido principal de la obra, debe presentar un manuscrito –entendido en la más amplia acepción del término– útil para el inicio del proceso.

Preparar bien el original no es suplantar el trabajo de los sucesivos profesionales –costumbre muy extendida hoy, gracias a la simplicidad y rapidez de la autoedición electrónica–, sino entender el oficio de autor de la manera más exhaustiva.

En conclusión, el orden, la sobriedad y la coherencia harán eficaz el original del libro como elemento básico del proceso de diseño.

El editor aparece como el creador del concepto técnico del libro, entendiéndolo como productor. Suyas serán todas las indicaciones y demandas necesarias destinadas al equipo de profesionales que participarán en la producción editorial.

Se convierte en máximo responsable técnico de la obra e interlocutor ante todos y cada uno del resto de participantes.

Me permito recordar a José Martínez de Sousa en su desarrollo del concepto de “preedición”, por lo interesante que resulta para cualquier editor responder a las clásicas preguntas de qué, cómo, cuánto y cuando quiere editar.(1)

Las respuestas permiten valorar tanto factores empresariales como intenciones sociales, culturales o mediáticas; además expondrán el problema de comunicación en su conjunto, lo que definirá los límites entre los que deberá desarrollarse el proyecto.

Para marcar claramente los objetivos es imprescindible establecer un conjunto de líneas directrices que sirvan de referencia a la hora de tomar decisiones básicas sobre el diseño. Es necesario partir de un concepto sólido y una estética coherente.

El diseñador debe ejecutar los procesos necesarios para resolver el trabajo de comunicación que le ha sido propuesto, mediante la estructuración de la información que se debe transmitir.

Todas las herramientas de las que dispone deben ponerse al servicio de la consecución de los objetivos –proyectuales, retóricos, comerciales, etc.– que hayan sido previamente definidos por el editor/cliente.

Es interesante aplicar el método cartesiano de descomposición del problema en sus diferentes elementos. Esto permitirá describir varios problemas que resolver conciliándolo, y esto será la parte más difícil del trabajo del diseñador, las diferentes soluciones con el proyecto global.(2)

A pesar de que el diseño requiere de una gran capacidad de análisis y desarrollo metodológico de soluciones, en ocasiones se entiende más como un arte que como una técnica y, en consecuencia, se estima suficiente el esfuerzo orientado a conseguir resultados solamente estéticos.

Sin embargo, ninguna metodología de diseño debe ser rígida y exclusivamente racional, por el contrario, el conocimiento, la intuición y la imaginación, educadas y basadas en una aguda sensibilidad relacionada con todos los aspectos de la vida, son componentes más que necesarios para llevar a cabo cualquier trabajo de diseño.



Evidentemente, usando una metodología exclusivamente racionalista, no sería posible llegar a cubrir todo el espectro necesario de requerimientos comunicacionales, ya que hay componentes no cuantificables ni enumerables, que son indispensables en el entorno. (3)

En fin, conviene recordar el conocido comentario: El diseño es, inherentemente, un proceso caótico. Es irónico que el resultado se refiera a la creación de un orden.

Objetivos

1. Definir un proyecto
2. Crear una arquitectura que explica el proceso
3. Marcar inequívocamente las distintas funciones
4. Establecer plazos económicos y temporales
5. Provocar la comunicación eficiente entre todos los involucrados.

El diseñador ha de conseguir la máxima eficacia en la relación entre los aspectos decorativos, expresivos y estructurales del libro, ya que mientras los aspectos decorativos y expresivos serán ejecutados por el diseñador exclusivamente, la estructura debe ser comprendida también por el escritor, editor, impresor,... puesto que todos ellos toman decisiones que afectan directamente al resultado del diseño. (4)

El editor tendrá muy en cuenta que el dominio del lenguaje visual es esencial para el diseñador, pero no en relación con el desarrollo de un estilo personal y reconocible, sino relacionado con la habilidad para construir mensajes usando en forma eficaz el lenguaje visual del receptor al que se dirige la comunicación.

Actualmente las aplicaciones informáticas de autoedición han hecho posible que cualquier usuario de ordenador pueda hacer libros, boletines, folletos y muchos otros materiales de comunicación.

Sin embargo estas soluciones –que tienen un lugar real en el amplio mundo de la comunicación visual– suelen dejar mucho que desear sobre la calidad del producto: el simple hecho de tener acceso a herramientas de alta tecnología no es un sustituto de los conocimientos que se necesitan para usarlas adecuadamente.

En las etapas finales del proceso editorial industrial se encuentran las actuaciones más técnicas, pero que no deben ignorar los conocimientos y capacidades de comprensión y traducción de las reglas e intenciones que editor y diseñador establecen para la producción física del libro.

El impresor, el encuadernador y otros profesionales pondrán todo su empeño en conseguir, en los tiempos y condiciones marcados, el mejor libro posible.

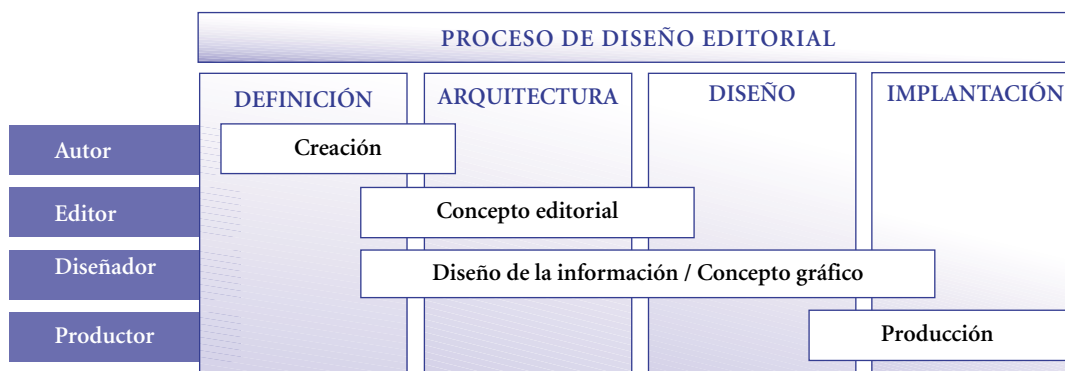
3. Proceso de diseño editorial

“Lo bello es la consecuencia de lo correcto”, dice una máxima zen, por lo que me gustaría mostrarles –en la común intención de aumentar el valor del libro– el desarrollo de un sistema de colaboración –interacción– entre los participantes en el proyecto de creación editorial, delimitando y definiendo varias etapas.

Aplicaremos el concepto de interacción que encontramos en el Modelo de Sistema Viable de Stafford Beer, desarrollado como una manera de facilitar el comportamiento de autocorrección en una organización, mediante el constante intercambio multidisciplinar entre profesionales.

Se trata de establecer los procesos de colaboración para valorar correctamente actuaciones, plazos y resultados, de manera que se utilice una lengua común para discutir todas las facetas del proyecto y una definición de calidad con la que todos estén de acuerdo, porque en el desarrollo de productos la mediación es tan necesaria como el compromiso. (5)

Las cuatro fases descritas a continuación, valoradas con las herramientas de control propuestas (obviamente, las listas de comprobación que se utilizan deben ser personalizadas para cada proyecto), proporcionarán a los actores del proceso un marco común para facilitar y conseguir éxito en el proyecto.



3.1. Definición

En esta primera fase, el equipo que trabaja en un proyecto recoge y analiza la información, se identifican y marcan los objetivos y estos son considerados en el contexto de parámetros concretos.

- Lista de comprobación 1: definir el contenido.
 1. Determinar el objetivo del proyecto.
 2. Identificar el contenido del proyecto.
 3. Comprender el entorno de uso, el perfil del receptor.
 4. Definir las clases de funcionalidad.
 5. Concretar el medio de ejecución.
 6. Proponer calendarios y presupuestos.

3.2. Arquitectura

En un segundo paso se deberá analizar, jerarquizar, clasificar e interpretar la información reunida durante la fase de definición. Esta organización comprensible de la información es absolutamente necesaria para determinar donde encajarán las diferentes partes de la información y qué medios se utilizarán.



El trabajo del diseñador en la fase de arquitectura debe ser contrastado con las expectativas del editor y, si se encuentran diferencias significativas entre lo que se entrega y las expectativas del editor o del diseñador, debe identificarse la causa antes de que el proceso entre en la fase de diseño.

- Lista de comprobación 2: valorar el contenido.
 1. Definir los tipos y funcionalidades de la información.
 2. Determinar las relaciones lógicas y vínculos entre las diferentes partes de la información.
 3. Identificar los recursos necesarios para completar el proyecto.
- Lista de comprobación 3: generar entregas.
 1. Definir una propuesta conceptual.
 2. Establecer acuerdos sobre medios a utilizar.
 3. Fijar un calendario de ejecución del proyecto.

3.3. Diseño

Es en la fase de diseño donde el proyecto asume identidad formal con elementos visuales o textuales. Es ahora cuando adquiere apariencia y comportamiento. Durante esta etapa deben optimizarse los resultados del momento creativo siguiendo las estructuras de información definidas en la fase de arquitectura. El diseño de la información analiza, define y estructura las relaciones entre las ideas y la manera de visualizarlas, dentro de un contexto determinado.

- Lista de comprobación 4: actividades
 1. Crear o supervisar la creación o edición de textos.
 2. Crear o supervisar la creación de imágenes: gráficos, fotografías, ilustraciones, etc...
 3. Realizar pruebas funcionales.
- Lista de comprobación 5: generar entregas
 1. Propuesta gráfica.
 2. Propuesta de producción.
 3. Análisis de las propuestas.

3.4. Implantación

Ahora el proyecto se hace “real”, al tiempo que el equipo sintetiza las ideas, actividades y entregas desarrolladas en las tres primeras fases. Durante esta fase deben completarse todos los trabajos de prueba y análisis necesarios para asegurar el efecto deseado en los usuarios.

- Lista de comprobación 6: actividades.
 1. Implementar el diseño tal y como se especificó en la fase de diseño.
 2. Análisis de pruebas de imprenta.

Lista de comprobación 7: generar entregas.

1. Artes finales.
2. Tirada.

Bibliografía

- José Martínez de Sousa, “Diccionario de la edición y de las artes gráficas”. 1990. Fundación Germán Sánchez-Ruipérez. (1)
- Bruno Munari, “Cómo nacen los objetos”. 1985. Editorial GG_Diseño. (2)
- Jorge Frascara, “Diseño gráfico y comunicación”. 1982. Ediciones Infinito. (3)
- Suzanne West, “Cuestión de estilo. Los enfoques tradicional y moderno en maquetación y tipografía”. 1990. ACK Publish (4)
- Clement Mok, “El diseño en el mundo de la empresa”. 1998. Anaya Multimedia. (5)
- José María Ribagorda, “El libro como metáfora”. Revista digital tipografos.com, Octubre 2002.
- Stafford Beer, “The Viable System Model: Interpretations and applications of Stafford Beer’s VSM”. 1989. John Wiley Ed.



FERIA, MERCADO, NEGOCIO O VOCACIÓN

Vocación

En los años de la dictadura, las librerías cumplimos un papel importante en la lucha por la democracia siendo los puntos de conexión entre los libros, “prohibidos o no”, y los lectores que los buscaban ávidamente. En muchas de ellas siempre había un rincón oculto a los ojos del poder donde se mimaban y protegían aquellas obras, extendidas ya por toda la Europa democrática, y que constituían (también hoy día) la esencia del pensamiento crítico de nuestra sociedad. Y al mismo tiempo que los guardaban de la represión del poder, los ponían a disposición, -con serios riesgos personales en muchos casos-, de aquellos ciudadanos que buscaban en ellos otras respuestas, otras alternativas que abriesen paso en nuestro país a las corrientes democráticas que predominaban en todo el continente.

En los años de transición que precedieron a la democracia, las librerías seguimos jugando el mismo papel de eslabón de enlace entre los conocimientos y los ciudadanos.

La explosión de publicaciones de muy diversos posicionamientos hacía presagiar que la transición democrática llegaría también a la cultura y el conocimiento. Y así fue sucediendo en los primeros años de nuestra recién inaugurada democracia. Si las editoriales españolas se dieron prisa por sacar a la luz aquellos libros prohibidos, pero no olvidados, las librerías españolas y andaluzas llenaron sus mesas y estanterías de “colorido político, literario y de conocimientos”, llevando aquellos tesoros a cualquier rincón de cada ciudad.

Pero hoy, sin apenas transición, o al menos sin darnos cuenta de ella, en los albores del siglo XXI, y en plena “Era de la Globalización”, la valoración social del libro y la lectura está pasando a un segundo plano y la fractura social que origina es mucho más evidente.

Cada vez más, nuestra sociedad se divide de una forma más radical ante la cultura y ante los libros. Si las estadísticas sobre lectura en nuestro país son preocupantes, a mí me llama mucho más la atención el hecho de que el 50 % de los españoles no ha tenido jamás la necesidad de acercarse a un libro, y, además, lo dice con orgullo, conscientemente. Ante esto, los Planes de Fomento de la Lectura sirven de poco. Probablemente, para muchos de estos españoles, su principal contacto o valoración del libro les llegue por los medios de comunicación que, al llegar el mes de septiembre, se lanzan a una vorágine de “información” sobre la vuelta al cole y el gasto que con ello deben afrontar las familias, confundiendo el coste total con el de los textos escolares. Todo el mundo se queja del precio, pero sólo del de los libros. Seguramente, las zapatillas deportivas, etc. les resultarán baratas. Claro que para anunciarlas están Ronaldo, Rivaldo, Figo, Zidane, Raúl,... los “nuevos dioses”.

Pero, curiosamente, hay un aspecto que los libreros observamos cada año y que nadie repara en él: miles de personas recorren desesperadamente la ciudad, días y días, a la caza de los libros que les faltan para sus hijos. Y en muchos casos, inútilmente. No me extraña que a partir de esa relación tan especial con los libros y los libreros, muchas de estas personas acaben odiándonos a nosotros y a ellos (a los libros). O al menos dándoles un valor y reconocimiento social bastante por debajo de lo que se merecen. Y lo más triste de todo es que este enorme problema se podría solucionar muy fácilmente: simplemente cumpliendo la normativa que obliga a los centros escolares al terminar el curso a poner en el tablón de anuncios la lista de los libros que se van a utilizar al año siguiente (y no cambiarla, claro). Sencillamente con esto, miles de personas se ahorrarían muchas horas de tiempo haciendo largas colas, muchas veces inútiles ya que al final tampoco encontrarán los libros. Pero esto debe ser algo muy difícil de cumplir, sobre todo en nuestra Andalucía.

Si, es la nuestra una profesión vocacional. Pero no sólo por la difícil situación de la lectura en nuestro país, y en concreto en nuestra comunidad autónoma (no en vano se ha firmado el Pacto Andaluz por el Libro), sino que también es una “profesión” autodidacta. Sólo se aprende a ser librero trabajando varios años en una librería. No existe en nuestro país ninguna universidad ni centro de formación profesional donde se pueda aprender lo más básico de nuestra profesión. Nosotros lo hemos reivindicado en numerosas ocasiones, pero aún no hemos tenido ninguna respuesta positiva. Tampoco estamos seguros de que sea “socialmente rentable”, ya que los índices de lectura llevan una loca carrera a la baja, similar a la de La Bolsa en estos días y, probablemente, sea la nuestra una “especie profesional en vías de extinción” (tal vez National Geographic nos dedique algún día uno de sus maravillosos documentales).

Las grandes cadenas de librerías, en manos muchas de ellas de grandes grupos de comunicación, y las grandes superficies comerciales están haciendo estragos en el sector. Como un doloroso goteo, algunos medios de comunicación se hacen eco del cierre de muchas de las librerías más emblemáticas de los últimos 50 años. Parece que lo que “no consiguió el franquismo, le resultara fácil a la Globalización”. La indefensión de nuestro sector ante ellas tuvo su máximo exponente en la anterior legislatura del Gobierno del Partido Popular, cuando aprobó el decreto ley que autorizaba la libertad de descuentos para los libros de texto. En dos años han conseguido el 70 % del mercado.

Pero seguimos vivos. Al menos por ahora. Porque también somos una profesión innovadora. Quizá por la propia naturaleza autodidacta de la misma, hemos sido de los primeros comercios en España en introducir los avances de la informática en nuestros negocios. Desde hace más de quince años, la implantación de programas informáticos de gestión primero, y la creación de páginas web, de librerías virtuales, después, nos han puesto en vanguardia del aprovechamiento de los avances tecnológicos aplicados al comercio minorista.

Y, por supuesto, por nuestros clientes. Una librería y sus clientes forma un binomio inseparable. Los lectores acuden a “su librería” porque les gusta ese espacio concreto donde pueden hojear, hablar, opinar, sugerir, preguntar... sobre libros. Y esa relación será duradera.

Puede haber quien piense, y de hecho a veces nuestro gobierno parece estar convencido de ello, que un librero, una librería no son el lugar adecuado para ganar dinero. Qué insolencia, pretender que una profesión tan altruista como la nuestra pretenda dedicarse a algo tan vulgar como hacer negocios. Para eso están las grandes compañías, los “holdings”, cuanto más “globalizados” mucho mejor, la banca... Pero un librero, qué desfachatez. ¿No está todo el día rodeado de libros, ese tesoro del conocimiento que envuelve la letra impresa?. Que se conforme con eso que ya es bastante. Pero eso sí, que paguen sus impuestos. Que no piensen que son ciudadanos de distinta categoría, que el estado somos todos. Y por supuesto, salarios dignos a sus empleados. Por no hablar de los alquileres, la luz, el teléfono... como todo hijo de vecino.

Parece un tanto ridículo tener que recordar que una librería es, también, un negocio. Que tiene, además, un cierto carácter de servicio público. Un negocio, una profesión, una vocación cada vez más amenazada por los cambios sociales que se están produciendo en nuestra sociedad del Siglo XXI.

Una profesión que ha servido a esa sociedad a la que pertenece y de quien depende la supervivencia o la extinción de este noble oficio de vender libros.



Ponente:

ROSER LOZANO

Directora de la Biblioteca Pública de Tarragona

LA BIBLIOTECA PÚBLICA EN LA SOCIEDAD ACTUAL: NUEVAS FUNCIONES, NUEVOS SERVICIOS

Introducción: Unas nuevas funciones y unos nuevos servicios a incorporar.

Tanto el Manifiesto de la Unesco (1994), la Declaración de Copenhague (1999), como las Directrices IFLA/UNESCO (2001), que desarrollan extensamente los objetivos marcados por el Manifiesto¹, inciden en la diversidad de funciones que la Biblioteca pública ha de incorporar a la recreativa y cultural que es la más ampliamente desarrollada hasta ahora por las bibliotecas públicas.

Estas declaraciones nos hablan de que las bibliotecas públicas han de saber responder con eficiencia a las necesidades de información de la comunidad a la que sirve y de saber redefinir funciones y rediseñar servicios. Ponen de manifiesto que la biblioteca pública en la actual sociedad de la información y del conocimiento se ha de constituir en un centro de información y de conocimiento para su comunidad, atendiendo las nuevas demandas de información e implementando servicios de información local y comunitaria. Ha de constituirse en un agente de desarrollo social y económico, de fomento de la diversidad cultural y de integración social y ha de ser también un instrumento para la educación y la alfabetización enfatizando la importancia de la educación permanente y la destinada a facilitar el conocimiento y uso de las tecnologías de la información.

A estas propuestas se suman diversos informes profesionales que indican que a menos que las bibliotecas públicas estén dispuestas a aceptar que han llegado un momento crítico en el desarrollo de sus servicios y se adapten a la nueva economía del conocimiento y a la globalización del mismo, caerán en la obsolescencia y su financiación estará en tela de juicio².

Sin embargo, en nuestro país, casi todas las bibliotecas públicas continúan respondiendo a un modelo tradicional que prima la función cultural y recreativa, ofreciendo servicios homogéneos que después tienen que promocionarse para ser utilizados por un porcentaje en muchas ocasiones mínimo de la comunidad, básicamente por niños y adolescentes, y donde las necesidades informativas y las expectativas del ciudadano inciden escasamente en la planificación de los servicios. Las cifras del último estudio realizado a nivel estatal nos informan de que el 82% de los ciudadanos mayores de 18 años no son usuarios de las bibliotecas públicas y que éstas continúan siendo en nuestro país un centro destinado a niños y adolescentes que la utilizan prioritariamente para estudiar o realizar trabajos de curso³.

Lo cierto es que el mantenimiento durante muchos años de un modelo de biblioteca pública excesivamente tradicional, completamente inmersa en la galaxia impresa y casi exclusivamente centrada en el fomento del hábito de lectura, ha provocado una opinión y una imagen generalizada entre la población que minusvalora la potencialidad y la capacidad de la biblioteca pública para desempeñar otras funciones y ofrecer nuevos servicios más acordes con las necesidades actuales de la comunidad a la que sirve. Así, de hecho existe una situación de deficiencia consentida por parte del ciudadano: éste presupone que la biblioteca no puede satisfacer sus necesidades más allá de lo que tradicionalmente ha hecho. Las nuevas necesidades de información que van surgiendo no se convierten en demanda explícita sobre la biblioteca pues se presupone de antemano que no es el lugar donde pueden satisfacerlas adecuadamente⁴.

Y ante la necesidad de dar respuesta a estas nuevas demandas de información con nuevos servicios se han creado servicios y productos de información destinados al ciudadano al margen de las bibliotecas públicas, obviando el valor añadido que desde éstas se puede ofrecer: contar con profesionales competentes en el manejo de la información y que saben adaptarse a los diferentes perfiles de usuarios, unos horarios amplios más allá de los restringidos horarios de las oficinas administrativas y unas infraestructuras adecuadas para convertirse en un potente centro de información integrado en su comunidad.

Sin embargo y superando esta imagen pública desfasada que existe sobre la funcionalidad de la biblioteca pública, el nuevo modelo que se apunta en esta sociedad de la información y del conocimiento en la que estamos inmersos, es el de una biblioteca pública orientada a satisfacer las necesidades de información de su comunidad y considerada como una "organización de servicios de información" que planifica y ofrece servicios después de analizar y conocer las necesidades y expectativas de su comunidad, es decir de sus usuarios, pero también las de los no usuarios, ya que éstos pueden ser la mayor parte de su comunidad tal y como nos demuestran las estadísticas. Y todos ellos han de ser considerados y atendidos como clientes⁵ reales o potenciales de nuestra organización.

Se trata en definitiva de salir del mundo literario y de ficción en que están instaladas tradicionalmente las bibliotecas públicas, ir más allá del libro y de la lectura como actividad de ocio, e integrarse en la comunidad participando y ayudando en su desarrollo social, económico y cultural y constituyéndose como su base informativa y cultural.

Para ello, la biblioteca pública debe incorporar las nuevas funciones que se le han encomendado y consecuentemente ofrecer nuevos servicios que las desplieguen. La Biblioteca Pública de Tarragona desarrolla desde 1989 este nuevo modelo de biblioteca pública. En las páginas que siguen se exponen las líneas de actuación que inspiran las nuevas funciones y servicios que hemos ido desarrollando a lo largo de estos años y algunas que aún nos quedan por asumir.

1. La provisión de información y conocimiento para la comunidad local

Actualmente la biblioteca pública no debe conformarse con ofrecer únicamente el acceso a la información, porque en la nueva sociedad de la información y del conocimiento fuertemente condicionada por los avances tecnológicos también ha cambiado lo que la gente necesita: aprender a navegar por la nueva información a fin de obtener el mismo conocimiento que anteriormente recibía del mundo impreso⁶. Así la nueva función de la biblioteca como proveedora de información y conocimiento a su comunidad será no únicamente la de facilitar el acceso a la información, si no también la de enseñar a las personas cómo obtener el máximo valor de la ingente información que circula y a tener criterios para seleccionar y usar correctamente la información a la que se accede.

Se trata de convertirnos en "formadores en acceso a la información", para responder ante nuestra comunidad con eficacia a dos nuevos retos: Por una parte el de ayudar a convertir en conocimiento, es decir en información útil y práctica para el ciudadano y para la mejora de su calidad de vida toda la información que actualmente ya circula por diversos medios, y por otra a hacer posible la democratización de la información para reducir la diferencia entre ciudadanos ricos y pobres en información.

Para ello tenemos que desarrollar ampliamente programas de formación de usuarios en tecnologías de la información especialmente dirigidos a sectores que progresivamente van quedando autoexcluidos de las innovaciones tecnológicas, esmerarnos en atender individualmente las consultas

1 Manifiesto de la Unesco sobre la biblioteca pública (1994). Declaración de Copenhague (1999). (Documentos en línea) (Consulta 20 agosto 2002). Disponibles en Internet: <http://www.fundaciongsr.es/documentos/frames.htm>. Directrius IFLA/Unesco per al desenvolupament del servei de biblioteques públiques. Barcelona: Col·legi Oficial de Bibliotecaris-Docentalistes de Catalunya, 2002.

2 Poustie, Kay: Un centro de conocimiento para la comunidad, una nueva función para la biblioteca. Barcelona: Fundación Bertelsmann, 2000., p. 9 (En línea) (Consulta 20-08-2002). Disponible en Internet: <http://www.fundacionbertelsmann.es>.

3 Son usuarios de la biblioteca el 59% del segmento de adolescentes de 14 a 18 años y únicamente el 18% de la población de 18 años o más. Utilizan la biblioteca para estudiar o realizar trabajos de curso el 84% de los usuarios de 14 a 17 años y el 64% de los usuarios de 18 a 36 años En: Hernández, H.: Las bibliotecas públicas en España, una realidad abierta. Madrid: Fundación Germán Sánchez Ruipérez, 2001, p. 23.

4 Lozano, R.: Nuevas demandas del usuario. (Ponencia). En: XII Jornadas Bibliotecarias de Andalucía. Málaga: Asociación Andaluza de Bibliotecarios, p.307

5 Las Directrices Unesco/Ifla (2001) ya introducen este concepto de cliente...p.47

6 Poustie, Kay: Un centro de conocimiento para la comunidad...p.17



sobre información incluyendo pautas y criterios para ayudar al ciudadano a seleccionar adecuadamente la información y trabajar junto con los servicios de asistencia social de nuestra comunidad y ONG's para hacer llegar esta nueva alfabetización a los sectores marginados de nuestra comunidad.

Además la biblioteca pública deberá desarrollar Servicios de información comunitaria ofreciendo la información de calidad que necesita el ciudadano para el desarrollo de su vida cotidiana, en su relación con las administraciones y también aquella información necesaria para conocer y ejercitar sus derechos y deberes; y además deberá ofrecer toda aquella información y servicios que demandan asociaciones e instituciones, sindicatos y partidos políticos, medios de comunicación locales, centros de asistencia social, centros de estudios locales... porque también ellos necesitan información y también han de ser considerados usuarios potenciales de la biblioteca⁷

Y a través de la colaboración con los otros agentes productores y consumidores de información deberá desarrollar Servicios de información y orientación a la pequeña y mediana empresa y en colaboración con el Ayuntamiento o con la administración de la que dependa ofrecer Servicios de información y gestión administrativa⁸ que ayuden a los ciudadanos en su relación con la administración y en gestionar con éxito sus trámites.

En definitiva se trata de convertir a la biblioteca pública en la ventana de información de su comunidad, abierta a ciudadanos, empresas, asociaciones e instituciones, sindicatos y partidos políticos, medios de comunicación...

2. La biblioteca pública, generadora de información

La biblioteca pública no se ha de limitar únicamente a actuar como intermediaria de la información, sino que se ha de posicionar activamente ante las demandas de información de su comunidad y ante las lagunas existentes en el mercado local de la información.

Cuatro preguntas han de guiar la planificación de nuevos productos o servicios de información a crear por la biblioteca: ¿Qué necesidades de información tiene actualmente nuestra comunidad? ¿Qué productos o servicios existen para atenderla? ¿Cuáles se pueden mejorar con nuestra colaboración? Finalmente, ¿Qué nuevos servicios o productos de información podemos crear?

Una vez detectadas las necesidades de información de nuestra comunidad e identificadas las lagunas existentes, la biblioteca pública ha de posicionarse como un verdadero centro de información, no únicamente estructurando, organizando y facilitando el acceso a la información ya existente, sino generando también productos de información propios para poder satisfacer estas necesidades de información identificadas e interpretarlas como demandas reales de los ciudadanos hacia la biblioteca.

En este sentido, la biblioteca pública puede elaborar productos de información destinados a satisfacer una demanda de información básica y tendrá que planificar estos nuevos productos teniendo en cuenta los recursos y asegurando la necesaria calidad y continuidad del producto.

En cualquier caso, desde un principio tendremos que asumir el cambio permanente y la innovación del producto a medida que cambien las necesidades de información de la comunidad y el ritmo de la innovación tecnológica lo permita, para evitar ofrecer un producto desfasado; en este sentido es también imprescindible evaluarlo periódicamente para asegurarnos de que continua siendo competitivo. Así, la biblioteca pública puede crear y mantener bases de datos de elaboración propia sobre prensa local y comarcal, de fotografías locales, catálogos colectivos locales, bases de datos de preguntas y respuestas sobre temas prácticos y de interés ciudadano, directorios sobre instituciones, asociaciones y empresas locales, bibliotecas digitales especializadas...

En otras ocasiones, los productos de información irán destinados a satisfacer demandas puntuales de información, y se crearán productos como soporte informativo a acontecimientos culturales y de actualidad. La biblioteca pública ha de saber implicarse e integrarse en su comunidad ofreciendo información pertinente y de calidad sobre temas de actualidad que importan a su comunidad porque ciertamente se ha de ser neutral en el tratamiento de la información, pero la biblioteca no ha de ser neutra en relación con la información que importa a los ciudadanos.

Además de esta vertiente externa abierta al servicio de la comunidad, la biblioteca en su función de centro de información tiene una importante función interna de soporte a la gestión del Ayuntamiento que necesita, como un usuario más, información orientada a la acción y a la toma de decisiones, con independencia de que los productos resultantes puedan ponerse también a disposición de los ciudadanos.

El Ayuntamiento necesita información para poder decidir correctamente y asegurarse una gestión eficiente y de calidad. En este sentido, la biblioteca pública puede transformarse en la entidad gestora de este sistema de información interno, sobre todo en municipios pequeños y medianos que no cuentan con un centro de documentación independiente y que tienen dificultad para sistematizar y mantener actualizada la información que necesitan por una parte y la que generan por otra.

La biblioteca pública analizará los usuarios de este sistema, sus necesidades informativas (normalmente centradas en el entorno y en el territorio) y las lagunas existentes en la organización

En este sistema de información interno la biblioteca suministrará la información externa que necesita el Ayuntamiento para su gestión y además organizará y sistematizará la información producida por los propios servicios internos, manteniendo siempre una visión global del sistema, evitando duplicidades y elaborando productos de información cuando sea necesario (bases de datos, dossiers de prensa digitalizados, informes específicos sobre temas de actualidad... etc)

En otras ocasiones, la biblioteca pública se pondrá al servicio de instituciones y asociaciones para dar apoyo a sus actividades culturales y asociativas y participará activamente en ferias, congresos, exposiciones, encuentros varios... configurándose como su centro de información y documentación que enriquecerá y dará calidad y prestigio a estos acontecimientos locales. Así, se elaborarán guías informativas y dossiers de prensa sobre temas de actualidad, webs temáticas, directorios virtuales... con el objetivo de dejar de ser un centro cultural más y convertirse en la base informativa y cultural que facilita el desarrollo social, económico y cultural de su comunidad.

3. Fomentar la diversidad cultural y facilitar la integración

El progresivo proceso de globalización económico, social y cultural que se está produciendo a nivel mundial demanda un cambio en el modelo y en los servicios de las bibliotecas públicas.

Por una parte la biblioteca pública puede y debe ser un instrumento clave para el fomento de la diversidad cultural ante la amenaza de una globalización homogénea culturalmente y ha de constituirse en la institución básica de su comunidad local que recopila, preserva y difunde la cultural local en toda su diversidad. También ha de saber establecer vínculos de identidad colectiva con su comunidad.

La biblioteca pública debe ser un efectivo agente de promoción de su comunidad aprovechando las ventajas de comunicación que ofrece Internet para convertirse en un centro de información local abierto a la comunidad global promocionando y dando a conocer la identidad cultural propia de la comunidad, su historia y su patrimonio, organizando las informaciones dispersas de ámbito local que circulan por Internet, creando servicios y productos propios sobre información local y construyendo en definitiva verdaderos sistemas de información local⁹

Además debe salir de sus muros y facilitar a la comunidad local y también a la global la información más especializada y única de su comunidad (no únicamente la suya), constituyéndose en una plataforma de información de su comunidad hacia el exterior porque en muchas ocasiones existen asociaciones e instituciones con fondos, servicios e informaciones importantes esperando un apoyo profesional para poder salir a la luz.

7 Lozano, R.: La información local a les biblioteques públiques: una eina estratègica per al desenvolupament de la comunitat. Mètodes de informació, 2002, nº 51 (en prensa).

8 Por ejemplo, la Biblioteca Pública de Tarragona está planificando en la actualidad un servicio de información económico y empresarial en colaboración con la Cámara oficial de Industria, Comercio y Navegación de Tarragona, que incluye la elaboración de bases de datos de preguntas y respuestas. También en colaboración con el proyecto Cat365 la Biblioteca Pública de Tarragona además de los actuales servicios virtuales recién estrenados y que complementan los servicios virtuales propios que ofrecemos a través de la web, ofreceremos un punto de acceso presencial que permitirá facilitar al ciudadano la resolución de cualquier gestión y trámite administrativo y con el objetivo de enseñar y acompañar en el manejo de la tecnología y de los trámites administrativos a aquellos ciudadanos faltos de habilidades o conocimientos.

9 En el Sistema de información local que facilita la Biblioteca Pública de Tarragona a través de Internet, se pueden encontrar rutas alternativas turísticas, la cultura, la historia y el patrimonio de la ciudad. <<http://www.biblio.fut.es>>



Así, se puede ofrecer un espacio a estas asociaciones e instituciones en la propia web de la biblioteca para rescatar del olvido y dar a conocer un tipo de información y servicios que se desconocen.

Por otra parte, ante la creciente multiculturalidad de la sociedad, la biblioteca pública debe constituirse en una puerta abierta de su comunidad hacia los sectores de inmigrantes y de nuevos ciudadanos que llegan, ayudándoles y orientándoles en su integración, proporcionándoles servicios específicos tales como programas de formación de usuarios adaptados a sus necesidades y perfiles, material para el aprendizaje de la lengua propia de la comunidad, colecciones en sus lenguas y culturas respectivas, ayuda en sus trámites administrativos, información sobre ofertas laborales, sobre asistencia médica, social, becas y ayudas existentes, servicios específicos de atención a inmigrantes, directorios de asociaciones de inmigrantes y ONG's ..., elaborando incluso guías de bienvenida o de integración... y todo tipo de ayuda que el recién llegado necesite para acelerar su integración en la comunidad.

Esta nueva función puesta a la práctica nos implicará en muchas ocasiones un cambio de procedimientos y de normas que se tendrán que reelaborar y reinterpretar con mente abierta y tolerante para facilitar que toda persona recién llegada a nuestra comunidad tenga su lugar y su punto de apoyo en la biblioteca pública, independientemente de su situación administrativa¹⁰.

4. El apoyo a la educación y al autoaprendizaje

El dar apoyo a la educación, tanto del niño y joven en formación, así como a la educación permanente del adulto y al autoaprendizaje es básico para que la biblioteca pública sea considerada un agente de transformación de su comunidad.

Para ello es imprescindible mantener continuamente programas de formación de usuarios dirigidos a la comunidad escolar, pues la escuela al igual que la biblioteca es un agente democratizador básico y siempre una buena colaboradora de la biblioteca. La escuela nos proporciona niños y jóvenes de diferentes clases sociales pero con un nivel similar en edad y conocimientos a los que es mucho más fácil dirigir un programa de formación de usuarios que mantenido a lo largo de los años da como resultado generaciones enteras de usuarios autosuficientes y aliados de la biblioteca pública¹¹.

Además la sociedad actual basada en el cambio y la transformación constante comporta la necesidad de una educación permanente y de un autoaprendizaje continuado, especialmente en todo lo que hace referencia a innovación tecnológica. La biblioteca pública no puede permanecer ajena a estas nuevas necesidades de los ciudadanos y debe convertirse por una parte en un escaparate de las innovaciones tecnológicas permitiendo que éstas estén a disposición de todos y no únicamente de aquellos con poder adquisitivo suficiente para estar actualizados tecnológicamente.

En ocasiones se tendrán que iniciar vías alternativas, complementarias a los presupuestos oficiales que permitan que la biblioteca esté siempre en la cresta de la innovación, sin necesidad de que estos nuevos servicios repercutan económicamente sobre sus usuarios, porque en definitiva no es lícito que la biblioteca ponga precio a aquello que pretende democratizar¹².

5-El acceso virtual a la información y al conocimiento. La nueva alfabetización.

La práctica generalización de Internet en las bibliotecas públicas facilita que la la información especializada, que hasta ahora circulaba al margen de la biblioteca pública, concebida en principio como un centro generalista, pueda llegar a todas las bibliotecas incluso a aquellas de menor tamaño y aisladas geográficamente. La biblioteca pública por primera vez en su historia, está en situación de poder configurarse como una verdadera ventana única de la información para su comunidad, atendiendo y solucionando no únicamente las demandas del público estudiante y las de un nivel básico, sino que puede y debe convertirse en la base informativa y cultural de su comunidad, un verdadero centro de información, no limitado por las colecciones generalistas de sus fondos. Internet permite a las bibliotecas públicas acceder a una inmensidad de unidades que generan información y a una multiplicidad de informaciones de todo tipo y se ha configurado como una herramienta eficaz para el trámite y la gestión de las consultas más específicas que antes eran dificultosas de resolver.

Internet se ha convertido también en un instrumento básico de comunicación de la biblioteca con los nuevos ciudadanos virtuales. Los servicios virtuales son en este momento para la biblioteca pública una oportunidad histórica para redefinir su estrategia y atender las nuevas demandas que se producen en el espacio virtual, convirtiéndose en una biblioteca pública virtual al servicio de su comunidad local, pero también abierta a las demandas de la comunidad virtual global, facilitando la entrada de la biblioteca en los domicilios y la utilización de multitud de servicios sin restricción horaria, tales como acceso a los catálogos, bases de datos, gestión de las prórrogas préstamo, reservas de libros, solicitudes de nuevas adquisiciones, información bibliográfica, préstamo de libros a domicilio... etc.

Además de los servicios virtuales vinculados directamente a la utilización de la biblioteca, la biblioteca pública virtual puede constituirse también en un punto de referencia en la búsqueda de información en la red si ofrecemos una selección de recursos a Internet integrados en nuestro catálogo, adaptada a las necesidades de información del ciudadano, completamente actualizada y bajo un estricto control de calidad para responder a la falsa sensación de saber que ofrece frecuentemente Internet al ciudadano porque le permite acceder a una inmensidad de informaciones no siempre verídicas y sobre las cuales se pueden tomar decisiones incorrectas. La biblioteca pública puede y debe ofrecer siempre información pertinente, actualizada y de calidad que permita al ciudadano no únicamente acceder a la información, si no transformar esta información en conocimiento.

Convirtamos pues la biblioteca pública no únicamente en un centro de acceso a la información si no en un centro de acceso al conocimiento.

Por otra parte, esta biblioteca pública virtual puede ser para el ciudadano un importante apoyo al autodidactismo y al autoaprendizaje que comporta esta nueva cultura virtual, resolviendo dudas, orientando al usuario en su búsqueda de información en Internet, ofreciendo notas divulgativas sobre innovaciones tecnológicas, informando sobre estrategias de búsqueda y recuperación de la información, dando informaciones complementarias y críticas sobre los servicios virtuales existentes e incluso ofrecer selecciones de recursos dirigidos al autoaprendizaje de disciplinas, idiomas, entretenimientos... etc.

Pero si únicamente nos centramos en el desarrollo de recursos virtuales y nuevos servicios basados en innovaciones tecnológicas, ciertamente daremos respuesta a unas demandas sociales existentes, pero también estaremos dejando marginados a una buena parte de la sociedad que no dispone de las habilidades, conocimientos y del poder adquisitivo suficiente para poder seguir el ritmo que la innovación tecnológica impone.

Para evitar provocar nuevas desigualdades sociales y no perder el ritmo de la innovación tecnológica tendremos que prever en este nuevo modelo de biblioteca que deseamos desarrollar unos factores de corrección tales como la promoción de estos nuevos servicios entre colectivos específicos: barrios marginales, minorías étnicas y lingüísticas, programas de colaboración con los asistentes sociales de la comunidad, con los centros escolares, con las ONG... etc.

Además, tal y como si fuera una nueva alfabetización, la biblioteca pública ha de comprometerse con el fomento y la introducción del conocimiento y manejo de las tecnologías de la información planificando programas de formación en tecnologías de la información destinados a perfiles de usuarios que podrían quedar fácilmente marginados de la innovación tecnológica, tales como el segmento de adultos mayores de 35/40 años, amas de casa, jubilados, inmigrantes, personas con niveles bajos de formación y cultura... etc¹³

En definitiva, a medida que la biblioteca pública vaya incorporando estas nuevas funciones y servicios estaremos apostando por una biblioteca pública de calidad, activa e imprescindible para que el paso de la sociedad de la información a la del conocimiento se desarrolle sin fomentar nuevas desigualdades sociales y sin provocar ninguna nueva marginación.

Esta nueva biblioteca pública, integrada activamente en su comunidad, tiene ante sí una clara misión de agente de cambio y de transformación a desarrollar para facilitar el desarrollo cultural, social y económico de los ciudadanos.

10 Las estadísticas de las bibliotecas públicas no reflejan aún el porcentaje de inmigrantes y de población flotante usuaria de las bibliotecas. En la Biblioteca Pública de Tarragona, este índice es actualmente del 20% de las tarjetas de usuarios que se expiden. No se incluyen los usos estacionales de la biblioteca. El uso real de los diversos servicios de la biblioteca por estos sectores es mucho mayor. Las normas para acceder a la tarjeta de usuario y al servicio de préstamo se han adaptado para poder integrar a estos colectivos.

11 La Biblioteca Pública de Tarragona mantiene un programa de formación de usuarios dirigido a la comunidad escolar ininterrumpidamente desde 1989. A través de este programa cada año se atienden más de 4000 escolares.

12 Por ejemplo la biblioteca pública de Tarragona recibió de 1997 a 2000 el patrocinio económico de la empresa Dow Chemical para la introducción de puntos de acceso a Internet en la biblioteca, para el desarrollo de su biblioteca pública virtual y para la realización de cursos de formación dirigidos al personal del centro y a los usuarios.

13 Lozano, R.: La Biblioteca Pública Virtual: Un servei públic per als ciutadans del segle XXI. 7es. Jornades Catalanes de Documentació. Barcelona: Col·legi Oficial de Bibliotecaris Documentalistes, 1999, p. 249-256.



EL ESCRITOR Y EL LIBRO

Imaginen, ustedes, que se encuentran en un psiquiátrico o centro de salud mental, como se los llama hoy, con sus pasillos, su sala de espera, sus despachos médicos y, por supuesto, con sus enfermos mentales. No lo vean como una experiencia negativa porque no tiene por qué serlo. De echo, piensen que en estos lugares se cura muchas personas, aunque el éxito no está asegurado, pero ¿quién puede asegurárnoslo, sea lo que sea a lo que nos refiramos?

La Literatura como creación no es más que una enajenación mental más o menos transitoria. Cuando un escritor se propone contar una historia lo que hace es alejarse del mundo que le rodea para vivirlo como a él le gustaría que fuese. Cuando piensa en escribir un poema, le mueve una necesidad de romper la soledad (no siempre material y palpable) que inunda su espacio. Algunos poetas, incluso, están movidos por un complejo de superioridad o egocentrismo.

Ésta no es una idea excesivamente original. Ya Ernesto Sábato en su libro *El escritor y sus fantasmas*, afirma que “la condición más preciosa del creador es el fanatismo. Tiene que tener”. -dice.- “una obsesión fanática, nada debe anteponerse a su creación, debe sacrificar cualquier cosa a ella.” Si hay algún psicólogo en la sala, o conocen ustedes a alguno pregúntenle si el fanatismo no es un trastorno mental.

El peor momento que afronta el creador no es aquel en el que se enfrenta al papel sin mácula. Quizá, ése sea el momento más dulce. Sentarse ante la pantalla del ordenador, o ante un folio en blanco, o un cuaderno sin estrenar, es una delicia porque todo está por contar y nada de lo que empecemos a escribir estará de sobra. Sin embargo, el instante en el que el escritor se da cuenta, después de haber escrito setenta y cinco páginas, de que el narrador ya no es el que era, es decir, no tiene una continuidad estilística; o ese otro en el que uno de los poemas ha roto con el hilo argumental del libro, ése es el instante atroz. Y la frustración se puede prolongar si el escritor no consigue una sola línea con coherencia durante unos días.

Entonces, llega la angustia, las noches de insomnio, la eterna pregunta ¿serviré yo para esto? ¿estará seca mi creatividad? Y la más importante, ¿será ésta la línea que quiere la editorial X?

El proceso de creación no es frívolo. Hay escritores que se sientan a escribir teniendo firmado un plazo de entrega. Esto quiere decir que deben trabajar contra el reloj, y eso no suele ser bueno a la hora de presentar un libro de calidad. Además, si no es el primer libro, y la crítica ha sido benévolo con uno en otras ocasiones, la creación se puede ver marcada por la obsesión con la acogida que tendrá algo que ni siquiera existe cuando se plantea el dilema.

Después de un largo período de trabajo, debes escuchar aquello de “es que los libros son muy caros”. Porque la gente nunca se plantea si lo que cobra un jugador de fútbol es excesivo, pero sí cuánto gana un escritor. Incluso, llegan a pensar que éste vive como un noble del siglo XVI porque los libros son caros. Para terminar con este mito creo que cualquiera de los tres estará dispuesto a decirles, al término de este debate, cuánto ingresa anualmente del mundo de la literatura.

Si el libro es caro es porque tiene un proceso de producción, y no hay que olvidar que este proceso, hasta hoy, es, en primera instancia, artesano. Hay que suponer, además, que nadie compra un libro y después de leerlo lo tira a la basura. Bueno, les concedo eso de depende del libro... Pero, cuando compramos un ejemplar de *Crimen y Castigo*, o algún libro de poemas de José Hierro, estamos adquiriendo un valor seguro. Por último, hay que pensar que todo lo que compramos es caro, si tenemos en cuenta lo que cuesta hacerlo, pero asumimos ese encarecimiento porque sabemos y aceptamos que hay una cadena de producción que debe subsistir. El primer eslabón de esa cadena es el escritor y el último es el libro que va tejiendo pacientemente a lo largo de meses de trabajo.

Tampoco quiero contribuir al mito del creador literario como tótem sagrado, porque no lo es. El escritor es una persona que intenta vivir de lo que escribe, ni más ni menos.

Pero, la relación que se establece entre el escritor y el libro no se limita a la que, hasta ahora, hemos tratado, y sobre la volveremos más adelante, sino que es una relación que bifurca los caminos de encuentro.

El creador llega, en un primer momento, al libro como lector. Esta condición no se debe abandonar nunca. Hay escritores que afirman con total naturalidad que ya no leen. En esta afirmación encontramos el complejo de superioridad del que hablábamos al principio. De dicha afirmación podemos inferir: no leo porque ya he leído todo lo que merecía la pena.

Saramago dice “la lectura no es una obligación. La lectura es una devoción, es una pasión, es un amor”. Yo me atrevo a diferir del Premio Nobel porque, creo, que cuando la Literatura es una profesión se debe profundizar siempre en los conocimientos. ¿No le exigimos a un médico que sepa de lo que trata? Entonces, ¿por qué no mantener esa misma exigencia con otras profesiones? De la misma forma que pedimos a un cirujano que sepa manejar con soltura el bisturí, debemos pedir que alguien, que ha hecho de la Literatura su oficio, maneje las herramientas que le son indispensables para la consecución de su operación particular, la obra literaria.

Hay otros casos en los que los escritores sólo leen a autores que están enfrentados a ellos ya sea estilística, ideológica, o personalmente, porque en el conocimiento del trabajo de sus “rivales”, encuentran un arma arrojada. Esto limita sus lecturas a coetáneos antagonistas.

En cualquier caso, el escritor necesita aprehender para poder crear. No se crean eso de “soy autodidacta”. Por supuesto, existe una predisposición para escribir, igual que lo hay para dedicarse a la pintura, o a la mecánica. Dalí no era autodidacta, otra cosa es que fuera un genio, eso nadie lo duda, pero ¿cuánto estudió el artista catalán sobre pintura?

No me refiero a un aprendizaje académico, forzosamente. El aprendizaje puede estar fuera de las aulas, es más, el aprendizaje casi siempre está fuera de las aulas. Las clases, la universidad, los colegios, sólo están para dar directrices, pero la formación debe darse fuera de los centros destinados a la enseñanza.

Es por esto, que afirmo que el escritor debe leer, está obligado a conocer las herramientas de estilo, la gramática, y es aconsejable, incluso, que maneje bien su idioma.

Otra cosa será del que lee, como dice Saramago, por devoción. Pero este aspecto no lo trataremos en esta mesa, serán otros los que diserten sobre el asunto.

Después, de esta primera fase en la interrelación escritor-libro, llegamos a la que ya hemos ido tratando por encima, el creador y la obra.

Ésta es compleja, al ser una relación de amor-odio. Pero, llegados a este punto, debemos señalar que la relación no es unidireccional. Debemos distinguir varios tipos de escritores en función a cómo ven el libro. Están:

1. Los que ven el libro como mero objeto de comercio. Por supuesto, no es mi intención hacerles creer que todo en el mundo literario es belleza y armonía. El mundo literario es un negocio, por suerte para los escritores, y como tal hay que entenderlo. Cuando una persona se siente a escribir, ya sea poesía, ya sea prosa, lo hace con la intención de llegar al mayor número de personas posibles. Es decir, desean que se comercialice. Y no siempre la palabra comercio tiene esa acepción peyorativa que todos le endosamos. El comercio de la Literatura tiene aspectos positivos y negativos. Los positivos son básicamente dos: el encuentro de una realización profesional y personal, que va desde el autor hasta los que realizan la maquetación, pasando por los editores y los libreros. Los negativos, el comercio deshumanizado lleva a ver al libro como mero objeto de compra-venta; como consecuencia, la figura del creador literario pasa de ser artista a simple máquina de hacer historias.



2. Los que ven el libro como objeto elitista. Este tipo de escritores fluctúan en número dependiendo de la época. Se caracterizan por pensar que la Literatura, para ser buena, debe ser ininteligible. En realidad, es como vivir una involución hacia las cuevas de Altamira, sabemos que hay algo escrito en ellas (aunque sea con pintura y dibujos esquemáticos), sabemos que querían decir algo, pero aún nos preguntamos qué puede ser aquello que quisieron contar.

Cuando Cervantes escribió *El Quijote*, lo hizo con un estilo propio de la literatura que en ese momento más se demandaba, con el lenguaje de la época. Otra cuestión será todas las discusiones que entable la crítica alrededor de esta obra.

Los escritores que más éxito cosechan, no nos referimos ahora estrictamente a las listas de ventas, son los que cuentan con un lenguaje cercano, elaborado, sin grandes artificios que dificulten la comprensión. Pensemos por un momento en los cuentos de tradición oral, montados en estilo directo, con sus llamadas de atención, sus captatio benevolentia. ¿Se imaginan ustedes a sus abuelas diciéndoles, “el trovador lanzó su captatio benevolentia...”? Seguramente, en vez de introducirnos en un fantástico viaje por un cuento, porque eso es o debe ser la Literatura, nos hubiera producido un shock. Lo mismo ocurre con el escritor que desea tanto mostrar su erudición, el libro le devuelve la bofetada.

3. Los escritores que ven el libro como soporte de un arte. Estos escritores, normalmente, son los que todos encasillamos como escritores de calidad. Y, en cierto modo, es así. No debemos pensar que los anteriores nunca demuestran tener calidad, las generalizaciones no son buenas. Pero, sin duda, el escritor que mima el libro, que sabe que alguien más lo va a leer, que quiere contar algo, es el que, definitivamente, trabaja con más calidad. Es cierto, también, que tener una buena predisposición no asegura el éxito.
4. Por último están los que ven el libro como algo casi irrealizable. Este tipo de escritores son como una plaga. Si bien es cierto que el mundo editorial está complicado, no es menos cierto que, últimamente, se apuesta por la calidad. En los últimos tiempos han surgido editoriales que apuestan por autores noveles, pero de gran calidad como presentadoras de televisión o humoristas, mientras otras se mantienen como “editoriales de culto”, casi. Y van apareciendo nuevas que apuestan por la calidad de valores que se van incorporando al mundo literario.

La última relación que quiero señalar es aquella en la que el libro es presentado al escritor. Este momento se puede comparar con aquel en el que la comadrona nos enseña el niño recién nacido. Todos pensamos ¡qué bonito es! Sin darnos cuenta de que la de los padres nunca son opiniones a tener en cuenta.

Éste es uno de los momentos más esperados por el escritor. Cuando uno se ha pasado cinco meses encerrado, sin contar los que ha necesitado antes para bosquejar, escribiendo una misma historia, viviendo para unos personajes, desayunando con un mismo narrador, corrigiendo, más tarde, las galeradas, y le presentan el resultado final, no puede evitar sentirse en plenitud al recibir el libro ya acabado.

También es cierto, que este momento no se disfruta en exceso porque el escritor sabe que, llegados a este punto, debe volver a empezar. Imagínense una vida tan cíclica, ¿no es para volverse locos?

Si, como decía Hölderlin, “el hombre es un dios cuando sueña y no es más que un mendigo cuando piensa”, entonces debemos creer que el escritor se siente como un dios perpetuo porque su vida es soñar, y el libro es su País de Nunca Jamás particular. Pero, cuidado, también hay locos que se creen dioses. ¿Serían capaces ustedes de distinguir un escritor de un enfermo mental?

Si son capaces, enhorabuena. Si tienen dudas al respecto, bienvenidos a este manicomio en el que los tres que aquí presentes nos sentimos dioses alguna vez, y nos gusta vivir en nuestro mundo particular que es aquel que nos enseñan nuestros libros, no forzosamente los que escribimos, sino aquellos que, a lo largo del tiempo, hemos hecho nuestros. No olviden que los dioses y los altares han sido creados, desde el principio de los tiempos, para explicar aquello que no tiene explicación, y que algunos son infinitamente buenos y magnánimos, y otros, deben ser derrocados.



LAS BIBLIOTECAS PÚBLICAS: LIMITACIONES Y OPORTUNIDADES. LA EXPERIENCIA DEL GRUPO DE TRABAJO DE BIBLIOTECAS PÚBLICAS DE LA ASOCIACIÓN ANDALUZA DE BIBLIOTECARIOS

1. El GTBP-AAB. Origen. Líneas y métodos de trabajo

El Grupo comenzó a formarse en 1994. Acababa de publicarse el Reglamento del Sistema Bibliotecario de Andalucía¹, que creó un amplio malestar entre los bibliotecarios municipales: entendíamos que la nueva normativa iba contra el espíritu y el articulado de la Ley 8/83, de Bibliotecas de Andalucía, y que venía a consagrar el abandono de la Consejería respecto a las bibliotecas públicas municipales. Todo esto se hacía sin un análisis profundo de la realidad bibliotecaria: se afirmaba que en los últimos 10 años había aumentado espectacularmente el número de bibliotecas públicas en funcionamiento, pero nada se sabía respecto a personal, servicios, dimensiones, etc.

Ante esta sinrazón era necesario plantear una respuesta razonada. Ante el escaso éxito de iniciativas individuales ante las delegaciones provinciales o el Servicio de Bibliotecas de la Consejería, era necesario articular una respuesta colectiva. Debía ser colectiva, porque, de la misma manera que el bibliotecario municipal se encuentra a menudo solo ante su propia administración y ante una normativa que le viene impuesta, también cada administración local se encuentra sola y en plano de inferioridad ante la administración autonómica que dicta los reglamentos².

La composición y líneas de actuación del GTBP ha ido variando a lo largo de sus 8 años de andadura, moviéndose siempre en una franja que nos gusta denominar como frontera. Frontera como terreno de indefinición entre lo que somos y lo que aspiramos a ser, entre el grupo institucionalizado y el grupo informal; frontera entre la posición de últimas del pelotón, que ocupan las bibliotecas públicas y puerta de acceso a la sociedad del conocimiento que deberían ser; frontera incluso entre la profesionalización que debería tener nuestra labor y que a menudo se le niega y la dedicación personal que hay que emplear para salvar tantos escollos como se presentan.

Precisamente quisimos denominar así, Encuentros en la Frontera, al espacio que las bibliotecas municipales fuimos ganando dentro de las Jornadas Bibliotecarias de Andalucía, a partir de las de Jerez (en 1998) y que, al decir de muchos compañeros e incluso representantes de la administración, han revelado el dinamismo y vitalidad de que son capaces los profesionales de las bibliotecas municipales incluso con las condiciones materiales y laborales más precarias.

En la actualidad el Grupo fluctúa en torno a los 15 miembros estables, profesionales de toda la geografía andaluza y de bibliotecas de muy diferentes características.

El Grupo ha ido evolucionando pero siempre en torno a unos claros objetivos generales que podríamos sintetizar en contribuir al desarrollo de un servicio de biblioteca pública de calidad para todos.

En atención a este objetivo hemos desarrollado distintos tipos de acciones:

- A) Formativas y de encuentros entre profesionales. Aquí hay que destacar, junto a los Encuentros en la Frontera, que mencionaba antes, la riqueza que cada uno de nosotros hemos ido ganando gracias al trabajo con otros compañeros. Hemos podido constatar que los problemas con los que nos enfrentamos cada día no son exclusivos de nuestra biblioteca, sino comunes a casi todas. Hemos experimentado que, aunque nos veamos pobres en recursos y experiencias, siempre hay algo que aportar al resto.
- B) De análisis y propuesta. Desde su constitución, el Grupo ha ido estudiando todos y cada uno de los proyectos de ley, reglamento, orden, etc. con relación a las bibliotecas y formulando las consecuentes propuestas de mejora, que en muchos casos no han sido atendidas pero en otros sí.
- C) Reivindicativas. La iniciativa de más amplio calado que hemos desarrollado en este campo la pusimos en marcha en 2.000 en torno al manifiesto Un paso adelante. Bibliotecas para progresar. Reclamábamos a la Consejería la puesta en marcha de un Plan Estratégico para las bibliotecas andaluzas por el que:
 1. Se llevara a cabo un estudio riguroso de la realidad bibliotecaria, mediante un mapa de bibliotecas
 2. Se discutiera y acordara un modelo de biblioteca pública
 3. Se estableciera con precisión la distribución de responsabilidades entre todas las administraciones afectadas

La iniciativa fue ampliamente respaldada por los profesionales de las bibliotecas, presentada a los distintos grupos parlamentarios del Parlamento de Andalucía, que presentaron una moción conjunta a partir de nuestra propuesta, y fue presentada al Defensor del Pueblo Andaluz que en aquel momento ya estaba acabando su informe especial. El estudio concienzudo y pormenorizado de la situación de municipios de menos de 20.000 habitantes llevado a cabo por la oficina del Defensor llegaba al mismo diagnóstico que nuestra experiencia nos dictaba y, consecuentemente proponía soluciones similares.

Frente a lo que hasta entonces parecía indiferencia por parte de la Consejería, se produjo la confluencia de amplios sectores institucionales, políticos y profesionales a favor de la biblioteca pública. Fruto de esta conjunción de fuerzas y del duro informe y serias recomendaciones del Defensor, parece que empiezan a darse algunos pasos. Ya se ha puesto en marcha el Mapa Bibliotecario de Andalucía. Este era el primer punto del manifiesto. Si se culmina cumpliendo sus planteamientos iniciales, se va a disponer de una herramienta para planificar y legislar. Pero será necesario permanecer atentos para que este impulso no se pierda.

La actividad del Grupo se ha extendido a un sinfín de actividades que aquí no vamos a entrar a detallar, pero de la que sí quisiera destacar dos notas: se inició con el único sustento de la dedicación personal de sus integrantes, a expensas de su vida personal y familiar. Pensamos que sólo así ha sido posible tomar el impulso inicial, pero el Grupo ha podido adquirir una mayor presencia social e institucional desde el momento en que fuimos capaces de convencer a nuestros ayuntamientos de que trabajar para mejorar el S.B.A. es también trabajar para nuestra propia biblioteca y se nos ha concedido poder reunirnos (lo que ocurre 2 ó 3 veces al año) en horario laboral.

2. Para qué sirve la biblioteca pública. Modelo de biblioteca pública. La biblioteca como sistema

El papel que corresponde a la biblioteca en la sociedad de nuestros días ha sido abordado por organismos técnicos como la IFLA o institucionales como la UNESCO. Pero, en este sentido resulta especialmente clara la Declaración de Copenhague. Esta Declaración fue fruto de la reunión en octubre de 1999 de responsables políticos y administrativos de 31 países europeos para analizar el papel de las bibliotecas en la sociedad de la información. La Declaración propone una completa serie de acciones de las distintas instancias administrativas desde la Comisión Europea hasta las propias bibliotecas a partir de la determinación de funciones para la biblioteca pública:

- Con relación a **Democracia y ciudadanía**. Las bibliotecas públicas tienen una oportunidad estratégica para incrementar la calidad de vida y las posibilidades democráticas de los ciudadanos de las Sociedades de la Información, proporcionándoles acceso libre y equitativo a información de alta calidad.

1 Decreto 74/94, de 29 de marzo, por el que se aprueba el Reglamento del Sistema Bibliotecario de Andalucía.

2 Ciertamente, tanto la Ley 8/83 como sus regulaciones posteriores han contemplado el Consejo Andaluz de Bibliotecas como órgano asesor con distintas composición y competencias, pero en la práctica el Consejo no ha llegado a estar operativo.

- Con relación al **Desarrollo económico y social**. Las bibliotecas públicas apoyan el crecimiento de las comunidades proporcionándoles servicios de información diseñados para atender las necesidades locales. Son instrumentos importantes para reducir la disparidad entre los ciudadanos europeos ricos en información y pobres en información³.
- Con relación al **Aprendizaje continuo**. Las bibliotecas públicas proporcionan, mediante su amplia distribución por toda Europa, una infraestructura rentable para el aprendizaje continuo y un fácil acceso al contenido de las redes virtuales. También apoyan a los estudiantes de todos los niveles de la educación reglada.
- Con relación a la **Diversidad cultural y lingüística**. Las bibliotecas públicas son instituciones culturales con una gran responsabilidad sobre el patrimonio cultural, la literatura y la alfabetización⁴.

Esta amplitud de miras respecto al papel de la biblioteca pública en la sociedad no ha sido asumida por nuestro ordenamiento legal. No ha sido asumida consecuentemente, porque ello significaría definir un modelo apto para desarrollar esas funciones en nuestra realidad social y arbitrar los recursos y establecer los plazos para alcanzarlo.

A la hora de establecer este modelo entendemos que deben estar siempre presentes dos características esenciales:

- A) Bibliotecas activas. La misión de la biblioteca quedaría completamente desvirtuada si se limitasen a ser recursos que la administración pone para quienes deseen (o puedan) utilizar; el acceso a la información y a la cultura requiere de procesos de aprendizaje y del desarrollo de hábitos que, quienes no disponen de ellos, difícilmente van a adquirirlos sin un fuerte estímulo inicial. Deben ser las bibliotecas, por tanto, recursos al alcance de toda la comunidad y agentes que atraigan y dinamicen a la población a la que sirven, contribuyendo al acortamiento de diferencias socioeconómicas en la comunidad.
- B) Bibliotecas articuladas en un sistema. Como queda claramente explícito ya desde su propio título, el informe especial del Defensor del Pueblo Andaluz Bibliotecas públicas municipales: el derecho de todos a acceder a la cultura insiste en que los poderes públicos tienen la obligación de hacer llegar el servicio de biblioteca a todos los ciudadanos por igual y que no es admisible que este derecho básico tenga un contenido real o sea una mera ficción en función de la mejor o peor disposición de cada municipio.

Para ello es necesario, en primer lugar fijar unos umbrales mínimos de servicio y calidad y, además, superar la concepción de bibliotecas públicas trabajando de forma aislada mediante un sistema bibliotecario en el que existan los canales de comunicación que permitan por un lado rentabilizar los recursos disponibles y por otro el trasvase de la "riqueza" que permita la nivelación de desigualdades.

Por su propia naturaleza, la mayor parte de los trabajos que hoy se han de repetir en cada una de las bibliotecas son muy apropiados para efectuar de forma cooperativa: adquisiciones, catalogación, elaboración de normas y procedimientos etc. Se pueden compartir experiencias y actividades. Se pueden establecer centros que elaboren las tareas más especializadas, centrales de canje y expurgo... Las posibilidades son enormes. El trabajo cooperativo permite aprovechar mucho mejor los recursos disponibles y además hace posible que cualquier elemento pueda ofrecer servicios que serían inabarcables de manera aislada.

Un sistema bibliotecario no puede quedar limitado a las bibliotecas de un mismo sector sino que debe interrelacionar a todos los sectores: bibliotecas escolares, públicas, universitarias y especializadas. La falta de definición actual va en perjuicio de la biblioteca pública, porque al ser sus usuarios toda la comunidad debe suplir las carencias de escolares y universitarias; pero también de los que deberían ser usuarios de las escolares y universitarias porque en una biblioteca de carácter general como es la pública no pueden encontrar los fondos y servicios que necesitan.

3. El panorama actual de la biblioteca pública en Andalucía

Sin disponer aún de datos exhaustivos sí podría decirse que en la actualidad existe biblioteca en la práctica totalidad de municipios de más de 5.000 habitantes. Pero nuestro sistema bibliotecario presenta importantes debilidades:

1. La Red de Lectura Pública está desconectada de las bibliotecas universitarias y de las escolares, estas últimas prácticamente inexistentes. Las bibliotecas públicas no tienen acceso al potencial de las universitarias y se ven obligadas a suplir las deficiencias de las escolares.
2. La Red de Lectura Pública adolece de un mayor compromiso por parte de la Biblioteca de Andalucía como cabecera y soporte técnico.
3. Con la desaparición de los antiguos Centros Provinciales Coordinadores de Bibliotecas la labor de coordinación, inspección y apoyo a las bibliotecas municipales prácticamente ha desaparecido.

La actuación normativa de la Consejería en los últimos años sigue el principio de establecer las condiciones que deben cumplir las bibliotecas pero trasladando a los municipios la obligación de cumplirlos, sin que reciban para ello la dotación económica suficiente.

En estas circunstancias, nos encontramos ante un panorama en el que existen unas –pocas– bibliotecas municipales que, gracias a la mayor conciencia de sus ayuntamientos y/o a una mayor disponibilidad de recursos, pueden ofrecer unos servicios bibliotecarios de calidad y el resto –la gran mayoría– que apenas si dispone de unos servicios mínimos, en locales insuficientes y mal adaptados con escasísimos fondos y muchas veces incluso sin personal. Este desigual reparto de un derecho básico como es el acceso a la información y la cultura está dando lugar, dentro de la misma Comunidad a ciudadanos de primera y de segunda.

4. Propuestas de actuación

Entendemos que el objetivo de alcanzar un sistema bibliotecario que responda a las necesidades de nuestra sociedad no es competencia de una sola administración. Así como entendemos que la política bibliotecaria seguida hasta ahora por la que la Consejería establece la normativa para que sean los ayuntamientos los que paguen no va a solucionar nada, como de hecho no lo ha solucionado hasta ahora.

La estrategia que venimos propugnando desde la AAB pasa por la colaboración entre las administraciones. Precisamente esta es la vía que propone el Defensor del Pueblo Andaluz. Para que esta colaboración pueda ponerse en marcha estimamos que deberían alcanzarse dos condiciones:

- A) Que la Consejería asuma que su responsabilidad respecto al sostenimiento de las bibliotecas públicas en Andalucía no puede limitarse a las Bibliotecas Provinciales y a la Biblioteca de Andalucía.
- B) Que las administraciones locales (ayuntamientos, pero también diputaciones) adquieran conciencia de la necesidad de una biblioteca pública para el desarrollo sociocultural, e incluso económico, de su comunidad y de su rentabilidad social frente a otros gastos.

Para alcanzar estas condiciones nos parece insustituible el papel que puede jugar la FAMP. Es evidente que cada ayuntamiento por separado no puede ser interlocutor de la Consejería, la Federación sí puede llevar la voz de los ayuntamientos. Simultáneamente, en sentido inverso, la FAMP también podría realizar campañas informativas y formativas para hacer llegar a los municipios la necesidad de una biblioteca pública de calidad.

Recientemente se ha constituido el Grupo Técnico de Bibliotecas de la FAMP. Aunque apenas ha empezado a rodar, éste podría constituir una buena base para la renovación de nuestro panorama bibliotecario, siempre que haya un verdadero compromiso por potenciar su trabajo y asumir sus resultados.

Con estas premisas de partida y con la participación de todos los elementos implicados (administraciones, ciudadanos, profesionales) como metodología de trabajo debería abordarse un Plan Estratégico para el Sistema Bibliotecario de Andalucía donde, a partir de un conocimiento fundado de la realidad se determinara:

1. El modelo de biblioteca que contribuya eficazmente al progreso de los ciudadanos.
2. La definición precisa de las responsabilidades de todo tipo (presupuestarias, financieras, de control y regulación, etc.) de cada una de las administraciones e instituciones implicadas en la gestión de las bibliotecas.

³ No es necesario insistir en el hecho de que en nuestros días la información es un bien preciado. Sin acceso a la información, ni las personas ni los pueblos tienen la menor oportunidad para su desarrollo. Nunca como ahora el volumen de información circulante había sido tan inmensamente grande y, precisamente por ello se hace imprescindible la adquisición de habilidades y la formación de criterios que permitan la localización y selección de la información pertinente en cada caso y, consecuentemente, la conversión de la información o datos brutos en conocimiento. Es en esta función de intermediación entre las fuentes de información y el usuario final donde el papel de la biblioteca pública se hace, ahora más que nunca, insustituible. Pues es el único servicio público disponible para atender con carácter universal a toda la población, con independencia de edad y nivel educativo.

⁴ Precisamente en estos tiempos en que la enseñanza adquiere un sesgo más inclinado hacia la adquisición de habilidades técnicas y operativas y se olvida la formación humana y cultural indispensable para la vida en sociedad, la lectura es un medio insustituible de crecimiento cultural y de formación de criterio, requisito necesario para la verdadera participación en la sociedad democrática.

⁵ DEFENSOR DEL PUEBLO ANDALUZ. Bibliotecas públicas municipales: el derecho de todos a acceder a la cultura. Diciembre, 2000



¿ES NECESARIA LA EDICIÓN PÚBLICA?

“Si uno ha adoptado un arte como oficio, renuncie desde el principio a toda ambición económica”.

Stevenson

No quiero resultar descortés, pero debo iniciar mi comunicación con una breve apostilla al título de este seminario en el que participo, puesto que considero que no ha sido muy afinada la propuesta de titularlo Mercaderes de Símbolos, aunque, sin duda, nos da juego para iniciar nuestra reflexión:

Mercader: “no es frecuente en femenino. Era antes la palabra usual en vez de comerciante; ahora tiene un uso literario, especialmente para referirse a los comerciantes de otras épocas, o peyorativo, para aludir al uso impropio o abusivo de esta actividad”.

Símbolos: “Cosa que representa convencionalmente a otra”. María Moliner dixit. Por no citar el castigo divino en que incurriríamos si fuéramos mercaderes y tener Jesucristo que volver a expulsarnos del templo. A la vista de esto no puedo sentirme mercader y menos de símbolos.

Si tuviera que definir o justificar a la edición institucional, sería más partidario de encuadrarla en la línea del compromiso cultural e intelectual que debe tener toda administración pública con sus ciudadanos o representados. Entiendo, pues la edición, como espacio público: ágora a donde fluyen las ideas, entran y salen, y el conocimiento se asienta. Y este foro público da cabida a voces, y permite oír a muchos, que de otra forma, sería muy difícil, o casi imposible, saber de ellos.

La edición pública debe participar de otra concepción y tener una clara vocación de permanecer y no dejarse arrastrar por el ciclo corto del negocio editorial. Buscar la formación y difusión del conocimiento y de la creación, encuadrándolo, en nuestro caso, en un ámbito territorial, tal vez reducido, pero necesario y suficiente. Hay que tener en cuenta, que desde este espacio geográfico, la provincia de Cádiz, surgen ideas, pensamiento, creación, que participan de otros territorios, de otras culturas, en viajes de ida y vuelta Y, lo hecho en Cádiz, gracias a la globalización (algo bueno debe tener!), nos permite llegar a cualquier parte del mundo, en donde se reconozca el trabajo realizado.

Recientemente, una de nuestras publicaciones, seguramente nuestro mascarón de proa, ha sido invitada a recorrer distintas sedes del Instituto Cervantes (Lisboa, Milán, Casablanca, Rabat, Fez, Atenas, etc.). El intercambio enriquecedor entre distintas culturas que provoca Revistatlántica, publicación mejor valorada fuera que dentro, justifica su presencia pero nos plantea una cuestión colateral: ¿existiría esta publicación, con el cuidado y la independencia de factura de que disfruta, si no estuviera bajo el patronazgo público?. Y esto tal vez es un caso extremo. Podemos plantear: ¿Cuántos libros interesantes y necesarios, tanto de ensayo como de creación literaria, habrían quedado olvidados en el sueño de los justos, sin el apoyo de una editorial institucional?

Básicamente este es el argumento esencial que quiero utilizar en esta breve exposición: la necesidad de ediciones públicas, sujetas como cualquier actividad pública a la transparencia y control, pero que haga posible el transportar a través del papel impreso, o del formato que se elija, las ideas, el conocimiento, las aportaciones literarias y artísticas, que se produzcan.

Si analizamos las estadísticas a nivel nacional, los distintos estudios, por ejemplo, los datos sacados de la Agencia Estatal del ISBN, nos hablan de una presencia de alrededor del 13% de la edición pública. En algún artículo de experto se habla de un 30%. Pero estos datos nacionales se distorsionan totalmente si reducimos el ámbito geográfico: ¿Qué pasa, por ejemplo, en la provincia de Cádiz?. Pues pasa, que si tomamos los datos de libros publicados en la provincia y registrados en el ISBN, los datos dan un vuelco total. Aquí la edición pública ocupa el 70% y la privada el 30%. Ya hemos señalado que se publica mucho despropósito, y en este sentido recomiendo la lectura del número 51 de la Revista Archipiélago: Cuadernos de Crítica de la Cultura y titulado Editar en tiempos de gigantes, en general, y en particular por lo que nos atañe directamente, el sarcástico, a la vez que crudo, demoledor y real, como la vida misma, artículo de José Antonio Sánchez Paso Cómo montar una editorial universitaria, aplicable a cualquier Servicio de Publicaciones que se precie. Después de su lectura, casi la única salida que nos queda es decir apaga y vámonos. Pero al igual que el citado, que no ha dejado de ser director de Ediciones Universidad de Salamanca, queremos seguir ocupando un sitio en el mundo editorial, intentando corregir, dentro de nuestras posibilidades, los vicios en los que puede caer este servicio público.

El depender de una administración pública, que gestiona, por tanto, fondos públicos, tiene sus pros y sus contras: No nos amenaza la espada de Damocles de tener que presentar a final de año una cuenta de resultados saneada. Eso nos da cierta libertad de movimientos, que además viene dada, por la filosofía que debe inspirar todo servicio público: cubrir las demandas de tus usuarios o clientes. Una editorial pública debe mirar la rentabilidad social o cultural de los ciudadanos, más que la rentabilidad económica. No debe competir con las editoriales privadas y debe impulsar la edición de libros que de otra forma no verían la luz, pero que son útiles y necesarios. Pero no a costa de publicar cualquier cosa, sino establecer también unos criterios de calidad e independencia.

En España 62000 nuevos títulos, una media de 170 libros diarios. Se publican demasiados libros, mientras que el índice de lectura es bajo: y entono el mea culpa, en la parte que nos corresponde: la producción editorial oficial es excesiva.

Por una parte, los libreros no pueden soportar la locura que impone el gran mercado editorial y se ven sometidos a la presión de las novedades continuas, que se evaporan como pompas de jabón, sustituidas por nuevas y magníficas novedades que tienen un máximo de 90 días de vida en los escaparates: Eso en el caso de los afortunados; los más, entre los que encontraremos a los libros de las Instituciones, no llegan en muchos casos ni a salir de las cajas de embalaje, de nuevo de vuelta al distribuidor y al almacén de origen. Montañas y montañas de libros editados que no son ni conocidos por sus probables lectores, porque la mayoría de estos libros no entran dentro del perfil que marcan las grandes compañías para que sean consumidos.

Pero no nos engañemos, no sólo el mercado impone sus prerrogativas, también el poder político, las élites científicas y culturales, y los poderes mediáticos, establecen (imponen) sus criterios, necesidades y gustos editoriales amparados en sus distintos intereses. Esta manipulación puede ser tan pernicioso y perverso o más que la que ejerce el mercado.

La edición institucional padece, como hemos señalado antes, vicios y enfermedades crónicas, siendo el principal peligro caer bajo el control partidista (sea cual sea el clan: político, universitario, cultural) con la firme convicción de la rentabilidad que produce el tener este instrumento publicitario y de adocenamiento cultural e ideológico.

Pero volvamos a los datos, más libros pero menos ejemplares por título, por tanto, más libros y menos lectores por título. Andalucía ocupa un lugar de cabecera, con un 6%, en el mundo de la edición, pero a bastante distancia de las dos grandes comunidades: Cataluña y Madrid que absorben las 2/3 partes de los editados.

En la tarta de la edición, la pública tiene, según la producción inscrita en el ISBN y con datos hasta el año 2000, una tendencia al descenso, y hay que destacar además, que ocupa un espacio importante la edición de las instituciones educativas, incluso con incremento. Según la información que aporta la Dirección General del Libro. Archivos y Bibliotecas la edición pública ha pasado del 20% en 1991 al 13% en el 2000. Estos son datos tratados globalmente, pero si provincializamos, las cifras serán muy distintas, como hemos señalado (ver gráficos).

El binomio o ecuación calidad/cantidad debe resolverse a favor de la primera y a partir de una buena obra podremos romper esa disyuntiva y apostar por una mayor difusión.

Aún más, una editorial institucional debe promover la seducción y el amor a los libros y a la lectura. Realizando campañas de fomento de la lectura, colaborando con las bibliotecas, centros de enseñanza, asociaciones, y también con las editoriales privadas, aunando esfuerzos y cooperando en la difusión del ocio y del conocimiento a través de los libros.

**Ponente:**

UBERTO STABILE RODRÍGUEZ
Editores no Comerciales

EDITA: ENCUNTROS INTERNACIONALES DE EDITORES INDEPENDIENTES Y EDICIONES ALTERNATIVAS

Objetivos

Los Encuentros Internacionales de Editores Independientes y Ediciones Alternativas, EDITA, se proponen crear redes de cooperación cultural, artística y editorial entre los editores independientes. Con el término de Editor Independiente estamos designando a un particular modelo de editor cuya actividad principal se centra en la edición, difusión y distribución de publicaciones culturales sin ánimo de lucro, y que mantiene una actitud de independencia con respecto al mercado convencional. Es al mismo tiempo un ejemplo de autogestión, vanguardia y edición alternativa frente a la globalización de las grandes empresas editoriales.

Los Encuentros propician el debate y el análisis sobre la realidad cultural y artística de la escena editorial en las diversas comunidades españolas así como en otros países europeos y latinoamericanos. Fomentar la diversidad y pluralidad de tendencias estéticas, poner en valor la cultura como garante de la democracia y facilitar el acceso de los ciudadanos a la expresión y creación del arte a través de estas publicaciones que se convierten en auténticas de redes de participación, son los principales objetivos de los Encuentros Internacionales de Editores Independientes y Ediciones Alternativas, EDITA.

Contenidos

Los Encuentros se desarrollan anualmente durante la primera quincena del mes de mayo a lo largo de tres días en sesiones de mañana y tarde, en las que se realizan intervenciones con ponencias y mesas redondas, donde se presentan las novedades editoriales, así como metodologías y análisis de las diversas actividades editoriales. En paralelo funcionan actividades de carácter artístico como recitales poéticos, conciertos, performances y teatro.

Es importante resaltar el carácter de muestra y exposición que caracteriza a EDITA. Las nueve ediciones ya realizadas la convierten en un escenario único y referente obligado para conocer y mostrar las novedades de este tipo de publicaciones que por sus características son difíciles de encontrar en los circuitos comerciales convencionales o en las bibliotecas públicas o privadas.

Asistentes

Desde su creación en 1994 han pasado por EDITA aproximadamente un millar de publicaciones, provenientes fundamentalmente de España y de Portugal, Francia, Italia, Inglaterra, Holanda, así como de Brasil, Cuba, Argentina, México y Chile.

En 1997 realizamos un primer censo de publicaciones que alcanzó un total de 1.300 publicaciones que empezamos a poner en red. En la actualidad y dado el alcance de Internet este censo ha sido ampliamente superado. Cada año asisten un centenar de publicaciones y unos doscientos participantes aproximadamente.

Centro de documentación e iniciativas editoriales

El fondo acogido por el Ayuntamiento de Punta Umbría, Huelva, contiene 10.000 publicaciones fechadas desde 1975 hasta nuestros días. Este fondo constituye el núcleo original de Centro de Documentación e iniciativas Editoriales de Punta Umbría.

Contenidos del Fondo Bibliográfico

El fondo bibliográfico lo componen, atendiendo a su definición, ediciones independientes de carácter cultural. Estas ediciones utilizan diversos soportes para su publicación y posterior difusión: papel impreso, serigrafías, vídeos, cd-rom, cintas magnetofónicas, vinilo, compact disc, objetos artísticos, contenedores, etc. El contenido de estas publicaciones abre un amplio arco que va desde las revistas de literatura, filosofía, arte, teatro o historia, a las colecciones de poesía, pasando por los fanzines y revistas de música, libros de fotografía, colecciones de poesía visual y mail-art, contenedores de arte, libros de artista, etc.

Interés del Fondo Bibliográfico

El fondo mantiene un interés especial en el conjunto de las Bibliotecas, gracias a varias características que le confieren un carácter singular y específico en este campo. Por una parte el hecho de albergar publicaciones que habitualmente no figuran entre los fondos bibliográficos de ninguna otra Biblioteca Pública, en segundo lugar por encontrarse reunidas todas estas obras en un mismo espacio y ser al mismo tiempo la única biblioteca de estas características que existe en el estado español y posiblemente una de las pocas existentes en Europa. Y finalmente por contar con un encuentro de editores, EDITA, que le sirve de referencia y al mismo tiempo la nutre de contenidos. Este fondo especializado contiene también una gran cantidad de ejemplares únicos, debido al carácter artístico de las obras o la manipulación de las ediciones realizadas por los propios creadores.

Objetivos del Centro de Documentación

El Centro de Documentación e Iniciativas Editoriales de Punta Umbría, una vez catalogados y documentados todos sus fondos, contemplará una amplia actividad cultural, editorial y bibliográfica que la distinguen del resto de bibliotecas. Entre sus objetivos principales está el de servir a los investigadores en la materia una amplia fuente documental que en exclusiva podrán consultar y analizar en Punta Umbría. En otro orden de actividades el centro sirve como punto de información y asesoramiento para quienes se inician en el mundo de la edición. Del conjunto de publicaciones reunidas en este fondo bibliográfico se desprenderán otra serie de actividades consistentes en exposiciones didácticas, encuentros, talleres, conferencias, etc.



FERIA, MERCADO, NEGOCIO, VOCACIÓN

La librería es para el conjunto del sector del libro, el escaparate que acerca y muestra el libro a lectores y posibles compradores. Por tanto, sus éxitos y fracasos comerciales son, en buena parte, reflejo de la realidad sectorial que se oculta detrás de la librería.

El librero se convierte, ante la sociedad en el último o en el primer referente del libro, según desde donde se mire. Se convierte en la imagen social del mundo del libro. Apunto una serie de hechos relacionados con esta reflexión:

Ante el cliente la editorial nunca es la que atiende o sirve mal. Siempre es el librero el que aparece como más o menos capaz de conseguir tal título en un tiempo determinado.

La supuesta culpa del supuesto alto precio de los libros nunca es imputada por el cliente a los derechos de autor, ni a los costes o márgenes editoriales o de distribución. Siempre estará en manos del librero el hacer un descuento. Tan enraizada en el imaginario social se encuentra esta convicción, que se la ha creído hasta el Gobierno, decretando para el segmento de libros de texto de la enseñanza obligatoria descuentos ilimitados; regalando a las grandes cadenas de distribución (grandes superficies) una herramienta que estos han usado para intentar desplazar del mercado a las librerías.

De la cantidad y oportunidad de lo editado nunca se duda. Si un título o una colección no logra entrar en el mercado, siempre se acudirá a la fácil muletilla de que el librero no sabe vender.

La lista de matices, casi siempre agravios para el librero, puede ser mucho más larga, pero no es necesario abundar en más ejemplos. Solamente resaltar que en un asunto de tanta gravedad como ha sido la liberalización del precio de los libros de texto, a pesar de perder todos (editores, distribuidores, libreros), quien sale peor parado es la librería.

Conviene decir en este punto que el papel social del librero se encuentra relativamente diluido, siempre a caballo entre el comercio y la cultura, y moviéndose en una borrosa línea de indefinición.

En el mundo del comercio somos cultura, y hasta se nos tiene una especial admiración, por el halo que parece que desprende todo lo que se relaciona con los libros. Sin embargo en el mundo de la cultura somos meros comerciantes, y los libreros hemos tenido, lo hacemos cada vez con mayor insistencia, que reivindicar nuestro papel de mediadores entre los libros y los lectores.

En ese sentido tenemos que afirmar que si el precio fijo y único de los libros es la norma que permite que el ecosistema del libro se mantenga, que unos libros, los de mayor rotación (los best-sellers) sostengan a los de rotación y venta más difícil, pero que sin embargo son tantas veces los más necesarios, hemos de afirmar que son las librerías quienes mejor garantizan el que los libros, todos los libros, tengan la posibilidad de llegar a los ciudadanos, a todos los ciudadanos. Los libreros/as somos en definitiva los garantes de la Bibliodiversidad.

En lo comercial el sector librero viene realizando esfuerzos desde hace varios años. Hemos sido capaces de abordar la realidad de nuestro sector, para analizarla y estudiarla, ver cuales son sus debilidades, y también las oportunidades y las fortalezas, para colocarnos en una situación que suponga una importante ventaja competitiva respecto a otros canales de comercialización.

A día de hoy, las librerías no tenemos mucho que envidiar respecto al resto de los sectores comerciales. Las ratios que habitualmente se manejan (venta por metro cuadrado, facturación media por empleado, niveles de informatización, tamaño del establecimiento etc) son ampliamente superados en sus valores medios por gran parte de las librerías españolas. Los planes de implantación de calidad en librerías conseguirán a medio plazo una importante mejora en los procesos internos, y en un aumento del nivel de satisfacción de los clientes, ya de por sí alto, según lo atestiguan los estudios realizados.

Lo que muchos han dado en llamar “librero tradicional” (a menudo con clara intención de anunciar su desaparición), ha resultado ser, en función de lo que ha ido pasando en los últimos años, una de nuestras mayores fortalezas. Ese supuesto elemento tradicional se ha convertido en la única y más importante referencia permanente para la sociedad lectora, para nuestros clientes. Las nuevas tecnologías y el incipiente comercio electrónico en nuestras librerías son absolutamente compatibles con las prácticas libreras de siempre.

Dice Manuel Rivas que “los libreros somos gente extraña, y que las librerías deberían estar señalizadas en los mapas como zonas peligrosas. Marcadas como establecimientos poco recomendables. Nadie acierta a explicar a donde conduce la puerta de una librería, por eso los que entran tardan tanto en salir” y Remata Manuel Vicent

Un buen librero te conducirá rápidamente no sólo a la mesa de novedades, sino al punto secreto del anaquele donde se halla el secreto del oro”.

El estudio sobre hábitos de lectura y compra de libros, que viene realizando desde hace más de un año el Ministerio de Cultura junto a la Federación de Gremios de Editores de España refleja, además de las carencias y las debilidades del estado de la lectura, reflejan que los lectores tienen su primer contacto con los libros y mantienen la continuidad con el hábito de leer, mayoritariamente a través y gracias a las librerías.

El último estudio de comercio interior, relativo al año 2001, y que fue presentado el la última edición de Liber celebrada a principios de este mismo mes, señalan que es el canal librero el único que incrementa su cuota de mercado con respecto al año 2000, y viene manteniendo un crecimiento constante desde hace 10 años. Desde aquí invito a los colegas editores a que reflexionemos juntos sobre lo que este hecho significa, y que necesariamente debe conducirnos a reforzar el canal librero, estableciendo mejores elementos de comunicación y respetando la labor de las librerías en todos los frentes en los que trabaja. Especial aviso a los editores de libros de texto para que sepan leer en los datos, que además del incremento de las librerías en el canal de comercialización, se produce un retroceso significativo del peso de la comercialización en Grandes Superficies.

Porque al final quien decide es el ciudadano, que empieza a entrever que la librería hace su trabajo, ofrece servicios durante los 365 días del año. Está cerca. Pertenece a nuestra realidad. Es nuestra realidad.

La librería independiente contribuye, como el resto del comercio minorista, a la reafirmación de la propia identidad de la ciudad, del barrio, del pueblo. Todas las ciudades, los pueblos, los barrios, no son iguales. Y una modesta aportación a la personalidad de cada lugar la proporciona su comercio. El comercio de “cercanías”, de “proximidad” está inserto en el propio tejido social de nuestros pueblos y ciudades. Nuestras casas, calles, plazas serían irreconocibles sin la presencia del pequeño y mediano comercio. Sus escaparates, el movimiento y la presencia de la gente que nos visita, la seguridad que aportan a nuestras vidas, sus luces... son inseparables de la vida cotidiana. Propicia el encuentro y la convivencia de las personas, genera un caudal de relaciones primarias de primer orden, favoreciendo la socialización. En el comercio de “proximidad” el cliente es una persona, a veces un amigo. El comercio de proximidad no promueve ni incita al consumo desmedido.

Frente a este “en el comercio de “autopista” el cliente es un “gastador de dinero”, un número de tarjeta de crédito y nada más. Es incitador al consumo, nos obliga a usar el coche, a gastar gasolina, a contaminar el entorno. Es insolidario.

La librería, aporta además un plus a lo comercial. En más del 60 % de las librerías españolas se realizan actividades culturales. Bien en el propio local, bien en colaboración con otros movimientos ciudadanos.

Las librerías se convierten de este modo en la red capilar privada cultural más extensa de nuestra geografía.

Cualquier campaña de Fomento de la lectura que se ponga en marcha, y estamos en este momento asistiendo a la que impulsa el Ministerio de Educación y Cultura, ha de contar necesariamente con las librerías y con las bibliotecas, pues es en librerías y bibliotecas donde con mayor calidad y seriedad se recomienda, se atiende y se pone al lector en la buena pista de los buenos libros.

Dice Saramago que “Vender libros no es igual que ser librero, Porque siendo cierto que vive de ellos, vive sobre todo para ellos, los ama. Ser librero es como estar enamorado de por vida”.

El libro necesita amantes. Amantes ardorosos de toda raza y condición. Libreros, no solo vendedores de libros. Educadores, no solamente funcionarios de la educación. Editores, no solamente productores de libros. Legisladores, no solamente parlamentario de oficio.

Todo el esfuerzo del creador del libro, del autor, nunca se verá recompensado si no encuentra un lector. Un libro sin lector puede ser tan bello como estéril, y del autor al lector hay un camino quizá no difícil, pero sí profesional y humano. Profesionalidad y humanismo que deben estar presentes en todos los sujetos de la cadena, y que mientras no consigamos esto estaremos desperdiciando nuestro trabajo, exasperando a los lectores y malogrando el libro

Termino, esta primera intervención con una última cita de Juan José Millás, que al igual que las anteriores han sido publicadas en forma de marca página por Cegal, y regaladas por sus autores:

“La librería es un espacio moral.

Por eso, cuando vas de las estanterías de la poesía a las de la novela, o de las del ensayo a las de la gramática, estás yendo también de unas zonas a otras de tu vida.

Del mismo modo que al leer te lees, al hojear un libro u otro te auscultas y le tomas el pulso al mundo.

Cuando entras en una librería, te incorporas a la realidad.”

