

PERIFÉRICA

Revista para el análisis
de la cultura y el territorio

INTERNACIONAL

19
diciembre
2018

Periodicidad: anual (mes de diciembre)
© Servicio de Publicaciones de la Universidad de Cádiz
© Vicerrectorado de Responsabilidad Social, Extensión Cultural y Servicios de la Universidad de Cádiz
© Los Autores
Precio: 10 euros
ISSN: 1577-1172
e-ISSN: 2445-2696
<http://dx.doi.org/10.25267/Periferica>
D.L.: CA-7/2012

DISEÑO Y MAQUETACIÓN
Paco Mármol

IMPRESIÓN
Santa Teresa industrias gráficas

Adquisición de números sueltos
Toda persona interesada en adquirir ejemplares en papel de la revista Periférica puede hacerlo a través de la siguiente dirección:
<http://celama.uca.es/periferica/01/compraperiferica>
Precio unidad: 10 €

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

Las ideas y opiniones expuestas en esta revista son las propias de los autores y no reflejan, necesariamente, las opiniones de la entidad editora, Consejo Científico o Consejo Asesor.

Foto de portada: Exteriores de la Casa del Cine de Villa Borghese (Roma).

PERIFÉRICA es una revista pionera en Andalucía, la primera especializada en análisis cultural, que nace en el año 2000 de la mano de una universidad andaluza, la de Cádiz.

Desde 2013, la revista asume el subtítulo de INTERNACIONAL al contar con el apoyo y patrocinio del Observatorio Cultural del Proyecto Atalaya (Secretaría General de Universidades de la Junta de Andalucía y las diez universidades de Andalucía).

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

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

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

La revista PERIFÉRICA tiene una periodicidad anual, publicándose los números en el mes de diciembre.

PERIFÉRICA se encuentra indexada y repositada en:
DOAJ - REDIB - DIALNET - DICE - LATINDEX - MIAR - DULCINEA - JOURNAL SCHOLAR METRIC - EBSCO



Vicerrectorado de Responsabilidad Social, Extensión Cultural y Servicios de la Universidad de Cádiz

SERVICIO DE EXTENSIÓN UNIVERSITARIA
Edificio Constitución 1812 (Antiguo Cuartel de La Bomba)
Paseo Carlos III, 3, 11003 Cádiz
Tfno.: 956 015 800 Fax: 956 015 891
e.mail: extension@uca.es
Web: <http://revistas.uca.es/index.php/periferica>

EDITA
Servicio de Publicaciones de la Universidad de Cádiz.
Vicerrectorado de Responsabilidad Social, Extensión Cultural y Servicios

CONSEJO DE DIRECCIÓN
Excma. Sra. Dña. Teresa García Valderrama.
Vicerrectora de Responsabilidad Social, Extensión Cultural y Servicios de la Universidad de Cádiz

CONSEJO CIENTÍFICO (ÉQUIPO EDITORIAL)
Editor
Antonio Javier González Rueda.
Comisionado del II Plan Estratégico de la Universidad de Cádiz. Investigador del Grupo de Investigación APLIC-CA-TS, España.

Miembros
Enrique del Álamo Núñez.
Director de la Delegación de Cultura del Ayuntamiento de Cádiz

Luis Ben Andrés.
Técnico de Cultura de la Fundación Provincial de Cultura de la Diputación Provincial de Cádiz

Ana Luz Castillo.
Directora Movimiento Sutil
Salvador Catalán Romero.
Director del Servicio de Actividades Socioculturales de la Universidad de Cádiz

Roser Mendoza Hernández.
Documentalista de la Diputación Provincial de Barcelona

María Del Rosario Navarro Durán.
Técnica de la Universidad de Cádiz
Isabel Ojeda Cruz.
Directora General de Cultura del Ayuntamiento de Sevilla
Verónica Rivas Serrano.
Gestora cultural

Secretaría y difusión
Adelaida Ruiz Barbosa.
Universidad de Cádiz
Coral Ojeda Gómez.
Universidad de Cádiz

CONSEJO ASESOR
Antonio Ariño Villaroya
Catedrático de Sociología de la Universidad de Valencia
Gemma Carbó Ribugent.
Profesora de Pedagogía Cultural de la Universidad de Girona.
Jesús María Cantero Martínez.
Gestor Cultural, consultor y especialista en economía de la Cultura. Oikos

Juana Escudero Méndez.
Federación Española de Municipios y Provincias (FEMP)
Roberto Gómez de la Iglesia.
Consultor experto en cultura e innovación. Director de c2+i y de Conexiones improbables, España
Alfons Martinell Sempere.
Director honorífico de la Cátedra Unesco: “Políticas Culturales y Cooperación”. Profesor emérito de la Universidad de Girona

Fernando de la Riva Rodríguez.
Miembro del Colectivo de Educación para la Participación, CRAC, entidad colaboradora del Grupo Cooperativo TANGENTE

NORMALIZACIÓN Y CORRECCIÓN
Encarnación Castro Páez

índice

19

diciembre
2018

EDITORIAL

FUERA DE CONTEXTO
Amaya Pedrero Santos / 9

IN MEMORIAM
Eduard Miralles / 11

ENTREVISTA
Entrevista a Lucina Jiménez,
Daniel Heredia / 15

CRÓNICA
Una sinfonía más útil que un martillo.
Crónica del IV Encuentro Cultura y Ciudadanía:
Educación, Mediación, Público-s,
Isabel Cebrián Zarranz (relatora) / 29

TEMAS
Evaluación de la estrategia digital en los museos: méto-
dos y herramientas para web, redes sociales y móviles /
*Evaluation of digital strategies in museums: methods and tools
for web sites, social media and mobile devices,*
Elena Villaespesa / 39

Democracia cultural y promesas de dinero.
Políticas culturales y arm’s length
en la esfera anglosajona, hoy (II) / *Cultural democracy and
promises of money. Cultural policies and arm’s length
in the English-speaking world today (II),*
Jorge Fernández de León / 55

¿Nostalgia de posmodernidad? una aproximación
al arte culto descafeinado / *Nostalgia for postmodernity? An
initial exploration of high art lite,*
Alberto Santamaría / 71

MONOGRÁFICO
Selección del Manual Atalaya
de Gestión Cultural
Introducción / 79

El marco jurídico y legal de la cultura. Los derechos
culturales / *The judicial and legal framework
of culture. Cultural Rights,*
Juana Escudero Méndez / 81

Planificación cultural pública / *Public cultural Planning,*
Félix Manito Lorite / 115

La comunicación cultural / *Cultural Communication,*
María José Quero Gervilla / 131

Cooperación cultural / *Cultural cooperation,*
Alfons Martinell Sempere / 155

La evaluación de proyectos y procesos culturales
/ *The evaluation of cultural projects and processes,*
David Roselló Cerezuela / 179

MONOGRÁFICO
La gestión cultural en Guatemala

Introducción / 215

Patrimonio cultural intangible de Guatemala:
El Acuerdo de Identidad y Derecho
de los Pueblos Indígenas. Su cumplimiento
a partir de 1995. Algunos ejemplos / *Guatemala’s
intangible cultural heritage: the Agreement on Identity and Rights
of Indigenous Peoples. Compliance after 1995. Some examples,*
Rolando Roberto Rubio Cifuentes / 219

Arte que construye historia / *Art that constructs history. An
overview of contemporary post-war visual narrative,*
Itziar Sagone Echeverría / 227

La impostergable invención del presente:
Literatura guatemalteca actual / *The unpostponable
invention of the present: Guatemalan literature today,*
Luis Méndez Salinas / 237

Música actual en Guatemala – una mirada urgente /
Contemporary music in Guatemala: an urgent overview,
Paulo Alvarado / 245

El aporte del sector oficial a las expresiones de cultura
y a la salvaguardia del patrimonio cultural,
a veintidós años de la firma de la paz.
La cultura como un motor de desarrollo integral /
*The public sector’s contribution to cultural expression and
cultural heritage conservation, twenty years on from peace.*
Culture as a driving force for comprehensive development,
Max Araujo / 253

ÓPERA PRIMA
ARTE-FACTO. Cómo hacer y aprender
desde la experiencia artística / *ARTE-FACT. How to do
and learn from aesthetic experience,*
Judith Lerín / 263

El cine “made in Cádiz” es un gran invento / *Movies
“made in Cádiz” is a great invention,*
Víctor Grande-López Correo / 271

EXPERIENCIAS
Experiencias de gestión colaborativa
en tiempos de crisis. Nuevos espacios,
formatos y relaciones culturales / *Experiences
of collaborative management in times of crisis.*
New spaces, formats and cultural relationships,
Virginia Luque Gallegos / 285

Intrusos del espacio y el tiempo / *Space-time intruders,*
Ruth Mayoral López / 297

RESEÑAS
**DECLARACIÓN ÉTICA Y DE BUENAS
PRÁCTICAS**

NORMAS DE PUBLICACIÓN Y DE EDICIÓN

NÚMEROS PUBLICADOS

Editorial



El 13 de junio del año 2018, los medios de comunicación escrita nos regalaron titulares del tipo “El gestor cultural José Guirao, nuevo ministro de Cultura y Deporte”. A veces, determinadas noticias solo impactan a los que las leen desde sus propios códigos. Y a nosotros nos sorprendió el uso, por fin generalizado, del término “gestor cultural” asociado a todo un señor ministro.

En los 19 años que llevamos acudiendo a nuestra cita anual con ***PERIFÉRICA, revista para el análisis de la cultura y el territorio*** hemos visto crecer esta profesión, este perfil laboral, como cualquier padre o madre ve crecer a sus hijos... sin darnos cuenta. Este flash, este detalle del ministro que se percibe como gestor cultural, nos llevó a reflexionar sobre cómo se ha ido abriendo paso aquella profesión incipiente que comenzó por los técnicos de cultura y por algunos animadores socioculturales reconvertidos y que se ha desarrollado hasta la situación que hallamos hoy en los estertores de este agitado 2018.

Vocación, voluntarismo, reivindicación, asociacionismo profesional, formación permanente, títulos propios universitarios, aparición en la Clasificación Nacional de Ocupaciones, títulos oficiales de Grado y Máster,... y mucho esfuerzo por parte de gestores para que la sociedad nos conociera, como primer paso para ser, posteriormente, reconocidos.

Un esfuerzo de muchas personas anónimas que en estos últimos años ha comenzado a germinar aunque las plagas

y amenazas sigan siendo todavía muchas: precarización de los gestores culturales del ámbito privado, gestores públicos envejecidos con escaso relevo generacional o primeras promociones de profesionales surgidos de la universidad en un entorno laboral complejo, entre ellas.

Mucho camino por delante aunque la energía empleada haya merecido la pena. De dónde veníamos a dónde estamos, la distancia se puede considerar apreciable.

En estos 19 años, esta revista ha intentado contribuir a fortalecer la profesión de gestor cultural, a acabar con la idea de que éramos gestores ágrafos y a aportar soporte a otras profesiones que nos acompañan y conviven con nosotros en el mismo sector.

Uno de los principales y nuevos retos pasa por ajustar las competencias genéricas y específicas de cualquier gestor cultural al entorno líquido y cambiante que ha venido para quedarse. Sobre ello, intentaremos aportar una pronta reflexión desde el Observatorio Cultural del Proyecto Atalaya. No nos vendría nada mal un poco de ayuda. Especialmente de parte de aquellos gestores culturales que, desde las atalayas del poder, pueden impulsar la mejora de esta profesión.

Amigos como Eduard Miralles o Xosé Manuel Rodríguez Abella lo intentaron y lo consiguieron. No los tenemos ya entre nosotros para seguir progresando. El relevo ya nos ha sido dado y nuestra tarea es clara siempre que no olvidemos, como bien apunta Javier Pérez Andújar, que “la cultura no es lo que se tiene sino lo que se ama”.

Disfruten del milagro de un nuevo número de nuestra revista.



Fuera de contexto

Amaya Pedrero

«Lo novedoso está en las mismísimas esquinas donde nadie mira».

Santi Balmes, *Periferias*, Lunwerk, 2017

«Una sociedad en la que las mujeres no están en los centros de opinión y de poder de los medios de comunicación es una sociedad tuerta. Una sociedad que mira, cuenta y analiza la realidad con una mirada defectuosa».

Montserrat Domínguez, Directora de *El Huffpost*

«Estamos acostumbrados a la reverencia a los especialistas, cuando los humanos somos polímatas natos. Funcionamos mejor cuando nuestras cabezas se enfocan en una amplia variedad de intereses. Cualquier persona puede aprender a hacer lo que sea, o al menos a hacerlo en cierta medida».

Valentín Muro, entrevista en *Voces en el Fénix*, n. 39

«Una rata que está dentro de un laberinto es libre de ir a cualquier sitio, siempre que permanezca dentro del laberinto».

Margaret Atwood, *El cuento de la criada*, 1985

«El turista se convierte así en un espectador pasivo que deambula por la imitación de un lugar que una vez quiso visitar. Consume experiencias empaquetadas, esterilizadas, envueltas en un halo de falsa autenticidad. Por eso, quizá, ha llegado el momento de preguntarse si deberíamos seguir viajando. O, al menos, si deberíamos hacerlo tal y como hacemos ahora».

Enrique Alpañés, *Yoroboku*, julio 2018

«En muchos casos, se nos ofrecen tiempos y espacios para la elección y la participación que anulan nuestra posibilidad de implicación y que nos ofrecen un lugar a cada uno que no altere el mapa general de la realidad. Como electores, como consumidores, como público incluso interactivo... la creatividad (social, artística, etc.) es lo que se muestra, se exhibe y se vende, no lo que se propone. Lo que se nos ofrece así es un mapa de opciones, no de posiciones. Un mapa de posibles con las coordenadas ya fijadas».

Marina Garcés, *Un mundo común*, 2013

«Intentar enseñar sin conocer cómo funciona el cerebro, será como intentar diseñar un guante sin nunca antes haber visto una mano».

Francisco Mora, *Aprendemos juntos*, BBVA, julio 2018

«Publicar un libro es como hacerse un tatuaje: lo llevas siempre encima aunque con el tiempo engorde el trazo, pierda color y dé algo de apuro enseñarlo».

Mery Cuesta, *La rue del percebe de la cultura y la niebla de la cultura digital*, 2015

«El infierno de los vivos no es algo que llegará, si es que existe. Es lo que ya está aquí. El infierno que habitamos todos los días, que formamos todos juntos. Hay dos maneras de no sufrirlo. La primera es fácil para muchos: aceptar el infierno y volverse parte de él hasta que ya no se pueda ver».

Italo Calvino, *Las Ciudades Invisibles*, 1972



Eduard Miralles

In memoriam

Resulta difícil escribir sobre la ausencia definitiva de una persona amiga. Es terrible tener que tomar la pluma para poner en negro sobre blanco que alguien a quien respetamos, admiramos y queremos ha partido de entre nosotros de manera absoluta e inexorable. No es sencillo ni fácil, no.

Y eso es lo que nos ocurre a todos los que formamos *PERIFÉRICA* con el bueno y brillante de Eduard Miralles, con el hombre inteligente y recto que estuvo en nuestro proyecto desde el primer día, desde el primer número de la revista, desde el primer aliento de entusiasmo e ilusión que construyeron esta ya veterana revista sobre políticas y gestión culturales de la Universidad de Cádiz.

Porque Eduard Miralles era un enamorado de Cádiz, de la ciudad, de sus gentes y de sus muchas y variadas peculiaridades. Sin duda un cariño y una estima nacidos de las numerosas relaciones profesionales que acercaron a Eduard hasta Cádiz. Porque hablamos de un profesional de la gestión cultural de una talla inalcanzable para el general de los humanos. Gestor vocacional, formador amable y certero, pensador y relator brillante, en resumen, alguien de un nivel de profesionalidad impecable. Nuestro amigo era sin duda una persona que vivió intensamente su profesión y que, por fortuna, pese a la desgracia que supone su partida, nos deja un extenso e intenso legado de escritos, seminarios y conferencias. De Eduard se puede afirmar que el hombre lega una obra de calidad que seguirá alumbrándonos durante mucho tiempo.

Mucha de esa obra la conservamos en Cádiz, en nuestra universidad y en otras instituciones. Como apuntábamos más arriba, Eduard fue desde el principio miembro del Consejo Asesor de la revista *PERIFÉRICA* y cumplió plenamente sus funciones. Siempre dispuesto a aconsejar, asesorar, criticar con rigor y también a ser uno de nuestros valedores por esos mundos. Ante cualquier duda, necesidad de información o consulta sabíamos que él estaba siempre dispuesto al otro lado del teléfono o del correo electrónico. Igualmente hay que reseñar sus varias intervenciones en seminarios



del Proyecto Atalaya, de las que afortunadamente guardamos memoria, y que siempre fueron de calidad y de un interés sobresaliente. Sus textos, varios en la revista y en el Manual Web Atalaya, merecen segundas y terceras lecturas, todavía mantienen frescura, inteligencia y talento para rato.

Eduard Miralles se nos ha ido, antes de lo deseable y lógico, y seguramente como escribía Valente habremos de «arañar las heladas paredes de su ausencia» y echarlo mucho de menos, como amigo y como profesional. Sin embargo, este barcelonés universal —no es un tópico—, de mente abierta y bonhomía personal seguirá estando presente entre nosotros, como el amigo y como el gestor cultural que fue. Buen viaje Eduard, allá donde estés sabrás seguro que sigues siendo parte esencial de esta ya veterana revista para la cultura que hacemos desde este periférico rincón del mundo que tú tanto estimabas.

ENTREVISTA

Entrevista a **Lucina Jiménez**
Daniel Heredia / 11



Entrevista a Lucina Jiménez

Daniel Heredia

Lucina Jiménez: «Aspiro a hacer *coaching* en algún país de América Latina al más alto nivel político y empresarial en relación con la cultura y sus posibilidades para el desarrollo, la democracia y los derechos humanos». Una cruzada de la cultura con las manos en la tierra. Y un referente de toda la América Latina dispuesta a cambiar el mundo. O al menos a mejorarlo. Lucina Jiménez (Ciudad de México, 1959) ha intentado con su trabajo, siempre, tratar las heridas que la violencia de todo tipo ha infligido sobre quienes la padecen. «Cambiar el mundo, amigo Sancho, que no es locura ni utopía, sino justicia», escribió Miguel de Cervantes en boca de Don Quijote de la Mancha.

Si existe un atributo en quienes se someten al purgatorio de contestar preguntas es la generosidad. En el sentido más auténtico de la palabra. Y a Lucina Jiménez le sobra. El currículo de esta mujer encantadora es extensísimo, rico y muy variado. Les invito a que lo digieran sin prisas en internet. Ahora, solamente, un par de apuntes. Es fundadora y Directora General del Consorcio Internacional Arte y Escuela A.C. (ConArte México), organismo dedicado al impulso de la educación artística en las escuelas públicas, y miem-

bro del Comité Científico Universidad Internacional de la Paz. Su formación reglada incluye un doctorado en Ciencias Antropológicas, con especialidad en Cultura, por la Universidad Autónoma Metropolitana, Iztapalapa, y la licenciatura en Antropología Social por la Escuela Nacional de Antropología e Historia (ENAH). Su lectura no está exenta de revelación si a uno le da por mirarse en su espejo. Somos lo que tenemos, y tenemos lo que hemos cosechado. La entrevista se realizó a través de decenas de correos electrónicos entre mayo y julio de 2018.

En su página web, justo debajo de su nombre, aparece la frase «ecología cultural para un mundo sustentable, diverso y en paz». ¿Qué es la ecología cultural?

El entorno en el que nos movemos tiene una profunda dimensión cultural. Repensar qué es fundamental de esas culturas para salvar a las distintas especies, la biodiversidad, el agua y la vida toda en el planeta, para recomponer las relaciones entre las personas, los pueblos, las comunidades, los países, es tarea fundamental de este siglo XXI. Es desde la cultura que nos relacionamos con el medio ambiente, y hasta ahorita no lo hemos hecho tan bien si analizamos la problemática mundial. Por tanto pienso que ya no podemos

separar esos dos componentes: ecología y cultura. Hace algunos años he venido planteando que es necesario pensar las políticas culturales como la creación de ecosistemas favorables para crear e innovar las prácticas y los recursos culturales y artísticos de personas, pueblos y comunidades a partir de la diversidad, pero también para erradicar las plagas que existen en la cultura y que dañan los recursos bioculturales y el medio ambiente, el conflictivo entorno social en el que vivimos y morimos. Parte de esas plagas son el consumismo, las monoculturas, el racismo, el machismo, el clasismo, la discriminación, la xenofobia, la intolerancia. Por eso hablo de una ecología cultural, para un mundo diverso y en paz. Por cierto, celebro que me hagas esta pregunta.

¿Cómo se impulsa la educación artística en las escuelas públicas?

El siglo XX separó las artes de la sociedad. Artistas de un lado en busca de públicos y ciudadanías excluidas de la práctica y el disfrute artístico. Se hizo una distinción entre productores y consumidores de productos artísticos. La educación en artes (prefiero llamarla así para diferenciarla de la educación artística usualmente asociada a la formación de profesionales de las artes) fue menospreciada e incluso eliminada de los sistemas educativos pensados por la modernidad para formar personas funcionales a un modelo productivo que ya mostró sus límites. La educación artística para los profesionales siempre ha sido un espacio reducido. Si tomamos en cuenta que una de las cuestiones que nos distingue de otras especies es nuestra capacidad de imaginar y simbolizar, es fácil comprender que la humanización misma está en estrecha relación con la ampliación de nuestros horizontes estéticos y culturales. Desde hace dos décadas, muchos países viven profundas reflexiones para modificar los sistemas educativos para dar más peso a la formación en artes porque hay más conciencia de su importancia. Se empieza a reconocer que el arte también cumple una función cognitiva. La verdadera revolución educativa del siglo XXI es aquella que relaciona ciencia, artes y tecnología y descansa en un profundo sentido cultural que parte del reconocimiento de las identidades en construcción de niñas, niños, adolescentes, jóvenes y personas adultas, que viven con y sin discapacidades.

¿Por qué la considera tan importante en la sociedad contemporánea?

La experiencia artística promueve autoconocimiento, conocimiento del entorno y de sus posibilidades de transformación. Está demostrado por el desarrollo de la neurociencia,

la teoría Gestalt, la psicología cognitiva, la pedagogía crítica y por muchas otras disciplinas que no es posible producir conocimiento sin emoción, sin deseo. El pensamiento artístico tiene una estrecha relación con la capacidad de construir nuevas estrategias y rutas de experiencia en un mundo donde la incertidumbre y las transformaciones suponen otras cualidades en la formación de las personas, no importa qué carrera u oficio vayan a ejercer. El desarrollo del pensamiento complejo, y aún del pensamiento abstracto es común al arte, a los sistemas emergentes y a la construcción de redes, a ciertas estructuras rizomáticas que crecen en la naturaleza. Pero también me gustaría subrayar que el deseo, la imaginación y la alegría son componentes fundamentales para aprender. No hay nada como el sentido de logro y el placer interno que se genera al crear. Una niña o un niño que van con miedo a la escuela difícilmente aman aprender porque viven a la defensiva. El deseo, la emoción, son la chispa que enciende todo. La vida misma tiene muchas posibilidades estéticas y éticas. La posibilidad de construir y actualizar una ética y una estética propia solo se construye desde la práctica artística con sentido educativo y asumido como derecho humano. El mundo contemporáneo requiere flexibilidad, capacidad de responder a lo inestable, a la incertidumbre y a pensar fuera de la caja, a conectar y a jerarquizar, a distinguir matices. La creatividad y la innovación están ligadas también a la formación artística. Pero creo que más allá de esa visión hasta cierto punto funcional, estamos hablando de un derecho humano. El acceso a los lenguajes artísticos y a sus expresiones es uno de los derechos humanos internacionalmente reconocidos.

Sostiene que la educación en artes es la puerta de entrada al ejercicio de los derechos culturales...

Efectivamente. ¿Cómo puede una persona ejercer su derecho a la diversidad cultural y estética si no tiene ninguna familiaridad con esos lenguajes? ¿Cómo aspirar a la felicidad si no se vive la experiencia del arte en su dimensión más sensible, aquella que te hace ser consciente de tus capacidades creativas y te permite sentir el placer del juego estético? ¿Cómo tener acceso al disfrute y al diálogo con la creación artística pasada y presente si se sigue pensando el arte como algo ajeno a la vida cotidiana de millones de personas? No cualquier programa de ejecución de instrumentos musicales o de canto, de danza o de teatro es formativo en esta dirección, sobre todo cuando se hace énfasis única y exclusivamente en la pedagogía de la técnica del lenguaje artístico, o cuando se hace desde una pedagogía colonialista,

sea por el eurocentrismo o por los localismos cosificados. Ahí es donde los caminos se bifurcan y se requiere de epistemología y pedagogías pertinentes a cada contexto, pero abiertas a la diversidad. Yo ahora prefiero hablar de laboratorios de conocimiento y prácticas artísticas. La educación en artes requiere de un determinado enfoque epistemológico y pedagógico que no lo reduzca sólo a esa parte expresiva o interpretativa, comunicativa o de contextualización. El gran reto está en el reconocimiento de su dimensión cognitiva. Arte y Ciencia crean conocimiento, solo que su proceso es diferente. También hay un elemento fundamental que en México y en otros países se ha dejado de lado: la formación de artistas para la docencia a personas que no van a ser profesionales de las artes, así como la formación artística de docentes de los sistemas educativos que no estudiaron artes como parte de su formación inicial. La educación en artes es parte del derecho humano a la vida cultural. Y los sistemas educativos tienen el reto de construir esa posibilidad desde la diversidad y considerando el diálogo intercultural como una base de la educación de calidad. Todavía les cuesta trabajo aceptarlo, pero se que los avances son muy alentadores. Es fundamental reconocer el peso que tienen las alternativas de educación en artes no formal, no escolarizadas, en centros culturales, espacios públicos, casas de cultura, museos y otros espacios. Estas alternativas deberían estar al alcance de cualquier persona y ofrecer programas educativos que vayan más allá de las ofertas convencionales.

¿Cómo se socializa el conocimiento?

El conocimiento se socializa a través de muy diversos medios. En primer lugar en la familia, que es el espacio donde se adquieren las primeras referencias de comprensión del mundo a partir de la cosmovisión, los valores y las prácticas culturales y artísticas inmediatas y cotidianas. También se socializa el conocimiento a través de la comunidad de pertenencia y de participación, sin importar que éstas no sean entidades cerradas ni necesariamente armoniosas. Es decir, no son comunidades idílicas. Ahí se conforma la memoria, se construye sentido y se construye conocimiento colectivo que se transforma en patrimonio, un patrimonio que es cambiante. También se socializa el conocimiento en el espacio público, en la calle, en el transporte público, en la publicidad...

Y en la escuela, claro.

Sin duda. La escuela sigue siendo un espacio fundamental de socialización a pesar de que hoy tiene más exigencias de analizar qué tipo de conocimiento es el que hoy

debe privilegiar. Creo que la escuela, en todos los niveles, debe poner menos atención al conocimiento estable, porque éste cambia constantemente, y poner más énfasis en las estrategias para investigar, crear, conectar, analizar y compartir. La socialización del conocimiento ya no puede regirse por la lógica de la trasmisión, porque no hay un solo emisor de conocimiento. Estamos ante la cada vez más frecuente práctica de coproducción del conocimiento. Se enseña aprendiendo y se aprende enseñando y más aún si se hace de manera creativa vinculando arte, ciencia y tecnología. La autonomía en el aprendizaje se produce más fácilmente cuando se trabaja de manera colaborativa. Todos estos son espacios fundamentales, sin embargo, tenemos que hacer conciencia de que las generaciones de niñas y niños, adolescentes y jóvenes que nacieron en la era del Internet tienen otras muchas maneras de participar de esa socialización y construcción del conocimiento, particularmente a través de las redes electrónicas, los medios, los dispositivos tecnológicos con los cuales están familiarizados por ser nativos digitales. Esto es fundamental en términos educativos y culturales porque la relación con la tecnología, por parte de millones de niños, niñas, adolescentes y jóvenes ha modificado sus formas de aprendizaje, de aprehensión, de lectura y toda su cultura. Luego están los espacios especializados en la producción cultural, artística, científica como museos, bibliotecas, repositorios del arte y del conocimiento con los cuales las ciudadanías mantienen relaciones como espectadores, como co-creadores o sólo como consumidores, dependiendo de la manera como se asuma a los llamados públicos o audiencias. Pero esto es otro tema que requeriría mucho espacio.

Los nuevos hábitos de vida, como el uso de las redes sociales, ¿quitan tiempo para las manifestaciones culturales?

Son formas distintas de acercarse a las manifestaciones culturales e incluso de crearlas. Hay todo un mundo abierto a la creación artística desde la tecnología o formas de encuentro y co-creación a través de internet. En el caso del uso cotidiano, el riesgo es volverse dependiente de las redes y sustituir la experiencia por la conexión. Por no hablar de quienes si llegan a aislarse porque su interconexión con los demás depende de sus redes sociales. Nunca será lo mismo ver un video de una experiencia que ser parte de la ella. Pero las redes sociales también sirven para promover la participación en experiencias artísticas y decía que también para realizar creación y experiencia artística. En términos de difusión, las redes promueven el concierto en vivo, la asistencia al

cine, los viajes y muchas otras formas de vida cultural. Existen infinidad de comunidades virtuales reunidas a propósito de sus intereses culturales o de uso del tiempo libre. Hay comunidades experimentando con antenas hechizas, otras formas de uso del internet y aún de las redes no satelitales. Hoy es verdad que la gente se sienta a ver series y pasa horas y horas sobre todo si son largas y tienen muchos capítulos. También las plataformas de cine atrapan mucho a las personas. Tampoco hay que olvidar la otra cara de la moneda. No todas las personas tienen acceso a la red Internet, lo cual en algunos países comienza a plantearse como un derecho. Pero la brecha digital existe y es significativa.

¿Usa las redes sociales?

Yo uso mucho las redes sociales, especialmente Twitter y Facebook. La primera más en diálogos alrededor de temas más políticos y de colaboración internacional. En el caso de Facebook, para conectar con personas que tienen interés en procesos culturales y artísticos, pero también para promover movimientos de voluntariado, opiniones sobre determinado tema, aportar herramientas, compartir experiencias y mantener diálogo pedagógico con grupos de en formación.

¿Qué puede aportar entonces Internet a la divulgación de la Cultura?

Muchísimo. Sobre todo si la banda ancha se gestiona para hacer la divulgación de contenidos para la diversidad cultural y artística. Puede aportar conectividad, horizontalidad, socialización de recursos y herramientas, espacios formativos, visibilidad de procesos, organizaciones, creadores/as, puede fomentar la comunicación en la diversidad, puesto que Internet te permite producir radio, video, televisión, animación, etcétera. Incluso pueden favorecer el comercio electrónico y las redes de colaboración entre artistas, creadores/as y emprendimientos culturales. Su potencial de interconexión, junto con el de la cultura viva, puede resultar un detonante de procesos culturales muy innovadores.

Sostiene que en México no hay espacios estables para dialogar en torno a las políticas públicas de la cultura, educación en artes, derechos culturales, cultura y desarrollo o cultura y paz. ¿Tan mal está la situación en México, un país por otro lado con una gran diversidad cultural?

Los tiempos en México han cambiado en los últimos años de manera acelerada. Este 2018 acabamos de vivir una histórica jornada electoral que trajo consigo un inusual de-



bate de las posibilidades de las políticas culturales ante la renovación de la presidencia de la república. Por primera vez, gestores culturales con diversas experiencias se sumaron a las campañas de los principales partidos políticos para analizar las políticas públicas. Se publicaron libros, ensayos, notas periodísticas y se dedicaron programas de televisión universitaria y pública. Algunos grupos universitarios y colectivos artísticos ciudadanos asumieron un nuevo debate dentro del propio sector artístico y cultural. Otros se empiezan a organizar para dejarse escuchar. Un grupo de catorce profesionales de la gestión cultural, del cual formé parte, elaboramos, a propuesta de la Comisión de Cultura y Cinematografía de la Cámara de Diputados, una propuesta de Ley General de Cultura y Derechos Culturales. La Ley se aprobó hace un año. Estoy consciente de que el Senado y la Presidencia le hicieron cambios que la limitaron, pero el antecedente está ahí. Posicionamos el tema de los derechos culturales, de los cuales no se solía hablar. El sector cinematográfico, a través de la Academia Mexicana de Ciencias y Artes Cinematográficas, ha sido de los más organizados y sistemáticos para generar propuestas de política cultural y en esta coyuntura no ha sido la excepción. He tenido la oportunidad de ser parte de dichos avances. La Ciudad de México cuenta ahora con una nueva Constitución y una Ley de Derechos Culturales para los Habitantes y los Visitantes de la Ciudad de México.

¿Dónde están las limitaciones?

En México no hay programas académicos de formación en política cultural. Se puede estudiar gestión cultural a nivel licenciatura y maestría, pero específicamente políticas culturales, todavía no. Las escuelas profesionales de artes han creado maestrías y doctorados, por fortuna, pero no preparan docentes para el sistema educativo, mientras que en las Normales (formación inicial del magisterio), todavía no se incluyen las artes de manera sustancial. ConArte, la organización que fundé en 2006, es pionera en la impartición de educación en artes dentro del Sistema Educativo, en la formación de artistas para trabajar intersectorialmente y en la formación en artes de maestras/os, así como en articular artes y políticas de desarrollo social, desarrollo urbano y prevención de la violencia. Durante estos años han surgido otras organizaciones que trabajan con fines formativos en arte contemporáneo, medios audiovisuales, entre otras disciplinas artísticas.

¿Cuentan con observatorios de política cultural a nivel nacional?

No, no contamos todavía con observatorios de política cultural y artística, de género, a nivel nacional. México cuenta sin embargo con instituciones fuertes que han generado política pública, infraestructura museística, centros culturales, casas de cultura. Ahora México cuenta con una Secretaría de Cultura, creada recientemente (2015) y la reorganización institucional de sus componentes está también en debate, dado que se conformó a partir de la suma de instituciones muy diversas, entre las que destacan por su sentido emblemático el Instituto Nacional de Antropología e Historia y el Instituto Nacional de Bellas Artes, cuyo peso histórico es innegable, o bien el Fondo Nacional para la Cultura y las Artes o el Instituto Mexicano de Cinematografía, además de medios públicos de comunicación.

El arte como camino de contención frente a la violencia.

El arte en sí mismo no tiene esa encomienda. No creo en el arte que responde a consignas o que se limita a ilustrar la realidad. Me siento profundamente comprometida con la libertad creativa como derecho humano. Creo que vivimos en sociedades que necesitan revalorar a sus artistas en sus posibilidades creativas y las plataformas desde donde puede darse sostenibilidad a las prácticas artísticas, a la movilidad y al intercambio. Sin embargo, no toda práctica artística conlleva un estado de armonía o de diálogo intercultural en

contextos de diferencias y desigualdades abismales. A veces ni siquiera trae consigo una perspectiva de inclusión social. Se puede ser músico o bailarina y tener muchos prejuicios, como en cualquier otra profesión. De hecho, también el mundo del arte necesita pensar sus equilibrios, hablando de igualdad de género, lo que no debe confundirse con el hecho de que se abran los escenarios o las exposiciones a las mujeres por el solo hecho de serlo. Se trata de generar igualdad de oportunidades para el desarrollo artístico de las mujeres, ya que prácticamente en todas las disciplinas ellas han enfrentado limitaciones para su formación, expresión y difusión. Hay sectores artísticos con un sentido muy elitista o que operan con un sistema muy jerarquizado, no sólo en México, sino en todo el mundo.

En ocasiones se piensa que organizar festivales o giras artísticas es en sí mismo un recurso para la no violencia.

No necesariamente. Sobre todo si estas actividades vuelven a reproducir la noción de productores y consumidores de productos artísticos. Sin duda son necesarios, pero no para generar contención frente a la violencia. Pensar que fomentar todas las expresiones artísticas comunitarias puede frenar la violencia, es algo que también requiere de muchos matices. En principio, efectivamente eso debe tener prioridad, pero no todas las tradiciones o las expresiones comunitarias promueven creatividad o son liberadoras. Muchos pueblos tienen memorias de dolor y de violencia que están impregnadas en sus prácticas culturales o artísticas. Nada es blanco y negro. Se requiere reelaboración. Y sin embargo, el arte, en un sentido de libertad, es absolutamente necesario para la contención frente a las violencias, sólo que se requiere el diseño de la experiencia artística para esos fines, acorde a los contextos y tomando como punto de partida las identidades en construcción de las personas con quienes construyes acciones de no violencia. El arte es la única disciplina que te permite transformar la ética y la estética articulando cuerpo, mente y espíritu a la vez. Brinda arquitectura interna, genera resiliencia, emoción y recursos éticos en las personas y en las comunidades. Si la experiencia artística es práctica vivida y conectada con la vida, su poder es enorme pues es capaz de generar ciudadanía y construir espacios de libres de violencias. Acabo de publicar un libro al respecto. Se llama *Arte para la Convivencia y Educación para la Paz*. Hablo de paz, aunque reconozco que es un concepto que encierra demasiados significados que cambian en cada contexto. No es lo mismo el arte como experiencia pensada para sensibilizar a una comu-

nidad donde se vive la discriminación de la población LGB-TTTIQ, que otra donde la violencia ya ha cobrado vidas o bien trabajar con personas en privación de libertad porque han cometido algún delito, o bien en comunidades que sufren los embates de poderes fácticos que controlan territorios y recursos. En la mayoría de los casos, para poder hacer contención a la violencia, el arte tiene que estar vinculado a una educación intercultural, a una dimensión ética muy clara y con toda la libertad expresiva de la que seamos capaces. Ética y estética son parte de una misma experiencia.

¿Por qué afirma que los mexicanos están ante un momento histórico para su vida cultural?

Tenemos todo para dar un salto importante en estos momentos en términos de política cultural y desarrollo sostenible fincada en una perspectiva de derechos humanos. El cambio político que México acaba de dar, abre la puerta a repensarlo todo, sin caer en voluntarismos o demagogia. Parece exagerado, pero no lo es. El bono democrático obliga al nuevo gobierno a promover el cambio en muy diversos planos y relieves. Por primera vez contamos con una Secretaría de Cultura, de reciente creación, que articuló a las diversas instituciones; una Ley General de Cultura y Derechos Culturales, que si bien necesita cambios, es un importante recurso; se pondrá en marcha la nueva Constitución Política para la Ciudad de México, tenemos aprobada una Ley de Derechos Culturales para los Habitantes y Visitantes de la Ciudad de México, estamos frente a la renovación del Congreso de la Unión con una posibilidad de avanzar en acuerdos fundamentales; tenemos una sociedad diversa, heterogénea y participativa dispuesta a ejercer sus derechos y la observancia de lo público, aún en medio de todas sus contradicciones. México tiene en su diversidad cultural, en sus comunidades artísticas, un factor importante de riqueza; hay avances importantes en las propuestas de los pueblos originarios, tenemos instituciones con tradición y capacidad técnica donde trabajan personas preparadas con deseos de que las cosas cambien. Sé que no es fácil repensar la reingeniería institucional, pero tampoco imposible. Estamos además frente a la mitad del tiempo del que disponemos para alcanzar las metas de la Agenda 2030 que México firmó ante la ONU. Lo que hace falta es claridad de miras y ejercer una actitud de liderazgo propositivo y al mismo tiempo ni siquiera protagónico. Hay que liberar el camino para que más creadores o colectivos funcionen con menos precariedad. Hay que esforzarse para involucrar en un nuevo discurso la cultura como factor de desarrollo sostenible, incluirla en la agenda de los

derechos humanos, de la prevención social de la violencia y la delincuencia, en los programas de combate a la pobreza, la del desarrollo urbano y el medio ambiente y no sólo como un sector más. En otras palabras, estamos en condiciones de establecer la cultura, las artes y la vida cultural como parte del desarrollo y como un eje de la gobernabilidad y la democracia.

En este momento en que se habla de reconciliación en México, después de una guerra contra el narcotráfico que ha dejado muchas muertes y confrontaciones en el camino, es importante el fortalecimiento de una cultura de la paz.

Cierto, pero eso sólo se dará si hay un trabajo de educación intercultural y no violenta, si operan los mecanismos de procuración de justicia, memoria, verdad, perdón y si se establece un movimiento social de escucha activa y de empatía, de solidaridad que no desconoce las profundas desigualdades que hoy caracterizan a nuestro país. Hay que reconocer también que existen otras formas de violencias que vienen de lejos y que han trastocado la axiología de una sociedad fragmentada y donde reina la desconfianza. Claro que esto implica tomar decisiones que fortalezcan la sostenibilidad del sector artístico y cultural, actualmente debilitado, sin imponer modelos orientados desde el mercantilismo neoliberal. Eso supone una tarea de ingeniería y filigrana para crear ecosistemas más saludables para las artes, el patrimonio, los derechos culturales y dar un piso más firme a la economía de la cultura. Me parece que es momento de habitar la política desde la cultura.

Dijo usted en una entrevista que los niños que crean jamás destruyen, y que si tuvieran instrumentos en lugar de armas sería posible un gran cambio social.

Cuando una niña o un niño viven la experiencia de crear en libertad, el placer del juego y del logro, de alcanzar un objetivo específico generan entusiasmo, deseos de aprender, empatía por la colectividad. Eso no quiere decir que dejen de ser niñas y niños, ni que dejen de sentir enojo o que ejerzan la agresividad natural que tiene todo ser vivo, incluidas las plantas, los animales y los seres humanos. Pero una cosa es esa agresividad que es parte de la vida y otra es la destrucción violenta, autoritaria o impertinente de quien no tiene sentido de autorregulación. Una vez que se ha trabajado con esas niñas y niños en un sentido de autoafirmación, autoestima y han caminado por el sendero de la autorregulación, es muy difícil que destruyan. He dialogado con adoles-

centes y jóvenes en conflicto con la ley acerca de sus intereses frustrados. Muchos de ellos quisieron aprender música. No digo que si hubieran tenido una guitarra no habrían caído en la delincuencia, porque ya dije que no toda educación en artes tiene un enfoque de cultura de paz y no violencia, que se requiere un enfoque específico, diría que depende de si esa guitarra les permite ser parte de una colectividad de aprendizaje donde el enojo y la violencia se simbolizan en procesos creativos y donde no estás solo viviendo situaciones sin saber que podrían cambiar. Una vez le pregunté a varios chicos cuál era la palabra que asociaban a la danza. Uno de ellos me respondió vida. Cuando le pregunté el porqué, me dijo lo siguiente: «Cuando ConArte llegó a mi escuela, los odié. ¿Cómo querían que bailara si acababan de matar a mi padre? Pero como la clase era obligatoria, pues tuve que hacerlo. Después me di cuenta de que me iba sintiendo mejor. Ya no tenía deseos de venganza. Decidí quedarme en la escuela y ayudar a mi mamá en las tardes. Ya no quería abandonar la escuela. Por eso, para mí, la danza es vida».

La cultura y el arte son dos formas indispensables en el desarrollo de una sociedad. ¿Cómo lo desarrolla ConArte?

Somos una organización de la sociedad civil sin fines lucrativos que está formada por educadoras/es, gestoras culturales, artistas, comunicadoras/es, interculturalistas y otros profesionales especializados en políticas públicas. Nuestra labor no es formar artistas. Impartimos educación en artes en escuelas públicas, elaboramos metodologías acordes a las necesidades de niñas, niños, adolescentes y adultos en sus propios contextos. Trabajamos la educación en artes implicada con procesos de educación intercultural, para la diversidad, con enfoque de desarrollo, derechos humanos, igualdad de género y no violencia contra las mujeres en zonas de riesgo social, formando capacidades locales y acompañando procesos a gobiernos locales y estatales, en los que la sensibilización artística y la educación en cultura de paz. El uso de herramientas no violentas es fundamental. Por tanto, colaboramos intersectorialmente para generar ambientes libres de violencias, de racismo, prejuicios o estereotipos de todo tipo, sensibilizando a las personas para que impulsen políticas transversales con perspectiva de género: maestras, maestros, artistas, creadores/as, gestores/as, promotores/as, funcionarias/os de diversos sectores, agentes policiales, psicólogos/as, arquitectas/os; ingenieros/as, abogadas/os; agentes policiales, constructores/as de paz en temas de convivencia, cultura de paz y no violencia, no racismo, inclusión social y enfoque

de igualdad de género, a través de las artes, la educación intercultural y para la diversidad, ligados a políticas públicas territoriales, estatales o federales. Consideramos el cuerpo como territorio base de cualquier experiencia, territorio de memoria, emociones y como espacio de biopolítica. Por lo que nada de lo que hacemos es ajeno a ese enfoque. A partir del auto reconocimiento corporal individual y colectivo comienza la experiencia educativa que pasa por la persona y su entorno, sea en las escuelas o en un cuerpo de policía, el espacio de arquitectos o ingenieros comprometidos con el desarrollo urbano. Luego viene la educación intercultural, la exploración de tus propios prejuicios, tus estereotipos. Todos los tenemos.

ConArte tiene premios UNICEF (2010) por la defensa de los derechos de las niñas y niños a través del arte y otros galardones igual de importantes.

Efectivamente, así como el Reconocimiento de OEA (2013) por nuestros programas donde las artes promueven ciudadanía y cultura de paz. Igualmente, somos Premio USAID y SEGB por el involucramiento de más de cuatro mil jóvenes y sus familias en programas donde el arte promovió la inclusión social y la paz, especialmente en las zonas de mayor pobreza urbana de Ciudad Juárez. Me gustaría mencionar algunos de los proyectos que tenemos en marcha: taller de sensibilización sobre igualdad sustantiva, derechos de las mujeres y políticas públicas con perspectiva de género, para el Gabinete Ampliado del Estado de Oaxaca; programa de Formación de Capacidades Locales en Cultura de Paz, para el Gobierno de Michoacán, en 19 Comunidades Modelo, seleccionadas estratégicamente en Tierra Caliente y otras regiones afectadas por el narcotráfico y diferentes formas de violencias; metodología para la recuperación de espacio público, con enfoque de prevención social y seguridad ciudadana para las mujeres, con diseño metodológico puesto en marcha en El Tívoli, Colima y extensión a siete ciudades: Jalisco, Ciudad Juárez, Acapulco, Aguascalientes, Monterrey, etcétera. El Centro de Prevención de la Violencia y la Delincuencia de Colima evaluó recientemente la reducción del 20% en el consumo de drogas en dicha población; PaZaporte, acompañamiento al Gobierno del Estado de Guerrero para impulsar proyectos comunitarios con enfoque de derechos humanos, convivencia comunitaria y cultura de paz. ConArte cuenta con La Nana, Fábrica de Creación e Innovación, un laboratorio urbano necesario para definir metodologías para impulsar la interrelación entre arte, desarrollo sostenible y cultura de paz, formar maestros, artistas, personas

vinculadas al desarrollo urbano, la seguridad ciudadana y los derechos humanos.

La plataforma ConArte Internacional tiene sede en Girona, donde lleva a cabo un trabajo de educación a través del arte en diferentes escuelas. ¿Qué diferencias encuentra entre trabajar en México y en España?

Partimos en ambos lados de las mismas bases epistemológicas y pedagógicas. Arte como experiencia, identidad cultural como base, arte como creador de conocimiento, arte como derecho humano. Sin embargo, los contextos son completamente diferentes. Las escuelas en Salt, Figueras por ejemplo, donde ConArte Internacional da clases, tienen una diversidad cultural propia del fenómeno migratorio en España, o bien están habitadas por grupos culturales específicos como las comunidades gitanas en Figueras. Se están consolidando procesos de formación para el sector cultural, educativo y artístico desde ConArte Internacional en vínculo con la Cátedra Unesco de Políticas Culturales y Fundaciones como Carasso, o bien el Festival Temporada Alta que apoya la formación de los artistas docentes y producciones de las escuelas. En España se ha despertado un interés muy grande por la educación artística por parte de los ayuntamientos, quienes tienen más autonomía y capacidad financiera que en México. Acá no tenemos fundaciones interesadas en la educación en artes.

¿Entonces?

En México la actividad de ConArte abarca escuelas donde contamos con un laboratorio pedagógico en las aulas del Centro Histórico, pero también hemos trabajado mucho en la formación de maestras y maestros de aula. Igualmente, hemos ampliado el ámbito donde las artes tienen cabida, empezando por comunidades urbanas, rurales o indígenas, quienes ven en ConArte México una plataforma para fortalecer sus propios procesos. Te cuento un ejemplo: un grupo de jóvenes Mazatecos nos solicitaron que les apoyáramos a recuperar su festividad basada en la música y la danza. Les pedimos nos enviaran sus músicas por internet, ya que ellos eran los únicos que seguían interpretando la música con los instrumentos tradicionales. Las recibimos, hicimos el análisis de sus estructuras musicales para apoyarles con herramientas pedagógicas que pudieran servir, en su contexto, para que niñas y niños se apropiaran de ellas. Vinieron a La Nana, Fábrica de Creación e Innovación porque salía más barato así. En un ciclo festivo, recuperaron la fiesta de los Huehuentones (celebración de Día de Muertos). Se fabricaron

los instrumentos musicales, se hizo el taller de máscaras y ahora haremos una formación para quienes elaborarán la indumentaria. Es un proceso integral que tiene incluso una dimensión productiva, pero basada en derechos humanos y cultura de paz. De este lado del charco trabajamos mucho con los gobiernos estatales y municipales y con otros campos del desarrollo que ya he mencionado. Lo interesante es que compartimos procesos y experiencias, lo cual también es la lógica de relación con ConArte Juárez.

«Hay muchos y buenos productos culturales mexicanos que podrían exportarse al mundo, pero que necesitan ser dimensionados para trascender». ¿Cómo se consigue esta visibilidad?

Muchos artistas y creadoras/es de México están alcanzando reconocimiento mundial en el cine, el diseño, la danza, la música, las artes visuales, el teatro y la literatura, la animación y el *mapping*. El arte popular mexicano ha sido siempre muy reconocido, aunque ahora sufre el embate del plagio internacional, poco respetuoso de los derechos colectivos de pueblos que no sólo aportan la estética de sus producciones, sino la cosmogonía que encierran sus productos. Creo que es importantísimo impulsar políticas de reconocimiento a los artistas y creadores de México y también de conservación, promoción, divulgación y protección de derechos autorales y derechos colectivos. Creo que si por algo se reconoce a México en el mundo es por su cultura, su creación artística, patrimonio cultural y su diversidad cultural, sus recursos bioculturales son muy grandes por eso la gastronomía mexicana es una de las cocinas más ricas del mundo. Me parece que lo que hace falta son varias medidas que partan del reconocimiento de la necesidad de dar sostenibilidad a la creación artística y cultural, de un lado, y del otro, reconocer la cualidad productiva del sector, hasta ahora no asumida: fortalecer las cadenas de valor de las ramas más prometedoras, crear programas de inversión a escala, con créditos blandos apropiados, fortalecer la dinámica productiva y emprendedora de ciertos creadores/as, hacer extensivos a las empresas y productos culturales y artísticos los apoyos a la exportación que operan para otros campos y abrir capítulos y plataformas para el producto cultural mexicano en los espacios de negociación regionales iberoamericanos, pero también en la región Asia Pacífico y hacia los Estados Unidos y Canadá. En algunos casos, se requiere facilitar trámites y crear estímulos a la exportación. Habría que enriquecer la mirada de nuestros representantes internacionales y trabajar conjuntamente las Secretarías de Economía, Cultura y

No creo en el arte
que responde a consignas
o que se limita
a ilustrar la realidad.
Me siento profundamente
comprometida con la libertad
creativa como derecho
humano.

Relaciones Exteriores. Fundamental impulsar la movilidad de artistas y creadores a las plataformas internacionales, con menos trabas de las actuales.

¿Cuál es el lugar de los ciudadanos en la definición de las políticas culturales?

Pienso las políticas culturales como la creación de ecosistemas favorables al ejercicio de la libertad creativa y los derechos humanos de las y los ciudadanas. El Estado, a través de sus instituciones culturales, no ha de sustituir la iniciativa ciudadana, porque son las ciudadanías críticas, actantes, quienes crean y transforman la cultura y su entorno. Es necesario fortalecer la escucha y el diálogo con el sector artístico, con las y los creadores. Si las políticas culturales generan entornos favorables para el ejercicio de los derechos culturales, las ciudadanías son las protagonistas esenciales de la vida cultural y de la creación colectiva, incluidos entre estos las personas que integran las comunidades artísticas y culturales. A los gobiernos les corresponde poner las vías de formación, financiamiento, circulación y a las ciudadanías hacer todos los flujos posibles e imaginables para enriquecer su vida desde la práctica artística, el acceso y disfrute a recursos tecnológicos, la ciencia, la creación artística y cultural. Son los actores claves. Sin la ciudadanía, no tiene sentido ninguna política cultural.

Lleva casi cuarenta años trabajando en el sector cultural. ¿Qué cambios más destacados ha visto durante estas cuatro décadas?

Empecé a trabajar en el sector cultural cuando tenía catorce años de edad, en la entonces Cineteca Nacional y en contra de la voluntad de mi padre, quien llegó a pensar que trabajando dejaría de estudiar. El cine nacional y los procesos de lectura y acceso a la producción de conocimiento fueron mi primer espacio de desarrollo desde las bibliotecas y los centros de información. Este sector ha crecido y tiene gran influencia internacional. Proliferaron otro tipo de salas cinematográficas y cambiaron los hábitos de ver cine, con el surgimiento de los dispositivos móviles y las plataformas digitales. La digitalización también ha cambiado la forma como se distribuye y exhibe el cine y el audiovisual. En mi otra vida fui bibliotecaria, estudié Biblioteconomía. El mundo de las bibliotecas, del libro y la lectura están lejos de ser las de antes. Con la creación de Internet, los servicios bibliotecarios son muy distintos, también las maneras de usar los recursos bibliohemerográficos son diferentes, apareció el libro electrónico. La lectura es por eso uno de los temas que me apasionan y que analizo de manera permanente. También estudié periodismo y literatura y vi cambiar el periodismo impreso hacia el digital, desaparecer las secciones culturales de los diarios o verlas convertirse en otra cosa. Poca gente sabe que en mi otra vida fui orgullosamente bibliotecaria.

Ha ocupado también cargos de responsabilidad en distintos niveles de la administración pública mexicana...

He ocupado cargos de responsabilidad en distintos niveles en la administración pública de la cultura en México, cuya estructura conozco porque colaboré más de veintisiete años en ella. Antes de que se creara el antiguo Consejo Nacional para la Cultura y las Artes, trabajé en la Subsecretaría de Cultura que le antecedió. Trabajé en la Dirección General de Bibliotecas, impulsando con Carmen Esteva, la red de bibliotecas públicas que hasta la fecha existe; abrí varias bibliotecas estatales y municipales e hice estudios de intereses de lectura. Me fui cuando decidieron homogeneizarlas. Trabajé también en la Dirección General de Culturas Populares, en el Programa Cultural de las Fronteras y en lo que fue la Coordinación Nacional de Descentralización donde me di a la tarea de crear el Sistema de Información Cultural que hoy tiene la Secretaría de Cultura. Lo hice porque una de mis funciones era definir presupuestos para los estados y no había parámetros ni indicadores. He recorrido el país y

me consta cómo los estados y muchos municipios se vuelven centrales en las políticas públicas. Hay un mayor dinamismo en los gobiernos locales y a veces las políticas centralizadas no responden todavía como se requiere a las potencialidades del país y sus regiones. He recorrido el país en diálogos desde las bibliotecas, el arte popular, la producción artística profesional, o desde las culturas populares. Ahora también colaboro con los ayuntamientos y es una de las cosas de las que me siento más orgullosa. Fui creadora de los programas regionales de cultura, especialmente del Programa de Desarrollo Cultural de las Huastecas, el cual se ha sostenido más de veinte años. Trabajé con Guillermo Bonfil, un intelectual muy respetado en México, con él impulsé la recuperación del bolero en la radio, la televisión y el mundo de la música popular, el rock en el espacio público, el cual en los años 88-89 todavía estaba prohibido en México. Esta fue una etapa muy divertida de la que poco he escrito. Trabajé en Radio Educación e impulsé uno de los primeros estudios de públicos en México, el cual se publicó en el libro que coordinó Néstor García Canclini sobre consumo cultural. Luego hice extensivo el estudio de públicos al teatro. Escribí el primer libro en América Latina sobre ese tema. *Teatro y Públicos, el lado oscuro de la sala* se volvió referencia para hablar de ese fenómeno. Ese libro me conectó con Colombia, especialmente con Medellín en los 90, vínculos que he continuado hasta ahora. La radio pública se ha sostenido hasta convertirse más en un centro de recursos culturales, además de transmitir y producir programas radiales, mientras el teatro y las artes escénicas han expandido también sus espacios y sus modos de producción y relación social. Dirigí el Centro Nacional de las Artes y con él conduje la creación de centros regionales de producción artística y cinco Centros de las Artes, el Centro de las Artes de Guanajuato, el Centro de las Artes de Baja California en Mexicali, el Centro de las Artes de Veracruz, el Centro de las Artes Bicentenario de San Luis Potosí instalado en una antigua Penitenciaría, el Centro de las Artes de Sinaloa y finalmente el Centro de las Artes de San Agustín, CaSA, de la mano del pintor Francisco Toledo, con quien mantengo amistad y diálogo. También formé el Canal 23 y fortalecí el reconocimiento del circo como arte escénico, conduje varios proyectos artísticos internacionales e interdisciplinarios y festivales como TransitoMx de arte electrónico, que todavía existe.

Sin embargo, nunca ha estado en un solo espacio.

Así es, nunca he estado en un solo espacio. En 1984, junto con amigos y como parte de un proceso de acción po-

lítica no partidaria, fundé el Foro de la Cultura Mexicana A.C., primera ONG que impulsó el debate de la política cultural en México. Así que esta no es la primera vez que trabajo en la sociedad civil. En paralelo, he sido testigo de muchos cambios internacionales porque desde el año 2000 comencé a colaborar con organismos internacionales, el Convenio Andrés Bello, la Cátedra Unesco de Políticas Culturales y Cooperación Internacional que fundó en su momento Alfons Martinell. Fui parte del grupo que impulsó el debate sobre la Carta Cultural Iberoamericana, bajo el impulso de Jesús Prieto y también de los programas de formación en gestión cultural que impulsó la OEI. Formé parte de la creación del Grupo de Expertos de Educación Artística, Cultura y Ciudadanía, coordiné el libro que luego fue la base para repensar el lugar de las artes en los sistemas educativos de América Latina. En 2005 decidí trabajar desde la sociedad civil para hacer posible la educación artística desde la educación básica y tener movilidad internacional. Llevábamos varios fracasos dentro de la administración pública en ese rubro. Y no por falta de voluntad, sino porque nadie sabía cómo trabajar desde las artes en el sistema educativo tan centralizado que tiene México. Recibí una beca del Gobierno de Holanda y me fui a conocer procesos de educación artística en escuelas de educación básica, políticas artísticas y gobernanza para la cultura. Allá hice el diseño de ConArte.

Ahora forma parte también del Grupo de Expertos/as de la UNESCO en Cultura y Desarrollo.

Desde donde he colaborado en países de América Latina. Igualmente soy parte de la Comisión de Cultura de la Red Mundial de Ciudades y Gobiernos Locales donde acompaño a gobiernos locales en la implementación de la Agenda21 de la Cultura, cuyo énfasis es cultura y desarrollo sostenible, derechos culturales y gobernanza para la cultura y el desarrollo. Acompaño a los Gobiernos de la Ciudad de México, Mérida y Guerrero.

¿Nos hemos vuelto, los gestores culturales, unos sabelotodos de lo obvio?

Creo que la gestión cultural como campo interdisciplinario está frente a una necesidad de replantearse y lo está haciendo, aunque esos procesos no avanzan con la misma velocidad de los que se producen en el mundo de las artes y la cultura. Ya no sirve de mucho formar “generalistas” en gestión cultural. Si bien es importante contar con una base común sobre todo de ética global y local, así como de ciudadanía y comprender la naturaleza de la diversidad cultural

y de los contextos sociales, hoy hacen falta especialistas en gestión de contenidos en internet, diseño de política pública y acción territorial, especialistas en gestión de patrimonio cultural inmaterial, o bien constructores de paz. También el mundo del espectáculo ha cambiado mucho y no basta con saber montar un festival. Se requieren conocimientos y habilidades mucho más holísticos para pensar la experiencia artística desde otro lugar. Necesitamos personas que sepan trabajar con comunidades en conflicto, con personas con discapacidad y ejercer mediación cultural para la paz. No sólo el mundo de la gestión cultural está cambiando. También hay una búsqueda en las políticas de los museos y centros culturales, con interés en direccionar experiencias educativas que propicien una educación más dinámica que rompa con la separación entre obra y espectador. El momento que vivimos es apasionante en ese sentido.

¿En qué libro le gustaría vivir?

Alicia en el País de las Maravillas.

¿Qué libro le gustaría escribir?

Mi autobiografía, contada desde el *backstage* de lo que he vivido en el mundo de la cultura y las artes en México, España, Brasil, Honduras, Colombia, Sudáfrica o Estados Unidos. Pienso que sería una ventana abierta y divertida porque vivo y camino entre muchos mundos: el de las y los artistas y creadores, las instituciones, las mujeres poderosas, el emprendariado creativo, el del joven campesino, los pueblos indígenas o haciendo producción artística, formando estudiantes o líderes indígenas o bien construyendo con funcionarios/as de altos vuelos. Negociando con legisladores o dialogando con gobernadores procesos de formación de capacidades locales donde la cultura y las artes juegan un papel detonante. Sé que mucha gente se pregunta cómo es que en ConArte hacemos eso, y eso solo se puede contar a través de la crónica o de la literatura.

¿Cuáles son las cualidades que más aprecia en la gente, en sus amigos?

Tengo más amigos que amigas. Desde siempre. Y me gustan que tengan sentido del humor, que disfruten lo que son y lo que hacen, que no basen sus relaciones en la competencia, que sepan reconocer cuando se equivocan y que sepan reconocer sus propios prejuicios. Tengo amigos y amigas en mundos muy diversos y eso me encanta. No formo parte de ningún partido, pero tengo amigos de diferentes filiaciones. Me gusta que respeten mi visión de una democracia ciu-

dadana, como la que acabamos de vivir. Y disfruto mucho de largas conversaciones, sin prisas y con vino tinto. Y si saben bailar y lo disfrutan, ¡son lo máximo!

¿A qué le tiene usted miedo?

Mmmmmm... a los terremotos. Son impredecibles. Lo rompen todo. Te hacen sentir el poder de la Madre Tierra y te colocan frente a la precariedad del ser humano. Perdí gente muy cercana en el terremoto del 85 en Ciudad de México. Será por eso que en el pasado sismo del 19 de septiembre de 2017 me sumé al rescate de vidas y a la gestión de la solidaridad ciudadana. Todavía hoy, unos meses después, ConArte sigue apoyando a las niñas y niños del Multifamiliar Tlalpan, donde más de quinientas familias amanecieron un día sin casa. Terrible. El arte contribuye a fortalecer los ejes de espacio tiempo, especialmente entre las niñas y niños, y a generar resiliencia.

¿A qué aspira Lucina Jiménez?

En lo personal, a tocar bien la jarana huasteca, un instrumento que sirve para acompañar el huapango de las Huastecas, una región muy rica en música y a la cual le tengo especial cariño en México. Pero me encantaría escuchar música fusión entre los virtuosos de la tradición, con músicas de concierto en México. En lo familiar, a apoyar a mi hija, Nahui Marie, a realizar sus sueños y seguir aprendiendo de ella. Y en lo político profesional, a hacer *coaching* en algún país de América Latina al más alto nivel político y empresarial, dentro de mi función de Experta UNESCO de la Convención 2005, en relación con la cultura y sus posibilidades para el desarrollo, la democracia y los derechos humanos. Yo vivo el aquí y el ahora, con alegría, y disfruto lo que hago. Veo muchas puertas abiertas y experiencias por descubrir. Me asumo con un puente entre mundos que hacen conexiones inesperadas.

CRÓNICA

Una sinfonía más útil que un martillo.
Crónica del IV Encuentro Cultura y Ciudadanía:
Educación, Mediación, Público-s.
Isabel Cebrián Zarranz, periodista
y gestora cultural (relatora) / 25

Una sinfonía más útil que un martillo. Crónica del IV Encuentro Cultura y Ciudadanía: Educación, Mediación, Público-s.

Isabel Cebrián Zarranz,
periodista y gestora cultural (relatora)

El Encuentro Cultura y Ciudadanía, organizado por el Ministerio de Cultura y Deporte, se ha convertido en pocos años en un foro de referencia para reflexionar sobre diferentes aspectos de la teoría y la práctica de la Gestión Cultural y presentar proyectos que ponen en relación esos dos ejes. Su cuarta edición, celebrada en Madrid los días 3 y 4 de octubre de 2018 bajo el lema *Educación, Mediación y Público-s*, reunió a profesionales de la cultura de todo el país con una gran variedad de procedencias debido, sobre todo, a un gran trabajo de recogida de experiencias diversas y descentralizadas en el territorio seleccionadas por un comité académico formado por Benito Burgos Barrantes, Rafael Sanz, Leire San Martín, Alfredo Miralles, Zoe López Mediero, Javier Valbuena, Pepe Zapata, Laia Colell, Nuria Aidelman y Alberto Soler Soto. Fueron los encargados de dar forma a un programa dedicado a abordar de forma transversal y en muy diferentes artes y disciplinas una cuestión muy presente ya en encuentros previos: la dimensión educativa de la actividad cultural artística y su indisoluble relación con la participación y la construcción de públicos.

El centro cultural madrileño Daóiz y Velarde acogió dos completos días de conferencias, mesas redondas, pre-

sentaciones de experiencias y talleres. Una gran variedad de formatos y temas que, por horario y por extensión eran inabarcables para una sola persona y para una sola cronista: por suerte, el encuentro quedará registrado en un archivo audiovisual y contó con un espacio de co-escritura del *Libro Blanco de la creación, formación y desarrollo de públicos* en el que se volcarán las ideas de los y las profesionales que se reunieron en Madrid para el encuentro. Así, podemos dedicar esta crónica a perseguir por las diferentes mesas la respuesta a una pregunta que es la necesaria continuación de este encuentro: ¿qué significa participar en cultura?

¿Para qué sirve visitar el Museo del Prado?

La elección de la conferencia de apertura fue toda una declaración de intenciones. Nuncio Ordine, profesor de literatura italiana en la Universidad de Calabria –y bien conocido por su obra *La utilidad de lo inútil. Manifiesto*, hizo de su conferencia *Alianza entre cultura, artes y educación: dimensión social y política* una oda a la cultura que trasciende el aula y una constatación de su preocupación por el abandono de la educación humanística en favor de los saberes utilitaristas. Asistimos, dijo el profesor italiano, a la transformación de la universidad en un espacio guiado por las lógicas de la pro-



ductividad y el mercado, cuando son precisamente la cultura y el saber de las pocas cosas que desafían a las leyes de la escasez que guían la economía capitalista: «el conocimiento se puede compartir sin que ninguna de las personas implicadas en el intercambio salga con menos: la cultura nos enriquece a todas», recordó Ordine.

Aun así, insistía Ordine, parece que el placer y el saber gratuitos no encuentran terreno en una sociedad dominada por el utilitarismo. «¿Para qué sirve leer poesía, estudiar griego, visitar el Museo del Prado? (...) Claramente, un martillo es más valioso que un cuadro, un cuchillo más valioso que una sinfonía... pero invertir en cultura es invertir en la dignidad del hombre, o, como dijo citando el discurso de la inauguración de la biblioteca de Fuente Vaqueros de Federico García Lorca, la cultura nos hace amar a los demás y hace a la humanidad más humana».

La referencia a la biblioteca popular nos pareció un ejemplo perfecto para representar a la mayoría de los proyec-

tos que, durante dos días, pasaron por las diferentes mesas redondas: es la de la biblioteca del pueblo una cultura que sale a buscar a la ciudadanía, que se presenta como herramienta, y no la cultura que espera sentada, en el interior del teatro, del museo, a que la ciudadanía la descubra y la admire en una vitrina.

El público quién, el público dónde

Pero precisamente es altamente problemático plantearse a dónde hay que salir a buscar a esa ciudadanía, cuáles son los espacios de la cultura hoy. O en palabras de Jesús Carrillo, profesor de Historia y Teoría del Arte y moderador de la mesa *Público, públicos, agentes: qué-s, quiéne-s, cómo-s, porqué-s y para qué-s*, las prácticas culturales más distribuidas, más participadas, son precisamente las menos canalizables e institucionalizables. Tal vez lo han sido siempre, o tal vez es el signo de nuestros tiempos. La intervención de Antonio Rodríguez de las Heras, catedrático de Humanidades en la Universidad Carlos III de

Madrid, nos recordó que vivimos inmersos en «una impresionante transformación del mundo en red, tan impresionante que casi no la percibimos. Nos lo imaginamos como algo que se va extendiendo pero en realidad es una poderosa concentración, que nos lleva a una percepción distinta del espacio y el tiempo». Viviendo en un tiempo donde no existe la demora, donde estamos permanentemente traspasando el espejo, los espacios se diluyen. Preguntarse dónde está el público es tan baladí como preguntarse quién es el público, pues el público ya no es un sujeto único, sino móvil y caracterizado por unos determinados rasgos que se reconstruyen de manera inmediata.

Y sin embargo, como gestoras no podemos dejar de preguntarnos quiénes están «en el lado oscuro de la sala», y es así como han surgido redes formales e informales de quienes trabajamos, desde las instituciones o de manera independiente, en la «formación de públicos», terreno que los teóricos y profesionales de América Latina han abonado con esmero. Desde Chile, Javier Ibacache Villalobos, crítico y programador de artes escénicas, desmenuzó clara y visualmente las categorías que nos permiten, hasta la fecha, comprender quiénes son los públicos, y nos introdujo en una conversación que, recordó, en Latinoamérica surge fundamentalmente desde la desigualdad social y va mucho más allá del acceso a la cultura, para situar al público en el centro de las prácticas culturales, con la complejidad que ello provoca.

Las experiencias presentadas en el trascurso del encuentro así pusieron de manifiesto esas tensiones, complejidades y la gran dimensión que tiene el término «participación». Una vertiente teórica para la que esta crónica —no llegamos a asistir al final de la mesa redonda en la que también intervenían Victoria Pérez Royo y Juan Antonio Álvarez Reyes— se queda corta. Por suerte, tenemos los libros.

Una pausa para la lectura

Y es que preferimos dedicar esta breve crónica a descubrir prácticas de participación en la multiplicidad de voces y experiencias que se presentaron en este encuentro y que no suelen tener voz en foros públicos, pues andan tejiendo redes y proyectos por todo el territorio. Antes de pasar a la Sala 2, donde se desarrollaron las mesas de experiencias, no olvidamos pasarnos por la pequeña biblioteca del encuentro, en la que el comité académico desplegó sus lecturas y referencias bibliográficas en un espacio en el que no faltaron ensayos como *Rompiendo la quinta pared*, de Eugene Carr, *Ni arte ni educación*, del Grupo de Educación de Matadero Madrid, *La educación artística no son manualidades*, de Lucía Acaso, *Nueva ilustra-*

ción radical de Marina Garcés o *El arte de la mediación* de Oriol Fontdevilla, por citar algunos que llamaron nuestra atención.

Y ya que hablamos de libros, hay que nombrar la presencia de la iniciativa «Libros que importan», un inter-



cambio masivo de libros en el espacio público que lleva dos años celebrándose en Zaragoza y tuvo una versión reducida en el contexto del encuentro. No fue la única «práctica situada» que pudimos ver los asistentes al encuentro: hubo intervenciones artísticas, espectáculos, paseos... entre las que destacamos el proyecto Antropoloops, un proyecto de collages musicales basados en la remezcla de músicas tradicionales del mundo, y que también tiene una pata educativa, y los paseos críticos de La Liminal, que nos llevó a conocer el entorno de Daoíz y Velarde los barrios de Pacífico y Adelfas de la mano de iniciativas vecinales.

Lo dicho, bajando a la práctica. Literalmente, porque era la Sala 2, en el sótano del edificio, la que acogió las mesas en las que se presentaron los proyectos seleccionados: un total de quince proyectos impulsados desde ayuntamientos, comunidades autónomas, mecenazgos o fundaciones privadas, también autogestionados, que desplegaron sus prácticas en una serie de mesas redondas donde llenamos libretas de notas y el tiempo siempre se quedaba corto para las rondas de preguntas.

Mapeos y cartografías

Es posible que la mediación y la educación artística sean para algunos todavía un territorio inexplorado —mu-

chas siguen identificando «participación» con «asistencia» y «abierto» con «gratuito». Por eso, qué mejor que empezar trazando mapas. Le tocó abrir la mesa de *Cartografías e Investigaciones* a Andrea de Pascual, coordinadora de Pedagogías Invisibles, un colectivo fundado en 2009 que aborda la mediación desde la práctica, la formación y la investigación por cauces no formales. Al encuentro llegaron con una presentación sobre *Cartografías de arte y educación social, el estado de la mediación en España*, una investigación realizada en los últimos años y disponible online –cartografiasarteducadores.com. «Una investigación que busca saber reconocernos en otras e identificar formas de hacer que no gozan de tanta legitimidad pero que aportan su valor». A través de entrevistas y análisis de prácticas de agentes a nivel nacional, Pedagogías Invisibles ha acuñado el término de *Arteducadora*, un paraguas bajo el que se agrupan cada vez más profesionales que, según De Pascual, necesitan «más reconocimiento y nuevos imaginarios que permitan comprender esta figura a menudo desprestigiada, no reconocida y fuertemente atravesada por sus condiciones laborales». De ahí que Pedagogías Invisibles se hayan embarcado una nueva investigación o estudio, la «Foto fija sobre la situación de la mediación artística en el estado español», un proyecto que seguramente será material para próximos encuentros.

El lujo de pararse, la necesidad de medir

Condiciones de trabajo que en muchas ocasiones aceleran los procesos y convierten la posibilidad de pararse a reflexionar largamente sobre la propia práctica en un inmenso lujo. Lo sabe Isabelle Gallo, responsable para España de los proyectos de arte ciudadano de la Fundación Daniel y Nina Carasso. «Tuvimos la suerte como equipo de que nuestro patronato confiara en nosotras y nos regalara un año de pausa en nuestras convocatorias para poder pensar y profundizar en nuestra acción», explicó en su intervención, que giró en torno a la investigación que han realizado con los proyectos que durante los últimos años la fundación ha venido financiando. Con un formato de *hackspace*, la Fundación reunió el pasado mes de junio a estos proyectos en Medialab Prado para pensar y proponer en mesas de trabajo organizadas en torno a retos como la sostenibilidad de los proyectos, el modelo de intervención educativa, las necesidades de formación del profesorado y los contenidos y programaciones didácticas que se desarrollan. Gallo avanzó que los resultados y la hoja de ruta resultante de este encuentro, así como la metodología diseñada con el colectivo sevillano Zemos98, estarán disponibles a principios del año, pero apuntó dos reflexiones



que flotarían después sobre todas las mesas del encuentro: el valor de intercambiar saberes y metodologías y, en definitiva, estar juntos y compartir espacios; y el hecho de que la relación cultura y ciudadanía siempre moviliza cuestiones éticas y que hay acciones necesarias que inapelablemente se tendrán que financiar desde lo público, el mecenazgo y con los valores de la economía social y solidaria.

De la investigación cualitativa a la cuantitativa, Virginia Garde, del Ministerio de Cultura y Deporte, fue la persona encargada de representar al proyecto permanente de investigación «Laboratorio Permanente de Público en Museos», un organismo encargado de conocer para quién programan «Nuestros museos». Es así como se conoce a un grupo de museos estatales repartidos en diferentes ciudades españolas que dependen de la Dirección General de Bellas Artes del Ministerio de Cultura y Deporte. Garde recordó todo lo que nos permiten saber los números. A saber: quién nos visita, quién no nos visita y en consecuencia, actuar con acciones muy concretas que tienen su especial reflejo en la comunicación. En el caso de estos museos, con un rediseño del sistema de folletos de mano, un plan denominado «Museos más sociales» y, lo que para Garde es un hito, el reconocimiento de esta necesidad de medir y evaluar en el Real Decreto que regula la actividad de los museos de la dirección general. Es ley. Garde cerró su intervención recordando a la audiencia que los datos son importantes, pero lo más importante es contar con quienes pueden convertir esos datos en conocimiento.

Los datos como espejo, datos para la acción

Representa bien esa transformación de los datos en acciones el plan de desarrollo de audiencias de Zaragoza

es Cultura. Impulsado por el Área de Cultura del Ayuntamiento de Zaragoza dentro del proyecto europeo Adeste, representa todo un cambio estratégico en la forma en la que esta área trata los datos que obtiene de las compras de entradas, encuestas de satisfacción y otras acciones de comunicación y marketing. Ejemplo paradigmático de esto ha sido el plan de audiencias para el Auditorio de Zaragoza, al que el consistorio ha conseguido dar un giro en su venta de entradas y frenar la caída de venta de abonos reorientando la programación. Un *feedback* muy directo de la audiencia a través del personal de sala que ha permitido también cambiar horarios, sistemas de entradas o implantar una serie de acciones de comunicación que acompañan la experiencia del concierto antes de llegar a la sala y al regresar a casa. Los datos se han convertido en conocimiento y el conocimiento en acciones.

En la misma línea nos llevó el taller impartido por Teknecultura, a cargo de Ferrán López, miembro de esta consultora dedicada a analizar los datos de las grandes organizaciones culturales y a usarlos para fidelizar audiencias y captar nuevos públicos. Con las artes escénicas como principal campo de actuación de su empresa, López dio en su taller varias claves fácilmente escalables y aplicables a otros

Preguntarse dónde está
el público es tan baladí
como preguntarse quién
es el público, pues el público
ya no es un sujeto único,
sino móvil y caracterizado
por unos determinados
rasgos que se reconstruyen
de manera inmediata.

ámbitos: todas las instituciones culturales tienen datos a su disposición, aunque estemos al principio del uso de los datos porque somos organizaciones pequeñas; al mirar a la audiencia tenemos que mirar a nuestros clientes y espectadores, pero también a las comunidades digitales; y evaluar el impacto de nuestro trabajo es igual de importante para «aquellos que pagan la fiesta» –financiadores, patrocinadores– como para nuestro público más fiel; y que, al final, es la comunidad de la que obtenemos los datos la que se beneficia de nuestra interpretación de los mismos. Son muchas las cosas que podemos saber de nuestro público, y si se lo pedimos amablemente la mayoría estará dispuesta a entablar ese diálogo en forma de intercambio de datos para que les demos un servicio mejor.

Pero decíamos que íbamos a hablar de participación y hemos terminado de nuevo en los usuarios. Es fácil perderse. Por eso Alberto Soler, gestor cultural y moderador de la mesa *Agenciamiento, apropiación y participación*, nos quiso recordar que «está en nosotros romper esa barrera y así demostrar que la cultura mana desde la participación –no una participación entendida como el número de gente que viene a nuestras actividades. La participación exige formar parte de las decisiones, no ser un receptor sino una pieza más del engranaje que hace funcionar el hecho cultural».

Cultura en la casa, cultura en la fábrica

La moderada por Alberto Soler fue una de las más entretenidas del encuentro. Pero cómo no serlo si una mesa redonda de un congreso comienza con un cuentacuentos del brillante Félix Albo, que encarnó uno de los lemas de su proyecto Pípiripao: que los planes de instigación lectora pasan por llevar la lectura a los lugares más insospechados. De su proyecto de desarrollo de la lectura y la creatividad en el ámbito familiar, que tiene como cómplices a bibliotecas y centros educativos por todo el Estado, aprendimos que se trata más de integrar la lectura (y por extensión, podríamos decir, la cultura) en todas partes, hacerlo una experiencia colectiva, incorporada en nuestro entorno –en este caso, en la familia– y generar un vínculo especial con los lugares en los que se alberga la cultura. Como contrapunto hay proyectos como Libros a las fábricas, presentado por la Fundación Anastasio de Gracia, que optan por sacar la cultura de sus espacios más naturales. Pero es cuando la cultura se hace hogar, cuando se enraíza en el alma de quienes la participan, cuando podemos hablar realmente de agenciamiento y apropiación. Claramente Espiello, el festival internacional de documental etnográfico del Sobrarbe, es un buen ejemplo de una activi-

dad cultural expandida, desarrollada en comunidad, con la población como agente que programa, produce y asiste a las actividades y que tiene numerosos efectos sobre el territorio, desde los económicos hasta las sociales y culturales.

Que te inviten a la fiesta y que te saquen a bailar

Durante el encuentro, alguien tuiteaba oportunamente la frase que se ha hecho popular y que creo hay que atribuirle a Vernā Myer: «diversidad es que te inviten a la fiesta, inclusión es que te saquen a bailar». Y a medio camino entre la diversidad y la inclusión está la integración: el campo de trabajo de Apropa Cultura. Su portal web, dedicado a la inclusión social, se propuso hace ya doce años hacer más accesibles actividades culturales en toda Cataluña teniendo en cuenta las características de cada actividad y espectáculo y

las necesidades y capacidades de las diferentes comunidades y entidades que utilizan el portal para acceder a la información sobre las actividades de teatros, auditorios o museos. Apropa Cultura también trabaja para adaptar espectáculos o actividades a esas capacidades y necesidades. Su responsable, Sonia Gainza, señaló que el proyecto abre las puertas al «mundo sano» a personas con discapacidades, un espacio de socialización y salida de la rutina, y una oportunidad de, como dice uno de sus usuarios en el video con el que cerró la presentación, «sentimientos que si no accedes a la cultura no puedes experimentar». No es raro que donde más apoyo encontró el proyecto en sus inicios fuera en las entidades sociales, las primeras en creer en la cultura como herramienta de inserción social; Apropa ha conseguido evitar la barrera de la «caridad», «la carta del ‘hola, por favor’», eliminando



barreras económicas y tratando la cultura como un derecho, al menos en el acceso.

La cultura que tú quieres, en la puerta de tu casa: relatos desde el feminismo y la diversidad

Y del acceso a la acción: la mesa de feminismos dejó claro la necesidad de que los públicos diversos los sean solo de una manera expectante, y no activa. Herstoricas, por ejemplo, es un proyecto que visibiliza la historia de las mujeres y las genealogías feministas y organiza recorridos urbanos por diferentes ciudades –Madrid, Londres, Granada– y en museos. Reapropiándose del formato –la visita guiada–, han conseguido llevar a las salas de exposiciones el debate sobre cómo la cultura visual, las representaciones que encontramos en las pinacotecas, nos hablan de las sexualidades, de la violencia doméstica... y trabajando con otras mujeres para crear rutas que hablen de la historia de sí mismas.

Y es que contar la propia historia es una forma de genuino activismo cultural. Es lo que hace la Mostra La Plo-ma, un festival de cine en la ciudad de Valencia que tiene como objetivo erradicar la LGTBIfobia y acercar los lenguajes cinematográficos a los debates de su tiempo. Pero todavía más activo es contar la propia historia en los lugares en los que esta historia está ocurriendo: es lo que hace Agrocuir, un festival que nació con el objetivo de reivindicar la visibilidad de las identidades sexuales diversas en el contexto rural. Y por qué no, hacerlo de una manera que conecte con otras preocupaciones y luchas como el feminismo o la ecología, y hacerlo desde la cultura popular, con una fiesta con bailes, música o teatro que asemeja a la verbena popular. Integradora, diurna, participativa... y desde luego diversa.

Lo que aprendemos de lo queer

Seguramente eso es lo que podemos aprender de lo *queer* –la palabra que engloba a los géneros, cuerpos e iden-

tidades sexuales no normativas: los publico-s con s al final, diversos, inaprensibles. Y desde una práctica cultural que atienda a esa diversidad podemos conseguir, como explicó el profesor y teórico de la intersección de transexualidad y educación, Lucas Platero, «desafiar la idea de un sujeto universal de la cultura». Una cultura que privilegia las experiencias y los saberes de una parte de la población, frecuentemente la blanca, la educada, la masculina o la heteronormativa, sin tener en cuenta a los sujetos diversos y las identidades múltiples. Platero volvió a poner una vez más el dedo en la llaga: cuando hablamos de participación, la cuestión está en la agencia o agenciamiento que se hace de los espacios de toma de decisiones, y nos invitó a repensar las relaciones de poder que forman parte de la producción del conocimiento. Un debate no exento de conflicto. Y sin embargo, dijo Platero, ¿por qué meternos en esos jardines? ¿Por qué llevar al aula el género, la sexualidad, la racialización, la diversidad funcional y corporal? «Porque la escuela nos socializa a todos», recordó.

Le tomó la palabra Belén Gopegui: «quien piense que aprender y enseñar son estatus que pertenecen a clases y edades diferentes va a perderse grandes cosas», coincidió la escritora. «La producción de sentido no es exclusiva de un grupo de personas, las divisiones persona que escribe/ persona que lee no son divisiones naturales (...) La educación no debería ser un instrumento de conformidad sino una herramienta para cuestionar lo dado, o al menos es lo que he visto en este foro». Así es como lo vimos también en esta crónica. La relación entre ciudadanía y cultura es fértil, y el eje arte-educación-públicos la hace crecer. Y encuentros como este dejan una sensación que la profesora Aida Sánchez resumió muy bien en su intervención: que abrir el código de las prácticas nos enriquece, y que por suerte es algo que cada vez hacemos más y a lo que espacios como este IV Encuentro de Cultura y Ciudadanía nos dan pie.

Evaluación de la estrategia digital en los museos: métodos y herramientas para web, redes sociales y móviles

Elena Villaespesa / 171

Democracia cultural y promesas de dinero. Políticas culturales y arm´s length en la esfera anglosajona, hoy (II)

Jorge Fernández de León / 181

¿Nostalgia de posmodernidad? una aproximación al arte culto descafeinado

Alberto Santamaría / 191

AUTORA

Elena Villaespesa

ADSCRIPCIÓN PROFESIONAL

Profesora del Pratt Institute

TÍTULO

Evaluación de la estrategia digital en los museos: métodos y herramientas para web, redes sociales y móviles.

CORREO-E

evillaes@pratt.edu

RESUMEN

Los museos han implementado distintos métodos de investigación para evaluar el impacto de sus iniciativas digitales y conocer mejor quienes son sus usuarios. Este artículo recopila las metodologías y herramientas aplicadas al ámbito digital desde un punto de vista teórico y práctico, mediante el uso de ejemplos que muestran la utilización de la analítica digital en webs, redes sociales y móviles dentro del sector de los museos.

PALABRAS CLAVE

Evaluación; estudios de público; analítica digital; segmentación; métricas.

AUTHOR

Elena Villaespesa

PROFESSIONAL AFFILIATION

Profesora del Pratt Institute

TITLE

Evaluation of digital strategies in museums: methods and tools for web sites, social media and mobile devices.

E-MAIL

evillaes@pratt.edu

ABSTRACT

Museums have deployed various research methods to evaluate the impact of their digital initiatives and better identify their users. This article discusses the methods and tools applied to the digital domain from a theoretical and practical point of view, using examples from the museum sector that illustrate the application of digital analytics to web sites, social media and mobile devices.

KEYWORDS

Evaluation; audience studies; digital analytics; segmentation; metrics.

Evaluación de la estrategia digital en los museos: métodos y herramientas para web, redes sociales y móviles

Elena Villaespesa

1. Introducción

La experiencia digital en los museos ha ido evolucionando en los últimos años, pasando de una interacción estática con los usuarios a una caracterizada por la comunicación bidireccional y la participación en múltiples plataformas. Hoy en día, el usuario puede interactuar con el museo en su página web, redes sociales, aplicaciones móviles, email, kioscos interactivos, juegos online o audio guías y la oferta de productos y servicios digitales del museo sigue aumentando. Estas iniciativas digitales originan preguntas en el sector sobre el impacto de la tecnología en la experiencia del visitante, ya sea presencial, en las salas del museo, o virtual, más allá del espacio expositivo. Para evaluar el uso de los servicios digitales y conocer quiénes son estos usuarios, los museos han utilizado distintos métodos de investigación. El objetivo de este artículo es la recopilación y análisis de estas metodologías y herramientas aplicadas al ámbito digital. Dada la amplitud de actividades digitales que un museo puede realizar, este artículo se enfoca, en concreto, en las áreas principales donde la mayoría de museos tienen una presencia digital activa: la web, las redes sociales y la creciente oferta en móviles. Dentro de la variedad de técnicas que se pueden aplicar al estudio de usuarios digitales, el artículo se centra

en la definición y aplicación de la analítica digital para la medición del uso e impacto de estas actividades. Por un lado, este artículo compila la parte teórica, las ventajas y limitaciones que presentan estos métodos, así como los datos que se pueden obtener a través de estas herramientas. Por el otro, el texto presenta también el ámbito práctico, mediante el uso de ejemplos que ilustran su utilización dentro del sector de los museos.

El punto de partida de un proyecto de estudios de públicos o evaluación siempre debe ser la estrategia digital o del museo. A partir de los objetivos de este documento estratégico se definen los indicadores y datos que se van a recoger y analizar (KAPLAN y NORMAN, 1996). Esta es una fase que requiere especial trabajo de iteración y colaboración para seleccionar el listado de indicadores clave que sirvan para evaluar el éxito de las actividades digitales del museo. Los datos de estudios de usuarios digitales y evaluación se pueden enfocar en distintos objetivos, como conocer el perfil de los usuarios, personalizar la experiencia, optimizar la oferta de productos y servicios digitales, incrementar los ingresos, medir el resultado de las campañas de marketing o mostrar el impacto de estas actividades, entre otros. Para llevar a cabo la recogida y análisis de datos existen distintos mé-

todos y herramientas que se exploran en la primera parte de este artículo. En la siguiente sección, se explora el potencial de la analítica digital para web, redes sociales y móviles con ejemplos de su aplicación en el sector de los museos. A pesar de la búsqueda en publicaciones científicas, una gran parte de los ejemplos se encuentran en blogs, videos y presentaciones en conferencias debido, en parte, a la novedad de su uso en los museos y a un acceso limitado a los datos de usuarios por parte de los investigadores. Aunque el foco de análisis es el uso de la analítica digital, se hace también mención a otras metodologías que se utilizan en el campo digital. Finalmente, el artículo reflexiona sobre las consecuencias prácticas derivadas de la aplicación de estas técnicas, ya que requieren cambios en los procesos, recursos y cultura de datos existente en los museos.

2. Métodos y herramientas

El internet es un medio que ofrece nuevas oportunidades para recopilar datos y para poner en práctica una amplia gama de métodos cualitativos y cuantitativos. La investigación a través de internet, también conocida como comunicación-mediada o investigación mediada por internet, ha experimentado una evolución en la última década, dejando de ser una nueva plataforma en la que los investigadores utilizaban metodología tradicional, para convertirse, en sí misma, en el objeto de los estudios realizados (HINE, 2008). Hay dos maneras distintas de utilizar el internet en el ámbito de la investigación social. La primera, es utilizarlo como un espacio donde los datos que se generan se utilizan para examinar los patrones de comportamiento de los usuarios, y la segunda, consiste en utilizarlo como una nueva metodología. Si bien es cierto que podemos encontrar metodologías tradicionales que han sido adaptadas para su implementación en la red, también existen nuevos métodos como el análisis de redes sociales o la analítica web. Los métodos que estudian o utilizan el internet provienen de disciplinas muy diferentes, que abarcan desde la lingüística, la sociología o la comunicación, al marketing o la informática. Los métodos de investigación por internet tienen ciertas ventajas en lo referido al ahorro, tanto de tiempo como de dinero, al alcance y a la conservación del anonimato (BRYMAN, 2012). Sin embargo, si bien es cierto que los métodos tradicionales tienen ciertas limitaciones, hay que señalar que este entorno virtual presenta las suyas propias. Dada la naturaleza virtual de los métodos centrados en el internet, el problema principal que surge es la falta de contacto personalizado y la imposibilidad de realizar preguntas en el caso de que surjan dudas o si el investigador no consigue cap-

tar algunos aspectos visuales o auditivos importantes (BRYMAN, 2012). Hay dos tipos de metodologías, la sincrónica, si la información se recopila a tiempo real (un ejemplo serían las entrevistas en internet), y la asincrónica que sería el caso contrario (como por ejemplo los foros de discusión o las listas de distribución de correo electrónico (HENN, WEINSTEIN y FOARD, 2009). La empresa especializada en evaluación de la experiencia del usuario NNGroup añade dos dimensiones a la tradicional clasificación de métodos cuantitativos y cualitativos. La primera dimensión es cuando el análisis se basa en el comportamiento, es decir, lo que el usuario está realizando, mientras que la segunda es de tipo actitudinal, y va en función de lo que el usuario piensa y dice que haría. En el primer grupo se encontrarían las herramientas de analítica web, tests A/B o seguimiento de ojos, ya que recogen datos de acciones reales de usuarios. Otros métodos como encuestas o grupos de discusión se basan más en lo que el usuario comunica sobre sus posibles acciones o preferencias. La segunda dimensión es el contexto en el que se recogen los datos, ya que esta tarea puede realizarse mientras el usuario utiliza el producto digital de manera natural o de manera guiada, o totalmente fuera de ese contexto (ROHRER, 2014).

Tras analizar la tipología de métodos, se presentan una variedad de herramientas utilizadas para la recogida de datos, especificadas y detalladas a continuación. Dentro los métodos tradicionales que se han adaptado al internet encontramos las encuestas, las entrevistas, los grupos de enfoque o las observaciones por internet. Este último método es una técnica de investigación discreta, cada vez más en auge, sobre todo en las redes sociales donde los investigadores pueden examinar cómo la gente conforma su identidad, como interaccionan entre ellos y, lo más importante, cómo dan forma a su entorno (HENN, WEINSTEIN y FOARD, 2009). Muchos autores argumentan que el internet tiene características específicas que requieren la utilización de nuevos métodos y técnicas para recopilar y analizar los datos. La analítica web es un ejemplo de los nuevos métodos que se utilizan para comprender los comportamientos en las distintas páginas web. Estas son las estadísticas que muestran las visitas a una página web en concreto. Hay diferentes paquetes de herramientas de analítica, algunos de ellos gratuitos como Google Analytics, que proporciona métricas como el número de visitas, recomendaciones, páginas visitadas, tráfico orgánico, tipo de aparato utilizado, la situación geográfica de los visitantes además de otras variables (KAUSHIK, 2010). Existen métodos equivalentes dentro del ámbito de las redes sociales. Hay una amplia gama de herramientas de analítica para las redes sociales y en

El internet es un medio
que ofrece nuevas
oportunidades para recopilar
datos y para poner en
práctica una amplia gama
de métodos cualitativos
y cuantitativos.

algunas plataformas, los datos se obtienen a través de sistemas de análisis intrínsecos a las plataformas en cuestión (como por ejemplo Facebook Insights, Twitter Analytics, Pinterest Analytics, YouTube Analytics) o por herramientas externas desarrolladas por firmas comerciales. Una técnica que está adquiriendo cada vez más auge es el análisis de las redes sociales. El análisis de redes sociales consiste en «una serie de nodulos (como individuos, organizaciones o páginas web) y los nexos de unión específicos entre dos nodulos en concreto». Analizar las redes sociales nos ayuda a comprender las interacciones sociales dentro de la red. Hogan propone utilizar la visualización y las estadísticas para mapear la red, medir la densidad y el grupo e identificar la centralidad de los nodulos, entre otras métricas (HOGAN, 2008).

El espacio digital, como objeto de la investigación, ha derivado en la aplicación de métodos que provienen de campos diferentes. Una técnica clásica que está en auge en la investigación por internet es el análisis de contenido. El análisis de contenido es «un enfoque al análisis de documentos y textos que tiene como objetivo cuantificar el contenido en categorías predeterminadas y de forma sistemática y replicable» (BRYMAN, 2012). Herring pone en cuestión si el

análisis de contenidos es una técnica adecuada para aplicarla a la investigación en internet. La autora opina que el concepto tradicional está demasiado limitado para este nuevo contexto y propone «una expansión del paradigma del análisis de contenido web» que incluye el análisis de imágenes, temáticas, características, vínculos, intercambios y lenguajes entre otros tipos de análisis (HERRING, 2010). Otro de los métodos que se utiliza en internet es el análisis de sentimientos automatizado, que ha ido ganando popularidad, tanto entre organizaciones comerciales como entre académicos, ya que las redes sociales son un reflejo de las opiniones de los usuarios. Se han ido desarrollando algunas herramientas automáticas de análisis de sentimientos, pero algunos investigadores se mantienen un tanto escépticos ya que sostienen que no se ha inventado todavía ningún algoritmo que pueda sustituir el análisis humano (BRANTHWAITE y PATTERSON, 2011). Otro conjunto de métodos desarrollados en los últimos años en base a la necesidad de evaluar la usabilidad y la experiencia del usuario de productos digitales son los test de usabilidad y métodos de inspección como la evaluación heurística (DUMAS y SALZMAN, 2006).

En conclusión, existe una diversidad de herramientas y metodologías que se pueden aplicar para el estudio de públicos en el área digital y este apartado recoge las distintas clasificaciones con ejemplos de herramientas dentro de cada una de las categorías. Volviendo al punto de partida de la evaluación, en función de los objetivos de la actividad digital y los indicadores seleccionados, los museos necesitan elegir aquellas metodologías y herramientas que recojan los datos e información necesaria para evaluar la experiencia del usuario y tomar decisiones estratégicas.

3. Práctica de la analítica digital en los museos

Esta sección del artículo recopila ejemplos del uso de distintos métodos de evaluación y estudio de usuarios en varias plataformas digitales, en concreto páginas web, redes sociales y experiencias digitales incluyendo móviles durante la visita al museo. Principalmente, el artículo se centra en el uso de la analítica digital, definida como la recogida, análisis y comunicación de los datos provenientes de plataformas digitales con el objetivo de conocer al usuario, mejorar su experiencia y medir el éxito de las actividades digitales.

3.1. Analítica web

Tanto investigadores como profesionales del sector han realizado estudios para conocer quiénes son las personas que visitan la página web de los museos. En el caso de los

profesionales, el objetivo principal es el de mejorar sus productos digitales y de probar cuál ha sido el impacto que han tenido sus iniciativas. La mayor parte de estudios sobre los visitantes de las páginas web de los museos han sido de tipo cuantitativo y la analítica web se ha convertido en el método principal para recopilar y analizar la información. En concreto, Google Analytics en una herramienta muy utilizada en el sector (FINNIS, CHAN y CLEMENTS, 2011; MOFFAT, 2017) y los museos han realizado importantes esfuerzos para mejorar su implementación práctica, introduciendo una cultura de datos en la organización (TASICH y VILLAESPESA, 2012). La primera métrica de los museos que se utiliza en la era digital es el número de visitas o usuarios que llegaron a la página web, dato que se genera a partir de herramientas de analítica web. Este dato se recoge en informes y publicaciones como la memoria anual de actividades del museo. Sin embargo, la medición de la web basada, únicamente, en el número de visitas ha sido objeto de críticas en el sector debido a las diferencias en la recogida de datos, dependiendo de la herramienta utilizada (CHAN, 2008) y por ser un indicador muy limitado, ya que no tiene en cuenta la usabilidad y experiencia del usuario (FINNIS, CHAN y CLEMENTS, 2011).

Sin embargo, lo cierto es que las herramientas de analítica web proporcionan, de una forma tan sencilla como añadiendo un código a la plantilla de la web, un gran volumen de datos sobre las características de los usuarios, como acceden a la web y sus acciones dentro la página. Encontramos datos sobre el volumen de actividad: número de sesiones, usuarios, páginas visitadas, tiempo medio de la visita, datos geográficos de los usuarios, intereses, datos demográficos, frecuencia de las visitas, tecnología o dispositivo móvil utilizado, entre otros. Además, estas herramientas proporcionan información sobre cómo el usuario llega a la web o aplicación y cuál ha sido el comportamiento de estos usuarios en el canal de acceso. Los principales canales o fuentes de tráfico son: búsqueda orgánica, referencia, publicidad en buscadores, directo y redes sociales. Una vez los usuarios llegan a la web, estas herramientas muestran datos sobre su actividad realizada, como por ejemplo, las páginas que visitan, lo que buscan o si compran entradas para su visita (KAUSIK, 2010). El volumen de datos obtenido es inmenso y muy detallado y podemos encontrar ejemplos del uso de analítica web en varias publicaciones. La utilización de Google Analytics aparece en diversos estudios de caso, ilustrando los resultados de proyectos digitales (SOLAS, 2010; WU, 2013; DRESSLER and KAN, 2018) y al ser un tema relativamente reciente, su implementación y utilización también ha queda-



do documentada en varios blogs e informes de museos y organizaciones culturales (LEWIS, 2015; GRENNAN, 2015). Un ejemplo online sobre la comunicación de estos datos es el Carnegie Museum, que tiene en su página web un *dashboard* con las siguientes métricas: el número de visitas, páginas visitadas, tiempo medio del uso de la web y número de páginas por visita (MCDERMOTT, 2015).

En algunos proyectos de investigación se utilizan otras herramientas de analítica similares a Google Analytics y que, en algunos casos, están habilitadas para la creación de mapas de calor. En un estudio realizado por Haynes y Zambonini (2007), se utiliza la herramienta de analítica web *Clickdensity*, para analizar los datos de la conducta del usuario y se demostró que las páginas utilizadas para planear la visita son el contenido más visitado de la página web. Estos autores sugieren, en base al análisis de datos de la secuencia de clics, que se pueden identificar dos tipos de comportamiento: uno típico de un perfil de una visita a un museo y uno con un patrón atípico.

Las herramientas de analítica web son muy asequibles y recopilan una gran cantidad de datos de las secuencias de clics. Sin embargo, también presentan ciertas limitaciones, ya que al recoger los comportamientos de los usuarios, necesitan,

en muchos casos, de otra información complementaria para poder obtener una visión completa de la experiencia del usuario. Peacock y Brownbill (2007) proponen que los museos dejen de utilizar por defecto Google Analytics como herramienta de medición y proponen otros métodos como encuestas, observaciones, test de usabilidad o entrevistas con los usuarios para obtener un mejor entendimiento de la experiencia completa de los usuarios. A pesar de los datos detallados que se obtienen a través de las herramientas de analítica web, estas no ofrecen datos sobre las necesidades y motivaciones de los usuarios o sobre sus niveles de satisfacción con la web. Para mejorar y personalizar la experiencia del usuario es necesario combinar el uso de herramientas y métodos, y en algunos casos se han adoptado el uso de otras herramientas y métodos como encuestas o test de usabilidad, entre otros (TASICH y VILLAESPESA, 2013; LOPATOVSKA, 2015). El análisis en profundidad de los métodos empíricos y de inspección aplicados a museos de Kabassi (2017) logra capturar la variedad en el ámbito, profundidad y metodología, pero concluye subrayando la importancia de la evaluación para lograr mejorar las páginas web de los museos. Otra limitación importante a nivel práctico de las herramientas de analítica web es que sólo pueden utilizarse en ciertas plataformas, como las páginas web y las aplicaciones, lo que limita poder capturar toda la actividad producida por un museo (DEVINE, 2018).

3.1.1 Segmentación de usuarios web

Comprender a los usuarios de internet se está convirtiendo en un aspecto de vital importancia para todo tipo de organizaciones, las cuales buscan satisfacer sus necesidades y ofrecer una experiencia digital interesante. Las prácticas orientadas al usuario se centran en satisfacer sus necesidades y expectativas para crear conexiones digitales. Todo ello ha resultado en la clasificación de los usuarios en grupos, basándose en variables específicas, con el objetivo de llegar a audiencias concretas y satisfacer sus necesidades particulares. Cooper (1999) popularizó el concepto de *personas* definiéndose como «arquetipos compuestos basados en patrones de comportamiento que salen a la luz durante el proceso de nuestra investigación, las cuales formalizamos con la intención de informar el diseño del producto».

La clasificación de los usuarios según perfiles y el trabajo de segmentación en el sector de los museos es un fenómeno reciente. Aunque al principio, las encuestas al visitante se centraban en aspectos demográficos, el campo fue evolucionando hacia un enfoque más centrado en el

usuario (WEIL, 2001) y se empezó a introducir el marketing en los museos con el objetivo de satisfacer las necesidades de los visitantes, lo que derivó en la utilización de métodos cualitativos y en la creación de grupos objetivo (HOOPER-GREENHILL, 1995). El trabajo publicado por John Falk en 2009 sirvió como un modelo que se ha convertido en una referencia muy conocida para comprender por qué los visitantes acuden al museo y el contexto de creación de significado que resulta de la visita. El «Modelo de la experiencia del visitante» tiene en cuenta tres contextos diferentes que influyen en la visita, el personal, el físico y el sociocultural. Además, Falk define cinco tipos de motivación detrás de la visita a un museo: motivación exploradora, facilitadora, de búsqueda de experiencias, profesional por afición y de peregrino espiritual.

La motivación, que es una de las variables que Falk menciona en el contexto personal, ha sido utilizada por diferentes profesionales e investigadores del mundo de los museos como una herramienta para segmentar las visitas a los museos (PEKARIK, DOERING and KARNS, 1999; SCOTT AND MEIJER, 2009). El análisis de la motivación como un factor clave que influye en la experiencia y define los segmentos de los usuarios, se ha implementado también en las páginas web de los museos. La tabla 1 muestra la lista de categorías de segmentación y motivación que aparecen en la revisión bibliográfica junto con la metodología utilizada en cada caso. Un ejemplo de segmentación motivacional es la desarrollada por el Indianapolis Art Museum, (FILIPPINI, STEIN and BOWMAN, 2012), que identifica cinco razones principales que motivan al público a visitar su página web. Inspirándose en este estudio, veintiuna instituciones culturales del Reino Unido realizaron un trabajo similar dentro del marco del proyecto de investigación «Let's Get Real», (MALDE, FINNIS, KENNEDY, RIDGE, VILLAESPESA and CHAN, 2013). En los Estados Unidos, veintitrés museos y centros de arte realizaron otro estudio utilizando una metodología similar, pero categorizando a los usuarios directamente en base a los tipos de visitantes de Falk. La segmentación motivacional también ha sido utilizada por otros museos incluyendo Tate (STACK and VILLAESPESA, 2015), MoMA (ROMEO, 2016), el Science Museum (FILDES, 2017) y el Museo Metropolitano de Nueva York (VILLAESPESA, 2018). Existen similitudes en las motivaciones identificadas en estos proyectos de investigación. Las motivaciones más importantes que se hallaron son la investigación (en contextos formales e informales), la búsqueda de algo interesante e inspirador, y la planificación de la visita.

Museo	Segmentación	Metodología	Referencia
Minneapolis Institute of Arts Brookfield Zoo Bell Museum of Natural History One Colonial Williamsburg	Planificación de la visita Búsqueda de información Profesor Investigación Mirando algo interesante	Encuesta online	Goldman and Schaller (2004)
Indianapolis Museum of Art	Planificar la visita al museo Buscar información por motivos profesionales Buscar información por motivos personales Navegar y explorar el contenido Realizar una transacción económica	Encuesta Online Google Analytics	Filippini Fantoni, Stein and Bowman (2012)
Group of 21 museums in the UK as part of the Let's Get Real action research project	Planificar la visita Buscar información por motivos profesionales Buscar información por motivos personales Navegar la web sin buscar algo específico Comprar una entrada para una exposición, evento o comprar algo en la tienda	Encuesta online	Malde, Finnis, Kennedy, Ridge, Villaespesa and Chan (2013)
Tate	Información por motivos personales Estudiante Investigación científica Inspiración Disfrute y ocio Noticias de arte Planificación de una visita por primera vez Planificación de una nueva visita Información del museo	Encuesta online	Stack and Villaespesa (2015)
The Museum of Modern Art	Búsqueda de información de eventos y exposiciones Planificación de la primera visita Planificación de una nueva visita Disfrute observando arte Académico realizando investigación Aprendizaje sobre arte moderno y contemporáneo Artista o creativo buscando inspiración	Encuesta online	Romeo (2016)

	Búsqueda de noticias sobre arte Búsqueda de formas para conectar con el museo (amigos, trabajo) Compras en la tienda		
National Museum website visitor motivation survey (US)	Explorador Facilitator Buscador de experiencias Profesional/aficionado Renovador de energía	Encuesta Google Analytics	Spellerberg (2016)
National Liverpool Museums	Público general No profesionales Estudiantes Académicos Profesores Personal de museos	Online survey	Walsh, Hall, Clough and Foster (2017)
Science Museum (UK)	Estudiante universitario Estudiante secundaria y bachillerato Enseñanza Interés personal Interés profesional Enseñanza	Encuesta online	Fildes (2018)
The Metropolitan Museum of Art (Colección Online)	Investigador académico Estudiante Buscador de información por motivos personales Buscador de inspiración Navegador casual Planificador	Encuesta Google Analytics	Villaespesa (2018)

Tabla 1: Listado de segmentaciones de usuarios web desarrolladas en museos

han investigado cómo los museos están haciendo uso de estas plataformas. En la investigación llevada a cabo por Fletcher y Lee (2012) sobre museos en Estados Unidos a través de 315 encuestas y nueve entrevistas en profundidad, se llegó a la conclusión de que la mayor parte de los museos sólo utilizan estos canales de manera unidireccional, fundamentalmente para la promoción de eventos y exposiciones. Sin embargo,

3.2. Analítica en redes sociales

Las redes sociales son utilizadas por los museos de diversas maneras y el modelo de participación entre el museo y el usuario varía de proyecto en proyecto. Varios estudios



los datos mostraban signos de un cambio hacia una relación más interactiva con el usuario, mediante la creación de concursos, juegos o con preguntas sobre diferentes temas. El estudio elaborado por Langa (2014) muestra resultados similares, en este caso, centrándose en las actividades en Twitter de cuarenta y ocho museos americanos. Los datos de este estudio apuntaban a un uso puramente de marketing en Twitter y promovían un cambio de tendencia, ya que aquellos museos que utilizaban la plataforma de manera más interactiva, como por ejemplo mediante el uso de juegos o tweets en directo, mostraban un mayor nivel de participación de los usuarios.

Dada la diversidad de usos y objetivos en redes sociales, volviendo al punto de partida de este artículo, es necesario seleccionar unos indicadores específicos dependiendo de las intenciones de uso de la plataforma. Tras un estudio de

los objetivos estratégicos de veinticuatro instituciones culturales en Reino Unido (incluyendo Tate, la Biblioteca Británica, Museo Británico, Museo de Londres, entre otros), se desarrolló el siguiente marco de evaluación para redes sociales (Figura 1). Este marco resume los métodos, métricas y herramientas que las organizaciones pueden utilizar para investigar el comportamiento de los usuarios en las redes sociales en relación con los objetivos estratégicos de la organización. Este es un recurso que ayuda en el proceso de selección de los indicadores de rendimiento y las herramientas necesarias para recopilar y analizar los datos. El marco de evaluación enumera los seis principales objetivos estratégicos de medios sociales identificados en las entrevistas y análisis de contenidos de las entradas en Facebook y Twitter de estas instituciones: comunidad, marca, comunicación y marketing, interacción, distribución de contenidos y atención al visitante.

Comunidad	Marca	Marketing y comunicación	Interacción	Contenido	Atención al visitante
Tamaño: número de seguidores Herramienta de analítica RRSS	Volumen de menciones Herramienta monitorización RRSS	Ingresos, ventas Analítica web: ROI, conversiones	Ratio de interacción Analítica RRSS: interacciones / impresiones	Tráfico a la web Analítica web: informes de adquisición	Volumen de respuestas Analítica RSS, CRM
Segmentos, datos demográficos Herramienta de analítica RRSS, encuestas	Temas, mensajes, palabras claves Herramienta monitorización RRSS	Visitas al museo Encuestas (% visitantes mencionan RRSS)	Número de comentarios y calidad Analítica RRSS, análisis contenidos	Usuarios recurrentes Analítica web: % usuarios recurrentes	Eficiencia Analítica RSS, CRM: tiempo respuesta
	Sentimiento de las menciones Herramientas análisis de sentimiento	Alcance del mensaje Analítica RRSS: impresiones, usuarios	Calidad de las conversaciones Análisis contenidos y lingüístico	Contenidos compartidos Analítica web: clicks en botones RRSS	Satisfacción de los usuarios Encuestas, comentarios
	Usuarios influyentes Herramienta monitorización RRSS	Menciones mensajes claves Herramienta monitorización RRSS	Uso de hashtags Herramienta monitorización RRSS	Conversiones Analítica web: flujo de comportamiento	Opiniones de visitantes Análisis de sentimiento, opiniones, votos

Figura 1: Marco de evaluación para redes sociales (VILLAESPESA, 2016)

Cuando los museos empezaron a tener presencia en redes sociales la única métrica que se utilizaba para medir el éxito de estas actividades era el número de seguidores y páginas como Museum Analytics se lanzaron para recoger estos rankings y listados de manera automática. Espinós (2016), tras un análisis y visualización de los museos en Twitter, propuso una serie de iniciativas para que los museos pudiesen aumentar el número de seguidores. Sin embargo, los museos han evolucionado para incorporar otras métricas en sus informes como el número de interacciones o comentarios y clicks en los contenidos. No obstante, existen todavía retos considerables en relación a las herramientas, definición y estandarización de métricas y recursos para realizar este trabajo de recogida y análisis de datos (VILLAESPESA, 2016). Podemos encontrar distintos profesionales de los museos evaluando su trabajo en redes sociales, midiendo, por ejemplo, el alcance en Instagram (SMITH, 2015), la interacción con videos en Facebook (SAUNDERSON, 2016) o el tráfico a la web proveniente de campañas de marketing (NAIDITCH,

GERTZ y CHAMORRO, 2017). Un estudio de los tweets publicados durante el festival «Art in Action» que inauguró los Tanques en Tate Modern, evaluó Twitter desde tres perspectivas distintas, dependiendo de los objetivos de la actividad. Primero, desde el punto de vista del marketing, Tate utilizó Twitter para promocionar el festival, por lo tanto, se midió el impacto en el alcance del mensaje y la distribución de contenidos en este canal. En segundo lugar, se utilizó Twitter para interactuar con los visitantes de este espacio con la creación de un muro digital donde los tweets de los usuarios eran proyectados en la pared si se utilizaba el hashtag #the-tanks. Para incentivar la participación, el departamento de educación propuso una serie de preguntas que el visitante podía responder. En este caso, se midió si los visitantes contestaban a las preguntas y la calidad de las respuestas. En tercer y último lugar, se exploró el potencial de Twitter como herramienta de estudios de públicos, ya que los usuarios comentaban su experiencia en el museo y subían fotos a sus perfiles. Una muestra de estos tweets fue analizada codificando el contenido y el sentimiento de cada uno de ellos para analizar si los visitantes habían tenido una buena experiencia o no y cuáles eran los elementos que habían influenciado

este resultado (VILLAESPESA, 2015). Paralelamente, encontramos otros estudios donde además de utilizar los datos provenientes del perfil en redes sociales del museo, se utilizan estas plataformas para observar y analizar la experiencia de los visitantes a través del texto y las imágenes subidas por los usuarios (BUDGE, 2017; STYLIANOU-LAMBERT, 2017; GERRARD, SYKORA and JACKSON, 2017; BUDGE and BURNES, 2018). Los métodos de análisis son variados y abarcan desde un análisis de contenidos elaborado de forma manual y cualitativa, a un extracto del contenido utilizando programación y aprendizaje automatizado.

3.3. Analítica móvil

Una tendencia digital que se ha desarrollado notoriamente en los últimos años es la utilización de la tecnología en el espacio expositivo materializado en los museos con una mayor oferta de contenidos digitales para soportes móviles, ya sea a través de webs optimizadas o de aplicaciones. En su formato más tradicional, donde los visitantes pueden acceder a los contenidos de la colección y exposiciones encontramos las audio guías. Estas se han desarrollado en forma de aplicaciones disponibles para su alquiler o descarga directa en el móvil del visitante. Más allá de este contenido en audio, encontramos juegos, realidad aumentada o mapas interactivos entre los elementos más comunes en las aplicaciones de los museos. En este medio digital también podemos encontrar distintos métodos aplicados a la recogida y análisis de datos. Algunos museos, como el Museo Británico (MANNION, SABIESCU y ROBINSON, 2015) y el Museo Metropolitano de Nueva York (MANN y TUNG, 2015), han utilizado

métodos tradicionales como las observaciones y encuestas para evaluar las motivaciones y la satisfacción de sus audio guías ofrecidas en móviles. Sin embargo, en este campo, la analítica digital ofrece decenas de métricas que se pueden recoger sobre el acceso y uso a los contenidos en aplicaciones móviles. Herramientas como Google Analytics o Flurry ofrecen informes sobre el número de descargas, usuarios activos y cómo estos han descubierto la aplicación en la tienda iTunes o Google Play. Además, estas herramientas recogen datos sobre la actividad de los usuarios y su comportamiento interactuando con las pantallas de la aplicación, duración de la sesión y recorrido. Es posible obtener datos técnicos específicos de las aplicaciones, que informan sobre los errores de la aplicación o la versión de móvil que utiliza el usuario. Un ejemplo concreto del uso de analítica móvil incluyendo sus limitaciones es el estudio llevado a cabo en el Museo Nacional de Historia Natural del Smithsonian para evaluar el uso de la aplicación Skin & Bones. Los visitantes podían acceder a material complementario incluyendo videos, actividades y diez objetos en realidad aumentada expuestos en el Bone Hall. Los datos se obtuvieron mediante Google Analytics, que tuvo que ser adaptado para poder filtrar y segmentar los datos con el fin de analizar su utilización tanto fuera como dentro del museo (MARQUES, COSTELLO y ALPERT, 2017).

4. Cultura de datos en el área digital

Las herramientas para capturar la información requerida son de fácil acceso y en muchos casos son gratuitas. El volumen de datos que se generan en el ámbito digital representa una gran oportunidad para que estas instituciones puedan adquirir un mayor entendimiento de su público. Sin embargo, los museos tienen que adoptar una actitud madura en el uso de la evaluación digital, de tal forma que puedan ofrecer una mejor experiencia a sus usuarios y entender el impacto de sus actividades digitales. Ello conlleva dedicar recursos al análisis de datos. Por lo tanto, cabría que reflexionáramos sobre cómo se están adaptando las instituciones culturales a este entorno en constante cambio y cómo están midiendo la participación digital de sus audiencias. Uno de los principales retos que se plantean es entender cómo ha de realizarse la transición para adoptar una cultura de evaluación y análisis digital en la organización. Para lograr este cambio en la organización se pueden seguir una serie de pasos que van desde la auditoría y recogida de necesidades de evaluación, la definición de una estrategia de analítica digital y selección de indicadores, hasta finalmente, la utilización de herramientas para la recogida, análisis y comunicación de resultados (Figura 2).



Figura 2: Pasos en el desarrollo de una cultura de datos

Este cambio hacia una cultura organizativa en el uso de datos es lento y requiere trabajo en las áreas mencionadas de forma continua. Es también clave convertirlo en una prioridad desde el punto de vista del liderazgo del museo. En Tate, por ejemplo, esa cultura de trabajo basada en la evaluación quedó reflejada en la estrategia digital: «Comprender a nuestro público y evaluar el impacto y el valor de sus experiencias digitales es un elemento vital de la transformación digital de Tate. Uno de los objetivos es establecer una cultura digital dentro de Tate que esté centrada en la audiencia, responda a las necesidades de la audiencia y que también sea iterativa y dirigida por la evaluación» (STACK, 2013).

Aunque las herramientas y los métodos son muy importantes, para que estos datos puedan tener influencia en la implementación de cambios, la práctica de la evaluación debe integrarse en los procesos internos de la organización. En muchos casos, aunque la evaluación se percibe como algo que sucede una vez que el proyecto se ha puesto en marcha, hay una parte del trabajo que debe ser realizada de antemano para cerciorarse de que se estén recopilando los datos correctos y de que exista una estructura en la organización para responder a los resultados. En la fase de planificación de una iniciativa digital, debe haber un plan de evaluación que reúna los objetivos y audiencias del proyecto, así como las métricas que se utilizarán durante la evaluación. El plan de evaluación debe incluir también las funciones y responsabilidades del equipo de evaluación, el marco de tiempo de recogida y análisis de datos, la frecuencia de presentación de informes, listado de los interesados que van a recibir los resultados de la evaluación, canales de comunicación, y cómo se utilizarán los resultados. Durante la fase de producción, es crucial implementar las herramientas que serán necesarias para recoger los datos deseados. Por ejemplo, con el fin de recoger tweets en particular para una exposición, una conferencia o rendimiento, existen herramientas muy útiles, pero teniendo en cuenta las limitaciones de acceso a datos que presenta la plataforma es importante implementarlas antes de que ocurra la actividad. Tal y como se recoge en los ejemplos para webs y aplicaciones móviles en este artículo, la implementación de Google Analytics necesita una configuración avanzada para recopilar datos sobre determinadas acciones de los usuarios. Una vez que el proyecto se haya lanzado, los datos se recogen y se analizan y los resultados se distribuyen dentro de la organización a través de *dashboards*, informes u otros medios de comunicación interna, para implementar cambios en base a esta información.

Comprender a los usuarios de internet se está convirtiendo en un aspecto de vital importancia para todo tipo de organizaciones.

5. Conclusión

La aplicación de la analítica digital y otros métodos de evaluación para las iniciativas digitales está en continuo desarrollo. El gran volumen de datos generados por los usuarios en las distintas plataformas digitales presenta una oportunidad para que los museos puedan conocer a los usuarios, mejorar las experiencias digitales, así como medir el impacto de estas iniciativas. El uso de estas herramientas en los museos se limita, en la mayor parte de los casos, a una recogida de métricas generales de alcance como visitas a la web, número de seguidores en redes social o descarga de aplicaciones móviles. Existen casos donde la analítica, en combinación con el uso de otros métodos, se ha utilizado para analizar en detalle las acciones de los usuarios o para crear una segmentación de distintos tipos de usuarios. No obstante, la falta de estandarización de esta práctica y la limitación en lo que a recursos se refiere, supone un reto en los museos. Por lo tanto, es necesario el desarrollo de un marco de evaluación que permita una recogida y análisis de datos continua dentro del sector.

La rápida evolución del campo de la analítica digital trae nuevos métodos y herramientas que se incorporan a los utilizados tradicionalmente en los museos. La tendencia en este campo de la analítica digital viene a evaluar el aspecto digital del museo de manera aislada, sin tener en cuenta la conexión con lo que ocurre dentro de las salas del museo. Sin embargo, no deberían verse como dos áreas separadas, la evaluación debe realizarse con una visión integrada de la experiencia, con el aspecto digital como una faceta más de la experiencia del visitante ya sea presencial o virtual. En conclusión, el uso eficaz de los datos implica un cambio hacia un museo enfocado en el usuario, donde las decisiones sobre las actividades en general, y en concreto las digitales, se toman en función de las necesidades y expectativas del usuario, así como de los datos y resultados de la evaluación.

Bibliografía

BRANTHWAITE, A. and PATTERSON, S. (2011). «The Power of Qualitative Research in the Era of Social Media». *Qualitative Market Research: An International Journal*, 14(4), pp. 430-40.

BRYMAN, A. (2012). *Social Research Methods*, Oxford, Oxford University Press.

BUDGE, K. and BURNES, A. (2018). «Museum objects and Instagram: agency and communication in digital engagement». *Journal of Media & Cultural Studies*, 32(2), pp. 137-150. DOI: 10.1080/10304312.2017.1337079

CHAN, S. (2008). «Towards New Metrics of Success for On-Line Museum Projects» en J. Trant y D. Bearman, *Museums and the Web 2008: Proceedings*, Toronto, Archives & Museum Informatics. Disponible en: <http://www.archimuse.com/mw2008/papers/chan-metrics/chan-metrics.html> [Consultado: 10-04-2018].

CHAN, S., CLEMENTS, R. and FINNIS, J. (2011). «Let’s Get Real: How to Evaluate Online Success?». Brighton: Culture24. Disponible en: <http://www.keepandshare.com/doc/3148918/culture24-howtoevaluateonlinesuccess-2-pdf-september-19-2011-11-15-am-2-5-meg?da=y>. [Consultado 15-05-2018].

COOPER, A. (1999). *The Inmates Are Running the Asylum: Why High-Tech Products Drive Us Crazy and How to Restore the Sanity*, Indianapolis, Sams.

DEVINE, C. (2018). «The Digital Footprint». *Museums and the Web 2018*. Disponible en: <https://mw18.mwconf.org/paper/the-digital-footprint/> [Consultado 18-08-2018].

DRESSLER, V. A. and KAN, K-H. (2018). «Mediating Museum Display and Technology: A Case Study of an International Exhibition Incorporating QR Codes». *Journal of Museum Education*, 43(2), pp. 159-170. <http://dx.doi.org/10.1080/10598650.2018.1459081>.

DUMAS, J. S., y SALZMAN, M. C. (2006). «Usability Assessment Methods». *Reviews of Human Factors and Ergonomics*, 2(1), pp. 109-140. DOI: 10.1177/1557234X0600200105.

FALK, J. H. (2009). *Identity and the museum visitor experience*, Walnut Creek, Calif, Left Coast Press.

FILDES, E. (2018). «How audiences discover the Science Museum Group Collection». *Science Museum Group Digital Lab Medium*. Disponible en: <https://lab.science-museum.org.uk/how-audiences-discover-the-science-museum-group-collection-76ccd732ef72> [Consultado 15-5-2018].

FILIPPINI FANTONI, S., STEIN, R. y BOWMAN, G. (2012). «Exploring the Relationship Between Visitor Motivation and Engagement in Online Museum Audiences». *MW2012: Museums and the Web 2012*. Disponible en: http://www.museumsandtheweb.com/mw2012/papers/exploring_the_relationship_between_visitor_mot [Consultado 10-07-2018].

FLETCHER, A., y LEE, M.J. (2012). «Current Social Media Uses and Evaluations in American Museums». *Museum Management and Curatorship*, 27(5), pp. 505-521. DOI: 10.1080/09647775.2012.738136.

GERRARD, D., SYKORA, M. y JACKSON, T. (2017). «Social media analytics in museums: extracting ex-

pressions of inspiration». *Museum Management & Curatorship*, 32(3), pp. 232-250. DOI: 10.1080/09647775.2017.1302815.

GOLDMAN, K-H. and SCHALLER, D. (2004). «Exploring Motivational Factors and Visitor Satisfaction in On-Line Museum Visits». *Museums and the Web 2004*. Disponible en <http://www.archimuse.com/mw2004/papers/haleyGoldman/haleyGoldman.html> [Consultado 4-8-2018].

GRENNAN, K. (2015). «How Can Google Analytics Help Your Arts Organization Increase Your Audience?». *Arts Management & Technology Laboratory Blog*. Disponible en <http://amt-lab.org/blog/2015/12/how-can-google-analytics-help-your-arts-organization-increase-your-audience> [Consultado 14-05-2018].

HAYNES, J. and ZAMBONINI, D. (2007). «Why are they doing that!? How users interact with museum web sites» en J. Trant y D. Bearman, *Proceedings from Museums and the Web Conference*, Toronto, Archives & Museum Informatics. Disponible en: <https://www.museumsandtheweb.com/mw2007/papers/haynes/haynes.html>. [Consultado 23-08-2018].

HENN, M., WEINSTEIN, M. y FOARD, N. (2009). *A Critical Introduction to Social Research*, Londres, Sage.

HERRING, S. C. (2010). «Web Content Analysis: Expanding the Paradigm» en J. Hunsinger, L. Klasturp and M.M. Allen, *International Handbook of Internet Research*, Dordrecht, Springer.

HINE, C. (2008). «Internet Research as Emergent Practice» en S. N. Hesse-Biber y P. Leavy, *Handbook of Emergent Methods*, Nueva York, Guilford Press.

HOGAN, B. (2008). «Analyzing Social Networks via the Internet» en N. Fielding, R.M. Lee and G. Blank, *The SAGE Handbook of Online Research Methods*, Londres, Sage.

HOOVER-GREENHILL, E. (1995). *Museums and communication: an introductory essay*. *Museum, Media, Message*, Londres, Nueva York, Routledge.

KABASSI, K. (2017). «Evaluating websites of museums: State of the art». *Journal of Cultural Heritage*, 24, pp. 184-196. DOI: 10.1016/j.culher.2016.10.016.

KAPLAN, R. S., y NORTON, D. P. (1996). *The balanced scorecard: translating strategy into action*, Boston, Harvard Business School Press.

KAUSHIK, A. (2010). *Web analytics 2.0 the art of online accountability*, Hoboken, NJ., Wiley.

LANGA, L. A. «Does Twitter Help Museums Engage with Visitors?». *iConference 2014 Proceedings*. iSchools, 2014. Disponible en: <https://www.ideals.illinois.edu/handle/2142/47289> [Consultado 5-9-2017].

LEWIS, A. (2015). «How to gather data to show how visitors really use your site-specific features». V&A blog. Disponible en: <http://www.vam.ac.uk/blog/digital-media/capturing-user-behaviour-specific-to-your-services>. [Consultado 23-06-2018].

LOPATOVSKA, I. (2015). «Museum website features, aesthetics and visitors’ impressions: a case study of four museums». *Museum Management and Curatorship*, 30(3) pp. 191-207. DOI: 10.1080/09647775.2015.1042511.

MALDE, S., FINNIS, J., KENNEDY, A., RIDGE, M., VILLAESPESA, E., and CHAN, S., (2013). «Let’s get real: A journey towards understanding and measuring digital engagement». *WeAreCulture24*, Brighton, Culture24. Disponible en: <http://weareculture24.org.uk/projects/action-research/> [Consultado 10-10-2017].

MANN, L. and TUNG, G. (2015). «A new look at an old friend: Reevaluating the Met’s audio-guide service» *MW2015: Museums and the Web 2015*. Disponible en: <https://mw2015.museumsandtheweb.com/paper/a-new-look-at-an-old-friend-re-evaluating-the-mets-audio-guide-service/> [Consultado 19-7-2018].

MANNION, S., SABIESCU, A. and ROBINSON, W. (2015). «An audio state of mind: Understanding behaviour around audio guides and visitor media». *MW2015: Museums and the Web 2015*. Disponible en: <https://mw2015.museumsandtheweb.com/paper/an-audio-state-of-mind-understanding-behaviour-around-audio-guides-and-visitor-media/> [Consultado 19-7-2018].

MARQUES, D., COSTELLO, R. and ALPERT, B. (2017). «A location based understanding of mobile app user behavior». *MW17: Museums and the Web 2017*. Disponible en: <https://mw17.mwconf.org/paper/a-location-based-understanding-of-mobile-app-user-behavior/> [Consultado 19-7-2018].

MCDERMOTT, D. (2015). *The Digital Metrics Dashboard*, Carnegie Museums of Pittsburgh, Innovation Studio Blog. Disponible en: <https://studio.carnegiemuseums.org/the-digital-metrics-dashboard-768b045b2a97>. [Consultado 25-03-2018].

MOFFAT, K (2017). «Analytics» en A. HOSSAINI and N. BLANKENBERG, *Manual of digital museum planning*, Lanham, Rowman & Littlefield.

NAIDITCH, M., GERTZ, R. and CHAMORRO, E. (2017). «How do you museum?: Marketing user-generated content to engage audiences». *MW17: Museums and the Web 2017*. Disponible en: <https://mw17.mwconf.org/paper/how-do-you-museum-marketing-user-generated-content-to-engage-audiences/> [Consultado 9-7-2018].

PEACOCK, D. y BROWNBILL, J. (2007). «Audiences, Visitors, Users: Reconceptualising Users of Museum On-line Content and Services» en J. Trant and D. Bearman, *Proceedings from Museums and the Web Conference*, Toronto, Archives & Museum Informatics. Disponible en: <http://www.archimuse.com/mw2007/papers/peacock/peacock.html>. [Consultado 21-08-2018].

PEKARIK, A. J., DOERING, Z. D. and KARNS, D. A. (1999). «Exploring Satisfying Experiences in Museums». *Curator: The Museum Journal*, 42, pp. 152–173. DOI: 10.1111/j.2151-6952.1999.tb01137.x.

ROHRER, C. (2014). «When to Use Which User-Experience Research Methods». NNGroup. Disponible en: <https://www.nngroup.com/articles/which-ux-research-methods/> [Consultado 11-08-2018].

ROMEO, F. (2016). «What motivates a visit to MoMA's website?». *Digital @MoMA Medium*. Disponible en: <https://medium.com/digital-moma/what-motivates-a-visit-to-moma-s-website-ebad33e67ef0> [Consultado 15-10-2017].

SAUNDERSON, H. (2017). «Museum experiments with Facebook live video». *National Museums of Scotland Blog*. Disponible en: <https://blog.nms.ac.uk/2016/11/21/museum-experiments-with-facebook-live-video/> [Consultado 4-6-2018].

SCOTT, M. and MEIJER, R. (2009). «Tools to Understand: An Evaluation of the Interpretation Material used in Tate Modern's Rothko Exhibition». *Tate Papers*, 11. Disponible en: <http://www.tate.org.uk/research/publications/tate-papers/11/tools-to-understand-an-evaluation-of-the-interpretation-material-used-in-tate-moderns-rothko-exhibition> [Consultado 24-02-2016].

SMITH, J. H. (2015). «The Me/Us/Them model: Prioritizing museum social-media efforts for maximum reach» *Museums and the Web 2015*. <https://mw2015.museumsandtheweb.com/paper/the-meusthem-model-prioritizing-museum-social-media-efforts-for-maximum-reach/> [Consultado 19-8-2018].

SOLAS, N. (2010). «Hiding Our Collections in Plain Site: Interface Strategies for 'Findability'» en J. Trant and D. Bearman, *Museums and the Web 2010: Proceedings*, Toronto, Archives & Museum Informatics. Disponible en: <http://www.archimuse.com/mw2010/papers/solas/solas.html> [Consultado 2-05-2018].

SPELLERBERG, M. (2016). «The National Museum Website Visitor Motivation Survey». *Museums and the Web MWXX*. Disponible en: <http://martyspellerberg.com/2016/04/the-national-museum-website-visitor-motivation-survey-mw2016-presentation/> [Consultado 3-8-2018].

STACK, J. (2013). «Tate Digital Strategy 2013–15: Digital as a Dimension of Everything». *Tate Papers*, 19. Disponible en: <https://www.tate.org.uk/research/publications/tate-papers/19/tate-digital-strategy-2013-15-digital-as-a-dimension-of-everything> [Consultado 29-7-2018].

STACK, J. and VILLAESPESA, E. (2015). «Finding the motivation behind a click: Definition and implementation of a website audience segmentation». *Museums and the Web 2015*. Disponible en: <http://mw2015.museumsandtheweb.com/paper/finding-the-motivation-behind-a-click-definition-and-implementation-of-a-website-audience-segmentation/> [Consultado 9-1-2018].

STYLIANOU-LAMBERT, T. (2017). «Photographing in the Art Museum: Visitor Attitudes and Motivations». *Visitor Studies*, 20(2), pp. 114-137.

TASICH, T. and VILLAESPESA, E. (2012). «Making sense of numbers: A journey of spreading the analytics culture at Tate». *Museums and the Web 2012*. Disponible en: http://www.museumsandtheweb.com/mw2012/papers/making_sense_of_numbers_a_journey_of_spreading.html [Consultado 20-05-2018].

TASICH, T. and VILLAESPESA, E. (2013). «Meeting the Real User: Evaluating the Usability of Tate's Website» en N. Proctor and R. Cherry, *Museums and the Web 2013*, Silver Spring, MD. Disponible en: <https://mw2013.museumsandtheweb.com/paper/meeting-the-real-user-evaluating-the-usability-of-tates-website/> [Consultado 17-06-2018].

VILLAESPESA, E. (2013). «Diving into the Museum's Social Media Stream. Analysis of the Visitor Experience in 140 Characters». *Museums and the Web 2013*. Disponible en: <http://mw2013.museumsandtheweb.com/paper/diving-into-the-museums-social-media-stream/> [Consultado 19-10-2017].

VILLAESPESA, E. (2016). *Measuring Social Media Success: The value of the Balanced Scorecard as a tool for evaluation and strategic management in museums*. Tesis doctoral, University of Leicester. Disponible en: <https://lra.le.ac.uk/bits-tream/2381/37985/1/2016VILLAESPESAEPHD.pdf>

VILLAESPESA, E. (2017). «Who are the users of The Met's Online Collection?». Blog del The Metropolitan Museum of Art. Disponible en: <https://www.metmuseum.org/blogs/collection-insights/2017/online-collection-user-research> [Consultado 1-7-2018].

WALSH D., HALL M., CLOUGH, P. and FOSTER J. (2017). «The Ghost in the Museum Website: Investigating the General Public's Interactions with Museum Websites» en J. Kamps, G. Tsakonas, Y. Manolopoulos, L. Iliadis and I. Karydis, *Research and Advanced Technology for Digital Libraries*. TPD L 2017. Lecture Notes in Computer Science, vol. 10450, Springer, Cham. DOI: 10.1007/978-3-319-67008-9_34

WEIL, S. E. (2001). «Beyond Big and Awesome: Outcome-Based Evaluation». *Museum News* 82, n. 6. Disponible en: http://www.aam-us.org/pubs/mn/MN_ND03_OutcomeBased.cfm [Consultado 1-03-2013].

WU, S. (2013). «Asia art museum on Google Art Project: A web log analysis of the National Palace Museum's Participation» en N. Proctor and R. Cherry, *Museums and the Web 2013*. Silver Spring, MD: Disponible en: <https://mw2013.museumsandtheweb.com/paper/asia-art-museum-on-google-art-project-a-web-log-analysis-of-the-national-palace-museums-participation-in-the-google-art-project/> [Consultado 11-06-2018].

AUTOR

Jorge Fernández de León

ADSCRIPCIÓN PROFESIONAL

Experto en Políticas Culturales

TÍTULO

Democracia cultural y promesas de dinero. Políticas culturales y arm's length en la esfera anglosajona, hoy (II).

CORREO-E

jorgefleon.fernandezleon@gmail.com

RESUMEN

En esta segunda parte del texto iniciado en el anterior número de Periférica (nº 18: <https://revistas.uca.es/index.php/periferica/article/view/4182>), recordando algunos de los extremos señalados en aquél, vamos destacar algunos factores singulares de la situación de las políticas culturales en Gran Bretaña., desde el final de la II Guerra Mundial hasta hoy. Para ello repasaremos las dos grandes tendencias del pensamiento político respecto al papel de la cultura en el bienestar de la ciudadanía: Democracia cultural o democratización de la cultura en sus diversas variables. Abordaremos el papel crucial de los Estudios Culturales en la configuración de este debate y la actualidad de algunas de sus ideas motoras. Resumiremos la función de algunas de las organizaciones encargadas de la gestión de la cultura y mencionaremos la singularidad de su articulación. Haremos mención, además, al papel central en la continuidad de ciertas políticas de acceso y en la definición de los nuevos discursos hegemónicos del siglo XXI de las grandes Corporaciones metropolitanas. Trataremos de llamar la atención sobre el papel de algunos actores (si, generalmente en masculino, con dos notables excepciones), de los cambios en la política cultural en los gobiernos laboristas de Wilson/Blair y en el conservador de Thatcher, recordando la llegada -para quedarse- del discurso de las industrias creativas y describiendo el panorama ahora mismo del debate cultural en el país. Una tarea que, como en el primer trabajo, excluye numerosos asuntos de complejidad imposible de tratar en este espacio (las políticas territoriales diferenciadas de Escocia, Gales o Irlanda del Norte, por ejemplo).

PALABRAS CLAVE

Evaluación; estudios de público; analítica digital; segmentación; métricas.

AUTHOR

Jorge Fernández de León

PROFESSIONAL AFFILIATION

Experto en Políticas Culturales

TITLE

Cultural democracy and promises of money. Cultural policies and arm's length in the English-speaking world today (II).

E-MAIL

jorgefleon.fernandezleon@gmail.com

ABSTRACT

In this second instalment of the text (for part one, see Periférica nº 18: <https://revistas.uca.es/index.php/periferica/article/view/4182>), I return to some of the extremes indicated in the first part in order to highlight some of the unique factors associated with cultural policies in Great Britain from the end of World War II until the present day. To this end, I will review the two main trends in political thought with respect to the role of culture in public well-being: cultural democracy or the democratisation of culture in its diverse aspects. I will address the crucial role of Cultural Studies in shaping the debate and will explore some of its principal ideas today. I will also summarise the function of some of the organisations responsible for cultural management and comment on the singular nature of their organisation. In addition, I will examine the central role played by the large metropolitan corporations in ensuring the continuity of access policies and in defining the new hegemonic discourses of the 21st century. Special attention will be paid to particular actors (generally male, with two notable exceptions) and to changes in cultural policies under the Wilson/Blair Labour governments and Thatcher's Conservative government, noting the arrival -to stay- of the discourse of the creative industries and describing the current panorama of cultural debate in the country. As with the first part, the present article excludes numerous matters that are too complex to address in the limited space available (for example, the different policies of Scotland, Wales and Northern Ireland).

KEYWORDS

Evaluation; audience studies; digital analytics; segmentation; metrics.

Democracia cultural y promesas de dinero. Políticas culturales y arm's length en la esfera anglosajona hoy (II)

Jorge Fernández de León

Entre el 22 y el 25 de septiembre de 2018 ha tenido lugar en Liverpool la tercera edición del festival TWT,¹ *The World Transformed* (El mundo, transformado), un debate multitudinario organizado en paralelo a la Conferencia anual del Partido Laborista, en un momento de especial agitación política en la Gran Bretaña de este primer cuarto de siglo. El eje de este festival es la cultura en todas sus manifestaciones, Pero lo más significativo para nuestro repaso a la política cultural británica que viene, puede ser la inclusión en el programa de un denominado «Grupo de Lectura Eco-Corbynista» de una obra seminal de Raymond Williams «Hacia el año 2.000» (1983), que ya entonces proponía un análisis radicalmente nuevo de la acción política. Una propuesta de lectura crítica del mundo que, tras la ingente tarea de elaboración teórica del discurso cultural del intelectual galés, a partir de su trabajo de 1958 «Culture is ordinary» (la cultura es lo común, podríamos traducir es este caso), vuelve a tomar cuerpo en la discusión en torno a la cultura como uno de los tres campos –junto con la economía y la ecología– en torno a los que se forjan las respuestas políticas y ciudadanas desde la izquierda a la crisis global.

Este encuentro, así como el origen de este Festival son parte central de la estrategia de Momentum, grupo de acción política constituido para consolidar la posición del veterano dirigente Jeremy Corbyn al frente de los Laboristas, tras su triunfo en el Congreso de 2016. Momentum,² una organización paralela al partido, cuenta ahora con más de 40.000 miembros y, a diferencia de cualquier otro movimiento reciente en la historia británica, ha hecho gala desde el principio de una especial preocupación por la cultura y por su papel transformador en la vida de la ciudadanía. Suya es la iniciativa para la presencia del líder laborista en el Festival de Glastonbury, donde Corbyn saludó a una efusiva audiencia juvenil, así como la menos feliz propuesta de continuidad de este éxito, el Festival conmemorativo *Labour Day*³ el pasado junio.

En torno a ellos se están uniendo diversas organizaciones como el Movimiento por la Democracia Cultural,⁴ el colectivo CulturaImporta⁵ (*CultureMatters*) y otros grupos de activismo que, por primera vez desde la segunda guerra mundial tratan de llevar la cultura a la agenda central de la política. Pero la dimensión que la política cultural y el estudio de sus procesos ha adquirido en Gran Bretaña tras la II Guerra Mundial no tiene probablemente paralelo en el mundo.

Y ello en un marco casi omnicomprendivo en cuanto a sus márgenes y definición pero que, en palabras del citado R. Williams, acabará casi siempre reducido al conflicto entre la voluntad conservadora de minimizar el papel del sector público en la cultura y el deseo de instituir un servicio público que abarque numerosas actividades humanas. Un mundo deseado cuyas instituciones no pueden entenderse sin «relacionarlas inmediatamente con el orden social en el que operan (...) pero la presión para reducir la participación del sector público en la cultura, en una nueva fase de competencia capitalista, seguía planteando la necesidad de dinero privado. Pronto una hoja de parra: El patrocinio. La deseada palabra, porque ¿no es el que patrocina un padrino? Así pues, no se trata de un vulgar empleo. Patrocinio. Ofertas y promesas. Promesas de dinero» (WILLIAMS 1983: 157, 159).

El marco y la acción de las políticas culturales

La política cultural es ampliamente reconocida como un arma eficaz que los modelos de gobierno neoliberales utilizan, muchas veces de forma indiscriminada, para perpetuar los mecanismos de segregación, haciendo de la esfera cultural un espacio privatizado, articulado en torno a las necesidades de las grandes corporaciones del entretenimiento y los media, reduciendo los recursos institucionales e impidiendo el desarrollo de las estrategias de las organizaciones públicas en favor de políticas de acceso universal (BELFIORE and BENNET, 2010; HEWISON, 1995; HEDSMONDHALL, 2015; JESSOP, 1998).

Pero en el mundo de la cultura occidental ello no ha ocurrido sin conflictos. A los períodos de gobiernos socialdemócratas en el entorno cultural anglosajón han sucedido largos años de dominio conservador, pero en ambos, pese a la voluntad de las miradas progresistas como las del propio R. Williams o las del amplio grupo de teóricos reunido en torno al Centro de Estudios Culturales de Birmingham, origen indiscutido como veremos de la disciplina hoy consolidada de los estudios culturales, parecen seguir triunfado los intereses de la industria del entretenimiento frente a los compromisos para consolidar cartas de derechos culturales universales. La tensión creciente entre esas políticas y las comunidades afectadas han ido generando condiciones para un nuevo entorno, difícilmente imaginable hace solo unos años.

No es sin duda materia abordable en este texto, por su dimensión y complejidad, la determinación detallada de a qué llamamos políticas culturales o de cuáles son los sectores que componen el conjunto de políticas específicas y de formas de acción política creadas a través de los diversos

programas prácticos y modelos organizativos que las articulan. A efectos de clarificación, seguimos, para determinar el marco conceptual que abarca nuestra mirada al caso británico, los trabajos del professor Clive Gray (2010, 2012) en los que se detallan esos marcos en campos como el desarrollo comunitario, la sostenibilidad, el patrimonio, la diversidad cultural, los estilos de vida, las industrias culturales y las industrias del entretenimiento y la creatividad, el planeamiento cultural la interculturalidad, la multiculturalidad, la lectura, las artes visuales, los museos, los archivos, el turismo cultural, la ciudadanía cultural, la esfera pública de la cultura y sus conflictos, por citar los más destacados.

A los efectos de este trabajo incluiremos además en el concepto, siguiendo la clasificación de D. Hedmondshalgh (*et al.*, 2015: 6-11) la marca país, considerada como la narración de los historia del país hacia en interior y exterior, desde los eventos globales a la creación y consolidación de las instituciones culturales nacionales; la protección del patrimonio intangible, además del tangible, desde las ceremonias y rituales a las comidas locales; los distintos modos de apoyo a la producción, distribución y consumo cultural (aplicando para el caso el modelo ya comentado en el artículo anterior de Chartrand y McCaughey (1989); y el modelo de control, regulación y censura tanto en materia de prohibiciones explícitas como a la hora de establecer prioridades de gobierno.

Abarcando el conjunto de estas categorías, el caso británico añade a nuestro entender a la mirada general sobre las políticas del *arm's length*, esa singularidad sobre la que han basculado las acciones de los sucesivos Gobiernos del país tras la II Guerra Mundial: La coexistencia de un discurso liberal-conservador que ha configurado la acción de las grandes instituciones culturales del país, (desde los Consejos de las Artes al British Council, los museos y bibliotecas nacionales, etc.), un intento –con resultados desiguales– de los gobiernos Laboristas, desde Harold Wilson y su Ministra para las Artes Jennie Lee hasta las propuestas del Nuevo Laborismo y la Tercera Via de Blair, de transformar esos comportamientos y una línea de pensamiento progresista, articulada en buena parte en torno al movimiento de la Nueva Izquierda, que daría lugar, a principios de la década de los 60 del pasado siglo, al más relevante de los procesos de reflexion crítica en torno a las políticas del sector; los Estudios Culturales como disciplina global, pero que hasta muy recientemente había confinado sus acciones al ámbito de la agitación académica. Trataremos de resumir a continuación algunos de estos factores y su importancia.

La política cultural
es ampliamente reconocida
como un arma eficaz
que los modelos de gobierno
neoliberales utilizan [...] para
perpetuar los mecanismos
de segregación, haciendo
de la esfera cultural
un espacio privatizado.

Un poco de historia (del siglo pasado, más o menos)

La producción de textos propositivos de políticas y de análisis e interpretación de las mismas en el caso de Gran Bretaña tiene una amplísima bibliografía, tanto general como parcial (HEWISON, 1997, 1981, 1987, 1989, 1995, 2000, 2014; GRAY, 2000; HETHERINGTON, 2010; BELL and OAKLEY, 2014; O'BRIEN, 2014; HESMONDHALL *et al.*, 2015; MULCAHY, 2017). Buena parte de estos trabajos han sido realizados al calor de los distintos núcleos de investigación promovidos desde los departamentos de Estudios Culturales. De todos ellos, para seguir someramente el proceso histórico desde 1945 hasta hoy, y para cualquier exploración más profunda, recomendamos especialmente, por la vision general detalladísima que ofrece en sus siete volúmenes sobre el tema, los trabajos sistemáticos de estudio del período del historiador y polemista Robert Hewison,⁶ a veces un académico clásico de los estudios culturales y otras un provocador, cuyas tesis radicales sobre la turistización de la identidad cultural (1989) se adelantaron décadas a las visiones críticas hoy comunes del asunto.

Pero a nuestros efectos, volveremos allí donde lo dejamos en el anterior artículo: A 1946, tras la conflagración

mundial, y en el momento de la conversion del Consejo para la Promoción de la Música y las Artes (CEMA) en el Consejo de las Artes de Gran Bretaña (*Arts Council of Great Britain*, ACGB), el alma misma de la política del *arm's length*.

La iniciativa de John Maynard Keynes y su vision de la política cultural como una política de estado, recordemos que hizo posible la constitución de la primera agencia no directamente dependiente de la administración en el mundo. Una institución que el mismo dirigió hasta su prematura muerte y que nació impregnada del espíritu del Grupo de Bloosbury, del que era miembro activo y cuyas ideas sobre la posibilidad del Desarrollo de la creación exigían para los artistas una libertad de espíritu que «funcionaba mejor sin restricción política, social, financiera o estructural alguna» (UPCHURCH, 2004: 209).

Esta voluntad de superar un modelo burocrático de asignación de recursos para la cultura estaba muy presente en las iniciativas y estrategias del Grupo. No hay que olvidar que la filosofía política de Keynes nacía del juicio de que el capitalismo era un sistema con profundos desequilibrios y que era parte fundamental de los deberes del Estado moderno la redistribución de la riqueza económica de las naciones para mejorar la calidad de vida de las comunidades. Y las experiencias de la cultura controlada por el Estado habían dado entonces, en el primer tercio del siglo XX, numerosos ejemplos de imposición y control de las ideas, censura y violencia contra la creación en Alemania, Italia, Rusia o España, casos muy bien conocidos por la intelectualidad británica. Por eso fue importante para él, desde el principio del proceso, usar su influencia para conseguir que los recursos que se destinaban al Consejo no pasaran por otro Ministerio que no fuera el de Finanzas, sin intervención alguna de los de Educación o de Cultura.

Keynes logró que en los presupuestos del Gobierno británico para 1945 y 1946 se incluyera una partida de 235.00 libras esterlinas, destinada sobre todo al apoyo de las grandes instituciones culturales londinenses, como la *Royal Opera House*. Tras su muerte en 1946, el Gobierno mantuvo sus aportaciones anuales y las fue incrementando hasta llegar a la cifra de 820.000 libras en los presupuestos de 1955 y 1956, empujados de nuevo tras la llegada del historiador y divulgador del arte Kenneth Clark.

La actividad del Consejo de las Artes consistía principalmente en la distribución de recursos a fondo perdido para la producción y distribución de obras y proyectos artísticos, tras petición previa por parte de las organizaciones interesadas. Gracias a esas ayudas se pusieron en marcha giras y

programas de difusión de las artes visuales y la ópera. Desde sus comienzos el Arts Council puso también en marcha una estrategia de adquisición de obras de arte (la *Arts Council Collection*),⁷ que fue alojando en distintos museos y colecciones públicas del país un fondo que hoy supera las 8000 piezas. La historia del Arts Council, dividido desde 1994 en tres distintos organismos independientes (Arts Council of England, Arts Council of Wales y Scottish Arts Council), no es, no obstante, el motivo principal de este artículo. Por su interés en todo caso puede seguirse, además de en la bibliografía general mencionada, en la detallada investigación de A. Sinclair (1995).

La política cultural británica, como la de cualquier país europeo, debe mucho más a la acción de los gobiernos locales, y a su insistencia en el mantenimiento de los servicios básicos de la cultura y a su capacidad resiliente en las distintas crisis, como veremos más adelante, que al devenir de esta gran institución simbólica. Porque serán las ciudades, especialmente las grandes urbes a través de los Distritos y Consejos Metropolitanos, las que llevarán adelante la mayoría de esas políticas. Y en paralelo a ellas, sin conseguir una capacidad de influencia relevante en las políticas laboristas, es necesario hacer mención del papel de la Nueva Izquierda, venida en muchos casos de la propia izquierda laborista, pero enriquecida por las ideas de numerosos intelectuales comunistas, decepcionados con la actuación de la Unión Soviética, especialmente tras la invasión de Hungría. Una Nueva Izquierda que acabará instalada en el ámbito Universitario y que será el origen de la disciplina de los estudios culturales, como ya se ha comentado antes. Pero, por su relevancia en la construcción de la marca país, queremos detenernos, paralelamente a este relato del devenir del pensamiento crítico, en otros tres momentos de la acción declarativa y ejecutiva de los Gobiernos que reflejan el devenir de las políticas públicas del país: El tiempo de Jenny Lee, el período Thatcher y la llegada de los gobiernos de la Tercera Vía. Y en algunos de los documentos que fundaron sus políticas.

Jennie Lee. Los primeros pasos

La presencia de Jenny Lee⁸ en la vida política inglesa es larga y representativa del impulso de todo un grupo de militantes históricos del Partido Laborista, la mayoría varones y venidos como ella del mundo obrero. Hija de un minero galés, llega a la Universidad y entra en política nacional siendo elegida en 1929 como la Diputada más joven del Parlamento británico con 24 años, militando en el Partido Laborista Independiente en Escocia,⁹ una rama autónoma del

Partido Laborista que mantuvo su actividad hasta mediados de los 70. Las discrepancias entre su Partido y el Laborista británico respecto a la política del país confinaron su presencia pública al territorio escocés durante años, dedicando su tiempo a diversos trabajos, entre ellos las colaboraciones en periódicos y revistas de la izquierda inglesa.

En 1945 vuelve al Parlamento ya reintegrada en el Partido Laborista y en 1964, tras las elecciones generales que dan el triunfo a Harold Wilson, es nombrada Ministra para las Artes, puesto que ocupa durante un año para pasar después al frente del Ministerio de Educación y Ciencia y ser la encargada de poner en marcha la Universidad en las Ondas, la que luego será la Universidad Abierta (*Open University*). Para esta tarea presenta un Libro Blanco de la educación de adultos, en el que, bajo el título «Una Universidad en las Ondas» subrayaba la calidad necesaria de sus contenidos señalando que no podía haber duda de que sus futuros estudiantes deberían recibir la misma calidad de enseñanza que los de las universidades presenciales, si se quería que el Proyecto no fuera un fracaso. Esta segunda experiencia la pondrá en contacto con el trabajo y las ideas de los muchos colaboradores teóricos de la Asociación para la Educación Obrera (WEA), una iniciativa sindical y política muy enraizada entre las clases trabajadoras de las ciudades industriales británicas, Asociación en cuyo seno se formó y trabajó durante mucho tiempo Raymond Williams.¹⁰

En el corto período de tiempo de su mandato al frente del recién creado Ministerio de las Artes, tuvo tiempo para lanzar el documento que aún hoy, 53 años después, sigue siendo materia de referencia y debate en los sucesivos materiales que sobre la política cultural inglesa vienen elaborándose, desde el Informe Warwick¹¹ (2015) al reciente *Hacia la Democracia Cultural. Promoviendo capacidades culturales para toda la gente*¹² (2018), del prestigioso King’s College. Se trata del Libro Blanco de política cultural *A policy for the Arts. The first Steps*¹³ en el que en 1965 plantea, tras un detallado estudio de los servicios e iniciativas culturales públicas y privadas en Gran Bretaña, cuatro grandes líneas de objetivos que necesitarán desarrollar la oportuna acción gubernamental para su consecución: En primer lugar señala que la capacidad para desarrollar y sostener un alto nivel de logros artísticos es central para las políticas culturales, y para ello será necesario que los creadores cuenten con mayores recursos financieros para poder desarrollar sus iniciativas, especialmente en los primeros años de su práctica artística; en segundo lugar anuncia la esperanza del Gobierno en el compromiso de un gran incremento de recursos destinados a la cultura por parte de las au-

toridades locales y regionales, convencidos de que solamente así se podrán alcanzar los objetivos perseguidos; el Gobierno, además, percibe la necesidad de sostener y reforzar lo mejor de la creación y hacer esta excelencia asequible para la ciudadanía; por último señala la necesidad de una mayor y más sistemática planificación y coordinación de recursos.

Ya en ese documento (pp. 17-18) se subraya uno de los conflictos que ha sido motivo de debate constante en la política laborista frente a la de los gobiernos conservadores en el último siglo: la dependencia de las políticas culturales de las decisiones del Ministerio del Tesoro, de la hacienda pública. Ello implicaba una decisión que aún hoy, tras la creación por el primer Gobierno de Tony Blair de un organismo complejo que gestiona la política pública de la cultura como es el Departamento de Cultura, Medios y Deporte DCMS, ahora Departamento de Política Digital, Cultura, Media y Deporte, dependiente directamente del la Primera Ministra) sigue tanto en el seno del Partido Conservador como en el nuevo Laborismo de Corbyn: ¿Como y para qué ha de financiarse la cultura?¹⁴

Era pues el Libro Blanco de Lee una afirmación de la voluntad de hacer de la política cultural una herramienta de transformación y cambio en la calidad de vida, así como un factor central de la construcción de una nueva identidad en la que la cultura actuara como un factor de igualdad social, una escalera de acceso para «la demasiada gente trabajadora que ha sido condicionada por su educación y entorno a considerar lo mejor de la música, la pintura, la escultura y la literatura lejos de su alcance» (p. 5). Considera no obstante que «una nueva generación más segura de sí misma que sus mayores...reclamará diversidad y color, informalidad y experimentación». Y que no hay motivo para que un producto cultural bien presentado sea privilegio de aquellos cuyas preocupaciones básicas sean la cantidad y el beneficio.

De hecho en el texto se hace detallada mención a un instrumento, los Centros Cívicos y los Centros de Arte, ya relevantes entonces (y sostenidos económicamente en su mayoría por los Ayuntamientos locales y Metropolitanos) como los lugares en los que «se demuestra ya que no son incompatibles un entorno agradable y un celoso cuidado por el mantenimiento de los más altos estándares. Centros que tienen éxito en su propuesta de entornos amigables para el encuentro, donde conviven tanto el entretenimiento ligero como los proyectos culturales, ayudan a romper el aislamiento que tanto los artistas como los públicos potenciales han sufrido en el pasado» (p. 5). En estos espacios va a tener lugar durante más de medio siglo la pequeña transformación coti-

diana de la cultura comunitaria, un fenómeno al que ahora, en 2018, vuelven a prestar atención algunas organizaciones defensoras de la recuperación de las prácticas de democracia cultural que los Centros han venido manteniendo, a pesar de todo.

Por desgracia, aquella voluntad de Wilson y Lee de romper con la hegemonía de los intereses de las élites culturales metropolitanas, especialmente londinenses, no ha sido posible, como el estudio de GPS (2016) señala detalladamente: de las 702 organizaciones que en 2016 recibían subvenciones de los organismos estatales –por un valor total de 775 millones de libras esterlinas– 84 de ellas se repartían el 81% del presupuesto. Y de estas la absoluta mayoría estaban en la capital. De un total de 17 infraestructuras culturales del Estado, 16 estaban en Londres y 245 organizaciones de la capital se llevaban el 72% de esos 775 millones.

Consenso sin conflicto: Un deseo duradero

Pero, como a continuación veremos, esta visión de la política cultural, cuando los gobiernos la llevan a la práctica, no difiere mucho de la que posteriormente defenderán los conservadores en el poder. Y, en las decisiones ejecutivas, presupuesto a presupuesto, va dirigiendo una cada vez mayor parte de los recursos a instituciones y programas cuya raíz está basada en buena parte en la apelación a la nostalgia y a la recreación del pasado. Un asunto que analistas como R. Hewison (1989, 1995) consideran parte de una gran política de consenso promovida por las formaciones políticas que se intercambian el Gobierno británico tras la II Guerra Mundial y que surge del declive del antiguo Imperio en el tablero internacional (pérdida de colonias, incluyendo la India, Birmania, Rodesia del Sur y otra docena de países africanos, Chipre, Malta, etc., pérdida del control del Canal de Suez, conflicto norirlandés, islas del Caribe...) y de las dificultades para construir para sus propios habitantes una imagen sostenible de país en un largo tiempo de declive. Y lo harán, todos los gobiernos, a través de la creación de los instrumentos más adecuados para aplicar la política del *arm’s length*: Los *Quangos*.

Un *quango* (del inglés *quasi-autonomous non-governmental organisation*) es una mezcla de elementos propios de una organización del tercer sector con otros de instituciones públicas de los gobiernos. Instrumentos intermediarios puestos en marcha en numerosos países para, en teoría, agilizar la realización de las políticas frente a la ineficacia burocrática de los mecanismos tradicionales de gobierno. En el caso británico esta definición se aplica tanto a Organizaciones públicas no

gubernamentales¹⁵ (de las que cuentan con más de 750 en la actualidad, casi medio centenar dedicadas a asuntos culturales y aledaños), como a los Departamentos no ministeriales del Gobierno¹⁶ (algunos de los cuales también están relacionados con la cultura como la Comisión para las Organizaciones Benéficas de Inglaterra y Gales, la *Forestry Commission* –gestora de los bosques con gran incidencia en las políticas de patrimonio– o los Archivos Nacionales), y las Agencias Ejecutivas,¹⁷ entre las que se encuentran el Arts Council, La Fundación de la Lotería, principal patrocinadora de inversiones culturales ahora mismo en el país, el Instituto del Cine Británico (BFI), el Museo Británico, La Biblioteca Británica, la Comisión del Juego, la Galería National, la Tate y sus centros dependientes, el Museo Victoria y Alberto, El Museo de la Ciencia y otra docena de museos e instituciones que manejan la gran mayoría de los presupuestos culturales del Estado.

La creación del término, así como la defensa de su sentido, nos remite a unos viejos conocidos del anterior artículo: La Fundación Carnegie y uno de sus Presidentes más conocidos, Alan Pifer, que los definió así, *quangos*, (BARKER, 1982: 221) en un artículo sobre la independencia y control presupuestario de las organizaciones públicas que se integran al sector privado. El vínculo entre la visión privatizadora estadounidense y la prevención británica de la construcción del Estado Social, con recursos públicos de los Gobiernos frente al dominio de la iniciativa privada y de sus intereses, encuentra su solución consensuada en torno a estas figuras, en apariencia independientes, pero con una presencia en sus consejos ejecutivos de representación gubernamental suficiente como para garantizar un fuerte control de la dirección de los gastos, así como una concentración exagerada de los recursos en Londres y su entorno, como ya indicábamos señalan los informes *Rebalancing our Cultural Capital*¹⁸ (2013) y *A Policy for the Arts and Culture in England. The Next Steps*?¹⁹ (2016), de la consultora independiente GPS Culture. Ambos informes, por cierto, se consideran seguidores de los principios rectores de la memoria y objetivos del Libro Blanco de Lee.

La crítica al funcionamiento de los *quangos* culturales, así como su denuncia como instrumentos al servicio de la mentira cultural asumida por los distintos gobiernos (Belfiore, 2010), tiene un excelente resumen en el libro de Hewison (1987) en el que, aplicando el análisis especialmente a los esfuerzos para obtener recursos privados de las instituciones culturales, ayunas de dinero público para mantenerse, describe la aparición de lo que denomina la Industria del Patrimonio, un campo que consume no solo gran parte de los recursos públicos y privados destinados a la cultura sino

que nace con la vana esperanza de ocupar el espacio que la industria real deja en pleno declive de la economía del país. Por eso, afirma, «la industria del Patrimonio es un intento de disipar este clima de declive explotando el potencial económico de nuestra cultura, y encuentra un mercado listo para ello porque la percepción del declive incluye todo tipo de inseguridades y dudas, (que son más que simplemente económicas) lo que hace a sus productos especialmente atractivos y reafirmadores (...) El crecimiento de una cultura del patrimonio ha conducido no solo a una distorsión del pasado sino a la asfixia de la cultura del presente».

Promesas de dinero (para otros) y toneladas de nostalgia

Los *quangos* han servido también para alimentar la teoría del valor económico de la cultura como centro del argumento de defensa del destino de recursos al sector y en detrimento de los fondos destinados a los derechos de acceso o a las prácticas más comunitarias. Esa idea de la cultura como capital material y fuente de recursos económicos para las comunidades, seguida de la retirada de competencias y transferencias a los Gobiernos locales en la materia, se instauró definitivamente con la llegada primero de los gobiernos conservadores desde 1979 de Margaret Thatcher y fue muy corregida con el discurso de las Industrias Culturales y en seguida de las Industrias Creativas instaurados por el Nuevo Laborismo de Tony Blair.

Demostrar un sedicente antieuropeísmo y recuperar las alianzas con la América de Reagan, privatizar el sector público, flexibilizar el mercado laboral y el despido, debilitar hasta la extenuación a los sindicatos y una desregulación general del sector financiero. Estos fueron los grandes argumentos de la Ministra más conocida del país. Y a la política cultural se le aplicaron las mismas recetas. Unas recetas que, aunque modificadas parcialmente por los gobiernos de la Tercera Vía, volvieron a estar activas en mayo de 2010, tras la llegada al poder de la coalición Conservadora-Liberal dirigida por David Cameron.

Y en este contexto, la avocación a la nostalgia, la centralidad de Londres y el papel del dinero se convirtieron en el primer mandamiento de los gobiernos conservadores: el título del documento de estrategia para la década del Arts Council de 1985, *La Gloria del Jardín. El Desarrollo de las Artes en Inglaterra*, parafraseando el poema de Kipling que alienta a la superación personal y la pelea por la vida como respuestas en defensa del país (Our England is a garden and such gardens are not made/by singing “Oh, how beautiful!” and sitting in



the shade; en traducción libérrima: Nuestra Inglaterra es un jardín y los jardines no están hechos/para cantar “¡Oh, que hermoso!” y a la sombra meternos) no deja lugar a dudas. Ni algunas de las palabras introductorias de su entonces Presidente, William Rees-Mogg, un empresario de prensa y periodista conservador que estuvo al frente de la institución desde 1982 hasta 1989 y bajo cuya dirección se redujeron a la mitad el número de instituciones receptoras de ayudas. «... La pérdida de los recursos artísticos para Londres costaría a la balanza de negocios tanto como la Pérdida de una industria esencial. (...) el retorno económico de la inversión artística en libras parece multiplicar el de Fleet Street (la Bolsa)». Rees-Mogg aprovecha para deslizar la sempiterna queja de los informes y catálogos de intenciones del Arts Council: el de sobra conocido desequilibrio entre Londres y el resto del país en cuanto a la distribución de los recursos.

Y la situación no ha cambiado mucho desde entonces, pese a las numerosas modificaciones del estatuto y responsabilidades del Arts Council, especialmente tras la puesta en marcha en 1993 de la Lotería Nacional como principal gestor de recursos culturales del Gobierno,²⁰ la puesta en marcha del Departamento de Cultura, Media y Deporte en 1997

con el primer Secretario de Estado de Blair, Chris Smith y la fusión de sus diez Consejos de las Artes regionales en el actual *Arts Council England*. Una lectura de su Plan Estratégico para 2010-2020, *Great art and culture for everyone*, nos presenta de nuevo el lenguaje rimbombante de la institución: «Nuestra ambición es la de ver la oferta cultural y artística de primera clase de Inglaterra disfrutada por tanta gente como sea posible (...) pero bajo todo esto (los cambios) nuestra misión sigue siendo la misma» (p. 63). Quizá la única novedad significativa respecto a esta posición, que indica algo respecto a la relevancia que vuelven a alcanzar en la agenda las políticas de la democracia cultural, venga dada por la publicación en 2016 del último Libro Blanco de la Cultura,²¹ por el DCMS. En él, las ideas recurrentes son una combinación entre la importancia del acceso universal y el modelo de cultura como negocio y marca país.

El escritor Hanif Kureishi²² hacía para el diario *the Guardian* hace ocho años un resumen rápido de la visión de los creadores progresistas del período: «odiaba activamente la cultura, porque se daba cuenta de que era una forma de desacuerdo (...) Thatcher no comprendía el papel central de las artes en la vida británica. O lo buena que era Gran Bretaña produciendo libros, películas, teatro y música. Era una atomista social, además. No entendía el altruismo, la solidaridad y la identificación con los otros como una parte básica de la naturaleza humana (...) La solidaridad fue reemplazada por la sentimentalidad en la vida británica. «Mi hermosa lavandería» nació de los 70 por las políticas de identidad, el tema de los gays, de lo asiático, las ideas de raza, pero es también una sátira de la empresa thatcherita». La cultura era para Thatcher un modelo de coste-beneficio. Una idea que no se perdió del todo con la llegada del Nuevo Laborismo.

La Tercera Vía, los municipios y la política cultural

La llegada de Tony Blair al Gobierno trajo de nuevo al poder a los sucesores de Jenny Lee. Y lo hizo incorporando a su entorno más cercano, como Director de la Oficina estratégica del Primer Ministro, a Geoff Mulgan,²³ un licenciado en telecomunicaciones, que, (según su ficha de Wikipedia) se presenta como ex-novicio de monje budista y conductor de furgoneta para el colectivo de músicos Red Wedge, con Paul Weller, Billy Bragg y Jimmy Somerville a la cabeza, uno de los grupos que luchaba contra la reelección de Thatcher. Mulgan, fundador del *thinktank* Demos, uno de los más influyentes centros de pensamiento tercera vía, próximo a Blair y actualmente Director Ejecutivo del influyente *quango* NESTA (National Endowment for Science Technology and the Arts),

ha sido uno de los más influyentes arquitectos del discurso cultural del nuevo Laborismo.

Sus compromisos con la renovación y puesta al día de las ideas de Jenny Lee, una década antes de su salto al poder, coincidían entonces con el pensamiento de R. Williams y de la Nueva Izquierda, reclamando para la política cultural un papel transversal en la acción de los gobiernos. Ya en 1986, en pleno período de gobierno de Thatcher, junto con su entonces Jefe de la Unidad de estrategia Cultural en el Consejo del Gran Londres, Ken Worpole,²⁴ publicaba el libro-manifiesto *Sábado noche o domingo mañana. De las artes a la industria. Nuevas formas de política cultural*, que definía la estrategia cultural del Consejo (GLC), la corporación metropolitana dirigida por el ala más izquierdista del Partido Laborista. Ambos ocupaban en ese momento posiciones de responsabilidad en el diseño y desarrollo de la política cultural del que fue el verdadero opositor político del gobierno conservador británico, el GLC, dirigido por el Alcalde Ken Livingston y disuelto tras grandes tensiones por la Primera Ministra para seguir acabando con los focos de resistencia política interna nacional, a través de una Ley de 1985 que cercenaba las competencias de estos poderes metropolitanos y los hacía desaparecer.

Era a través de estos Consejos Metropolitanos, activos entonces en la mayoría de las áreas industriales de gran población de Gran Bretaña, como los Laboristas trataban de mantener políticas culturales de proximidad, cercanas a las propuestas formuladas por Lee en *A Policy for the Arts...* Y fueron los municipios los que, desde las ideas enunciadas en aquel Libro Blanco, diseñaron y experimentaron las acciones de cultura de proximidad que mantuvieron vivas las llamadas artes comunitarias, además de numerosas instituciones de servicio (bibliotecas, museos, etc). Desde muchos de estos gobiernos metropolitanos se experimentaron prácticas culturales de participación, creación y distribución que ampliaron el espectro de la vida comunitaria a millones de ciudadanos, pese a las escasas o inexistentes ayudas estatales para este fin (BIANCHINI, 1986). Tras tres décadas largas, los problemas de la financiación en el territorio se siguen incrementando casi a diario, como puede comprobarse fácilmente.²⁵

Por eso en la capital del país, el Alcalde del Gran Londres convirtió la institución en el escaparate de la política alternativa, mezclando una gran dosis de apoyo a las políticas de mercado junto con una gran presencia de las políticas comunitarias. El documento *Sábado noche...*, toma su título de una conocida película de Karel Reisz, uno de los más conocidos directores del del grupo Free Cinema, nacido a partir del manifiesto de 1956 *Angry Young Men*, en la que se cuenta

la vida de un trabajador alienado cuya única práctica cultural es la salida alcoholica de los fines de semana. En el libro puede verse con claridad la influencia de la crítica cultural nacida de los núcleos de estudios culturales en torno al Centro de Estudios Culturales de Birmingham, al que luego se hará referencia. En el texto se critica cómo la política cultural oficial refuerza los mecanismos de control sobre la clase trabajadora y propone un apoyo decidido a las formas de expresión comunitaria de la cultura colectiva, declarando que «los verdaderos disfrutes populares han sido ofrecidos y definidos en el ámbito del mercado, no por los elitistas museos, galerías y teatros financiados por el Estado. Las industrias culturales que producen las palabras, sonidos, imágenes y significados que nos rodean y bombardean han sido inmensamente dinámicas en estos años. La superestructura marxista, el reino de las ideas y las ideologías, se ha convertido en un motor principal para la base económica» (p. 10). Se define así un camino hacia la democracia cultural y el conjunto de este texto, declarativo y propositivo, no puede negar su deuda con la detallada lectura de Raymond Williams, especialmente de su *Hacia el año 2000*, incorporando además a las estrategias políticas del gobierno metropolitano todo lo relativo a los medios de comunicación (y aprovechando para poner al GLC como un caso de buena práctica en la innovación cultural). Seguía vivo el discurso de la nueva izquierda, que, como más tarde iba a ocurrir con el de las industrias creativas, haría fortuna en Universidades y *thinktanks* en medio mundo.

Los estudios culturales, del aula a la calle

Las versiones sobre el origen de los estudios culturales son diversas según sus investigadores y sus promotores. Así como nadie discute que Richard Hoggarth,²⁶ Raymond Williams y E.P. Thompson²⁷ son los tres nombres indispensables para la puesta en marcha del movimiento que hizo posible la constitución del Centro de Estudios Culturales Contemporáneos (CCCS) de Birmingham, son en cambio diferentes las percepciones de sus protagonistas e historiadores. Lo que es seguro es que los tres, de origen obrero, colaboraban en los movimientos políticos de la Nueva Izquierda británica, una tradición que dio lugar a toda una corriente de pensamiento que podríamos denominar marxismo británico; y que permanecieron vinculados siempre a partidos y sindicatos de izquierda, trabajaron para la ya mencionada Workers Educational Association (WEA), una organización de educación para trabajadores, de gran importancia desde comienzos de siglo, en la que después de la II Guerra Mundial (CEVASCO, 2013) y que sus compromisos con la idea de una educa-

ción pública igualitaria que preparase las condiciones para el crecimiento de una cultura común y compartida que sustituyera la hegemonía de las élites que determinaban el valor de lo cultural por un dominio democrático para el que era necesario un cambio en el sistema productivo, que necesitaba de una clase trabajadora. La posición dominante en el Partido Laborista apostaba en cambio por la construcción de una nueva élite trabajadora que pudiera dirigir ese gran cambio.

Algunos investigadores (KAYE, 1995; DWORKIN, 1997) creen que el nacimiento del movimiento está ligado al grupo de intelectuales del Partido Comunista Británico que componía su Grupo de Historiadores (Christopher Hill, Eric Hobsbawn...), y que exploraban una nueva historiografía inclusiva al que se acercan y participan con mayor o menor compromiso partidario los tres fundadores. Muchos de los miembros de este influyente grupo, como tantos miembros de la *intelligentsia* británica de los años 50, rompen

con el comunismo, decepcionados de la deriva autoritaria soviética, especialmente tras la invasión de Hungría por la URSS. Y que el libro de Thompson *El Nacimiento de la Clase Obrera Británica* es una piedra angular de lo que van a ser los estudios culturales. Y que ese vínculo se consolida con el nacimiento y la continuidad de la revista *The New Left Review*, que aún hoy trata de representar el pensamiento de una izquierda crítica con el funcionamiento del Partido Laborista. En todo caso, como señala otro de los miembros prominentes y director largo tiempo del CCCS, Stuart Hall, esa preocupación fue siempre también para con el marxismo mismo: «la Nueva Izquierda siempre recordó al marxismo como un problema, como un conflicto, como un peligro, no como una solución».

Williams, preocupado ya en 1986 por las tesis al respecto, señalaba en una conferencia pronunciada en Londres, al respecto del surgimiento de los estudios culturales que no



fueron los libros publicados en este o aquel año los que marcaron ese inicio, sino que «el cambio de perspectiva en la enseñanza del arte y la literatura, y su relación con la historia y la sociedad contemporáneas, comenzó con la Educación de Adultos y no en ningún otro lugar».

Sea como sea, este movimiento de análisis social, con la cultura como centro, ha logrado una extensión internacional en oriente y occidente, desde Estados Unidos a los grandes países asiáticos y africanos en los que el inglés (cuya historia como lengua de dominio es un factor esencial para entender también esa extensión) fue en algún momento lengua obligada o de prestigio. De esa corriente han nacido los estudios sobre culturas populares y juveniles que analizaron la marginación y los rituales de solidaridad de la clase trabajadora, los estudios de raza (HALL) y de género (McROBBIE), la incorporación de los fenómenos y las subculturas de la música popular, la moda, los peinados (HEBDIDGE) o la historia de los obreros (CLARKE), los estudios postcoloniales, la teoría y crítica de los medios de comunicación de masas. Historiadores culturales y sociales como Terry Eagleton (con sus dudas constantes), Tony Judt, Frederic Jameson, Judith Butler, George Yudice, Toby Miller, Gayatri C. Spivak, Jesús Martín Barbero, Beatriz Sarlo o Néstor García Canclini, por citar algunos nombres, participan de visiones críticas nacidas o compartidas con esta corriente de pensamiento, muy cuestionada hoy por el pensamiento venido de Francia (de Foucault a Badiou o Rancière) más preocupado por la teoría y alejado más y más de las ciencias sociales. Ese, en cualquier caso, es otro tema.

Hoy, como veremos más adelante, en la escena política e intelectual británica el impacto de estas ideas ha vuelto a encontrar un creciente espacio en la esfera pública, gracias a la aproximación entre los movimientos en favor de las artes comunitarias, muy arraigados en Gran Bretaña, y la política partidaria de nuevo cuño, simbolizada por el Movimiento para la Democracia Cultural y otras iniciativas similares.

Llegan las industrias creativas

La victoria del nuevo laborismo en las elecciones generales de 1997 en Gran Bretaña no seguiría sin embargo los pasos ni las prioridades y estrategias culturales de esta corriente de pensamiento. El ascenso de Mulgan al entorno del nuevo gobierno Laborista en 1997, junto con un grupo de asesores formados en el entorno de los estudios culturales (SCHLESINGER, 2007) no supondría el triunfo de las ideas que defendía en 1986 y si la constitución de un discurso que haría fortuna en el mundo desde entonces. Los sucesivos

gobiernos de Blair abordaron la política cultural como una oportunidad de consolidar la idea de las Industrias Culturales y Creativas como uno de los motores de la economía del país, reconociendo el papel de la creatividad en el crecimiento y la producción de riqueza y la importancia crucial de la llamada economía del conocimiento.

Como analiza en detalle D. Hesmondhalgh (2015) la llegada de este gobierno, capaz de ganar sucesivamente tres convocatorias electorales (1997, 2001 y 2005) no supuso en absoluto la continuidad de las políticas conservadoras. De hecho, frente a la idea supuso cambios importantes respecto a las políticas educativas, incorporando al curriculum escolar el desarrollo de la creatividad al mismo nivel que la lectura y la matemática básica. Los museos públicos pasaron a ser gratuitos, se abrieron grandes equipamientos culturales como la nueva Tate o la colección Saatchi, lo que generó un incremento importante del consumo cultural en el país (principalmente en Londres de nuevo); se pusieron en marcha numerosos programas de integración positiva de las minorías a través de acciones en favour de la diversidad cultural, se buscó una mayor presencia de la cultura en las regiones y municipios y se multiplicó el discurso de la participación de las comunidades en las artes. Muchos cambios que incluso, en los discursos iniciales, parecían conducir a un nuevo replanteamiento de la democracia cultural, olvidada en los modestos programas de



cultura comunitaria vinculados tanto a organizaciones del tercer sector como a centros cívicos y otras instituciones culturales públicas, dependientes de Ayuntamientos y regiones.

Parece claro que la estrategia de apoyo Laborista a las fuerzas del mercado como motores esenciales de la economía, la prioridad a la creación de empleo y el refuerzo de los vínculos con Estados Unidos, así como la obsesión por el control del gasto público y en especial el destinado a ciertas políticas de bienestar (desde la vivienda pública, los seguros de vida, la atención sanitaria y la educación superior), aunque correspondiera a un modelo económicamente schumpeteriano de microgobierno (HESMONDHALGH *et al.*, 2014: 19-23) no destinó los recursos, como hubieran hecho los conservadores, a reducir impuestos, sino que «trata de usarlos para provocar una redistribución encubierta del gasto del bienestar hacia los muy pobres, a través de beneficios con destinatarios muy seleccionados por sus recursos».

La economía creativa sería no obstante el gran objetivo de los sucesivos gobiernos de Blair. Desde el Departamento de Cultural, Medios y Deporte (DCMS), Chris Smith, su primer responsable, pondrá en marcha un amplio programa de carácter socioeconómico, (HESMONDHALGH *et al.*, 2015), apoyado en la experiencia y el conocimiento de diversos núcleos de pensamiento, desde los *think tanks* próximos al laborismo hasta diversos líderes del sector industrial y expertos asesores del Gobierno. Una economía competitiva, pensada para ocupar el lugar de las antiguas economías industriales en decadencia, que complementaba la consolidada industria del patrimonio y la incipiente industria tecnológica y se combinaba con ellas. En una conferencia en 2003, el propio Smith, describía el carácter y objetivos de esa economía creativa: «en 1998, como Secretario de Estado para la Cultura, los medios y el deporte, del nuevo Gobierno Laborista, publiqué un libro, *Creative Britain*. En él defendía que las artes eran para toda la gente, no solo para unos pocos privilegiados; y que las industrias creativas –que dependían para su éxito de la creatividad artística de los individuos– se habían movido desde los márgenes al centro de la economía de Gran Bretaña, con enormes beneficios para la salud social y económica de la nación. Llamaba a alimentar y celebrar el talento creativo para colocarlo en el corazón de la agenda política».

Quedaba pues instituida una política en la que la cultura pasaba a convertirse en un asunto central de la estrategia económica, desde sus detallados impactos en el empleo y la aportación al PIB británico hasta su capacidad como transmisora de valores y conductora de estrategias via *soft power*.

Y aunque numerosos economistas y expertos han alertado sobre el efecto negativo de esta primacía del valor económico de la cultura –desde Throsby (2010) a Bakhshi y Cunningham (2016)– en el establecimiento del capital cultural mismo de las comunidades, hasta hoy el discurso dominante en los grandes partidos sigue aceptando que el sector cultural y creativo ha sido y seguirá siendo central en el proceso de recuperación económica británico tras la crisis y que deberá serlo en el tiempo post-brexit. El Informe Bazzalquette (2017) encargado por el DCMS continúa en la línea triunfalista cuando afirma que las industrias creativas aportaron el 5,3% del PIB británico en 2015, creciendo un 34% desde 2010, a más velocidad que ningún otro sector, y que a ese ritmo podrían crear por sí solas más de un millón de empleos para 2030.

No cabe en cualquier caso duda alguna del éxito de la idea en el mundo. Tanto la Unión Europea, como la UNESCO y Naciones Unidas en su conjunto, la OCDE y todo tipo de organismos internacionales y países se han sumado, en distinto grado y con diferentes dimensiones del sector, al discurso de las industrias creativas en los últimos quince años. El programa de ayudas culturales de la UE se denomina definitivamente Europa Creativa, tras todo un camino definitorio desde el Tratado de Lisboa del papel de las industrias culturales y creativas en el futuro de la economía europea (apoyado este camino en informes encargados, sistemáticamente, a la influyente consultora KEA, 2006, 2009, 2017.) Y en las previsiones de la Europa post 2020, las industrias creativas van a jugar un papel central de las estrategias de inversión de la UE. La UNCTAD/UNESCO lleva desde 2004 reuniendo datos y difundiendo programas e informes de economía creativa.²⁸ Y hasta la OCDE desarrolla su propia estrategia en el sector.²⁹ Eso sin olvidar que China³⁰ tiene su propia estrategia para las industrias creativas desde hace una década y que son mayoría los países que se afanan en desarrollarla con mayor o menor fortuna.

El peso del presente y los debates en marcha

Hemos tratado de vislumbrar como la decantación del peso del pensamiento crítico generado por los estudios culturales llegó también intensamente a algunos de los protagonistas de la elaboración teórica y la materialización de las políticas del Nuevo Laborismo (Chris Smith, Tessa Jowell, su sucesora al frente del DCMS, los ya citados Geoff Mulgan y Ken Worpole, Hasan Bakhshi, el director de investigación de NESTA, el actual *quango* de Mulgan...), protagonistas crecidos en ese entorno de los estudios culturales, teóricos

incluso de la necesidad de la democracia cultural pero a la vez responsables visibles del gran cambio hacia la centralidad de las industrias creativas como eje y destinatario último de buena parte de los recursos culturales, en detrimento de otras posibles prioridades. Unas industrias que P. Schlesinger (2016) se atreve a calificar como la «invención de una economía global», tejida desde el Estado y acompañada por una cuidadosa orquestación de instituciones, medios, academia y negocios del entretenimiento; una operación que con los visos triunfalistas que acompañan a la última presentación de los datos, en apariencia independientes, de las industrias creativas,³¹ pareciera decir que ese triunfo no solo es inapelable, sino que el mundo entero está siguiendo sus pasos (asunto este al que en estas y otras páginas habrá que dedicar espacio y análisis futuro).

El análisis de Schlesinger, así como el de otros autores (RAUNIG, 2007; SCHLESINGER *et al.* 2015; BELFIORE, 2018), ahonda en las falacias de una estrategia que, diciendo ser de política cultural, responde principalmente al desarrollo en el gigantesco sector del entretenimiento de una de las fases actuales del capitalismo digital de plataformas (SRNICECK, 2016), basado en la falsa promesa de mayor libertad de elección, flexibilidad, transparencia y democratización del acceso, y ofreciendo en realidad precarización, eliminación de derechos laborales, oscuridad cuando no impunidad fiscal para los países... Esta fue la idea que el Nuevo Laborismo forjó y los Gobiernos conservadores mantuvieron y desarrollaron.

Pero en el panorama de la política y las ideas, como veíamos al principio del artículo, crecen en los últimos años nuevos movimientos para la recuperación de la democracia cultural como conductora central de las políticas públicas para la cultura. Iniciativas que recuperan la historia y trayectoria del Movimiento por las Artes Comunitarias (JEFFERS and MORIARTY, 2016), así como el debate en torno al papel de las políticas culturales en el establecimiento de una democracia real, frente al análisis (FROW, 1995; GRAY, 2010) que adscribe al esas políticas al campo de las fuerzas del poder, como un factor más de representación simbólica, sin impacto real en los cambios productivos y sin capacidad alguna para transformar la vida de las comunidades. Los intentos del nuevo Director del Arts Council, anteriormente multipremiado y reconocido *factotum* de la Tate, Sir Nicholas Serota, para convertir su programa *Creative People and Places*³² en un proyecto de democracia cultural parecen quedarse más en otro proyecto de democratización de la cultura, como Eleonora Belfiore señala en un reciente artículo (BELFIORE, 2018). Pero otras iniciativas, como las del ya citado Movimiento para la Democracia Cultu-

ral, planteando una profunda reformulación de los sistemas de financiación de la cultura (estableciendo un impuesto sobre las transacciones artísticas), la creación de una nueva editora nacional pública multimedia y digital o un redimensionamiento de las organizaciones y poderes que gobiernan el mundo de la cultura británica, formulan de nuevo, en el espíritu más crítico de los Estudios Culturales, algunas de las cuestiones importantes respecto a la autoridad cultural, debatiendo el sentido y la oportunidad de seguir aceptando como buenos los discursos del gusto y la gran tradición europea, nacidos del pensamiento de la burguesía ilustrada de hace dos siglos.

Se recuperan en este contexto los escritos de otro seguidor de Williams, Owen Kelly, que hace tres décadas publicaba su *Cultura y Democracia. Un manifiesto* (1986) en el que el autor reivindicaba con precisión algunos de los caminos que la política ha de tomar, si quiere que la cultura cumpla un papel en la transformación de las vidas de quienes se acercan a ella. Romper la escala de valores, considerar que los derechos de acceso³³ no pueden limitarse a los productos culturales sino a las herramientas que los hacen posibles. Estrategias de cambio frente a programas de uso, democracia cultural y promesas de dinero. El debate está vivo y ha vuelto a la luz de la calle, frente al poder definitorio del stablishment cultural, que domina los aparatos decisorios de los Estados y, convenientemente desde la sombra, define sus normas. ¿Habrá condiciones para el combate?

Notas

- (1) <https://www.telegraph.co.uk/music/concerts/glastonbury-festival-2017-pictures/labour-leader-jeremy-corbyn-welcomed-stage-glastonbury-founder/> (consultado el 01-10-2018)
- (2) <https://peoplesmomentum.com/>
- (3) https://www.theguardian.com/politics/2018/jun/17/labour-live-festival-hailed-a-success-by-corbyn-party-despite-ridicule_ (consultado el 01-10-2018)
- (4) <http://www.culturaldemocracy.uk/>
- (5) <https://www.culturematters.org.uk/index.php>
- (6) Sobre R. Hewison, ver: <https://www.theguardian.com/books/2014/dec/12/cultural-capital-rise-fall-creative-britain-robert-hewison-review> (consultado el 02-10-2018)
- (7) Sobre la Arts Council Collection: <http://www.artscouncilcollection.org.uk/> (consultado el 08-10-2018)
- (8) <http://www.open.ac.uk/researchprojects/historyofou/story/jennie-lee>
- (9) Sobre Jenny Lee y el ILP ver: <http://www.independentlabour.org.uk/main/history/> (consultado el 03-05-18).

(10) Sobre la Workers Education Association y R. Williams: P. H. Stevens, (1985) *Education culture and politics: the philosophy of education of Raymond Williams*. Tesis doctoral. <http://discovery.ucl.ac.uk/10018669/1/128120.pdf> (consultado el 03-05-18). J. McIlroy and S. Westwood, (eds.) (1993). *Raymond Williams in Adult Education*, Leicester, National Institute of Adult Continuing Education, https://archive.org/details/ERIC_ED358300 (consultado el 03-05-18).

(11) Acceso al informe Warwick «Enriching Britain: Culture, Creativity and Growth» (2015) https://warwick.ac.uk/research/warwickcommission/futureculture/finalreport/warwick_commission_report_2015.pdf (consultado el 06-05-18).

(12) Acceso al informe «Towards Cultural Democracy» (2017): <https://www.kcl.ac.uk/cultural/culturalenquiries/towards-cultural-democracy/towards-cultural-democracy-2017-kcl.pdf> (consultado el 09-05-18).

(13) ribd//downloads/260115873-Jennie-Lee-A-Policy-for-the-Arts-1965.pdf

(14) Para seguir el último debate parlamentario sobre la financiación de la cultura en el territorio. Ver <https://publications.parliament.uk/pa/cm201617/cmselect/cmcmds/114/114.pdf>

(consultado el 04-09-18). El último Libro Blanco de la Cultura (2016) puede consultarse aquí: https://assets.publishing.service.gov.uk/government/uploads/system/uploads/attachment_data/file/510798/DCMS_The_Culture_White_Paper__3_.pdf (consultado el 21-09-18)

(15) Puede consultarse el listado de las Organizaciones públicas no ministeriales en: https://en.wikipedia.org/wiki/Non-departmental_public_body (consultado el 04-09-18)

(16) Puede consultarse el listado de los Departamentos de Gobierno no ministeriales en: https://en.wikipedia.org/wiki/Non-ministerial_government_department (consultado el 04-09-18).

(17) Puede consultarse el listado de las Agencias Ejecutivas en: https://en.wikipedia.org/wiki/Executive_agency#Executive_agency_4 (consultado el 04-09-18).

(18) Puede consultarse el informe de GPS «Rebalancing our Cultural Capital» en este enlace: https://www.artsprofessional.co.uk/sites/artsprofessional.co.uk/files/rebalancing_our_cultural_capital.pdf

(19) Consulta de «A policy for the Arts and Culture in England. The Next Steps», aquí: http://www.gpsculture.co.uk/downloads/next-steps/GPS_Culture-Next_Steps.pdf (consultado el 04-09-18).

(20) Un sistema de financiación, gestionado por una empresa, cuyos resultados flaquean, con la consiguiente preocupación del sector. Ver el informe de Auditoría del último año aquí: <https://www.nao.org.uk/wp-content/uploads/2017/12/Investigation-National-Lottery-funding-for-good-causes-.pdf> (consultado el 16-10-18).

(21) https://assets.publishing.service.gov.uk/government/uploads/system/uploads/attachment_data/file/510798/DCMS_The_Culture_White_Paper__3_.pdf

(22) Las opiniones de Kureishi y de un amplio grupo de artistas y críticos, dos décadas después de su gobierno, pueden verse aquí: <https://www.theguardian.com/books/2009/apr/11/thatcher-and-the-arts> (consultado el 02-09-18).

(23) Sobre Geoff Mulgan, ver: https://media.nesta.org.uk/documents/geoff_mulgan_-_ideas.pdf (consultado el 12-10-18).

(24) Sobre Ken Worpole, consultar: <http://www.worpole.net//> (consultado el 12-10-18).

(25) <https://www.artsprofessional.co.uk/news/bath-council-close-arts-development-service>

(26) https://es.wikipedia.org/wiki/Richard_Hoggart

(27) https://es.wikipedia.org/wiki/E._P._Thompson

(28) Por señalar el último divulgado, ver este informe https://unctad.org/en/PublicationsLibrary/webditcted2016d5_en.pdf (consultado el 12-10-18).

(29) <http://www.oecd.org/cfe/leed/Fulfilling-the-potential-for-CCI-project-description.pdf> (consultado el 12-10-18).

(30) Ver el documento: http://ccilc.pt/wpcontent/uploads/2017/07/eu_sme_centre_report__culture_and_creative_industries_in_china_jul_2014.pdf (consultado el 12-10-18).

(31) El Informe sobre las Industrias Creativas de Sir Peter Bazalquette (sept. 2017) puede consultarse aquí: <https://www.creativeindustriesfederation.com/sites/default/files/2017-10/Baz%20review.pdf> (consultado el 04-10-18).

(32) <http://www.creativepeopleplaces.org.uk/> (consultado el 14-10-2018).

(33) <http://jubileeartsarchive.com/wp-content/uploads/2015/03/In-Search-of-Cultural-Democracy.pdf> (consultado el 12-09-18).

Bibliografía

AHEARNE, J. (2009). «Cultural Policy Implicit and Explicit: A Distinction and Some Uses». *International Journal of Cultural Policy*, 15, pp. 141-153.

BAKHSI, H. and CUNNINGHAM, S. (2016). «Cultural Policy in the time of the Creative Industries». NESTA. https://media.nesta.org.uk/documents/cultural_policy_in_the_time_of_the_creative_industries_.pdf

BARKER, A. (ed.) (1982). *Quangos in Britain. Government and the Networks of Public Policy-Making*, London Basingstoke, Macmillan.

BAZZALGUETTE, P. (2017). «Independent Review of the Creative Industries». DCMS <https://www.gov.uk/government/publications/independent-review-of-the-creative-industries>

BECKER, H. (2008). *Art Worlds*, Berkeley, University of California Press.

BELFIORE, E. (2010). «On bullshit in cultural policy practice & research». *Variant* 37, pp. 6-10.

BELFIORE, E., BENNET, O. (2010). *The Social Impact of the Arts*, London, Palgrave Macmillan.

BELFIORE, E., HADLEY, S. (2018). «Cultural Democracy and Cultural Policy». *Cultural Trends* 27, n° 3, pp. 218-223.

BELL, D., OAKLEY, K. (2014). *Cultural Policy*, London, Routledge.

BIANCHINI, F. (1983). *Urban cultural policy in Britain and Europe: Towards cultural planning*, Institute for Cultural Policy Studies, Griffith University.

CAVES, R. (2000). *Creative industries. Contracts between art and commerce*, Harvard University Press.

CEVASCO, M. E. (2013). *Diez lecciones sobre estudios culturales*, Buenos Aires, Trilce.

CLARKE, J., CRITCHER, C., and JOHNSON, R., (eds.) (s.d.). *Working Class Culture: History and Theory*, London, Hutchinson.

DWORKIN, D. (1997). *Cultural Marxism in Postwar Britain: History, the New Left, and the Origins of Cultural Studies*, Durham N.C., Duke University Press.

FLEW, T. (2012). *Creative industries. Culture and Policy*, Queensand, Queensand University of Technology.

FROW, J. (1995). *Cultural Studies and Cultural Value*, London, Clarendon Press.

GPS. (2016). «A Policy for the Arts and Culture in England. The Next Steps?» Documento online: http://www.gpsculture.co.uk/downloads/next-steps/GPS_Culture-Next_Steps.pdf

GRAY, C. (2000), *The Politics of the Arts in Britain*, Basingstoke, Macmillan.

GRAY, C. (2010). «Analysing Cultural Policy: Incurably Plural or Ontologically Incompatible?». *International Journal of Cultural Policy* 16, pp. 215-230.

GRAY, C. (2012). «The Structure of Cultural Policy» (Paper presentado en la Conferencia Internacional de Investigación del Políticas Culturales en la Universidad Ramón Llull, Barcelona). http://www2.warwick.ac.uk/fac/arts/theatre_s/cp/staff/gray/research/

HALL, S. (1992). «Cultural Studies and its Theoretical Legacy» en L. Grossberg, C. Nelson and P. Treichler (eds.), *Cultural Studies*, New York-London, Routledge, pp. 277-294.

HEATHERLEY, O. (2011). *A Guide to the New Ruins of Great Britain*, London, Verso.

HEBDIGE, D. (1979). *Subculture: The meaning of Style*, London, Routledge.

HEDMONDSHALGH, D., OAKLEY, K., LEE, D., NISBETT, M., (2014). «Were New Labour's cultural policies neo-liberal?». *International Journal of Cultural Policy* 21:1, pp. 97-114.

HEDMONDSHALGH, D., OAKLEY, K., LEE, D., NISBETT, M. (2015). *Culture, Economy and Politics: The case of the New Labour*, London, Pargrave Mcmillan.

HEWISON, R. (1977). *Under Siege: Literary life in London 1939-1945*, Oxford, Oxford University Press.

HEWISON, R. (1981). *In Anger: British Culture in the Cold War (1945-1960)*, Oxford, Oxford University Press.

HEWISON, R. (1987). *Too much: Art and Society in the Sixties (1960-1975)*, Oxford, Oxford University Press.

HEWISON, R. (1989). *The Heritage Industry*, London, Methuen.

HEWISON, R. (1995). *Culture & Consensus: England Art and Politics since 1940*, London, Methuen.

HEWISON, R. (2014). *Cultural Capital: The rise and fall of Creative Britain*, London, Verso.

HILLMAN-CHARTRAND, H., McGAUGHEY, C. (1989). «The Arm's-Length Principle and the Arts: An International Perspective» en M. Cummings and M. Schuster (eds.), *Who is to Pay?: The International search for Models of Support for the Arts*, New York, American Council for the Arts, pp. 43-77.

HOGGART, R. (1957). *The Uses of Literacy*, London, Chatto & Windus.

HOWLETT, M. (2011) «Designing Public Policies: Principles and Instruments», London, Routledge.

JEFFERS, A., MORIARTY, G., (2017). *Culture, Democracy and the Right to make Art*, London, Methuen.

JESSOP, B., BONNET, K., BROMLEY, S., LING, T. (1988). *Thatcherism: A Tale of Two Nations*, Cambridge, Polity.

KAYE, H. (1995). *The British Marxist Historians*, London, Palgrave Macmillan.

KEA European Affairs (2006). *The Economy of Culture in Europe. Study for the DG for Education and Culture*. <http://www.keanet.eu/ecoculture/studynew.pdf?4f4eb7>

KEA European Affairs (2009). *The Impact of Culture on Creativity. Study for the DG for Education and Culture*. <http://www.keanet.eu/docs/impactculturecreativityfull.pdf>

KEA European Affairs (2017). *Mapping the Creative value Chains. Study for the DG for Education and Culture*. <http://www.keanet.eu/wp-content/uploads/Final-report-Creative-Value-Chains.pdf>

KELLY, O. (1986). *Culture and Democracy. The Manifesto*, London, Comedia.

LEYS, C. (1989). *Politics in Britain: From Labourism to Thatcherism*, London, Verso.

LLOYD, D. and THOMAS, P. (1998). *Culture and the State*, London, Routledge.

MATARASSO, F. (1987). *Use or Ornament? The Social Impact of Participation in the Arts*», London, Comedia. Disponible en <http://www.artshealthresources.org.uk/wp-content/uploads/2017/01/1997-Matarasso-Use-or-Ornament-The-Social-Impact-of-Participation-in-the-Arts-1.pdf>

MIRZA, M., (2012). *The Politics of Culture. The Case for Universalism*, London, Palgrave Macmillan.

McGUIGAN, J. (1996). *Culture and the Public Sphere*, London, Routledge.

McROBBIE, A. (1991). *Feminism and youth culture*, London, Palgrave Mcmillan.

MULCAHY, K. (2017). *Public Culture, Cultural Identity, Cultural Policy. Comparative perspectives*, London, Palgrave Mcmillan.

MULGAN, G. and WORPOLE, K. (1986). *Saturday night or Sunday morning? From Arts to Industry- New forms of Cultural Politics*, London, Comedia.

RAUNIG, G. (2007). «La industria creativa como engaño de masas» en *Producción cultural y prácticas instituyentes*, Madrid, Traficantes de Sueños, pp. 27-42.

SINCLAIR, A. (1995). *Arts and Cultures, The History of the 50 Years of the Arts Council of Great Britain*, Sinclair-Stevenson.

SCHLESINGER, P. (2009). «Creativity and the Experts. New Labour, Think Tanks and the Policy Process». *The International Journal of Press/Politics*, 14 (3) pp. 3-20. Disponible en: <http://eprints.gla.ac.uk/4895/1/4895.pdf>

SCHLESINGER, P. (2016). «The creative economy: Invention of a global orthodoxy». *Innovation. The European Journal of Social Science Research*, London, Routledge, Taylor and Francis Group.

SRNICEK, N. (2016). *Platform Capitalism*, London, Wiley.

STOTHARD, P. (2016). *The Senecans. Four men and Margaret Thatcher*, London, The Overlook Press.

THOMPSON, E.P. (1963). *The Making of the English Working Class*, London, Victor Gollanzcs.

THROSBY, D. (2010). *The Economics of Cultural Policy*, Cambridge University Press.

UPCHURCH, A. (2004). «John Maynard Keynes, the Bloomsbury group and the origins of the arts council movement». *International Journal of Cultural Policy* 10 (2), pp. 203-217.

WILLIAMS, R. (1958). «Culture is ordinary» en R. Williams, *Resources of Hope: Culture, Democracy, Socialism*, London, Verso, pp. 3-14.

WILLIAMS, R. (1976). *Keywords. A Vocabulary of Culture and Society*, London, Fontana.

WILLIAMS, R. (1981). *Culture*, Glasgow, Fontana.

WILLIAMS, R. (1983). *Towards 2.000*, London, Chatto & Windus/The Hoggarth Press.

WILLIAMS, R. (1989). «The future of Cultural Studies» en *The Politics of Modernism: Against the New Conformists*, London, Verso.

WOLFF, J. (1981). *The social production of Art*, Basingstoke, Macmillan.

Se recomienda la lectura de este artículo junto al publicado en el número 18 de Periférica:

<https://revistas.uca.es/index.php/periferica/article/view/4182>

AUTOR

Alberto Santamaría

ADSCRIPCIÓN PROFESIONAL

Universidad de Salamanca

TÍTULO

¿Nostalgia de posmodernidad? Una aproximación al arte culto descafeinado*.

CORREO-E

albertosantamaria@usal.es

RESUMEN

El tema de las tensiones entre original y copia, entre objeto y su reescritura, afecta directamente al núcleo central de buena parte del arte y de la literatura de los últimos años. Conceptos como *remake*, *fake*, o *apropiación* se han tornado habituales hoy en muy variados ámbitos artísticos. Y, sin embargo, una peculiaridad parece afectar (en mayor o menor medida) a este hecho en la actualidad: su posicionamiento conservador y de vuelta a una particular concepción (trastocada para funcionar a-críticamente) de lo moderno, e incluso pre-moderno.

PALABRAS CLAVE

High Art Lite; Young British Art; posmodernidad.

AUTHOR

Alberto Santamaría

PROFESSIONAL AFFILIATION

Universidad de Salamanca

TITLE

Nostalgia for postmodernity? An initial exploration of high art lite.

E-MAIL

albertosantamaria@usal.es

ABSTRACT

The tension between original and copy, between object and its reformulation, has directly influenced the central core of much of the art and literature produced in recent years. Concepts such as remake, fake or appropriation have become common practice in a wide range of artistic domains. However, this situation is affected -to a greater or lesser extent- by one particular factor: its positioning as custodian and the return to a particular conception (disrupted by acritical functioning) of modern and even pre-modern work.

KEYWORDS

High Art Lite; Young British Art; postmodernity.

(*) Este trabajo forma parte del proyecto de investigación denominado Intermedialidad e institución. Relaciones interartísticas: literatura, audiovisual, artes plásticas. Concedido por el Ministerio de Economía, Industria y Competitividad. Programa Estatal de Fomento de la Investigación Científica y Técnica de Excelencia. Referencia del proyecto: HAR2017-85392-P

¿Nostalgia de posmodernidad? Una aproximación al arte culto descafeinado*

Alberto Santamaría

Según nos recuerda Hillel Schwartz la nuestra es una cultura de la copia. «Copiar es lo que se lleva ahora, [...] la copia es al mismo tiempo degenerada y regenerada»¹, apunta Schwartz, resumiendo en una sola frase la situación. La relación original-copia, realidad-simulacro estaba en la lista de cuestiones centrales de la posmodernidad. Basta hojear la paraliteratura que han producido las ideas de Jean Baudrillard y la multiplicidad de recurrencias a la obra de Walter Benjamin para hacernos una idea. Sin embargo, esa misma posmodernidad, como ha señalado Domingo Hernández Sánchez,² ha preparado su disolución, según parece, creando una esquizofrénica nostalgia de sí. De este modo, la idea que tratamos de señalar es que buena parte del arte actual ha creado, en su intento de construir una base teórica más allá de lo posmoderno, una especie de posmodernismo excesivamente blando y consensual. Es decir, en su intento de huir de lo posmoderno ha construido una extraña operación de salida que juega (eclecticamente) sobre el filo de unos conceptos que finalmente traicionan su posición. De alguna manera lo que proponen determinados artistas y escritores cercanos a la postproducción y su extensión *radicante* (BOURRIAUD), o los artistas

de la *estética del laboratorio* (LADDAGA), o la *escritura no-creativa* (GOLDSMITH) por poner simplemente tres ejemplos, no es sólo una nostalgia de la posmodernidad sino más bien una salida nostálgica de lo posmoderno, un fingimiento de los síntomas de esa salida de lo posmoderno a través de un superficial eclecticismo carente por completo de un factor crítico —en realidad una plena despolitización de todo gesto—, retornando blandamente a nociones del pasado. A este fenómeno de posmodernismo en estado de *outlet* (donde la copia recobra un valor puramente estético-modernista) es a lo que he dado en llamar Alta Cultura Descafeinada.³

El tema de las tensiones entre original y copia, entre objeto y su reescritura, afecta directamente al núcleo central de buena parte del arte y de la literatura de los últimos años. Conceptos como *remake*, *fake*, o *apropiación* se han tornado habituales hoy en muy variados ámbitos artísticos. Y, sin embargo, una peculiaridad parece afectar (en mayor o menor medida) a este hecho en la actualidad: su posicionamiento conservador y de vuelta a una particular concepción (trastocada para funcionar a-críticamente) de lo moderno, e incluso pre-moderno. Un retorno en el que se pierde o se reduce la fuerza de esa misma modernidad. Podríamos decir —es necesario insistir, aunque ya lo sepamos— que el apropiación

cionismo se ha convertido en el fetiche de una Alta Cultura Descafeinada, en un modelo de consumo cultural, eliminando del proceso apropiacionista toda posible fractura, todo posible disenso. Se trata de un apropiacionismo —entendido como fetichismo del significante— que se escuda en un vago humor consensual, en el chascarrillo vacío asentado en un pacto institucional (en el sentido más amplio del término), y que cuando pretende ser provocativo lo es con fines estrictamente comerciales. A este respecto (si bien en otros aspectos no podemos estar de acuerdo) baste recordar las palabras de Benjamin H. D. Buchloh:

«Las afinidades cada vez más notorias entre el mundo de la moda, el diseño y la publicidad y lo que se ha dado en llamar *high art* posmoderno no se explican sencillamente aludiendo a su interdependencia económica. Más bien se trata de una afinidad electiva que cabe atribuir al uso de técnicas similares de transmisión ideológica y a la relación que mantienen ambos mundos con los poderes que organizan la industria cultural. Los perfiles de artistas que, cada vez más a menudo aparecen en los medios de comunicación, los fotoreportajes de los estudios de los artistas (y de mujeres e hijos) o el uso de artistas como modelos de moda están marcados por el tipo de mensaje aporético que distingue estructuralmente toda publicidad exitosa. Por un lado, los artistas tienen que dar fe de su autenticidad tradicional y de la originalidad y exclusividad de sus productos (de la misma manera que las bagatelas producidas en masa se anuncian a través de campañas de imagen que recuerdan al estilo de vida aristocrático de la alta burguesía). Por otro lado, estos artistas tienen que asegurarnos que invertir en ellos es tan seguro como comprar acciones de una empresa de diseño»⁴.

En 1999 el crítico de arte Julian Stallabrass publicaba *High Art Lite*.⁵ Este libro, este *arte culto descafeinado*, tenía como objetivo estudiar y desenmascarar el auge y caída del *Young British Art*, analizando y enfatizando sus elementos circundantes y contextuales, a nivel mercantil y mediático. La pregunta central era simple: ¿qué había pasado y qué estaba pasando con artistas como Damien Hirst, Tracy Emin, Sarah Lucas, etc.? Esa era la pregunta. ¿Cómo habían logrado posicionarse, tal y como lo habían hecho, dentro del mundo del arte? Stallabrass estudia el fenómeno desde ese interior del mundo del arte británico apuntando una serie de cuestiones clave para comprender cómo un fenómeno artístico asciende espectacularmente hasta casi desintegrarse. Para Stallabrass el ascenso (mediático) de estos artistas se funda en

el hecho de constituirse y construirse como un arte que acepta un «posmodernismo simplista» desde el cual edifica artísticamente sobre el vacío. Estos artistas habrían comenzado su trabajo como *discurso alternativo* al oficial o hegemónico, mostrando incluso su obra desde los márgenes. No obstante, no veían —desde su «marginalidad»— el *mainstream* como un factor de simple oposición o como espacio crítico, sino como un espacio capaz de «hacer hueco» a su propuesta. Y en esta propuesta, el *otro* no es un elemento a desvelar o cuestionar —no es una metafísica de lo sublime— sino un territorio de *deseo*, y aquí es el deseo el que obtura toda posible crítica.

Stallabrass sostiene que estos artistas montaron originalmente sus propias exposiciones en viejos edificios o almacenes «evitando el caduco aparato de galerías privadas»⁶. Así, estas exposiciones de carácter «alternativo» podían tomarse como «recorridos turísticos», ya que implicaba «trasladarse a una parte desconocida de Londres y pasearse por edificios industriales»⁷. Partiendo de este elemento *diferente* la cuestión deriva por dos caminos interconectados. Por un lado hacia lo contextual: «el arte era una excusa para estar allí»⁸, es decir, era la excusa «para hacerse ver», y por otro, había una clara tendencia hacia lo elitista: «Aunque en ocasiones los pases privados estuvieran abarrotados, la concurrencia solía ser bastante homogénea: aspirantes a elite»⁹. Una de las implicadas, Sarah Lucas, lo declaraba del siguiente modo: «pese a que [estas exposiciones] se organizaran en viejas naves, las personas involucradas las hacían con intención de copiar o emular algo que [había sido] mucho más profesional y de mayor relumbrón»¹⁰. El *high art lite* —hijos del thatcherismo¹¹— se desarrolla de esta forma entre 1989 y 1995, y su diseño va a tratar de apuntalarse desde un marcado efectismo sobre los medios de comunicación, una aparente accesibilidad popular, así como una banalización de todo lo teórico. Escribe Stallabrass: «Para aproximarse a un público más amplio, el *high art lite* se recubrió de una nueva capa de barniz que incluía referencias y formas comprensibles para un público no especializado. Incluso, a veces, acudían a la cultura de masas e incorporaban materiales incomprensibles para los especialistas, demasiado esnobs como para interesarse por la música pop o los culebrones. De este modo, el nuevo arte decide llamar la atención de los medios de comunicación, despertando la ira de los conservadores y generando la publicidad de la que iba a depender»¹².

La obra de estos artistas se desarrolla en un doble movimiento hacia arriba y hacia abajo, funcionando como arte y entretenimiento al mismo tiempo, pero sobre todo tendiendo hacia la construcción de estrategias que faciliten el

éxito, y éste lo hallan —como en una especie de epifanía— en la llamada fetichización de la experimentación. Una fetichización que encuentra su aliado perfecto en los medios de comunicación, deseosos de esa experimentación entendida fundamentalmente como espectacularización o acontecimiento provocativo. Podríamos resumir diciendo que jugaban con el colapso del arte y de la mercancía, pero en la forma de una mercancía artística.

Hablar de fetichización de la experimentación implica hacer referencia, esencialmente, al uso de procesos vanguardistas como el *ready-made* con fines estrictamente mercantiles y/o promocionales. Es decir: en la construcción de gestos vanguardistas (y situacionistas) vacíos de contenido, creados desde (y para) la forma del efecto. Un Hank Herron que pinta o repinta cuadros con la necesidad de mostrarse como original ante un mercado que exige originalidad; ése sería un caso. Es decir, Damien Hirst pintor, por ejemplo. En el acto de pintar de Hirst no hallamos un gesto irónico hacia el mercado de la pintura (como podría suponerse), ni siquiera un acto provocativo, sino un gesto de aceptación del entramado comercial que le obliga a ello. «Hirst —escribe Sarah Thornton— ha desarrollado estrategias de producción que le aseguren, en todo momento, material suficiente para satisfacer la demanda de los coleccionistas; ha hecho, por ejemplo, al menos seiscientas pinturas de puntos (*spot paintings*) ‘únicas’»¹³. Por su parte, Christopher Burge, el principal subastador de Christie’s, lo expresa con cierta ingenuidad, pero con certeza y sin los circunloquios *cool* de Hirst: «Nos estamos quedando sin material antiguo, de manera que el mercado se ve empujado hacia la actualidad. De ser una tienda mayorista de objetos usados estamos pasando a algo que en realidad es al por menor. La escasez de bienes más antiguos hace que obras más nuevas queden expuestas ante la atención general»¹⁴.

En este sentido, y en función de su propia urgencia histórica, lo que se acaba creando es una vanguardia afirmativa —la negación misma de la vanguardia— que es lo que postulan algunos teóricos que apuestan por *otra modernidad* como alternativa posmoderna. Escribe Stallabrass: «un postmodernismo simplista [...] que pretendía no separar la alta cultura de la cultura de masas y que, imbuido de relativismo, aceptaba el sistema tal y como era, buscando sólo tener éxito»¹⁵. El propio Stallabrass señala las tres características de ese arte culto descafeinado:

«romper con el aire provinciano de las obras británicas anteriores»

«los artistas mantienen una relación nueva y diferente con los medios de comunicación utilizando con frecuencia materiales extraídos de la cultura de masas»

«aparentan ser una especie de vanguardia»¹⁶

Sobre estos tres pilares se asentaba (y se asienta) el denominado por Stallabrass *Arte Culto Descafeinado*. Plantea de este modo un mapa argumental —cuestionable en algunos casos, pero interesante, sin duda— que muestra las tentaciones de un artista por establecer un estado de pura visibilidad *comercial*. El caso de Damien Hirst es clave para Stallabrass, y lo muestra a través de un ejemplo simple. Con su famoso tiburón, según afirmaba el propio Hirst, éste pretendía generar un *pensamiento sobre la muerte*, pero, ¿por qué iba a ser así? Stallabrass lo apunta hábilmente: «¿Nos hace el tiburón pensar realmente en la mortalidad? ¿A quién le dan más miedo los tiburones que un cáncer o ser atropellado? ¿O nos recuerda sin más a la película *Tiburón*?»¹⁷. En igual medida una de las características del arte culto descafeinado, y en general de la Alta Cultura Descafeinada, es esta tensión que se produce en el interior de la obra y ante el espectador. O mejor dicho, esa tensión vacía. Escribe de nuevo Stallabrass:

«a Hirst le preocupa el hecho de añadir aún más objetos al mundo del arte y dice de su obra: “Fabricas una escultura y es algo excitante, y está en una exposición, y la miras, y simplemente dices, ‘guau’”. Y esta reacción como de parque de atracciones es justamente el efecto del cual depende la mayor parte del arte contemporáneo: “guau” es justo lo que dice uno cuando ve el tiburón gigante suspendido dentro de un tanque, o un molde de cemento del interior de toda una casa, o un busto hecho con la sangre congelada del artista. Más allá de este asombro, sin embargo, las obras de Hirst muy a menudo parecen vacías. [...] Este vacío es el producto de un simple collage de ready-mades, reunidos no para crear un significado sino para yuxtaponer de manera irresuelta ingredientes opuestos»¹⁹.

Esta sería la línea central del juego: una *mezcla* con el fin de mostrarse como *efecto* —de superficie— sobre el espectador. Algo así como una simple broma conceptual. Si la cultura del espectáculo se diseñaba (y se diseña) desde el patrón del *efecto* sobre el espectador, sin buscar causas o principios que sostuvieran ese efecto, la Alta Cultura Descafeinada —tratando de hallar ese efecto epifánico— funciona de modo similar a como funciona la industria Disney, por ejemplo, los reyes del *efecto*. Este desplazamiento hacia el efecto vacío es,

precisamente, el que cuida Disney. Julie Taymor, un personaje importante dentro del entramado Disney, señalaba lo siguiente sobre su propio trabajo: «No es ni puramente arte, ni sólo entretenimiento, no sé si estoy realmente en lo uno o en lo otro. Estoy en otra parte»²⁰. Este efecto es el que igualmente se halla, apunta Stallabrass, en la obra de Tracy Emin y su archiconocida pieza *Todo el mundo con el que me he acostado (1963-1995)*, de 1995, donde una tienda de campaña ejerce de altar en torno a la vida personal de la artista. Los temas perturbadores que aparecen ahí, tales como las relaciones sexuales antes de la edad legal, la violación, el aborto, fases depresivas graves, alcoholismo, que tratan de mostrarse como una provocación ante las buenas maneras de la sociedad acaban exigiendo de ésta su atención, y por lo tanto todo efecto depende, precisamente, de *ser efecto*. Por ello Stallabrass apunta que «la obra no critica las buenas maneras sino que depende de ellas»²¹. Esta necesidad del *efecto* es central. Hablaba de ello Hal Foster al referirse a «artistas que solían actuar como víctimas juveniles que provocaban a la ley paterna como para asegurarse de que seguía allí, en el mejor de los casos pidiendo neuróticamente el castigo, en el peor demandando neuróticamente orden. Y esta pose vicaria la adoptan los artistas y escritores contemporáneos casi demasiado ansiosos de decir obscenidades en el museo, casi demasiado dispuestos a ser pellizcados por Hilton Kramer o azotados por Jesse Helms»²². Esta podría ser una de las claves de la Alta Cultura Descafeinada: la construcción de un paradigma artístico que trata de desarrollar un equilibrio frágil entre arte y entretenimiento. Un espacio donde en lugar de arte político tenemos una aceptación de las políticas del arte.

Otra de las cuestiones centrales del Arte Culto Descafeinado —en realidad una extensión de lo anterior— es saber en qué terreno jugar, saber moverse (y manejarse) perfectamente entre la alta y la baja cultura, estableciendo sintomáticos guiños a uno y otro lado. Por ello la «accesibilidad de materiales extraídos de la cultura de masas se convirtió en un aspecto importante de los trabajos; se rechazó el conocimiento especializado. [...] Para comprender este arte resultaba más útil ser un entendido en [...] fútbol [...] que tener conocimientos sobre Velázquez o Picasso, y no digamos sobre Art & Language»²³. De esta forma, este arte se sirve de la cultura de masas para abrirse paso en los mercados, custodiados estos por un reducido grupo de conocedores (política del arte). A su vez, las obras se llenan (o apropian) de gestos sutiles como dardos precisos lanzados contra la alta cultura. Así, muchos de estos artistas están a salvo de las críticas porque la gente del entorno entiende que se trata de una elección y que sus creadores son

capaces de elaborar obras complicadas basadas en escritos de Derrida, Foucault, Kristeva o Lacan cuando quieran. Por lo tanto, las obras tienen un doble sentido: hacia el exterior para alcanzar notoriedad entre públicos más amplios y medios de comunicación; hacia el interior para el mundo del arte, sin excluir ni mucho menos a las instituciones tradicionales, galerías privadas y organismos oficiales.

Es, pues, fácil concluir que los dispositivos críticos de esta propuesta son nulos. Son, como apuntaba Bourriaud, de *suma cero*: se aparenta ofender²⁴. No se cuestiona el pasado, la propia tradición artístico-literaria, con fines culturales o históricos o políticos, sino con fines comerciales. Lo que se pretende en la Alta Cultura Descafeinada, bajo el disfraz de una vanguardia blanda, es no tanto formatear críticamente el arte o la literatura, sino que mediante un extraño movimiento hacia abajo y hacia arriba, tratar de formatear el mercado para beneficio propio. Por lo tanto, este trasvase, o este trasladar material de la baja a la alta cultura, «ya ni siquiera tiene carga política» y «se ha convertido en un mero voyeurismo culto»²⁵. Más bien se trataría de un tipo de arte cuyo carácter conservador es evidente, «en el que se ha eliminado por completo el papel de una cultura que se dedique a otra cosa que entretener y a hacer dinero»²⁶. Es más, forman parte de eso que podemos denominar *situacionismo low cost*, y que reaparece constantemente; un situacionismo que acepta su desactivación política para desarrollar su aspecto lúdico. De esta forma estamos ante un tipo de apropiacionismo que tiene unos antecedentes radicales en el arte conceptual y el movimiento situacionista, pero, a pesar de ello, «en el caso del *high art lite*, estos métodos se emplearon en gran medida desprovistos de intenciones políticas y pasados por el tamiz de un conceptualismo y un situacionismo absorbidos por la publicidad»²⁷. En este sentido, la tradición no es cuestionada con fines críticos sino con el objetivo simplista de formatear el pasado para instaurar su modelo estrictamente comercial. Dicho de otro modo: «la apariencia puede resultar engañosa, pero funciona a la perfección con la prensa, tanto para los progresistas que quieren creer que el *high art lite* representa algo radical, como para los conservadores que temen que así sea»²⁸. Se funda así una especie de nuevo formalismo donde la obra es la que crea su propio recinto crítico, construyéndose, de esta forma, una autonomía artística en función de los materiales que maneja. Hablaríamos, en conclusión, de un modernismo legitimado que es, al mismo tiempo, reempaquetado para el consumo como mercancía *chic*²⁹.

En definitiva, para Stallabrass, la definición del Arte Culto Descafeinado incluye o desarrolla como concepto esa *domesticación de lo marginal*. Escribe: «Desde el fin de la mo-

dernidad, los cambios en el arte contemporáneo ya no pueden describirse simplemente como progreso, sino que están basados en la domesticación de lo marginal, lo peligroso y lo alienado. Una de las formas más fáciles de crear marginalidad [...] es flirtear con lo bajo. En el valiente mundo del arte postmoderno, los tabúes siempre se están rompiendo y las fronteras se traspasan constantemente, y aun así (salvo honrosas excepciones), cuando nos damos la vuelta para mirar de nuevo, todo está en su sitio como por arte de magia, preparado para el siguiente asalto»³⁰.

Aquí sólo hemos estudiado un caso, pero podemos observar que muchas de las líneas del arte en el cambio de siglo van por este camino, marcado por el sello del neoliberalismo. Estamos así ante un síntoma. Un síntoma que delata un claro formalismo que, paradójicamente, se ha asentado en el seno de la llamada estética del sampleador (*nostalgia de posmodernidad*), haciendo del *acto de mezclar*, por ejemplo, su propia zona de juegos, su medio, hasta constituirse, desde esa desactivación crítica, en una broma conceptual ecléctica (ingeniosa y epifánica) sin más fines que su propio regocijo formal. El juego situacionista centrado en la revolución de la vida cotidiana ha caído en el juego entendido como fin en sí mismo, necesario para su deslizamiento hacia la forma-mercado. Así, a través de estos planteamientos teóricos, hemos tratado de apuntar someramente, y quizá abruptamente, los posicionamientos de esa *vanguardia afirmativa* que conforma lo que podemos entender como Alta Cultura Descafeinada, la cual podría definirse, finalmente, como «el desbaratamiento situacionista» reconciliado «con la promoción político-cultural».

Notas

- (1) SCHWARTZ, H., *La cultura de la copia. Parecidos sorprendentes. Facsímiles insólitos*, p. 262.
- (2) Cfr. HERNÁNDEZ SÁNCHEZ, D. (2008). «Copias, postproducciones y otras estéticas del guardar como».
- (3) Sobre este tema véase SANTAMARÍA, A. (e. p.) *Alta Cultura Descafeinada. Situacionismo low cost y otras escenas del arte en el cambio de siglo*, Madrid, Siglo XXI.
- (4) BUCHLOH, B. H. D. (2004). «Ready-made, object trouvé, idée reçue» en *Formalismo e historicidad. Modelos y métodos en el arte del siglo XX*, Madrid, Akal, p. 161.
- (5) STALLABRASS, J. (2010). *High Art Lite. Esplendor y ruina del Young British Art*, Madrid, Brumaria.
- (6) *Ibid.*, p. 49.
- (7) *Ibid.*

- (8) *Ibid.*
- (9) *Ibid.*
- (10) *Ibid.*, p. 51.
- (11) *Ibid.*, pp. 230-231.
- (12) *Ibid.*, pp. 18-19.
- (13) El precio de cada una de estas piezas «únicas» alcanza una cifra de muchos ceros. THORNTON, S. (2010), *Siete días en el mundo del arte*, Barcelona, Edhasa, Barcelona, p. 52. Nótese esa idea de «únicas».
- (14) *Ibid.*, p. 22.
- (15) *Ibid.*, p. 27.
- (16) *Ibid.* p. 15.
- (17) *Ibid.* p. 31.
- (18) No olvidemos las palabras del artista conceptual Douglas Huebler: «El mundo está lleno de objetos más o menos interesantes; no quiero añadir ningún otro, prefiero sencillamente afirmar la existencia de las cosas en términos de tiempo y/o espacio». Citado en LIPPARD, L. (1973). *Six Years: the desmaterialization of the art object from 1966 to 1972*, Londres, Studio Vista, 1973, p. 74.
- (19) STALLABRASS, J., *High Art Lite, ob. cit.*, p. 32. El inciso entre corchetes es del propio Stallabrass.
- (20) MARTEL, F. (2011). *Cultura Mainstream. Cómo nacen los fenómenos de masas*, Madrid, Taurus, p. 72.
- (21) STALLABRAS, J., *High Art Lite, ob. cit.*, p 43.
- (22) FOSTER, H. (2001). *El retorno de lo real*, Madrid, Akal, p. 163. Ambos personajes son representantes de la apuesta más conservadora del arte, uno como crítico y otro como político.
- (23) STALLABRAS, J. *High Art Lite, ob. cit.*, p. 56.
- (24) «El papel del arte es transformarse en una pantalla-radar en que estas formas furtivas, localizadas y personificadas puedan por fin aparecer y ser nombradas». BOURRIAUD, N. *Radicante, ob. cit.*, p. 65.
- (25) *Ibid.* pp. 99-100.
- (26) *Ibid.* p. 159.
- (27) *Ibid.*, p. 61.
- (28) *Ibid.*, p. 16.
- (29) Cfr. CROW, Th. (2002). «Modernidad y cultura de masas en las artes visuales» en *El arte moderno en la cultura de lo cotidiano*, Madrid, Akal, Madrid, p. 42.
- (30) STALLABRAS, J., *High Art Lite, ob. cit.*, p 16.

MONO GRÁFICO

SELECCIÓN DEL MANUAL ATALAYA DE GESTIÓN CULTURAL

Introducción / 51

El marco jurídico y legal de la cultura.
Los derechos culturales
Juana Escudero Méndez / 53

Planificación cultural pública
Félix Manito Lorite / 63

La comunicación cultural
María José Quero Gervilla / 77

Cooperación cultural
Alfons Martinell Sempere / 87

La evaluación de proyectos y procesos culturales
David Roselló Cerezuela / 117



Introducción

Antonio Javier González Rueda
y Salvador Catalán Romero,
editores del Manual Atalaya

El Manual Atalaya de apoyo a la Gestión Cultural volcó sus contenidos, por primera vez en internet, en el año 2013. Nació con el objetivo de ofrecer un conjunto de herramientas destinadas a la formación de gestores culturales, tanto de quienes ya están en el ejercicio de la profesión como de aquellos que contemplan la gestión cultural como una opción profesional. El Manual Atalaya ofrece, desde entonces, contenidos actualizables para comprender qué es la gestión cultural, así como para fijar sus lazos inexcusables con las políticas y con el concepto mismo de cultura.

Desde 2015 hasta la actualidad, el Manual Atalaya ha contado con la friolera de 862.000 visitas procedentes, sobre todo, del ámbito iberoamericano con un especial uso en Méjico (24, 4 %), España (18,7), Ecuador (11,9) y Argentina (11,6 %).

Con tres fases de trabajo ya completadas, el Manual Atalaya ha comenzado un proceso progresivo de traducción de sus contenidos al inglés en aras de posicionar mejor la aportación española y latinoamericana a la gestión cultural internacional.

Con este monográfico pretendemos mostrar cada año en *PERIFÉRICA*, revista para el análisis de la cultura y el territorio aquellos capítulos del Manual Atalaya que estén teniendo una mejor acogida, comenzando con las aportaciones de Juana Escudero, Félix Manito, María José Quero, David Roselló y Alfons Martinell.

<http://atalayagestioncultural.es/>

AUTORA

Juana Escudero Méndez

ADSCRIPCIÓN PROFESIONAL

Subdirectora de Educación y Cultura de la Federación Española de Municipios y Provincias (FEMP)

TÍTULO

El marco jurídico y legal de la cultura. Los derechos culturales

CORREO-E

jescudero@femp.es

RESUMEN

Tras el reconocimiento, primero, de los derechos civiles y políticos y, después, de los derechos económicos, sociales y culturales, se ha impuesto la necesidad de proclamar y reconocer, tanto en los tratados internacionales como en los textos constitucionales más recientes, los denominados derechos de tercera generación, también llamados derechos de Solidaridad o de los Pueblos. En el presente artículo, se analiza la posibilidad de afirmar los derechos culturales como derechos humanos, así como su efectividad y justiciabilidad, acudiendo finalmente a algunos ejemplos en la jurisprudencia cultural comparada.

PALABRAS CLAVE

Derechos civiles; derechos humanos; solidaridad de los pueblos.

AUTHOR

Juana Escudero Méndez

PROFESSIONAL AFFILIATION

Subdirectora de Educación y Cultura de la Federación Española de Municipios y Provincias (FEMP)

TITLE

The judicial and legal framework of culture. Cultural Rights.

E-MAIL

jescudero@femp.es

ABSTRACT

After the recognition, firstly, of civil and political rights, then of economic, social and cultural rights, there was a need to proclaim and recognise, in both international treaties and in more recent constitutional texts, the so-called third-generation rights, also known as “rights of solidarity” or “rights of the people”. This paper analyses the possibility of affirming cultural rights as human rights, their effectiveness and justiciability, lastly giving some examples in compared cultural jurisprudence.

KEYWORDS

Civil rights; human rights; solidarity between peoples.

El marco jurídico y legal de la cultura. Los derechos culturales

Juana Escudero Méndez

En un intento por superar la dispersión que los derechos culturales presentan en los diversos instrumentos internacionales que los reconocen y de avanzar en una formulación audaz de los mismos, el Grupo de Friburgo ha venido trabajando minuciosamente durante más de una década para enunciar, actualizar y sistematizar estos derechos. Este grupo está formado por un equipo plurinacional de investigadores organizado en torno al Instituto Interdisciplinario de Ética y Derechos Humanos de la Universidad de Friburgo que, bajo el amparo de la UNESCO y con la encomienda de elaborar una declaración sobre los derechos culturales, ha desarrollado sus trabajos para la definición de los derechos culturales con el fin de facilitar su inclusión –con el mayor rigor técnico posible en los instrumentos jurídicos internacionales de protección y, por ende, conforme a sus respectivas previsiones constitucionales, en los ordenamientos internos de los Estados que los suscriban.

Antes de abordar la posibilidad de su afirmación como auténticos derechos subjetivos y como derechos humanos fundamentales, comencemos por conocer el elenco de los derechos que, según la Declaración de Friburgo sobre Derechos Culturales, de 7 de mayo de 2007, integran la cate-

goría de derechos culturales. En este documento, elaborado por el, éstos se ofrecen sistematizados del siguiente modo:

Identidad y patrimonio culturales:

Toda persona, individual o colectivamente, tiene derecho:

a. A elegir y a que se respete su identidad cultural, en la diversidad de sus modos de expresión. Este derecho se ejerce, en especial, en conexión con la libertad de pensamiento, conciencia, religión, opinión y de expresión;

b. A conocer y a que se respete su propia cultura, como también las culturas que, en su diversidad, constituyen el patrimonio común de la humanidad. Esto implica particularmente el derecho a conocer los derechos humanos y las libertades fundamentales, valores esenciales de ese patrimonio;

c. A acceder, en particular a través del ejercicio de los derechos a la educación y a la información, a los patrimonios culturales que constituyen expresiones de las diferentes culturas, así como recursos para las generaciones presentes y futuras.

Comunidades culturales:

a. Toda persona tiene la libertad de elegir identificarse, o no, con una o varias comunidades culturales, sin consideración de fronteras, y de modificar esta elección;

b. Nadie puede ser obligado a identificarse o ser asimilado a una comunidad cultural contra su voluntad.

Acceso y participación en la vida cultural:

a. Toda persona, individual y colectivamente, tiene el derecho de acceder y participar libremente, sin consideración de fronteras, en la vida cultural a través de las actividades que libremente elija.

b. Este derecho comprende en particular:

- La libertad de expresarse, en público o en privado, en el o los idiomas de su elección;
- La libertad de ejercer, de acuerdo con los derechos reconocidos en la presente Declaración, las propias prácticas culturales, y de seguir un modo de vida asociado a la valorización de sus recursos culturales, en particular en lo que atañe a la utilización, la producción y la difusión de bienes y servicios;
- La libertad de desarrollar y compartir conocimientos, expresiones culturales, emprender investigaciones y participar en las diferentes formas de creación y sus beneficios;
- El derecho a la protección de los intereses morales y materiales relacionados con las obras que sean fruto de su actividad cultural.

Educación y formación:

En el marco general del derecho a la educación, toda persona, individual o colectivamente, tiene derecho, a lo largo de su existencia, a una educación y a una formación que, respondiendo a las necesidades educativas fundamentales, contribuyan al libre y pleno desarrollo de su identidad cultural, siempre que se respeten los derechos de los demás y la diversidad cultural. Este derecho comprende en particular:

- a. El conocimiento y el aprendizaje de los derechos humanos;
- b. La libertad de dar y recibir una enseñanza de y en su idioma y de y en otros idiomas, al igual que del saber relacionado con su cultura y sobre las otras culturas;
- c. La libertad de los padres de asegurar la educación moral y religiosa de sus hijos, de acuerdo con sus propias convicciones, siempre que se respeten la libertad de pensamiento, conciencia y religión reconocidas al niño, en la medida de la evolución de sus facultades;
- d. La libertad de crear, dirigir y de acceder a instituciones educativas distintas de las públicas, siempre que éstas respeten las normas y principios internacionales fundamentales en materia de educación y las reglas mínimas prescritas

por el Estado en materia de educación reconocidas internacionalmente y prescritas en el marco nacional.

Información y comunicación:

En el marco general del derecho a la libertad de expresión, que incluye la expresión artística, la libertad de opinión e información, y el respeto a la diversidad cultural, toda persona, individual o colectivamente, tiene derecho a recibir una información libre y pluralista, que contribuya al desarrollo pleno libre y completo de su identidad cultural en el respeto de los derechos del otro y de la diversidad cultural; este derecho, que se ejerce sin consideración de fronteras, comprende en particular:

- a. La libertad de buscar, recibir y transmitir información;
- b. El derecho de participar en la información pluralista, en el o los idiomas de su elección, a contribuir a su producción o a su difusión a través de todas las tecnologías de la información y de la comunicación;
- c. El derecho de responder y, en su caso, de obtener la rectificación de las informaciones erróneas acerca de las culturas, siempre que se respeten los derechos enunciados en la presente Declaración.

Cooperación cultural:

Toda persona, individual o colectivamente, tiene derecho a participar, por medios democráticos:

- En el desarrollo cultural de las comunidades a las que pertenece;
- En la elaboración, la puesta en práctica y la evaluación de las decisiones que la conciernen y afectan al ejercicio de sus derechos culturales;
- En el desarrollo y la cooperación cultural en sus diferentes niveles.

Esta Declaración de Friburgo reúne y hace explícitos derechos que ya se encuentran reconocidos en numerosos instrumentos internacionales, aunque de manera dispersa, y responde, según justifica su propio texto, «a la necesidad de demostrar la importancia de los derechos, como también la de las dimensiones culturales de los demás derechos humanos».

En efecto, los derechos aquí enunciados, sistematizados y actualizados se encuentran ya reconocidos en los Pactos Internacionales de Derechos Civiles y Políticos, por un lado, y de Derechos Económicos, Sociales y Culturales, por otro, adoptados por la Asamblea General de las Naciones Unidas

mediante la Resolución 2200A (XXI), de 16 de diciembre de 1966, los cuales, a su vez, tienen sus raíces en el proceso que condujo a la aprobación plenaria por las Naciones Unidas de la Declaración Universal de Derechos Humanos, el 10 de diciembre de 1948.

Hasta la redacción final de esta Declaración, el Grupo de Friburgo venía agrupando los derechos culturales reconocidos en los diversos instrumentos internacionales existentes del siguiente modo: derechos reconocidos como derechos culturales, derechos reconocidos a quienes se dedican al ámbito de la cultura y los derechos civiles y políticos en su dimensión cultural:

- Dentro de los derechos reconocidos como derechos culturales por los instrumentos internacionales, figuran los siguientes: el derecho a participar en la vida cultural de la comunidad y la protección de la propiedad intelectual sobre las



creaciones y los derechos de autor (reconocidos en el artículo 27 de la Declaración Universal de Derechos Humanos y en el artículo 15 del Pacto de derechos económicos, sociales y culturales), el derecho a la educación (artículo 26 de la DUDH y los artículos 13 y 14 del PESC) y las libertades lingüísticas reconocidas a las personas pertenecientes a las minorías(artículo 27 del Pacto de derechos civiles y políticos).

- Dentro de los derechos reconocidos a los profesionales de la cultura, figuran las libertades académicas, los derechos de los docentes e informadores (a los que no se puede negar su condición de derechos humanos porque carezcan del necesario carácter de universalidad que identifica a éstos, ya que permiten y requieren ser interpretados en una lógica universal, pues toda persona

- puede ser autor, enseñante o informador y debe, por tanto, gozar de ellos).
- La dimensión cultural de los derechos civiles obliga a enunciar, entre otros, el derecho a la dignidad y a la no discriminación (derecho al respeto de las identidades culturales), las libertades de pensamiento, de conciencia y de religión, las libertades de opinión, de expresión (derecho a la información) y de asociación (derecho de pertenecer o no pertenecer a una comunidad cultural).

Igualmente, la tabla de derechos culturales elaborada por el Grupo de Friburgo con base en los instrumentos internacionales que les ofrecen cobertura, ya sea mediante su formulación expresa, ya de modo más fragmentario, partía de la delimitación de nueve derechos o grupos de derechos que, en razón de los ámbitos a que se refieren, quedaban aglutinados en torno a tres polos: creación, comunicación e identidad. A ellos había de sumarse la dimensión política de cada uno de ellos.

Así, en relación con la creatividad y la creación, se contaban las libertades de investigación, de creación y los derechos de autor; así como las libertades lingüísticas, sus apoyos normativos figurarían en los artículos 27 DUDH, 15 del PDESC, la Declaración de las Naciones Unidad sobre las minorías y en numerosos instrumentos sectoriales.

En relación con la expresión y la comunicación, figurarían el derecho a la educación y a la formación permanente, el derecho a una información adecuada y el de acceso y participación en los patrimonios culturales. Sus soportes normativos estarían en los artículos 26 DUDH, artículos 213 y 14 del PDESC y el 19 de la DUDH, y en los artículos 19 y 27 del PDCP.

En relación con la identidad, se incluiría el derecho a elegir y a respetar la identidad cultural libremente elegida en la diversidad de sus modos de expresión, el derecho de conocer y ver respetada la cultura propia en la diversidad y la libertad de referirse o no a una comunidad cultural. El amparo normativo de estos derechos se encuentra fragmentado en razón de su reconocimiento en sede de derechos civiles (PDCP: artículos 17, 18, 22 y 27), y en la Declaración de la ONU sobre las minorías, en cuanto se refiere al derecho a la no discriminación y la libertad de asociación.

En último lugar, habría de figurar el derecho de participación en las políticas culturales en todos los ámbitos particulares de los derechos que han sido enumerados (artículos 21 a 27 de la DUDH, arts. 25 a 27 del PDCP, el artículo

PDESC y la Declaración de Naciones Unidas sobre las minorías).

En el ámbito europeo, un texto jurídico de gran relevancia es la Carta de Derechos fundamentales de la Unión, resultante de los trabajos de la Convención europea desarrollada entre el 26 de febrero de 2002 y el 8 de julio de 2003, que hace referencia a derechos tan arraigados como los vinculados a las artes, ya sean derechos o libertades; a la investigación científica (II-73), a la libertad de pensamiento, de conciencia y de religión (artículo II70), al derecho a la educación (II-74), a la dignidad humana (II-61), a la libertad de expresión (II-71), etc.

La Carta, en otro plano, impone a la Unión la protección de la diversidad cultural, religiosa y lingüística (II-82), novedad que, por su conexión con los derechos culturales, ha de ser destacada especialmente.

Si la Unión se compromete a proteger la diversidad cultural tal previsión ha de entenderse, al amparo de los textos internacionales y, en especial, de la Declaración de la UNESCO sobre la Diversidad Cultural y el Convenio protector de las Expresiones Culturales, como la asunción de la obligación de proteger los derechos culturales dentro de la Comunidad europea, siendo los derechos humanos los garantes de la diversidad cultural misma.

Con la protección de la diversidad cultural se estarían protegiendo los derechos culturales, imponiéndose una lectura «en clave cultural» de todo el conjunto de derechos y libertades públicas que son objeto de reconocimiento a nivel europeo.¹

Finalmente, hemos de citar otro instrumento muy valioso de reconocimiento de derechos económicos, sociales y culturales en el ámbito de la Organización de Estados Americanos: el Protocolo Adicional a la Convención Americana sobre Derechos Humanos en materia de Derechos Económicos, Sociales y Culturales, conocido como Protocolo de San Salvador, aprobado por la Asamblea General de la OEA en noviembre de 1988, en el que se reconocen ampliamente los derechos a la educación (artículo 13) y a participar en los beneficios de la cultura (artículo 14).

En el continente africano, la Carta Africana sobre Derechos Humanos y de los Pueblos, adoptada el 27 de julio de 1981, durante la XVIII Asamblea de Jefes de Estado y Gobierno de la Organización de la Unidad Africana, reunida en Nairobi, Kenya, en vigor desde octubre de 1986, reviste una importancia crucial. En su artículo 17 reconoce el derecho de todo individuo a la educación, a participar libremente en la vida cultural de su comunidad y a la promo-

ción y protección de la moral y de los valores tradicionales reconocidos por la comunidad, que serán deberes del Estado.

Asimismo, su artículo 22, establece: 1. Todos los pueblos tendrán derecho a su desarrollo económico, social y cultural, con la debida consideración a su libertad e identidad y disfrutando por igual de la herencia común de la humanidad. 2. Los Estados tendrán el deber, individual o colectivamente, de garantizar el ejercicio del derecho al desarrollo.

Sus artículos 25 y 26 disponen, respectivamente, que: Los Estados firmantes de la presente Carta tendrán el deber de promover y garantizar por medio de la enseñanza, la educación y la divulgación, el respeto de los derechos y libertades contenidos en la presente Carta y de procurar que estas libertades y derechos, así como las correspondientes obligaciones y deberes, sean entendidos, así como el deber de los Estados de garantizar la independencia de los tribunales de justicia y permitir la creación y la mejora de instituciones nacionales apropiadas que se ocupen de la promoción y la protección de los derechos y libertades garantizados por la presente Carta.

Derechos colectivos e identitarios

Ya en el preámbulo de la Declaración de Friburgo, se lee: Considerando que los derechos culturales han sido reivindicados principalmente en el contexto de los derechos de las minorías y de los pueblos indígenas, y que es esencial garantizarlos de manera universal y, en particular, para las personas desaventajadas.

Desde 1969, la Convención internacional sobre la eliminación de todas las formas de discriminación racial de la ONU promueve el respeto universal y efectivo de los derechos humanos y de las libertades fundamentales, condenando las prácticas de segregación y discriminación.

La OIT (Ley N° 24.071 de 1992)² sostiene «que en muchas partes del mundo esos pueblos no pueden gozar de los derechos humanos fundamentales en el mismo grado que el resto de la población de los Estados en que viven y que sus leyes, valores, costumbres y perspectivas han sufrido a menudo una erosión»; y recuerda «la particular contribución de los pueblos indígenas y tribales a la diversidad cultural, a la armonía social y ecológica de la humanidad y a la cooperación y comprensión internacionales». Afirma la obligación de los Estados de reconocer y proteger los valores y prácticas sociales, culturales, religiosas y espirituales de dichos pueblos; respetar la integridad de sus valores, prácticas e instituciones; promover su participación en las decisiones sobre sus prioridades; proteger el medio ambiente de los territorios que habitan; tomar en consideración su derecho consuetudinario, al

aplicar la legislación. El Convenio 169 de la OIT sobre pueblos indígenas y tribales en países independientes, de 1989, en relación con la posesión de las tierras tradicionalmente habitadas por estas comunidades, establece un concepto de territorio «que cubre la totalidad del hábitat de las regiones que los pueblos interesados ocupan o utilizan», y obliga a la protección de sus derechos a los recursos naturales existentes en sus tierras. Este Convenio contempla, entre otras, cuestiones de gran interés relacionadas con la cooperación a través de las fronteras, reconociendo así la situación de numerosos pueblos, asentados en territorios que exceden las fronteras nacionales (entre los pueblos andinos, los aimaras habitan en Perú, Bolivia y Chile; y los quechuas pueblan Colombia, Ecuador, Perú, Bolivia, Argentina y Brasil).

En octubre de 2005, la UNESCO llevó a la aprobación de su Conferencia General la Convención sobre la protección y la promoción de la diversidad de las expresiones culturales, acuerdo internacional jurídicamente vinculante que garantiza que los artistas, los profesionales y otros actores de la cultura y los ciudadanos en todo el mundo puedan crear, producir, difundir y disfrutar de una amplia gama de bienes, servicios y actividades culturales, incluidos los suyos propios. Fue adoptada porque la comunidad internacional supo entender la urgencia de la necesidad de aplicar una regulación internacional que reconociera, por un lado, el carácter distintivo de los bienes, servicios y actividades culturales como vectores de transmisión de identidad, valores y sentidos; y, por otro, que los bienes, servicios y actividades culturales no son mercancías o bienes de consumo que puedan ser considerados únicamente como objetos de comercio, aunque tengan un valor económico importante.

La Convención descansa en la asunción de la diversidad cultural como un patrimonio de la humanidad, que debe valorarse y preservarse porque acrecienta las posibilidades, capacidades y valores humanos, en un marco de democracia, tolerancia, justicia social y respeto mutuo entre los pueblos y las culturas. Destaca la importancia de los sistemas de conocimiento de los pueblos autóctonos y su contribución al desarrollo sostenible, así como la necesidad de garantizar su protección y promoción. Afirma que actividades, bienes y servicios culturales no pueden ser sólo considerados por su valor comercial, sino que encierran un valor de índole cultural. Se diferencia así del posicionamiento de los gobiernos de Estados Unidos, Australia y Japón, contrarios a la que consideran una posición proteccionista, y partidarios, hasta muy recientemente, de la absoluta vigencia del libre intercambio (A. MATTELART, 2005) en relación con todo producto y servicio.

Según la Declaración de las Naciones Unidas sobre los Derechos de los Pueblos Indígenas, de 13 de septiembre de 2007, el derecho a la identidad e integridad cultural se concreta en el derecho que tienen los pueblos indígenas a determinar y proteger el sistema cultural y de valores bajo el cual viven y quieren vivir y a no sufrir la asimilación forzada o la destrucción de su cultura.

En este sentido, el derecho a la identidad cultural implica la posibilidad efectiva y real de mantenerse y perpetuarse como pueblos distintos. El derecho a la identidad e integridad cultural supone la protección de sus costumbres y tradiciones, sus instituciones y leyes consuetudinarias, sus modos de uso de la tierra, sus formas de organización social y su identidad social y cultural. Los Estados deben reconocer y respetar la identidad cultural y deben consultar a los pueblos indígenas antes de adoptar medidas o proyectos que los puedan afectar.

La naturaleza, alcance y titularidad de estos derechos son controvertidos.

Cuando se hace innegable la situación de crisis del Estado actual, sujeto a las tensiones –culturales, económicas y financieras, migratorias y de todo orden– con que la globalización ha puesto en evidencia su fragilidad e insuficiencia como instancia de organización política capaz de dar respuesta a las emergentes necesidades que aquella genera, la afirmación de la existencia de derechos colectivos y los rasgos y alcance que a éstos se atribuyan dependerán de la respuesta jurídica que se dé a las complejas situaciones que el pluralismo cultural entraña.

En definitiva, más allá de los postulados defendidos por una u otra postura, el debate que subyace en esta polémica es si todas las culturas tienen igual valor, así como la capacidad del Estado y de las unidades político-administrativas en que éste se organice para integrar las diversas culturas a que puede dar cabida su territorio y dar respuestas satisfactorias a las legítimas aspiraciones de sus respectivos miembros y ciudadanos.

Como refiere Pérez de la Fuente,³ citando a Parekh en su obra *Political theory and the multicultural society*, «Las sociedades contemporáneas han emergido frente a casi tres siglos de Estado cultural homogéneo. Como una entidad territorialmente constituida, el Estado moderno está acomodado territorialmente pero no tiene descentralización cultural. El Estado, durante casi tres siglos, ha ido en la dirección de considerar un requisito para su adecuada configuración la homogeneización social y cultural. Debido a esto, se ha acostumbrado a confundir unidad con homogeneidad, igualdad con uniformidad».

El mismo autor, en su obra *Pluralismo cultural y derechos de las minorías*, expone cómo «el consenso sobre valores culturales que supone la nación como vínculo prepolítico del Estado que asume la homogeneidad que ahoga la diferencia» se ubica ya en otro plano, y contrapone «la posición liberal igualitaria» con el multiculturalismo. Así, aquella «afirma un consenso sobre valores procedimentales de la esfera pública y considera las culturas como parte de la esfera privada» y proclama una pretendida neutralidad cultural del Estado, que «no existe», ya que «para articular la esfera pública se tienen ineludiblemente que tomar decisiones que afectan a símbolos, lenguas oficiales, educación y cultura donde se trasluce el vínculo prepolítico homogéneo de la nación». Al liberalismo le basta con que, en esas decisiones, se tenga en cuenta el pluralismo de grupos nacionales y culturales existentes en el Estado, sin articular formas de participación ni mayor reconocimientos de éstos.

Por su parte, el multiculturalismo afirma que ni siquiera el consenso de valores procedimentales de la esfera pública es neutral culturalmente. «El papel del Estado no ha de ser privatizar culturas, sino más bien promocionar y acomodar la diversidad cultural, que se considera enriquecedora e inescapable»⁴.

Así, el liberalismo reconoce la necesidad de proteger los contextos culturales en que el individuo se desenvuelve sólo en la medida en que dicha protección garantice su autonomía y libertad de elecciones; el multiculturalismo aboga por una protección y promoción de las diferencias culturales, que conforman la identidad de los individuos.

Con estos solos apuntes, se hace evidente que la discusión sobre los derechos colectivos es un debate cargado de premisas. Las implicaciones previas de cada una de las posiciones comportan toda una serie de asunciones teóricas de muy hondo calado.

Cada una de las posiciones adoptadas por los autores de la doctrina científica, por los textos constitucionales de los Estados y de los movimientos de integración regionales, por las legislaciones estatales, por las políticas públicas acometidas por los gobiernos nacionales, territoriales o locales, etc. responden a una concepción distinta de cómo se ha de abordar, entender y atender en imparable fenómeno del pluralismo cultural: desde la asimilación de la diferencia a su integración.

Para dar cabida dentro de una entidad política, ya sea el Estado u otra entidad político-administrativa, a comunidades e identidades culturales diversas, preservando aquella, se puede optar por la asimilación –casi siempre, insostenible– bien por reconocer ciertos derechos, ya sea a los individuos de dichas comunidades, ya sea a los colectivos en que se inte-

El papel del Estado
no ha de ser privatizar
culturas, sino más bien
promocionar y acomodar
la diversidad cultural,
que se considera
enriquecedora e inescapable.

gran, estando definidos éstos por rasgos culturales compartidos y distintos de los de aquella comunidad primera.

A modo de síntesis sumarisima,⁵ en contra de la afirmación de derechos colectivos se encuentran quienes defienden la tesis individualista –en sus dimensiones ética, ontológica, semántica y metodológica que– residencia en el individuo todo fenómeno e interés social y, por ende, jurídico, de forma que sólo el individuo puede ser titular de derechos y libertades; la tesis jurídica, que impone la rigurosa observancia de las normas que rigen en los sistemas jurídicos toda atribución de derechos, que colisiona, en este caso, con la dificultad para determinar con la necesaria seguridad jurídica quiénes son los titulares de los derechos colectivos, y con la necesidad de que un sujeto colectivo, para ser titular de derechos, tenga establecidos mecanismos de representación, toma de decisiones y asunción de responsabilidad colectiva; la tesis de la redundancia, que sostiene que los derechos colectivos se hacen redundantes de los derechos individuales que, con fundamento en el principio de igualdad, basado en la dignidad humana, ya dan respuesta a las situaciones a que da lugar toda sociedad multicultural; la tesis de los riesgos, que acentúa los inconvenientes y efectos perjudiciales o per-

versos que acarrea la afirmación de derechos colectivos en relación con las soluciones que su adopción aporta.

A favor de los derechos colectivos, cabe citar a quienes mantienen una tesis social, que afirma la necesidad de dispensar protección al contexto sociocultural en que se desenvuelven las personas como único marco en que se hace posible el pleno desarrollo de las potencialidades que son específicamente humanas; la tesis colectivista que, más allá, considera que existe un valor intrínseco en los colectivos, un bien moral que, en sí mismo, merece ser protegido, más allá de los derechos individuales que se reconozcan a sus miembros; la tesis política, apoyada en la necesidad de reconocer derechos colectivos con base en razones de índole política y social, de suerte que éstos están llamados a corregir y mejorar aquellas demandas justificadas a las que los derechos individuales no llegan; la tesis de la concreción, que entiende que, definidas precisamente las medidas que se reclaman a los derechos colectivos, nada obsta a su reconocimiento, siendo, pues, enunciados como derechos en función de un grupo.⁶

Así, las posturas de corte liberal niegan la existencia misma de derechos colectivos. Partiendo de que la existencia de la sociedad es resultado natural de la dimensión social del hombre, pues el ser humano sólo obtiene su plena realización en el marco de la sociedad, y admitiendo que la identidad individual es siempre también necesariamente identidad social, ya que el ser humano existe en el seno de un determinado grupo social y el arraigo en ese grupo –que supone, entre otros aspectos, compartir ciertas pautas culturales comunes– reviste una importancia básica para su adecuado desarrollo, atribuyen todo derecho –ya sea cultural o de cualquier otra naturaleza, únicamente al individuo, pues sólo a él cabe reconocer dignidad humana, fuente del derecho a la identidad cultural propia.⁷

Aun admitiendo que «la plena definición de la identidad individual envuelve siempre la referencia a una comunidad que la define»⁸, se niega la posibilidad de que la comunidad cultural a la que pertenezca sea personificada y por tanto, reconocida como titular de derechos y objeto de protección y tutela en y por sí misma.

Como ha señalado, entre otros, Lamo de Espinosa, «en el momento en que el hombre es concebido como “ser de cultura”, zoon politikon, animal social por naturaleza, el respeto del individuo no puede dejar de abarcar el respeto de la cultura que le constituye».

Esta tesis no consiste en afirmar que de la existencia de diferentes grupos culturales, y de la pertenencia del ser humano a esos grupos, se infiera un deber de respeto a esas

diversas culturas; sino en sostener que, habida cuenta de que el ser humano sólo obtiene su plena realización en el marco del grupo social, de la exigencia de respeto incondicionado al ser humano se infiere el derecho de todo ser humano a la protección de la cultura del grupo social al que pertenece⁹.

Así, según estos autores, no existe «deber ético o jurídico alguno de protección de las tradiciones culturales, más que en la medida en que esas tradiciones son compartidas por los miembros del grupo social».

Ante las dificultades de una atribución rigurosa de derechos colectivos a grupos y comunidades cuyos miembros pueden desconocerse o la inexistencia de órganos a través de los cuales ejerciten los derechos reconocidos al grupo, esta postura considera que lo decisivo es la protección de los individuos que integran la minoría en sus derechos básicos, incluido el derecho a conservar sus pautas culturales.

Se entiende que la atribución de derechos colectivos no es necesaria para dispensar una protección adecuada a los grupos sociales, especialmente a las minorías y postula que, «en definitiva, la protección de una minoría se resuelve en dos vías de actuación complementarias: por un lado, asegurar la igualdad de derechos de los individuos pertenecientes a la minoría con los del grupo mayoritario; por otro lado, proteger la diferencia, es decir, tutelar adecuadamente las peculiaridades culturales específicas del grupo minoritario. Pues bien, en ambos casos nos encontramos ante un problema de protección de derechos individuales»¹⁰.

A diferencia de esta posición liberal individualista, los defensores de la postura social comunitarista llegan a afirmar los derechos colectivos como derechos fundamentales de los cuales son titulares ciertos grupos humanos.

Más allá, una posición más ambiciosa es la manifestada en la Declaración de Friburgo, cuyo preámbulo afirma que «es esencial garantizarlos de manera universal», de modo que puedan afirmarse como derechos humanos universales, que han de ser reconocidos a toda persona, se integre o no en una minoría cultural, es decir: han de reconocerse como derechos universales, de todos los seres humanos, en la medida en que todos ellos son susceptibles de encontrarse en cualquiera de las situaciones a que atienden estos derechos.

Toda vez que el constitucionalismo iberoamericano más Las constituciones de América Latina (...) en los últimos años han dado un avance extraordinario en la consagración de los derechos culturales para el desarrollo creativo. Actualmente, representan el vivero o semillero más importante de derechos culturales que existe en el constitucionalismo mundial reciente, así como crecientes sectores de la doctrina



tanto científica como jurídica y una pujante jurisprudencia constitucional emanada de cortes y tribunales estatales y regionales que han sancionado con decisión diversos derechos colectivos afirman la necesidad de reconocer estos derechos colectivos como derechos humanos de «tercera generación», estudiemos este concepto y sus implicaciones.

La expresión derechos culturales designa los derechos de toda comunidad humana a una identidad cultural, colectiva e histórica de los pueblos, y a perseguir su propio desarrollo.

Comprenden el derecho de toda comunidad a determinar libremente sus relaciones con otras comunidades –sociales y/o políticas– en un espíritu de coexistencia, diálogo, beneficio mutuo y respeto, así como el derecho a determinar su propia condición política y perseguir libremente su desarrollo económico, social y cultural.

Conservar sus propias instituciones: gozar del reconocimiento y la libertad de conservar y reforzar las propias instituciones políticas, jurídicas, económicas, sociales y cul-

turales, manteniendo a la vez los derechos a participar, si lo desean, en la vida política, económica, social y cultural de los estados y entidades políticas que las acogen.

El reconocimiento y ejercicio de los derechos colectivos implica la convivencia en el marco de la diversidad de las nacionalidades y pueblos, respetando y reconociendo a estas comunidades:

Su territorialidad.

- La participación en el uso y administración de los recursos naturales como el agua, bosques, etc., que se encuentren en territorios indígenas.
- La consulta a los pueblos indígenas para la explotación de los recursos naturales, tales como minas, petróleo, etc.
- La indemnización a las comunidades que la habitan por los daños ocasionados a la naturaleza por la explotación de sus recursos.
- La conservación de la propiedad de las tierras comunitarias.

La conservación de su identidad cultural:

- Contar con sistemas de educación intercultural bilingüe.
- El derecho al uso de la lengua materna.
- La propiedad intelectual colectiva de sus conocimientos.
- La práctica de medicina ancestral y alternativa.
- El uso de su vestimenta propia y de sus símbolos de identidad.
- La conservación de sus lugares sagrados y rituales.

El uso de formas propias de organización:

- La conservación y generación de sus formas de organización social y fortalecimiento de gobiernos locales y comunitarios.
- El ejercicio de la administración de justicia en el seno de sus comunidades.
- La participación de sus representantes en los organismos del Estado en cuyo territorio se encuentren asentadas.

«Si la libertad fue el valor guía de los derechos de la primera generación, como lo fue la igualdad para los derechos de signo económico, social y cultural, los derechos de la tercera generación tienen como principal valor de referencia la solidaridad»¹¹.

Así pues, los derechos colectivos son parte de los llamados derechos de tercera generación, cuyo reconocimiento internacional ha sido históricamente posterior al de los derechos civiles y políticos –primera generación– y al de los derechos económicos, sociales y culturales –segunda generación.

Algunos derechos de esta tercera generación son el derecho al desarrollo sostenible, a la paz, al patrimonio artístico y cultural, a la propia identidad cultural, especialmente de los pueblos indígenas, a un medio ambiente sano, y los derechos de los consumidores.

Así, por ejemplo, la Constitución vigente en Ecuador, de 2008, reconoce como derechos colectivos los derechos ambientales, los propios de las comunidades indígenas que viven en el país y los de los consumidores. La Constitución reconoce a los pueblos indígenas derechos colectivos a su identidad cultural, propiedad, participación, educación bilingüe, medicina tradicional, entre otros. Estos derechos se extienden, en lo aplicable, a los pueblos negros o afroecuatorianos. La Constitución también reconoce a toda la población el derecho a un medio ambiente sano y ecológicamente equilibrado así como reparaciones e indemnizaciones para los consumidores afectados por productos o acciones lesivas sea de actores públicos o privados. En la misma línea, la Constitución de Bolivia, Ley N° 1615, de 6 de febrero de 1995, la Constitución de los Estados Unidos Mexicanos, actualizada por reforma de 14 de agosto de 2001, la Constitución de Paraguay, de 20 de junio de 1992, etc.

Como explica el profesor Grijalva,¹² los derechos de tercera generación, y por tanto también los derechos colectivos, sirven de complemento a los de las dos generaciones anteriores en cuanto se refieren a la creación de condiciones concretas para el ejercicio de estos últimos. Así, el derecho de tercera generación al desarrollo crea condiciones para ejercer efectivamente el derecho de segunda generación al trabajo. Asimismo, el derecho de tercera generación a un medio ambiente sano es una condición necesaria para ejercer derechos de primera generación como el derecho a la vida o a la integridad física.

Sin llegar a afirmar su carácter universal, este autor, como muchos otros partidarios de una postura comunitarista, distingue entre aquellos derechos colectivos de los que somos titulares todos los seres humanos, por tanto, universales, y aquellos otros que han de reconocerse únicamente a ciertos grupos o comunidades humanas, siendo entonces más o menos posible determinar quiénes pueden reclamarlos o son afectados por su violación. Así, los derechos de tercera generación al desarrollo o a la paz pertenecerían a aquella prime-

ra categoría universal, siendo derechos difusos «en cuanto su violación nos afecta a todos si bien no es posible determinar específicamente a quiénes. En contraste, los derechos colectivos tienden a referirse a grupos más específicos. Los derechos colectivos de los pueblos indígenas son propios de quienes los integran. Los derechos colectivos de los consumidores y a un medio ambiente sano pueden ser difusos, pero en cuanto sea determinable quienes son los afectados por una determinada violación de los mismos se ajustan mejor al concepto de derechos colectivos. Por supuesto esta determinación del grupo concreto afectado no siempre es fácil o posible».

Siguiendo el razonamiento de este autor, compartido por una corriente doctrinal amplia, «los derechos colectivos son diversos pero no opuestos a los derechos humanos individuales». De hecho, los derechos colectivos incluyen derechos individuales en cuanto los grupos humanos que son sus titulares están formados por individuos y en cuanto crean condiciones para el ejercicio de derechos individuales. De este modo, por ejemplo, los derechos colectivos de los pueblos indígenas implican y protegen el derecho individual a la cultura de cada persona. El derecho colectivo a un medio ambiente sano ampara tanto la salud de la comunidad como la de cada uno de los individuos que la forman. Sin embargo, los derechos colectivos son indivisibles: son derechos del grupo y de todos y cada uno de sus miembros individuales, pero nunca de solo uno o algunos de ellos, con abstracción del grupo.

Bajo este planteamiento, los derechos colectivos complementan a los derechos individuales, si bien pueden entrar en colisión con éstos, toda vez que, no predicándose con carácter universal, pueden conculcar el principio de igualdad. Tal es el caso, por ejemplo, del conflicto entre el derecho de las comunidades indígenas a mantener sus propias formas de administración de justicia entre las cuales a veces se incluyen castigos físicos al infractor y el derecho individual de éste a su integridad física. En estos casos, numerosos autores niegan la admisibilidad de estas prácticas de la comunidad en cuanto atentan contra derechos humanos individuales cuyo fundamento se encuentra en la dignidad humana, de modo que los derechos colectivos nunca podrían amparar tales prácticas.

Siguiendo al Profesor Peces-Barba, la universalidad debe ser el punto de llegada de los derechos económicos, sociales y culturales y tiene estrecha relación con el principio de igualdad, es decir, que sólo se puede llegar a ella si partimos de la base de que las desigualdades existen y en tal virtud ameritan un tratamiento desigual a los desiguales, donde se proteja especialmente a quienes son dignos de protección por

sus condiciones particulares, de manera que los derechos se conviertan en realmente universales¹³.

En la misma línea, el profesor Prieto de Pedro afirma: «Los derechos culturales son y deben ser vistos como derechos de todos los grupos y seres humanos, independientemente del diferente grado de realización que unos y otros hayan logrado. De no dar este paso conceptual, es imposible que podamos hablar de los derechos culturales como derechos universales y considerarlos como un subsistema de los derechos fundamentales (dentro de los que se encuentran los derechos políticos, económicos sociales y culturales).

En los derechos culturales en tanto que derechos fundamentales, hay una clara doble dimensión, individual y colectiva, puesto que el individuo no es un átomo aislado de otros. De ser así, se marchitaría o desnaturalizaría. Por el contrario, su yo se construye a partir de la interacción con otros seres iguales. La sociabilidad es un presupuesto de la existencia humana; como decía el poeta Antonio Machado, «un corazón solitario no es un corazón».

Esta sociabilidad se desenvuelve en el seno de un abanico de opciones desde el punto de vista de los grupos. Por un lado, están los grupos esporádicos: aquéllos que se pueden formar en un partido de fútbol o en el teatro; luego están los grupos estables secundarios, representados por las asociaciones, los partidos políticos, la vecindad; y por último, se encuentran los grupos estables estructurales, legados del pasado, como la nación, el municipio o la comunidad étnica y cultural.

Estas realidades se tienen que afrontar con tratamientos diferenciados dentro de los derechos culturales. Es preciso comprender que los derechos colectivos no equivalen a la suma de los derechos individuales del grupo, tal como sostiene el liberalismo, sino que implican mucho más. Estos grupos son portadores de universos simbólicos del conjunto de sus miembros, y generan la identidad como repertorio de sentido compartido.

Estos valores colectivos se constituyen en bienes jurídicos que han de ser protegidos. Las garantías de protección de los derechos colectivos responden a garantías diferentes que, en unos casos, convierten la protección de los derechos colectivos en una parcela de la propia urbanización del Estado. Este proceso se realiza a través del sistema de autonomía personal –poco usado bien–, el de autonomía territorial –el sistema más común–, que da lugar a las distintas formas de estados (federales, regionales o atípicos) que tienen ámbitos de autonomía territorial reconocidos en su seno, donde se ejercen poderes de autogobierno en régimen de autonomía en determinados grupos de población, significados precisamente por esa diferencia cultural.

Por otro lado, también está la garantía institucional. En este sentido, es ilustrativo citar el caso de la lengua. Cuando un grupo humano tiene una lengua propia en el seno de una población más amplia, hay una dimensión individual de ese derecho que da opción a los individuos a elegir su modo de expresarse, su lenguaje. Asimismo, la libertad colectiva en lo que refiere al uso de esa lengua no equivale a la suma de las libertades individuales de todos ciudadanos. Si no existe una acción del poder público que institucionalice la lengua del grupo como oficial, no será posible realizar el derecho colectivo.¹⁴

Desde esta visión, se hace necesario, pues, afirmar la universalidad de los derechos colectivos y avanzar en la necesaria y sólida articulación de sus dimensiones individual y colectiva, que podrían entrar en conflicto si el propio sistema de derechos colectivos no previese cómo dirimir la prevalencia de una u otra en cada caso.

«Una de las características definitorias de los modelos de derechos colectivos es que no se pueden reducir a derechos individuales, lo cual sitúa un panorama donde se pueden producir solapamientos, contradicciones y tensiones entre ambos niveles. Por tanto, deben articularse mecanismos de resolución de conflictos entre los derechos individuales y los derechos colectivos. Lo cual volvería a la consideración de los presupuestos filosóficos que se enfrentan si existe una primacía del individuo o una primacía del contexto comunitario en el que se inserta. (...)»

Las teorías favorables a los derechos colectivos han querido reconstruir las relaciones entre derechos colectivos y derechos individuales de una forma armónica, huyendo de presentarlas como necesariamente conflictivas. Precisamente, se considera que los derechos colectivos son precondition para el ejercicio de los derechos individuales y, por tanto, no pueden ser contradictorios con éstos. La efectividad de los derechos individuales sólo se produce con la previa existencia y efectividad de los derechos colectivos»¹⁵.

En esta línea, Escudero Alday sintetiza esta postura, al afirmar que «es precisamente la protección de los derechos individuales la que en último extremo exige la presencia de derechos de titularidad colectiva», *subrayando que* «la relación entre derechos de titularidad individual y la titularidad colectiva no ha de entenderse en términos excluyentes, ni tampoco como si se estuviera en presencia de una especie de ordenación jerárquica»¹⁶.

Como criterio para resolver los casos de conflicto entre derechos individuales y derechos colectivos, la tesis social sólo considera legítima la protección de los grupos que fomentan las elecciones autónomas significativas, no aquéllos

que utilizan las restricciones internas para fomentar la coherencia interna del grupo en menoscabo del individuo, haciendo uso de ideologías cerradas. Para la ideología liberal, de forma no desemejante, la dignidad humana del individuo operará siempre como límite.

Para concluir el presente capítulo, sirva como ejemplo la sentencia de la Corte Interamericana de Derechos Humanos, en el Caso Pueblo Indígena Kichwa de Sarayaku vs. Ecuador [Corte IDH, Caso Pueblo Indígena Kichwa de Sarayaku vs. Ecuador, Fondo y Reparaciones, Sentencia de 27 de junio de 2012, Serie C No. 245, párr. 217.], que consideró que «el derecho a la identidad cultural es un derecho fundamental y de naturaleza colectiva de las comunidades indígenas, que debe ser respetado en una sociedad multicultural, pluralista y democrática»¹⁷, de tal modo que los Estados están obligados a consultar debidamente a las comunidades asentadas en sus territorios sobre asuntos que incidan o puedan incidir en su vida cultural y social, de acuerdo con sus valores, usos, costumbres y formas de organización.

Derechos Culturales y Derechos Humanos

Una vez enunciados los que cabe considerar como derechos culturales, hemos de abordar su naturaleza: ¿Cabe afirmarlos como derechos humanos fundamentales? ¿Constituyen auténticos derechos subjetivos y gozan, por tanto, de la integridad de garantías que el ordenamiento jurídico –interno e internacional– provee para asegurar su ejercicio y su justiciabilidad, como en el caso de otros derechos humanos?

Como reiteradamente refiere el profesor Prieto de Pedro, el proceso histórico que dio lugar al reconocimiento de estos derechos arroja luz sobre estas cuestiones: primero se construyeron los derechos civiles y políticos; luego, los económicos y sociales; y, finalmente, los derechos culturales, últimos en merecer la consideración de derechos humanos¹⁸.

Su tardío reconocimiento como derechos fundamentales y su incorporación en último lugar a los derechos fundamentales no fue casual. Aún hoy, los derechos culturales continúan siendo una categoría subdesarrollada de los derechos humanos.

«La dogmática de los derechos fundamentales en sentido estricto y de los derechos humanos en sentido lato nos permiten diferenciar, como paradigmáticamente lo hacen los Pactos de Naciones Unidas de 1966, los derechos de la «primera generación », en especial los derechos civiles, de los derechos de la «segunda generación» (derechos económicos, sociales y culturales) por su origen histórico-político (y raíces ideológicas), modelo de Estado (Estado Liberal-Estado So-

cial), relaciones economía-sociedad civil y, en cuanto a los derechos mismos, por su sujeto individual-colectivo (titulares y condiciones de ejercicio), estructura lógica (derechos de negación-derechos de prestación) y objeto: las obligaciones negativas y positivas que los definen (Estado sujeto de la lesión de derechos, Estado que confiere tutela reintegradora del derecho, reparadora de los sujetos u otra idónea y Estado obligado a prestar satisfactores sociales a los carenciados concebidos como colectivos de individuos). Con todo, esta diferenciación basada en factores tales como: origen histórico, modelo de Estado, naturaleza, estructura lógica y objeto-sujetos de obligaciones negativas y positivas, es tipológica y formalista y, al igual que la noción de las «generaciones de derechos», fuente de demasiadas simplificaciones, por lo que su uso dogmático debe hacerse con el debido cuidado y reconociendo los importantes matices que un análisis dogmático impone de suyo»¹⁹.

En todo caso, siguiendo al profesor Prieto de Pedro, «No es de extrañar que autores de reconocida trayectoria como Symonides titulara un trabajo reciente con el título de *Los derechos culturales, una categoría descuidada de los derechos humanos*; o que el grupo de Friburgo, encargado de elaborar una convención sobre derechos culturales para elevar a la UNESCO, titulara su trabajo: *Los derechos culturales*, una categoría subdesarrollada de los derechos humanos».

Los derechos culturales
son y deben ser vistos
como derechos de todos
los grupos y seres humanos,
independientemente
del diferente grado
de realización que unos
y otros hayan logrado.

En la Declaración Universal de Derechos Humanos (1948), en el Pacto Internacional de Derechos Económicos, Sociales y Culturales y en el Pacto Internacional de Derechos Civiles y Políticos (1966) se afirma que no puede realizarse el ideal del ser humano libre y liberado del temor y la miseria a menos que se creen condiciones que permitan a cada persona disfrutar de sus derechos civiles, culturales, económicos, políticos y sociales.

Asimismo, en la Conferencia Mundial de Derechos, en la Declaración y el Programa de Acción de Viena aprobados en 1993, se reafirmó que todos los derechos humanos son universales, indivisibles e interdependientes y están relacionados entre sí, y que la comunidad internacional debe tratar los derechos humanos en forma global y de manera justa y equitativa, en pie de igualdad y dándoles a todos el mismo peso.

Conforme a la Convención de Viena sobre el Derecho de los Tratados (Viena, 1998), «el Pacto de Derechos Económicos, Sociales y Culturales, debe interpretarse de buena fe, teniendo en cuenta el objetivo y propósito, el sentido ordinario, el trabajo preparatorio y la práctica pertinente».

Aunque la plena efectividad de estos derechos reconocidos en el Pacto, según algunos, se logra progresivamente, «la aplicación de algunos de estos derechos puede hacerse justiciable de inmediato, mientras otros derechos pueden hacerse justiciables con el paso del tiempo»²⁰.

Así, si bien es cierto que los derechos Civiles y Políticos han merecido mayor consideración por la comunidad internacional, hasta el punto de considerar a menudo que los DESCs son derechos de segunda clase, inaplicables, no sometidos a los tribunales ya que sólo se pueden hacer efectivos «en forma progresiva», durante un tiempo que no se determina con precisión, tal afirmación es un error, ya que en modo alguno los DESCs son menos relevantes que los derechos civiles y políticos, y hoy día son objeto de una consideración preferente.

Apelando a la Resolución 32/130, de 17 de diciembre de 1977, de la Asamblea General de las Naciones Unidas:

a) Todos los derechos humanos y libertades fundamentales son indivisibles e interdependientes: deberá prestarse la misma atención y urgente consideración a la aplicación, la promoción y la protección tanto de los derechos civiles y políticos como de los derechos económicos, sociales y culturales;

b) La plena realización de los derechos civiles y políticos sin el goce de los derechos económicos, sociales y culturales resulta imposible: la consecución de un progreso dura-

dero en la aplicación de los derechos humanos depende de unas buenas y eficaces políticas nacionales e internacionales de desarrollo económico y social, como se reconoce en la Proclamación de Teherán de 1968.

Como afirmó la Conferencia Mundial de Derechos Humanos de 1993, conforme a la Declaración Universal de Derechos Humanos, «la indivisibilidad e interdependencia de los derechos civiles y políticos y de los derechos económicos, sociales y culturales son principios fundamentales de la legislación internacional de derechos humanos».

Así pues, lo que debe plantearse, no es sólo si los DESCs son derechos humanos básicos, sino a qué dan derecho y qué carácter jurídico tienen las obligaciones de los Estados de hacerlos efectivos.

En resumen, los DESCs tienen por objeto asegurar la protección plena de las personas, partiendo de la base de que éstas pueden gozar de derechos, libertades y justicia social, simultáneamente.

Como explica el profesor Prieto de Pedro, «“derechos” significa poderes reconocidos por el ordenamiento jurídico y garantizados jurisdiccionalmente y por otros medios de tutela, para la satisfacción de intereses que merecen la defensa y la protección del Estado. En el caso de los derechos culturales, no estamos ante derechos comunes, subjetivos y siempre generales. Por el contrario, hacemos referencia a unos derechos singulares y fundamentales, poderes jurídicos superiores, especialmente protegidos por un sistema de garantías que no disfrutaban los derechos subjetivos ordinarios y definidos como derechos humanos.

Entre esas garantías encontramos las constitucionales, frente a la reforma de los textos y en la interpretación del propio texto constitucional», que queda reservada a la jurisdicción del Tribunal Constitucional.

Asimismo, los derechos fundamentales gozan de una serie de garantías jurisdiccionales exorbitantes de la protección que el ordenamiento jurídico dispensa a los derechos que no tienen esta consideración: son susceptibles de amparo constitucional –que se sustancia en procedimientos sumarios, privilegiados y urgentes– y se afirman como valores y fines primarios del Estado, que deben orientar la actuación de todos los poderes públicos. Igualmente, la figura del Defensor del Pueblo, configurado como Alto Comisionado de las Cortes Generales encargado de defender los derechos fundamentales y las libertades públicas de los ciudadanos mediante la supervisión de la actividad de las administraciones públicas, constituye otra garantía que sólo opera en relación con estos derechos y su posible lesión por los poderes públicos.

Cualquier ciudadano puede acudir al Defensor del Pueblo y solicitar su intervención, que es gratuita, para que investigue cualquier actuación de la Administración pública o sus agentes, presuntamente irregular. También puede intervenir de oficio en casos que lleguen a su conocimiento, aunque no se haya presentado queja sobre ellos.

Un poco de Historia

Como hemos visto, el contexto histórico en que ha tenido lugar el paulatino reconocimiento en el orden internacional de las sucesivas generaciones de derechos explica los motivos que llevaron a su proclamación, su concepción y posterior desarrollo: la aprobación de la Declaración Universal de los Derechos Humanos en 1948 tuvo lugar tras la Segunda Guerra Mundial y la creación de las Naciones Unidas, a resultas del compromiso de la comunidad internacional para no permitir nunca más atrocidades como las sucedidas en ese conflicto.

Ante las terribles violaciones de los derechos fundamentales que se dieron en las dos guerras mundiales, llegó la afirmación de estos derechos como objeto de protección internacional. En muy poco tiempo, la propia comunidad internacional comprendió que, para lograr la plena efectividad de los derechos civiles y políticos era necesario garantizar a los ciudadanos una vida digna, mediante el reconocimiento y promoción de los derechos económicos, sociales y culturales.

Sin embargo las dos categorías de derechos se enunciaron y, desde entonces, se han mantenido como categorías independientes, conservando los derechos civiles y políticos su posición de privilegio, como si del respeto y la efectividad de éstos dimanase como consecuencia ineluctable la eficacia de los otros.

Igualmente, la construcción jurídica en que se asentaron ambas categorías de derechos reposa sobre fundamentos distintos: los derechos civiles y políticos implicaban un deber de abstención del Estado y eran de aplicación inmediata, mientras que los derechos económicos, sociales y culturales implicaban una participación activa del Estado y se concibieron como de aplicación progresiva.

Parece claro que aquella primera diferencia, explicable en un contexto liberal que propugnaba la menor intervención del Estado en los asuntos públicos, no resulta ya defendible, toda vez que ambas categorías de derechos requieren de los Estados, para su efectividad, la adopción de medidas positivas –ya sean normativas o políticas activas– que no impidan y, más allá, hagan posible el libre ejercicio de los derechos.

Por otro lado, la afirmación de los derechos económicos, sociales y culturales como derechos no completos en sí mismos, ni constitutivos de auténticas facultades que asistan inmediatamente a los ciudadanos, sino como derechos programáticos, no subjetivos, que han de inspirar la acción de los poderes públicos en su actividad normativa y en la adopción de políticas públicas debilita enormemente su eficacia, si bien no su condición de derechos fundamentales. Con todo, tampoco parece aceptable la teoría que sostiene que, mientras las libertades se hallan plenamente positivizadas en la constitución, esto es, formuladas y amparadas como derechos de inmediata aplicación, los derechos sociales (entre los que se encuentran los derechos culturales, junto con los económicos) tan sólo pueden ser recogidos «programáticamente, pero no adquirirán carácter jurídico-positivo hasta no ser desarrollados por vía legislativa, pues el derecho constitucional comparado ofrece numerosas muestras de derechos sociales cuya actuación no exige [para su inmediata exigibilidad] la integración legislativa. Así, por ejemplo, en Italia el derecho a un salario equitativo ha sido generalmente considerado por la jurisprudencia como fundado de forma inmediata en el artículo 36 de la Constitución, en tanto que los derechos de libertad necesitan también, en muchas ocasiones, de la intervención del legislador para poder ser directamente exigibles y, en consecuencia, para poseer garantía plena»²¹.

La inclusión de los derechos económicos, sociales y culturales en los textos constitucionales no ha traído consigo, en todo caso, el establecimiento de mecanismos jurídicos efectivos para su realización material.

«El Estado de derecho supone la limitación del poder del Estado por el mismo derecho, el control de los poderes estatales, la protección y defensa de los derechos o libertades fundamentales, todo ello orientado a la protección de los individuos frente a la arbitrariedad de la administración».

Los Estados liberales consagraron un principio de igualdad, entendida ésta como igualdad legal, meramente formal, de los ciudadanos ante la ley. Fue éste el concepto rebatido por los Estados sociales al consagrar jurídicamente la igualdad, pero no sólo desde la legalidad, sino también desde su aspecto material. Más allá, la afirmación de un Estado Social y democrático implica que «los poderes públicos asumen la responsabilidad de proporcionar a la generalidad de los ciudadanos las prestaciones y servicios públicos adecuados para subvenir sus necesidades vitales, es decir, vela por lo que la doctrina germana ha calificado de cura existencial (*Daseinvorsorge*)»²².

Siguiendo las reflexiones del profesor Gregorio Peces-Barba, los derechos económicos, sociales y culturales

«son derechos fundamentales por la finalidad última que se proponen, y no por la forma en que se despliegan en la realidad»²³.

En relación con cuanto antecede, y respecto a la diferente tutela reconocida, por un lado, a los derechos civiles y políticos, y a los derechos económicos, sociales y culturales, por otro, se ha mantenido que «mientras los derechos de libertad se benefician de la tutela constitucional directamente, los derechos sociales no pueden ser objeto inmediato de tal tutela»²⁴, afirmación ésta que, como hemos visto, no es necesariamente cierta ni ineluctable pues queda el órgano jurisdiccional que tenga atribuida la garantía de los derechos fundamentales considerar que su formulación en el texto constitucional es título bastante para fundar su tutela judicial y justificar la declaración de toda disposición que los desconozca o vulnere como inconstitucional.

Más allá, los derechos culturales, delimitados por el adjetivo «cultural» se enfrentan, en primer término, a las diversas acepciones de cultura, que condicionan su alcance: así, una se restringe a los pueblos minoritarios y otra, que implica que son derechos que afectan a todos los ciudadanos. Distinción ésta de enorme trascendencia, toda vez que «el carácter de la universalidad se postula como condición deontológica de los derechos humanos, pero no de los derechos fundamentales»²⁵.

Siguiendo la exposición del profesor Prieto, «Las primeras normas jurídicas en el ámbito internacional provienen del Pacto Internacional de Derechos Económicos, Sociales y Culturales de 1966, en el que se recogen en su sentido amplio y abierto. Sin embargo, el desarrollo inmediato que han experimentado estos derechos los han limitado a los grupos minoritarios que reivindican una situación de debilidad frente al grupo mayoritario. Este es uno de los grandes errores con los que nos enfrentamos en este momento. Un callejón sin salida por haber aceptado una propuesta que sitúa a los derechos culturales como una reivindicación de las minorías frente a las mayorías cuando los derechos culturales forman parte del patrimonio de todos los seres humanos.

Por este motivo, —continúa el profesor— propongo entender los derechos culturales como aquellos derechos que garantizan el desarrollo libre, igualitario y fraterno de los seres humanos en esa capacidad singular que tenemos de poder simbolizar y crear sentidos de vida que podemos comunicar a otros»²⁶.

En cuanto al proceso histórico de reconocimiento y positivación de los derechos humanos, el mismo autor refiere cómo «la evolución de la formulación de los derechos hu-

manos se ha caracterizado por una cadena ininterrumpida de construcción de derechos. Desde las constituciones de principios del siglo XIX hasta hoy, se han reconocido tres generaciones de derechos fundamentales: la primera generación, constituida por los derechos fundamentales de libertad; la segunda, por los derechos de igualdad; y la tercera, por los derechos fundamentales de solidaridad. Todos ellos se relacionan con el tema central de la revolución francesa: «liberté, égalité et fraternité».

Los derechos fundamentales de libertad se vinculan con la autonomía del individuo. Libertad significa autonomía porque crea ámbitos de resistencia en los que el poder público no puede entrar. El individuo ve reconocida una esfera de inmunidad para ejercer su libertad sin intromisión del poder. Es el caso de la libertad de expresión, de asociación, de conciencia o de culto.

Los derechos de la segunda generación son los derechos económicos, sociales y culturales. A diferencia de los anteriores, aquí no se trata de que el poder público se mantenga al margen y respete ese círculo de poder que el derecho otorga al individuo; ocurre, precisamente, todo lo contrario: el poder debe comprometerse con el desarrollo de la igualdad de los individuos, ofreciendo servicios y prestaciones. Estos son los derechos a la educación, a la salud y a la cultura, que toman cuerpo a través de la prestación de servicios culturales y de la institucionalidad de la cultura.”

El profesor Prieto refiere cómo Eleanor Roosevelt, que presidió la Comisión de Derechos Humanos de las Naciones Unidas durante la elaboración de la Declaración Universal de los Derechos Humanos, expresó brillantemente la estrecha vinculación que hace interdependientes los derechos civiles y políticos y los derechos económicos, sociales y culturales, cuando afirmó: «Un hombre necesitado, no es un hombre libre».

En la tercera generación, aparecen los derechos de solidaridad, que protegen intereses difusos, como el medio ambiente, los derechos de los consumidores, el derecho a la paz y, por otro, los derechos de grupo, donde se sitúan los derechos de identidad.

«A pesar de que sólo la segunda categoría hace referencia explícita a los derechos culturales, esta clasificación hace evidente su complejidad, pues en cada una de las categorías encontramos elementos de ellos. Por ejemplo, en la primera incluimos la libertad de creación cultural, la libertad artística, la libertad científica, la comunicación cultural, la libertad de comunicación de las expresiones creadas en la cultura, etcétera. El llamado derecho de acceso a la cultu-

ra es un derecho típico de la segunda generación, porque para acceder a la cultura hacen falta prestaciones relacionadas con los grandes servicios públicos (los museos, archivos y bibliotecas son instrumentos de realización del derecho de prestación de acceso a la cultura). Asimismo, en la tercera generación se presentan, bajo la forma de derecho al patrimonio cultural, el derecho a la conservación de la memoria cultural y los derechos al desarrollo de la propia identidad de los grupos étnicos y de los grupos culturales diferenciados»²⁷.

Del mismo modo, como ya hemos visto, los derechos culturales encuentran sanción a menudo como dimensión necesaria para una plena y eficaz protección de los derechos civiles y políticos.

Por su parte, la Comisión Internacional de Juristas (CIJ) (icj.org)²⁸ ha reconocido constantemente que «los derechos económicos, sociales y culturales (DESC) deben ser considerados con la misma seriedad con la que se tratan los derechos civiles y políticos. Los DESC han formado parte del lenguaje de los derechos humanos internacionales al menos desde la adopción de la Declaración Universal de los Derechos del Hombre (DUDH) en 1948. Sin embargo, en comparación con los derechos civiles y políticos, se ha prestado considerablemente menos atención a la necesidad de desarrollar el contenido de los DESC y se han propiciado menos mecanismos de protección para hacerlos efectivos.

En su segundo Informe sobre Los Tribunales y la exigibilidad legal de los derechos económicos, sociales y culturales, afirma que estos vacíos en el sistema internacional de derechos humanos se generan por razones políticas y no jurídicas.

En gran medida, estas diferencias se deben a la importancia dada por los países occidentales a los derechos civiles y políticos en el contexto de la división causada por la guerra fría. En consecuencia, la noción de justiciabilidad de los DESC ha sido descuidada y largamente ignorada. El término «justiciabilidad» significa que las víctimas de violaciones de estos derechos tienen la posibilidad de acudir ante un órgano imparcial e independiente, para solicitar una reparación adecuada si se prueba que ha ocurrido una violación, o que es probable que haya ocurrido, y para obtener la reparación exigida»²⁹.

Si se quieren considerar en un pie de igualdad los derechos civiles y políticos y los DESC, es crucial cerrar la brecha entre la justiciabilidad de ambos tipos de derechos. Con este fin, el Estudio citado ilustra con numerosos ejemplos que los DESC son susceptibles de protección judicial, como ya demuestra, en diversa medida, la práctica de muchos tribunales del mundo.

Notas

(1) ARROYO YANES, L. M., (2006) «Los derechos culturales como derechos en desarrollo: una aproximación». *Nuevas Políticas Públicas: Anuario multidisciplinar para la modernización de las Administraciones Públicas. Derechos sociales*, nº 2, pp. 262-283.

(2) Convenio internacional vinculante, abierto a la ratificación, que regula los derechos de los pueblos indígenas y tribales. Hasta la fecha lo han ratificado 20 países. Cuando un país ratifica el Convenio, cuenta con un año para armonizar su legislación, sus políticas y sus programas antes de que dicho Convenio resulte vinculante de pleno derecho y esté listo para su aplicación. Los países que han ratificado el Convenio están sometidos a una supervisión de su aplicación.

(3) PÉREZ DE LA FUENTE, Ó., (2005) *Pluralismo cultural y derechos de las minorías. En la colección: Derechos Humanos y Filosofía del Derecho*, Dykinson, Madrid.

(4) PÉREZ DE LA FUENTE, Ó., ob. cit. pp. 87- 88.

(5) PÉREZ DE LA FUENTE, Ó., ob. cit.

(6) En estas líneas Kymlicka hacía una distinción entre «derechos de autogobierno, derechos poliétnicos y derechos especiales de representación»: Kymlicka, W., (1996) *Ciudadanía Multicultural*, Paidós Iberia, p. 61.

(7) DE LUCAS, J., (1994) *El desafío de las fronteras: derechos humanos y xenofobia frente a una sociedad plural*, Temas de Hoy, Madrid, p. 62.

(8) TAYLOR, Ch., (1989) *Fuentes del yo*, Cambridge University Press.

(9) MARTÍNEZ PUJALTE, A. L., (1998) «Derechos humanos e identidad cultural: una posible conciliación entre interculturalidad y universalidad». *Persona y derecho: Revista de fundamentación de las Instituciones Jurídicas y de Derechos Humanos*, nº 38.

(10) MARTÍNEZ PUJALTE, A. L., ob. cit.

(11) PÉREZ LUÑO, A. E. (2006) *La tercera generación de derechos humanos*, Aranzadi, Madrid.

(12) GRIJALVA, A. (2009) ¿Qué son los derechos colectivos? Administración de *justicia indígena y derechos colectivos*, Universidad Andina Simón Bolívar, Ecuador.

(13) PECES-BARBA, G., (1999) *Los derechos económicos, sociales y culturales: notas de su formación histórica y su concepto. Derechos económicos, sociales y culturales y su legislación*, Dykinson, Madrid.

(14) PRIETO DE PEDRO, J. (2004) «Derechos Culturales y Desarrollo Humano». *Pensar Iberoamérica. Revista de cultura. Organización de Estados Iberoamericanos para la Educación, la Ciencia y la Cultura*, OEI, nº 7.

(15) PÉREZ DE LA FUENTE, Ó., ob. cit., p. 450.

(16) ESCUDERO ALDAY, R. (2001) «Los derechos colectivos, frente al disparate y la barbarie» en F.J. Ansuátegui Roig, *Una discusión sobre derechos colectivos*, Dykinson, Madrid, p. 73.

(17) Caso CIDH Pueblo indígena Kichwa de Sarayaku vs. Ecuador, Fondo y Reparaciones, Sentencia de 27 de junio de 2012, Serie C, nº 245, pár. 217.

(18) PRIETO DE PEDRO, J., ob. cit.

(19) BASTIDA FREIJIDO, F. *et al.*, (2004) *Teoría general de los derechos fundamentales en la Constitución española de 1978*, Tecnos, Madrid, pp. 83-119. También, CARBONELL, M., (2002) *La Constitución en serio. Multiculturalismo, igualdad y derechos sociales*, UNAM; México; ABRAMOVICH, V. y COURTIS, Ch., (2004) *Los derechos sociales como derechos exigibles*, Trotta, Madrid, sobre todo, capítulos 1 y 2, pp. 19-116. Todos citados por ZÚÑIGA URBINA, F.

(20) LLANOS MANSILLA, H., (2010) «Los derechos económicos, sociales y culturales, DESCs». *Ars Boni et Aequi*, vol. 6, nº 1, pp. 149-198.

(21) PEREZ LUÑO, A. E., ob. cit., pp. 307-ss.

(22) PEREZ LUÑO, A. E., ob. cit., p. 193.

(23) PECES-BARBA, G., ob. cit., p. 64.

(24) RIVERO, J., (1973) *Les libertés publiques [Las libertades públicas]*. Colección: Los derechos del hombre, Presses universitaires de France, Paris.

(25) BOROWSKI, M., (2003), *La estructura de los derechos fundamentales*. Serie: Teoría jurídica y legal del derecho, Universidad Externado de Colombia, p. 145.

(26) PRIETO DE PEDRO, J., ob. cit.

(27) PRIETO DE PEDRO, J., ob. cit.

(28) La Comisión Internacional de Juristas (CIJ) es una organización no gubernamental dedicada a la promoción del conocimiento y el respeto al Estado de Derecho y la protección legal de los derechos humanos a nivel mundial. Su sede está en Ginebra y cuenta con delegaciones en 37 países, 45 organizaciones miembro y 60 juristas de renombre en todas las regiones del mundo.

(29) *Los tribunales y la exigibilidad legal de los derechos económicos, sociales y culturales. Experiencias comparadas de justiciabilidad*. Serie: Derechos humanos y Estado de Derecho, nº 2.

The judicial and legal framework of culture. Cultural Rights

Juana Escudero Méndez

In an attempt to rectify the dispersion of the cultural rights presented in the various international instruments that recognise them and to make progress in an audacious formulation thereof, the Fribourg Group has been meticulously working for over a decade on outlining, updating and systemising said rights. The group is formed of a multinational team of researchers, organised around the Interdisciplinary Institute for Ethics and Human Rights of the University of Fribourg, under the mandate of UNESCO. It is charged with drawing up a declaration of cultural rights and its works have included the development of a definitive definition of said rights. The purpose of this is to facilitate the inclusion of those rights –with the greatest technical rigour– in international legal protection instruments and therefore, in accordance with the respective constitutional provisions, in the internal statutes of the States who undersign them.

Before addressing the possibility of their affirmation as authentic subjective rights and as fundamental human rights, let us start by learning about the set of rights which, according to the Fribourg Declaration on Cultural Rights, of the 7th of May 2007, form the category of cultural rights. In said document, written by the group, the rights are systemised as follows:

Identity and Cultural Heritage

Everyone, alone or in community with others, has the right:

- a. To choose and to have one’s cultural identity respected, in the variety of its different means of expression. This right is exercised in the inter-connection with, in particular, the freedoms of thought, conscience, religion, opinion and expression;
- b. To know and to have one’s own culture respected as well as those cultures that, in their diversity, make up the common heritage of humanity. This implies in particular the right to knowledge about human rights and fundamental freedoms, as these are values essential to this heritage;
- c. To access, notably through the enjoyment of the rights to education and information, cultural heritages that constitute the expression of different cultures as well as resources for both present and future generations.

Cultural communities

- a. Everyone is free to choose to identify or not to identify with one or several cultural communities, regardless of frontiers, and to modify such a choice;
- b. No one shall have a cultural identity imposed or be assimilated into a cultural community against one’s will.

Access to and participation in cultural life

a. Everyone, alone or in community with others, has the right to access and participate freely in cultural life through the activities of one’s choice, regardless of frontiers.

b. This right includes in particular:

The freedom to express oneself, in public or in private in the language(s) of one’s choice;

The freedom to exercise, in conformity with the rights recognised in the present Declaration, one’s own cultural practices and to follow a way of life associated with the promotion of one’s cultural resources, notably in the area of the use of and in the production of goods and services;

The freedom to develop and share knowledge and cultural expressions, to conduct research and to participate in different forms of creation as well as to benefit from these;

The right to the protection of the moral and material interests linked to the works that result from one’s cultural activity.

Education and training

Within the general framework of the right to education, everyone has the right throughout one’s lifespan, alone or in community with others, to education and training that, responding to fundamental educational needs, contribute to the free and full development of one’s cultural identity while respecting the rights of others and cultural diversity. This right includes in particular:

a. Human rights education and knowledge;

b. The freedom to teach and to receive teaching of and in one’s language and in other languages, as well as knowledge related to one’s own culture and other cultures;

c. The freedom of parents to ensure the religious and moral education of their children in conformity with their own convictions while respecting the freedom of thought, conscience and religion of the child on the basis of her/his capacities;

d. The freedom to establish, to direct and to have access to educational institutions other than those run by the public authorities, on the condition that the internationally-recognised norms and principles in the area of education are respected and that these institutions conform to the minimum rules prescribed by the State.

Communication and information

Within the general framework of the rights to freedom of expression, including artistic freedom, as well as freedom of opinion and information, and with respect for cultural diversity,

everyone, alone or in community with others, has the right to free and pluralistic information that contributes to the full development of one’s cultural identity. This right, which may be exercised regardless of frontiers, comprises in particular:

a. The freedom to seek, receive and impart information;

b. The right to participate in pluralist information, in the language(s) of one’s choice, to contribute to its production or its dissemination by way of all information and communication technologies;

c. The right to respond to erroneous information concerning cultures, with full respect of the rights expressed in this Declaration.

Cultural cooperation

Everyone, alone or in community with others, has the right to participate, according to democratic procedures:

In the cultural development of the communities of which one is a member;

In the elaboration, implementation and evaluation of decisions that concern oneself and which have an impact on the exercise of one’s cultural rights;

In the development of cultural cooperation at different levels.

The Fribourg Declaration brings together and clarifies rights that have already been recognised, albeit diffusely, in numerous international instruments and, as it justifies in its own text, it responds to the need “to show the crucial importance of these cultural rights as well as the cultural dimension of other human rights”.

Indeed, the rights outlined, systemised and updated therein are already recognised, on the one hand, in the International Covenant on Civil and Political Rights and, on the other, in the International Covenant on Economic, Social and Cultural Rights, both adopted by the General Assembly of the United Nations in Resolution 2200 A (XXI) of the 16th of December 1966. In turn, these have roots in the process which lead to the United Nations’ plenary approval of the Universal Declaration of Human Rights on the 10th of December 1948.

Up until the final writing of said Declaration, the Fribourg Group continued to classify the cultural rights recognised in the various existing international instruments as follows: rights recognised as cultural rights; the recognised rights of those dedicated to the field of culture; and the cultural dimension of civil and political rights.

The rights recognised as cultural rights by international instruments include the following: the right to participate in the cultural life of the community and the protection of intellectual property of creations and copyrights (recognised in Article 27 of the Universal Declaration of Human Rights and Article 15 of the International Covenant on Economic, Social and Cultural Rights); the right to education (Article 26 of the UDHR and Articles 13 and 14 of the ICESCR); and the linguistic freedoms recognised for those belonging to a minority (Article 27 of the International Covenant on Civil and Political Rights).

The rights recognised for professionals of culture include academic freedoms, the rights of teachers and journalists (said rights cannot be denied their definition as human rights because they lack the necessary characteristic of being universal, given that they allow and necessitate an interpretation using universal logic, seeing as anyone can be



an author, teacher or journalist and must therefore have said rights).

The cultural dimension of civil rights obligates the outlining of, among others, the right to dignity and non-discrimination (right to the respect of cultural identities); the freedoms of thought, conscience and religion; the freedoms of opinion, expression (right to information) and association (the right to belong or not to a cultural community).

Similarly, the table of cultural rights produced by the Fribourg Group was based on the international agreements which covered said rights, either through their express formulation or in a more fragmented way. It began with the delimitation of nine rights or groups of rights which, depending on the fields to which they referred, could be grouped around three poles: creation, communication and identity. The political dimension had to be added to each one.

Therefore, in terms of creativity and creation, they included the freedoms of investigation, creation and copyrights, as well as linguistic freedoms. The legal support for these included Articles 27 of the UDHR, Article 15 of the ICESCR, the United Nations Declaration on Minorities and numerous sectoral instruments.

In terms of expression and communication, included were the right to an education and permanent training, the right to adequate information and the right to participate in cultural heritage. Their legal support was found in Article 26 of the UDHR, Articles 13 and 14 of the ICESCR and 19 of the UDHR, and Articles 19 and 27 of the ICCPR.

As regards identity, included was to the right to freely choose and have one’s cultural identity respected in the variety of its different means of expression; the right to know about and have one’s own culture respected in its diversity; and the freedom to identify or not identify with a cultural community. The legal framework of these rights is fragmented due to their recognition within civil rights (ICCPR - Articles 17, 18, 22 and 27) and in the UN Declaration on Minorities, vis-à-vis the right to non-discrimination and freedom of association.

Lastly, there was a need to include the right to participate in cultural policies in all fields specific to the previously listed rights (Articles 21 to 27 of the UDHR, Articles 25 to 27 of the ICCPR, the ICESCR and the United Nations’ Declaration on Minorities).

In Europe, a highly relevant legal text is the Charter of Fundamental Rights of the European Union, which is the result of the work carried out in the European Convention between the 26th of February 2002 and the 8th of July 2003. It refers to rights as deep-rooted as those linked to the arts, whether these are rights or freedoms; to scientific research (II-13); freedom of thought, conscience and religion (Article II-10), the right to education (II-14); human dignity (I-1); and freedom of expression (II-11), etc.

On another level, the Charter obliges the Union to protect cultural, religious and linguistic diversity (III-22), a new aspect that should be especially highlighted due to its connection with cultural rights.

If the Union undertakes to protect cultural diversity, this provision must be understood, pursuant to the relevant international texts, particularly UNESCO’s Universal Declaration on Cultural Diversity and Convention on the Protection and Promotion of the Diversity of Cultural Expressions, as an acceptance of the obligation to protect cultural rights within the European Community, with human rights being the guarantors of cultural diversity.

With the protection of cultural diversity we are protecting cultural rights, imposing a cultural based reading of the entire set of public rights and freedoms recognised on a European level¹.

Lastly, we must cite another very valuable instrument for the recognition of economic, social and cultural rights which is associated with the Organisation of American States (OAS): the Additional Protocol to the American Convention on Human Rights in the Area of Economic, Social and Cultural Rights, known as the Protocol of San Salvador, which was approved by the General Assembly of the OAS in November 1988. Said protocol fully recognises the right to education (Article 13) and the right to the benefits of culture (Article 14).

Of crucial importance on the African continent is the African Charter on Human and Peoples’ Rights. This was adopted on the 27th of July 1981, during the 18th Assembly of Heads of State and Government of the Organisation of Africa Unity which met in Nairobi, Kenya and it has been in force since October 1986. Article 17 thereof recognises the right of every individual to education, the right to freely take part in the cultural life of one’s community and that the promotion and protection of morals and traditional values recognized by the community shall be the duty of the State.

Additionally, Article 22 establishes: “1. All peoples shall have the right to their economic, social and cultural development with due regard to their freedom and identity and in the equal enjoyment of the common heritage of mankind. 2. States shall have the duty, individually or collectively, to ensure the exercise of the right to development.”

Articles 25 and 26 respectively state that: “State Parties to the present Charter shall have the duty to promote and ensure through teaching, education and publication, the respect of the rights and freedoms contained in the present Charter and to see to it that these freedoms and rights as well as corresponding obligations and duties are understood” and that said states shall have the duty “to guarantee the independence of the Courts and shall allow the establishment and improvement of appropriate national institutions entrusted with the promotion and protection of the rights and freedoms guaranteed by the present Charter”.

Collective and identifying rights

The preamble of the Fribourg Declaration reads as follows: “Observing that cultural rights have been asserted primarily in the context of the rights of minorities and

indigenous peoples and that it is essential to guarantee these rights in a universal manner, notably for the most destitute.”

Since 1969, the UN’s Declaration on the Elimination of All Forms of Racial Discrimination has promoted universal and effective respect for human rights and fundamental liberties, condemning the practices of segregation and discrimination.

The International Labour Organisation’s Convention 169² (approved by Law 24.071 of 1992) sustains that “in many parts of the world these peoples are unable to enjoy their fundamental human rights to the same degree as the rest of the population of the States within which they live, and that their laws, values, customs and perspectives have often been eroded.” It also reminds us of “the distinctive contributions of indigenous and tribal peoples to the cultural diversity and social and ecological harmony of humankind and to international co-operation and understanding.” It affirms the States’ obligations to recognise and protect the social, cultural, religious and spiritual values and practices of said people; to respect the integrity of their values, practices and institutions; to promote their participation in decisions about their priorities; to protect the environment of the territories in which they live; and to take into consideration their common law when applying legislation. Said 1989 Convention concerning Indigenous and Tribal Peoples in Independent Countries, in terms of the possession of the lands traditionally inhabited by said communities, establishes a concept of territory “which covers the total environment of the areas which the peoples concerned occupy or otherwise use” and obligates the protection of the natural resources that exist therein. The convention covers, among other things, matters of great interest related to cooperation across frontiers, thus recognising the situation of numerous peoples settled in territories that extend across national borders. This includes Andean peoples such as the Aymara people living in Peru, Bolivia and Chile and the Quechua who populate Colombia, Ecuador, Peru, Bolivia, Argentina and Brazil.

In its General Conference in October 2005, UNESCO presented for approval the Convention for the Protection and Promotion of the Diversity of Cultural Expressions, an international, legally binding agreement which guarantees that artists, professionals and other stakeholders of culture, along with citizens all over the world, can create, produce, publish and enjoy a wide range of cultural goods, services and activities, including their own. It was adopted because the international community understood the urgency of the need to apply international regulations which would

recognise, on the one hand, the distinctive character of cultural goods, services and activities as vectors for the transmission of identity, values and meanings; and on the other hand, that these cultural goods, services and activities are not merely merchandise or consumer goods that can only be considered as objects of commerce, even if they do have a significant economic value

The Convention rests on the assumption that cultural diversity is an item of world heritage that must be treasured and preserved because it increases human possibilities, capacities and values, within a framework of democracy, tolerance, social justice and mutual respect between peoples and cultures. It highlights the importance of the knowledge systems of native peoples and their contribution to sustainable development, as well as the need to guarantee their protection and promotion. It affirms that cultural activities, goods and services must not be only considered for their commercial value but that they have value of a cultural nature. It is therefore differentiated from the position of the United States, Australian and Japanese governments who believed it took a protectionist position and who were, until very recently, in favour of the absolute application of free exchange (Mattelart, A. 2005) as regards all products and services.

According to the United Nations’ Declaration on the Rights of Indigenous Peoples of the 13th of September 2007, the right to cultural identity and integrity is inherent in the right of indigenous people to determine and protect the system of culture and values by which they want to live, not suffering forced assimilation or the destruction of said culture.

In this respect, the right to cultural identity entails the effective and real possibility of indigenous peoples remaining and perpetuating as distinct peoples. The right to cultural identity and integrity supposes the protection of their customs and traditions, their institutions and common laws, the ways in which they use their land, their forms of social organisation, and their social and cultural identity. States must recognise and respect cultural identity and they must consult indigenous peoples before adopting measures or projects that may affect them.

The nature, scope and entitlement of these rights are, however, controversial.

When the crisis situation of a current state is undeniable – it being subject to cultural, economic, financial, migratory and other types of tensions and with globalisation revealing its fragility and insufficiency as a political body that

should be capable of responding to emerging needs of any sort – the affirmation of the existence of collective rights and traits and the scope that these are attributed will depend on the legal response that is given to the complex situations which cultural pluralism generates.

In short, beyond the postulates defended under one stance or another, the debate underlying this controversy is whether all cultures are of equal value and whether states (and the politico-administrative units into which they are organised) have the capacity to organise themselves so as to integrate the various cultures that may reside in their territory and to give satisfactory responses to the legitimate aspirations of their respective members and citizens.

As Pérez de la Fuente³ cited from Parekh's work *Political Theory and the Multicultural Society*: “Contemporary multicultural societies have emerged against the background of nearly three centuries of the culturally homogenizing nation-state. As a territorially constituted entity, the modern state accommodated territorial but not cultural decentralization. Since the state required cultural and social homogenization as its necessary basis, it has for nearly three centuries sought to mould the wider society in that direction. Thanks to this, we have become accustomed to equating unity with homogeneity, and equality with uniformity.”

The same author, in his work *Cultural Pluralism and the Rights of Minorities* explains how “the consensus on cultural values which nations suppose is a pre-political link of the State which assumes the homogeneity which drowns difference” is now on another level and contrasts “the egalitarian liberal position” with multiculturalism. Thus, this “affirms a consensus on procedural values stemming from the public sphere and considers cultures to be part of the private sphere” and proclaims that a state's claimed cultural neutrality “does not exist.” This is because “in order to articulate the public sphere, it must unavoidably make decisions that affect symbols, official languages, education and culture in which the nation's homogenous pre-political link is revealed.” Liberalism deems it enough to bear in mind, within these decisions, the pluralism of the existing national and cultural groups in a state, without articulating their forms of participation or greater recognition.

In turn, multiculturalism affirms that not even consensus on procedural values of the public sphere is culturally neutral. “The role of the State is not to privatise cultures, but rather to promote and accommodate the cultural diversity that it believes is enriching and inescapable⁴”.

Therefore, liberalism recognises the need to protect the cultural contexts in which individuals function only insofar as said protection guarantees said individuals' autonomy and freedom of choice; multiculturalism advocates the protection and promotion of the different cultures which form the identity of the individuals.

It is clear from these points alone that the discussion of collective rights is a debate loaded with presuppositions. The prior implications of each of the positions entail an entire series of very deep theoretical assumptions.

Each of the positions adopted by the authors of scientific doctrine, by the constitutional texts of states and of regional integration movements, by state legislations, and by the public policies accepted by national, territorial or local governments, etc. all stem from a different idea of how to address, understand and tackle the unstoppable phenomenon of cultural pluralism: by assimilating difference or by integrating it.

To include diverse cultural communities and identities within a political entity, whether this is a state entity or a political-administrative one, and to preserve said entity, one can opt for assimilation (which is almost always unsustainable) or for recognising certain rights. These can be those of the individuals of said communities or those of the collectives into which they are integrated, defining the latter by shared cultural traits that are distinct from those of the initial community.

By way of a very brief summary of Pérez de la Fuente⁵ –against the affirmation of collective rights are those who defend the following four theories: 1) The individualist theory which, in ethical, ontological, semantic and methodological terms, states that all intelligence and social interest, and consequentially legal interest, resides in the individual in such a way that only individuals can exercise rights and freedoms. 2) The legal theory which imposes the rigorous observance of the laws which govern all attribution of rights within the legal systems. This collides with the difficulty of determining, with the necessary legal security, who is entitled to collective rights and it also collides with a collective subject's need, in order to exercise rights, to have established mechanisms for representation, decision-making and the assumption of collective responsibility. 3) The redundancy theory, which maintains that collective rights make individual rights redundant, seeing as they respond to the situations which take place in all multicultural societies. 4) The risks theory, which accentuates the disadvantages and damaging or



malign effects resulting from the affirmation of collective rights, compared to the solutions which its adoption provides.

Included in those who favour collective rights are those who adopt one of the following: 1) The social theory, which affirms the necessity to provide protection to the socio-cultural context in which people function, seeing as it is the only framework within which it is possible to fully develop specifically human potentials. 2) The collectivist theory which, beyond the foregoing, believes that there is intrinsic value in collectives, a moral asset which in itself needs to be protected over the individual rights afforded to their members. 3) The political theory, which is based on the need to recognise collective rights due to political and social reasons, so that collectives are called on to correct and improve the justified demands of those to whom individual rights do not apply. 4) The precision theory, which deems that if the measures claimed as collective rights are precisely defined then there is nothing impeding their recognition, seeing as they are outlined as rights based on a group⁶.

Thusly, standpoints of a liberal nature deny the very existence of collective rights. Let us assume that the existence of society is the natural result of man's social dimension, seeing as human beings are only fully realised in the framework of society, and let us admit that individual identity is always necessarily social identity, seeing as human beings exist within a particular social group and are supported by said group (with this supposing, among other things, the sharing of certain cultural traits). Therefore, in order for an individual to develop properly⁷, it is of basic importance to afford them all rights, whether these are cultural or of any other nature, as only that individual can recognise human dignity, the source of the right to one's own cultural identity.

Even when admitting that "the full definition of individual identity always encompasses the reference to the community which defines it,"⁸ one is denying the possibility that the cultural community to which it belongs is personified and therefore recognised as entitled to rights and the subject of protection and guardianship in itself and by itself.

As indicated by Lamo de Espinosa, among others: "At the moment when man is conceived as a 'being of culture', 'zoon politikon', a social animal by nature, respect for the individual cannot cease to encompass respect for the culture which forms him."

This thesis does not consist of affirming that, given the existence of different cultural groups and the belonging of humankind to those groups, there is an inferred duty to

respect those diverse cultures; instead, it maintains that, given that human beings are only fully realised within the framework of a social group and given the insistence on unconditional respect for humans, all humans have an inferred right to the protection of the culture of the social group to which they belong⁹.

According to these authors, there is no "ethical or legal duty to protect traditional cultures other than to the extent and in the way in which said traditions are shared by the members of the social group."

Faced with the difficulties of rigorously attributing collective rights to groups and communities whose members may be unaware of the bodies (which in turn may also be non-existent) through which they can exercise the group's recognised rights, this standpoint believes that the decisive factor is the protection of the individuals who make up this minority. This protection covers their basic rights, including the right to conserve their cultural traits. The standpoint is aware that the attribution of collective rights is not necessary to the provision of adequate protection to social groups, especially minorities, and postulates that: "In short, the protection of a minority is covered by two complementary paths of action: on the one hand, by ensuring equality between the rights of the individuals belonging to the minority and those of the majority group; and on the other, by protecting the difference, i.e. adequately safeguarding the specific cultural idiosyncrasies of the minority group. Well, in both cases we are faced with a problem of protecting individual rights."¹⁰

Unlike this individualist liberal position, the defenders of the communitarianist social standpoint even affirm collective rights as fundamental rights to which certain groups of people are entitled.

Beyond that, a more ambitious position is that manifested in the preamble of the Fribourg Declaration which affirms that "it is essential to guarantee them universally," in such as way that they can be affirmed as universal human rights. By definition, the latter must be recognised for everybody, whether or not they are in a cultural minority, i.e.: said rights must be recognised as universal rights, for every human being, insofar as they are all likely to be found in any of the situations to which they refer.

In the words of Prieto de Pedro, Ibero-American constitutionalism and the Constitutions of Latin America have: "in recent years, made extraordinary progress in the recognition of cultural rights for creative development. Currently, they represent the most important cultural rights

breeding ground or nursery that exists within recent world constitutionalism". Given the growing sectors of both scientific and legal doctrine and a thriving constitutional jurisprudence coming from the state and regional courts and tribunals which have decisively approved various collective rights, affirming the need to recognise these collective rights and 'third generation' human rights, we will now study this concept and its implications.

The expression 'cultural rights' designates the right of people within all human communities to a cultural, collective and historic identity and to pursue their own development.

It includes the right of all communities to freely determine their relations with other social and/or political communities, in a spirit of coexistence, dialogue, mutual benefit and respect. They also have the right to determine their own political condition and to freely pursue their economic, social and cultural development.

They can preserve their own institutions, enjoy recognition and have the freedom to preserve and strengthen their own political, legal, economic, social and cultural institutions, whilst also maintaining the right to participate, if they so desire, in the political, economic, social and cultural life of the states and political entities in which they live.

The recognition and exercise of collective rights involves cohabitation within the framework of diversity of nationalities and peoples, respecting and recognising the following aspects of said communities:

- Their territoriality:
 - Participation in the use and administration of the natural resources, such as water, forests, etc., that are found in indigenous territories.
 - Consultation with indigenous peoples for the exploitation of natural resources such as mines, oil, etc.
 - The compensation of communities of inhabitants for damages caused to nature by the exploitation of their resources.
 - Conservation of the ownership of community lands.
- Conservation of their cultural identity:
 - Having bilingual, intercultural education systems.
 - The right to use one's mother tongue.
 - Collective intellectual ownership of their knowledge.
 - The practice of ancestral and alternative medicine.
 - The use of one's traditional clothing and symbols of identity.
 - The conservation of their sacred places and rituals.

The use of their own forms of organisation:

- The conservation and generation of their forms of social organisation and the strengthening of local and community governments.

The exercise of the administration of justice within their communities.

The participation of their representatives in the state bodies in whose territory they are living.

"If freedom was the guiding value of first generation rights, as equality was for economic, social and cultural rights, the main value of reference in third generation rights is solidarity"¹¹.

Therefore, collective rights are part of the so-called third generation rights, the international recognition of which was historically subsequent to that of civil and political rights (first generation) and economic, social and cultural rights (second generation).

Some of the rights of this third generation are rights to sustainable development, peace, artistic and cultural heritage, one's own cultural identity (especially that of indigenous people), a healthy environment, and consumer rights.

For example, the current Constitution of Ecuador, from 2008, recognises the following as collective rights: environmental rights, those of the indigenous communities who live in the country and those of consumers. Said constitution recognises indigenous peoples' collective rights to their cultural identity, property, participation, bilingual education and traditional medicine, among others. These rights are extended, as applicable, to black and Afro-Ecuadorian peoples. Said constitution also recognises the entire population's right to a healthy and ecologically balanced environment, as well as reparations and compensation for consumers affected by harmful products or actions, whether from public or private actors. The Bolivian Constitution (approved by Law 1615 of the 6th of February 1995), the Constitution of the United Mexican States (updated by the reform of the 14th of August 2001), and the Constitution of Paraguay of the 20th of June 1992, etc. all follow the same lines.

As explained by Professor Grijalva¹², third generation rights and therefore collective rights serve to complement those of the two previous generations as regards references to the creation of specific conditions for the exercise thereof. Thus, the third generation right to development creates the conditions for the effective exercise of the second generation

right to work. Similarly, the third generation right to a healthy environment is a necessary condition to exercise first generation rights such as the right to life or to physical integrity.

Without ever affirming their universal nature, said author, along with many others who subscribe to a communitarianist position, distinguish between the collective rights to which all human beings are entitled and which are therefore universal, and those which must be recognised only for certain groups or communities of people, it being more or less possible to determine who may exercise them and who is affected by their violation. Thusly, the third generation rights to development and peace belong to the former, universal category, seeing as they are diffuse rights “the violation of which affects us all, although it is impossible to determine who specifically. In contrast, collective rights tend to refer to more specific groups. The collective rights of indigenous peoples are tailored to those within that category. The collective rights of consumers and to a healthy environment can be diffuse but in terms of it being determinable who is affected by a certain violation thereof, they fit the concept of collective rights better. Of course, the determination of the specific group affected is not always easy or possible.”

Following said author’s reasoning, which is shared by a broad doctrinal current: collective rights are diverse but not contrary to individual human rights. In fact, collective rights include individual rights as regards the corresponding human groups which are entitled to them and in that they create the conditions for the exercise of individual rights. For example, the collective rights of indigenous peoples implicate and protect each person’s individual right to culture. The collective right to a healthy environment covers both the health of the community and that of each of the individuals who form it. However, collective rights are indivisible: they are the rights of the group and of each one of its individual members, but never just one or some of them, with abstraction from the group.

Based on this idea, collective rights complement individual rights even though they may collide with them and, due to the fact that they do not claim a universal character, they can infringe on the principle of equality. This is the case, for example, of the conflict between the right of indigenous communities to maintain their own forms of administering justice, which can sometimes include punishing offenders physically, thus violating said person’s individual right to physical integrity. In cases such as this, numerous authors refute the admissibility of these community practices when

One of the defining characteristics of the model of collective rights is that they cannot be reduced to individual rights, situating them in a panorama in which there may be overlaps, contradictions and tensions between the two levels.

they are an affront to the individual human rights on which human dignity is founded, meaning that collective rights could never cover such practices.

According to Professor Peces-Barba, “Universality must be the destination point of economic, social and cultural rights and it is closely related to the principle of equality. In other words, it can only be reached if one starts with the basis that inequalities exist and by that virtue those who are not equal should not get treated equally. Special protection should be afforded to those who are worth protecting due to their unique conditions, in such a way that rights become truly universal.¹³”

Along the same lines, Professor Prieto de Pedro affirms: “Cultural rights are and should be seen as rights for all groups and human beings, independently of the different level of realisation that some and others have achieved. If we do not take this conceptual step, it is impossible for us to be able to speak of cultural rights as universal rights and to consider them as a subsystem of fundamental rights (within which we find political, economic, social and cultural rights).

In both cultural rights and fundamental rights, there is a clear double dimension, individual and collective, given

that an individual is not an atom isolated from all others. If that were so, it would wither or be denatured. In contrast, its self is constructed from its interaction with other equal beings. Sociability is a presupposition of human existence, or as the poet Antonio Machado said: ‘A solitary heart is not a heart.’

This sociability functions within a range of options in terms of groups. On the one hand are sporadic groups, those which may come together at a football match or in the theatre; then there are secondary stable groups, represented by associations, political parties, neighbours; and lastly there are structural stable groups, legacies of the past, such as nations, municipalities or ethnic and cultural communities.

These realities must be addressed in different ways in terms of cultural rights. It needs to be understood that collective rights do not equate to the sum of the individual rights of the group, as maintained by liberalism, but actually involve much more. These groups are carriers of symbolic universes of the set of their members and they generate identity as the repertoire of shared feeling.

These collective values are constituted by legal assets that must be protected. The guarantees of protecting collective rights are a response to different guarantees which, in some cases, convert the protection of collective rights into something like a compartment made by a town planning department. This process is carried out via the system of personal autonomy (little used) or else that of territorial autonomy (the most common system), giving rise to the different forms of statehood (federal, regional or atypical) which recognise different fields of territorial autonomy. Powers of self-government are exercised autonomously within these fields by certain population groups, defined precisely by said cultural difference.

Furthermore, there is also the institutional guarantee. In this respect, it is illustrative to cite the case of language. When a group has its own language within a wider population, there is an individual dimension in the right that gives individuals the option to choose the way in which they express themselves - their language. Likewise, the collective freedom as regards the use of that language does not equate to the sum of the individual freedoms of all citizens. If the public powers have no action that would institutionalise said group’s language as official, it will not be possible to create the collective right.¹⁴”

From this standpoint, it therefore becomes necessary to affirm the universality of collective rights and to make progress in the necessary and solid articulation of their individual and collective dimensions. If not, they could come

into conflict when the selfsame system of collective rights does not anticipate how to resolve the prevalence of one case over another.

“One of the defining characteristics of the models of collective rights is that they cannot be reduced to individual rights, situating them in a panorama in which there may be overlaps, contradictions and tensions between the two levels. Therefore, mechanisms must be formulated for the resolution of conflicts between individual rights and collective rights. This is a return back to the consideration of the philosophical debates over whether the individual is predominant or whether the context into which the individual is inserted is predominant. (...)

The theories in favour of collective rights wish to rebuild the relations between collective rights and individual rights so that they are harmonious, but they refrain from presenting them as necessarily conflictive. Indeed, it is believed that collective rights are a precondition for the exercise of individual rights and therefore the former cannot contradict the latter. Individual rights are only effective with the prior existence and effectiveness of collective rights.¹⁵”

With this in mind, Escudero Alday summarises this position by affirming: “It is the very protection of individual rights which ultimately necessitates the presence of rights of collective entitlement.” He underlines that: “the relationship between rights of individual entitlement and collective entitlement must not be understood in exclusive terms, nor as if they were part of a sort of hierarchical order.¹⁶”

As criteria for resolving cases of conflict between individual rights and collective rights, the social theory only considers the legitimacy of the protection of the groups who promote significant autonomous elections, and not those which use internal restrictions to encourage the internal coherence of the group to the detriment of the individual, making use of closed ideologies. As regards the liberal ideology, in a not dissimilar manner, the human dignity of the individual always operates as a limit.

To conclude this chapter, an example of this can be found in the Inter-American Court of Human Rights, specifically the Case of the Kichwa Indigenous People of Sarayaku vs. Ecuador considered that “the right to cultural identity is a fundamental right – and one of a collective nature – of the indigenous communities, which should be respected in a multicultural, pluralistic and democratic society.¹⁷” This means that States are obliged to duly consult the communities settled in their territory about matters which affect or may affect their cultural and social life, in

accordance with their values, traditions, customs and forms of organisation.

Cultural Rights and Human Rights

Having outlined the rights that could be considered as cultural, we shall now address their nature. Can we affirm them as fundamental human rights? Do they constitute authentic subjective rights and should they therefore benefit from the integrity of the guarantees that the legal system (internal and international) provides to ensure their exercise and justiciability, as it does in the case of other human rights?

As Professor Prieto de Pedro repeatedly reiterates, the historic process which gave rise to the recognition of these rights sheds some light on these questions: first to be created were civil and political rights; then came economic and social rights; and the last to be considered worthy of status as human rights were cultural rights.

Their late recognition as fundamental rights and their last place incorporation into the list thereof was not by chance. Even today, cultural rights continue to be an underdeveloped category of human rights¹⁸.

“The dogmatics of fundamental rights in the strict sense and of human rights in the general sense allow us to differentiate, as the United Nations Covenants did paradigmatically in 1966, between: ‘first generation’ rights, especially civil rights and ‘second generation’ rights (economic, social and cultural rights). This is done through the historic-political origin (and ideological roots), the state model (liberal state/social state) and economic/civil society relations. Regarding the rights themselves, the difference is found through their individual/collective nature (entitlement and conditions for exercise), logic structure (negative rights/positive rights) and their object: the negative and positive obligations that define them (state subject to the infringement of rights, state which confers reinstating guardianship of the right, compensating the subjects or another ideal, and the state obliged to provide social satisfaction to those in need, conceived as collectives of individuals). Nonetheless, this differentiation, as based on factors such as historic origin, state model, nature, logic structure and subject/object of negative and positive obligations, is typological and formalist, as is the notion of ‘generations of rights.’ The latter is a source of too many simplifications and therefore its dogmatic use must be employed with due caution and whilst recognising the important nuances that a dogmatic analysis imposes.^{19”}

In any case, according to Prieto de Pedro: “It is of no surprise that an accomplished author such as Symonides has

titled his recent work ‘Cultural Rights, a Neglected Category of Human Rights,’ or that the Fribourg Group, responsible for creating and presenting a convention on cultural rights to UNESCO would title their work ‘Cultural Rights, an Underdeveloped Category of Human Rights’.”

The Universal Declaration of Human Rights (1948), the International Covenant on Economic, Social and Cultural Rights and the International Covenant on Civil and Political Rights (1966) affirm that it is impossible to realise the ideal of a free human who is freed from fear and misery. This is unless conditions are created to enable each person to enjoy their civil, cultural, economic, political and social rights.

Similarly, the 1993 Vienna World Conference on Rights and the Declaration and Programme of Action that it approved reaffirmed that all human rights are universal, indivisible and interdependent and related to one another. They also stated that the international community must treat human rights globally, justly and equally, based on equality and giving them all the same weight.

According to the Vienna Convention on the Law of Treaties (Vienna, 1998): “A treaty [the Covenant on Economic, Social and Cultural Rights] shall be interpreted in good faith in accordance with the ordinary meaning to be given to the terms of the treaty in their context and in the light of its object and purpose.”

Although, according to some, the full effectiveness of the rights recognised in the Covenant is achieved progressively: “The application of some of those rights may be made justiciable immediately, while other rights may be made justiciable with the passage of time.^{20”}

Although it is true that civil and political rights have garnered more consideration by the international community, to the point that ESCRs are often considered as second class rights, as inapplicable and not subject to the courts, given that they can only be made effective “progressively” over a period of time that cannot be determined precisely; this affirmation is erroneous seeing as in some ways ESCRs are more relevant than civil and political rights and are nowadays given preferential consideration.

To quote Resolution 32/130 of the 16th of December 1977, of the General Assembly of the United Nations:

a) All human rights and fundamental freedoms are indivisible and interdependent: equal attention and urgent consideration should be given to the implementation, promotion and protection of both civil and political, and economic, social and cultural rights;



b) The full realisation of civil and political rights without the enjoyment of economic, social and cultural rights is impossible; “the achievement of lasting progress in the implementation of human rights is dependent on sound and effective national and international policies of economic and social development,” as recognised in the Proclamation of Tehran in 1968.

As affirmed in the 1993 World Conference on Human Rights and in accordance with the Universal Declaration of Human Rights: “The indivisibility and interdependence of civil and political rights and of economic, social and cultural rights are fundamental principles in the international legislation of human rights.”

Therefore, what should be asked is not only whether ESCRs are basic human rights but also to what they give a right to and what is the legal character of the states’ obligations to make them effective.

To summarise, the objective of ESCRs is to ensure the full protection of people, based on said persons being able to

enjoy rights, freedoms and social justice simultaneously.

As Prieto de Pedro explains: “‘Rights’ mean powers recognised by the legal system and guaranteed by the judiciary and other means of guardianship, in order to satisfy interests that are worth defending and the protection of the state. In the case of cultural rights, we are not addressing common, subjective and always general rights. To the contrary, we are referring to singular and fundamental rights, higher legal powers, especially protected by a system of guarantees that do not benefit from the ordinary subjective rights defined as human rights. Amongst these guarantees we find constitutional guarantees, compared to the reform of texts and in the interpretation of the text of the constitution itself,” which is reserved for the jurisdiction of the Constitutional Court.

Likewise, fundamental rights enjoy a series of exorbitant jurisdictional guarantees of protection which the legal system dispenses for rights which do not have this consideration: they are subject to constitutional protection

– which is supported by summary, privileged and urgent procedures – and they are affirmed as primary values and objectives of the state, which should serve as a guide for the acts of all the public powers. Similarly, the Ombudsman, defined in Spain as the High Commissioner of the Parliament, responsible for defending the fundamental rights and civil liberties of citizens by monitoring the activity of the Administration and public authorities, constitutes another guarantee that only operates in relation to these rights and their possible infringement by the public powers.

Any citizen can turn to an Ombudsman and request their intervention, free of charge, in the investigation of any, presumably irregular, action of the public administration or its agents. They can also officially intervene in cases of which they are made aware, even if no complaint has been made.

A bit of history

As seen in the foregoing, the historic context which gave rise to the gradual recognition in international spheres of the successive generations of rights explains the motives which lead to their proclamation, conception and subsequent development: the approval of the Universal Declaration of Human Rights. This took place in 1948 after the Second World War and the creation of the United Nations as a result of the international community’s commitment to never allowing more atrocities such those which occurred in said conflict.

Faced with the terrible fundamental human rights violations which took place in the two world wars, there was an affirmation that said rights should be the object of international protection. In very little time, the international community understood that, in order to achieve the full effectiveness of civil and political rights, it was necessary to guarantee citizens a life of dignity, via the recognition and promotion of economic, social and cultural rights.

However, two categories of rights were outlined and since then they have remained as two independent categories, with civil and political rights keeping their place of privilege as if their respect and effectiveness came about as an inevitable consequence of the efficiency of the others.

Similarly, the legal construction on which both categories of rights were built rests on different foundations. Civil and political rights implied the state’s duty to abstain and were of immediate application, whilst economic, social and cultural rights implied the state’s active participation and were designed for progressive application.

It seems clear that that initial difference, explicable in a liberal context which advocated the least amount of state

intervention in public matters, was no longer defensible, since the effectiveness of both categories of rights required the adoption of positive measures – either laws or active policies – which did not impede and, what’s more, made possible the free exercise of rights.

On the other hand, the affirmation of ESCRs as rights that are not complete in themselves, nor constitutive of authentic powers that may help citizens immediately, but rather as programmatic, non-subjective rights which must inspire the public powers to take action in their legal activity and in the adoption of public policies, greatly weakens their effectiveness, although not their status as fundamental rights. Nonetheless, nor does it seem acceptable to follow the theory that maintains that while freedoms are made fully legal in the constitution, i.e. formulated and protected as immediately applicable rights, social rights (among which are cultural and economic rights) can only be included “programmatically, but they do not acquire a positive legal nature until they are developed through legislation, seeing as compared constitutional law offers numerous examples of social rights whose effectiveness does not require [for their immediate enforceability] legislative integration. In Italy for example, the right to equal pay has not been generally considered by jurisprudence as immediately founded on Article 36 of the Constitution, insofar as the rights of freedom also very often require the intervention of a legislator to be directly enforceable and, consequentially, to have full guarantee.²¹”

In any case, the inclusion of ESCRs in constitutional texts has not lead to the establishment of effective legal mechanisms for their material realisation.

“The State of Law supposes the limitation of the state’s power by the law itself, the control of the state powers, the protection and defence of fundamental rights and freedoms, all of which is oriented at the protection of individuals from the arbitrariness of the administration.”

Liberal states consecrated a principle of equality, this being understood as the legal, merely formal equality of citizens in the eyes of the law. This concept was refuted by social states when they legally consecrated equality, not only in terms of legality but also in its material aspect. Furthermore, the affirmation of a social and democratic state involves “the public powers assuming responsibility for providing the general public with the provisions and public services needed to defray their vital necessities, i.e. they cover that which German doctrine has qualified as a universal cure (Daseinsvorsorge)²².

Following the reflection of Professor Gregorio Peces-Barba, ESCRs are “fundamental rights due to the ultimate finality they are given and not for the way in which they are deployed in reality.²³”

Regarding the foregoing and in terms of the differing guardianship recognised for civil and political rights, on the one hand, and economic, social and cultural rights, on the other: it has been maintained that “while the rights of freedom directly benefit from constitutional guardianship, social rights cannot be the immediate object of such guardianship.²⁴” This affirmation, as we have seen previously, is not necessarily true or inevitable as there is still the jurisdictional body that is responsible for guaranteeing fundamental rights, considering that their formulation in the text of the constitution is sufficient founding for their legal guardianship and to justify the declaration that all provisions that ignore or infringe them are unconstitutional.

Furthermore, cultural rights, as delimited by the adjective ‘cultural,’ conflict, first of all, with the diverse notions of what culture is, thus conditioning their scope: therefore one notion is restricted to minorities and the other implies that they are rights that affect all citizens. This is a distinction of enormous transcendence, since “the nature of universality is put forward as a deontological condition of human rights but not of fundamental rights.²⁵”

Following the explanation by Prieto de Pedro: “The first legal provisions in international spheres came from the 1966 International Covenant on Economic, Social and Cultural Rights, which featured them in their broad and open sense. However, the immediate development those rights have undergone has limited them to minority groups which claim a situation of weakness compared to the majority group. This is one of the great errors we are facing at this time. It is a dead-end resulting from having accepted a proposal which defines cultural rights as a concession to minorities over the majorities, when cultural rights form part of the heritage of all mankind.

For this reason, I propose an understanding of cultural rights as rights which guarantee the free, equal and fraternal development of human beings in that singular capacity we have to be able to symbolise and create meanings of life that we can communicate to others.²⁶”

With regard to the historic process of the recognition and legislation of human rights, the same author refers to how “the evolution of the formulation of human rights was characterised by an uninterrupted chain of construction of rights. From the constitutions of the beginning of the 19th

century until today, three generations of fundamental rights have been recognised: the first generation, formed of the fundamental rights of freedom; the second, with the rights of equality; and the third containing the fundamental rights of solidarity. All of which are related to the central theme of the French revolution: ‘liberté, égalité et fraternité’.”

The fundamental rights of freedom are linked with the autonomy of the individual. Liberty signifies autonomy because it creates areas of resistance into which the public powers cannot enter. The individual is afforded a sphere of immunity in which to exercise their freedom without interference from the powers that be. This occurs in the case of the freedoms of expression, association, conscience and religion.

The second generation of rights are economic, social and cultural rights. Unlike the previous ones, these do not involve the public powers remaining on the margins and respecting the circle of power which the right grants to the individual. Indeed, precisely the opposite occurs: powers must commit to the development of the equality of individuals by offering services and benefits. These include the rights to education, health and culture, which take their shape from the provision of cultural services and the institutionalisation of culture.”

Professor Prieto also refers to how Eleanor Roosevelt, who presided the United Nations Commission of Human Rights during the creation of the Universal Declaration of Human Rights, brilliantly expressed the close link that makes civil and political rights and ESCRs interdependent, when she affirmed: “Necessitous men are not free men.”

The third generation saw the appearance of the rights of solidarity which protect diffuse interests such as the environment, consumer rights, the right to peace and also group rights which include the right to an identity.

“Despite the fact that only the second category refers explicitly to cultural rights, this classification makes their complexity clear, seeing as they contain elements of each of the category. For example, in the first we include the freedom of cultural creation, artistic freedom, scientific freedom, cultural communication, the freedom to communicate the expressions created in culture, etcetera. The so-called right of access to culture is a typical second generation right because to access culture one needs provisions related to large public services (museums, archives and libraries, which are instruments for the realisation of the right to the provision of access to culture). Similarly, the third generation presents, in the form of the right to cultural heritage, the

right to the conservation of cultural memory and the rights to develop the identity of an ethnic group and of different cultural groups.²⁷”

Similarly and as we have seen previously, cultural rights often find approval as a necessary dimension for a full and effective protection of civil and political rights.

In turn, the International Commission of Jurists²⁸ (icj.org) has constantly recognised that “ESCRs must be considered with the same gravity as that with which civil and political rights are treated. ESCRs have formed part of the language of international human rights at least since the adoption of the Universal Declaration of Human Rights (UDHR) in 1948. However, compared to civil and political rights, considerably less attention has been paid to the need to develop the contents of ESCRs and they have been given less protection mechanisms to make them effective.”

In its second report on Courts and Legal Enforcement of Economic, Social and Cultural Rights, the Commission affirms that: “These gaps in the international human rights system came about for political and not for legal reasons.

To a great extent, the cause of these gaps was the prominence accorded by Western countries to civil and political rights, in the context of the cold war divide. As a consequence, the notion of the justiciability of ESC rights has been neglected and largely ignored. The term ‘justiciability’ means that people who claim to be victims of violations of these rights are able to file a complaint before an independent and impartial body, to request adequate remedies if a violation has been found to have occurred or to be likely to occur, and to have any remedy enforced.²⁹”

If civil and political rights and ESCRs wish to be considered on equal footing, it is crucial to close the breach between the justiciability of the two types. With this purpose, the cited study illustrates with numerous examples that ESCRs are susceptible to legal protection, as demonstrated to varying degrees by the practice of many courts throughout the world.

Notes

(1) ARROYO YANES, L. M. (2006). «Cultural Rights as Developing Rights - An Approximation. New public policies: A multidisciplinary annual for the modernisation of public administrations». Social Rights. n° 2, pp. 262-283.

(2) A binding international convention which is open for ratification and specifically addresses the rights of indigenous and tribal peoples. To date, it has been ratified by 20 countries. Once a country ratifies the convention, it has one year to align its legislation, policies and programmes before

said convention becomes legally binding and immediately applicable. Having ratified the convention, said countries are subject to supervision regarding its implementation.

(3) PÉREZ DE LA FUENTE, Ó. (2005). Cultural Pluralism and the Rights of Minorities. In the collection: Human Rights and the Philosophy of Law, Madrid, Bartolomé de las Casas Institute of Human Rights-Carlos III University of Madrid-Ed. Dykinson, Madrid.

(4) PÉREZ DE LA FUENTE, Ó. Ob. cit. pp. 87-88.

(5) PÉREZ DE LA FUENTE, Ó. Ob. cit.

(6) Along these lines, Kymlicka distinguished between “rights of self-governance, poly-ethnic rights and special rights of representation.” W. KYMLICKA (1996). Multicultural Citizenship, Paidós Iberia, p. 61.

(7) DE LUCAS, J. (1994). The Challenge of Borders. Humana Rights and Xenophobia in a Plural Society, Madrid, Temas de Hoy, p. 66.

(8) TAYLOR, Ch. (1989). Sources of the Self, Cambridge University Press.

(9) MARTÍNEZ PUJALTE, A. L. (1998). “Human Rights and Cultural Identity: A Possible Conciliation between Interculturality and Universality. Person and Right”. Magazine on the Foundations of Legal Institutions and Human Rights, n° 38.

(10) MARTÍNEZ PUJALTE, A. L. Ob. cit.

(11) PÉREZ LUÑO, A. E. (2006). The Third Generation of Human Rights. The Global Law Collection, Ed. Aranzadi.

(12) GRIJALVA, A. (2009). What are Collective Rights? Adminstration of Indigneous Justice and Collective Rights, Ecuador, Universidad Andina Simón Bolívar.

(13) PECES-BARBA, G. (1999). Economic, Social and Cultural Rights: Notes on their historic formation and their concept. Economic, Social and Cultural Rights and their Legalisation, Madrid: Editorial Dykinson, 1999.

(14) PRIETO DE PEDRO, J. (2004) Cultural Rights and Human Development. Ibero-American Thinking. Cultural magazine, Organisation of Ibero-American States for Education, Science and Culture, OEI, n° 7.

(15) PÉREZ DE LA FUENTE, Ó. Ob. cit., p. 450.

(16) ESCUDERO ALDAY, R. (2001). “Collective Rights in the Face of Madness and Barbarism” en F. J. Ansuátegui Roig (ed.), A Discussion about Collective Rights, Madrid, Dykinson, p. 73.

(17) IACHR Case of the Kichwa Indigenous People of Sarayaku vs. Ecuador, Merits and Reparations, Judgement of 27th of June 2012, Series C, n°. 245, Para. 217.

(18) PRIETO DE PEDRO, J. Ob. cit.

(19) BASTIDA FREIJIDO, F. et al. (2004). General Theory of the Fundamental Rights in the Spanish Constitution of 1948, Madrid, Tecnos, pp. 83-119. ALSO CARBONELL, M. (2002). The Constitution in Earnest, Multiculturalism, Equality and Social Rights, Mexico, Porrúa unam –ij. ABRAMOVICH, V. and COURTIS, Ch. (2004). Social Rights as Demandable Rights, L. Ferrajoli (prologue), Madrid, Trotta, especially chapters 1 and 2, pp. 19-116. All cited by Zúñiga Urbina, F.

(20) LLANOS MANSILLA, H. (2010). “Economic, Social and Cultural Rights, ESCRs”. Ars Boni et Aequi, vol. 6, n° 1, pp. 149-198.

(21) PEREZ LUÑO, A. E. Ob. cit., p. 307ff.

(22) From PÉREZ LUÑO, A. E. Ob. cit., p. 193.

(23) PECES-BARBA, G. Ob. cit., p. 64.

(24) RIVERO, J. (1973). Public Freedoms. Collection: The Rights of Man, Paris, Presses Universitaires de France.

(25) BOROWSKI, M. (2003). The Structure of Fundamental Rights. Series: Legal and Philosophical Theory on Law. Spanish translation by Carlos Bernal Pulido, Universidad Externado de Colombia, p. 145.

(26) PRIETO DE PEDRO, J. Ob. cit.

(27) PRIETO DE PEDRO, J. Ob. cit.

(28) The International Commission of Jurists (ICJ) is a non-governmental organisation dedicated to the promotion of knowledge and respect of the State of Law and the legal protection of human rights throughout the world. Its headquarters are in Geneva and it has 37 national branches, 45 affiliated organisations and 60 eminent jurists in all regions of the world.

(29) Courts and Legal Enforcement of Economic, Social and Cultural Rights, the Commission. Comparative experiences of justiciability. Series: Human Rights and the State of Law, n° 2.

AUTOR

Félix Manito Lorite

ADSCRIPCIÓN PROFESIONAL

Consultor Cultural

TÍTULO

Planificación cultural pública

CORREO-E

fmanito@kreanta.org

RESUMEN

Se realiza una aproximación a la realidad de la planificación cultural en España analizando cuales son las razones para iniciar un proceso de planificación, los actores que la promueven, la metodología de trabajo e implementación, así como las trabas existentes para su desarrollo y los resultados generados en el desarrollo de los proyectos de planificación cultural en la administración local (tanto en planes estratégicos de ciudad como en planes específicos culturales), las comunidades autónomas y las instituciones culturales.

PALABRAS CLAVE

Políticas culturales; planificación cultural; planes estratégicos; Comunidades Autónomas.

AUTHOR

Félix Manito Lorite

PROFESSIONAL AFFILIATION

Consultor Cultural

TITLE

Public cultural Planning

E-MAIL

fmanito@kreanta.org

ABSTRACT

This article addresses the reality of cultural planning in Spain, analysing the reasons for starting a planning process, the actors who are the driving force behind it, as well as the work methodology and implementation. It also considers the obstacles to its development and the results generated during cultural planning projects in local administrations (both in city-based strategic plans and in specific cultural plans), in autonomous regions and in cultural institutions.

KEYWORDS

Cultural policies; cultural planning; strategic plans; Autonomous Regions.

Planificación cultural pública

Félix Manito Lorite

La planificación estratégica cultural se ha erigido como herramienta indispensable para responder a los retos de la globalización, dado que la dialéctica global-local tiene una presencia creciente en el ámbito de la cultura. La cultura ha ido adquiriendo progresivamente protagonismo dentro de las políticas públicas y de la actividad económica por su contribución al desarrollo económico y sostenible de territorios como las metrópolis y redes de ciudades. Por ello, hoy, podemos entender la planificación cultural como el diseño de estrategias que inciden más allá de los tradicionales sectores culturales: bibliotecas, patrimonio, artes escénicas, plásticas y audiovisuales, proyectando el desarrollo del territorio y de su imagen desde los valores de la cultura.

1. Cinco razones para iniciar un proceso de planificación

Las razones explicitadas para poner en marcha un plan estratégico suelen ser muy variadas, sin embargo, éstas se pueden agrupar en cinco tipologías generales.

Innovación

Una de las principales razones para desarrollar un proceso de planificación estratégica es «desarrollar una política cultural de nuevo cuño», como se argumenta en el caso pionero en España del Mapa Cultural de Sabadell realizado entre 1991 y 1995. Esto significa no solamente querer realizar una política cultural diferente, también significa que la política cultural sea de mayor calidad, es decir que suponga una mejora y una modernización respecto a lo que ya se está haciendo, y que sea más acorde con los tiempos actuales. Otros muchos casos se plantean ordenar los elementos de la política cultural existente para aportarle sentido y coherencia. Como queda expuesto en la explicación del Plan Estratégico para la Cultura en Andalucía (2007): «Estamos sin duda ante un cambio radical de la administración autonómica en lo referido a sus políticas culturales, un replanteamiento que se basa en la experiencia de los últimos años y que, a partir de lo realizado y ejecutado, busca modernizar la gestión y las políticas culturales e incorporar nuevos valores y objetivos».

Corresponsabilidad

Implicar a otros agentes en la política cultural es otra de las grandes razones para iniciar un proceso de planifica-

ción estratégica. Esto significa definir con los agentes culturales públicos y privados del territorio objetivos compartidos de la política cultural. En este sentido, el Plan Vasco de la Cultura (2004) se autodefine como «el plan del Gobierno Vasco, que orientará sus actuaciones y fijará sus compromisos. Pero es más que eso. En primer lugar, es también una filosofía, un marco genérico para el conjunto de instituciones y agentes del país». Se puede avanzar un paso más en la corresponsabilidad implicando los diferentes agentes en la implementación. Según el mismo Plan Vasco de la Cultura «es además un compromiso de desarrollo de esas grandes líneas mediante algunas instituciones compartidas que pretenden coordinar y concertar actuaciones, racionalizar los recursos o generar sinergias sin que, naturalmente, invada competencias de las instituciones ni se entrometa en las decisiones de los agentes sociales o privados».

Prospectiva

Otro de las motivaciones corrientes para iniciar procesos de planificación estratégica se encuentra en el hecho de poder definir y hacer frente a los retos de futuro. Aunque la capacidad prospectiva es una de las principales cualidades de la planificación estratégica no está suficientemente introducida en el ámbito cultural. De hecho, según los casos analizados, este motivo se arguye más en los planes territoriales que en los procesos de planificación estrictamente culturales. En el Plan Estratégico Vitoria-Gasteiz 2010 se explicita que «la planificación estratégica permite participar en la construcción del propio futuro, evitando quedar a merced de los avatares del entorno».

Desarrollo

En los procesos de planes estratégicos de ciudad o metropolitanos, sobretudo, la razón para poner en marcha un proceso de planificación estratégica es promover el desarrollo económico, social y cultural del territorio. En pocos casos, se considera que la cultura contribuye al desarrollo más allá del ámbito cultural. El caso más significativo al respecto es el del I Plan Estratégico Metropolitano de Barcelona (2003), ya que pretende «hacer de la innovación, la creatividad y el conocimiento, la base de la competitividad y el progreso de esta área». En los planes culturales, este objetivo de desarrollo urbano es posible cuando existe una transversalidad real que permite que la política cultural impregne el resto de las políticas del territorio, desde las más «duras» (urbanismo, economía, etc.) a las más «blandas» (educación, juventud, etc.).

Marketing territorial

En los casos de planes de ciudad, otro de los grandes objetivos es convertir la ciudad en capital cultural del territorio y lugar de fuerte atractivo de cara al exterior. En este sentido, con el Plan Estratégico Sevilla 2010 se pretendía aportar a la ciudad la «capitalidad cultural y administrativa de Andalucía y buena imagen internacional».

2. La administración pública, el actor principal

En el panorama español, son múltiples los actores que intervienen en la planificación estratégica. Sin embargo, el liderazgo en el impulso de un proceso de planificación estratégica suele estar en manos de la administración pública.

Las áreas de cultura municipales y autonómicas

Los organismos impulsores de los procesos de planificación cultural estratégica suelen ser las áreas de cultura de las administraciones públicas, sobretudo ayuntamientos y comunidades autónomas, aunque también las áreas de alcaldía y presidencia de sendas administraciones. Un caso excepcional es el del Plan de Cultura Vasco que ha sido impulsado, desde su inicio, por el Consejo de Cultura Vasco con el apoyo del Gobierno autonómico.

Las diputaciones provinciales

En el caso de las administraciones intermedias, algunas Diputaciones Provinciales, en el marco de su misión, como entes públicos intermedios de cooperación con las administraciones locales inferiores, prestan su apoyo a procesos de planificación estratégica como es el caso de la Diputación de Barcelona y la Diputación Foral de Bizkaia. En estos dos territorios, se ha podido comprobar cómo la existencia de estos programas estables ha hecho proliferar los proyectos estratégicos en el ámbito de la cultura.

La colaboración entre administraciones de un mismo territorio

En algunas áreas de municipios colindantes o, caso contrario, de municipios dispersos, pero con importantes relaciones entre ellos, de dependencia y/o complementariedad, se han iniciado planes estratégicos con un radio territorial más amplio. De hecho, la estrecha relación entre algunos municipios ha permitido ver la importancia de la racionalización de los esfuerzos mediante una planificación estratégica territorial no limitada a las fronteras de los municipios. En este caso se enmarca el Proyecto CONCERCOST

de planificación estratégica de la Comarcas Centrales Valencianas (2001).

Las asociaciones y fundaciones privadas

En España, tampoco es muy frecuente que el impulsor sea un agente privado como asociaciones y fundaciones. Las ayudas de la Unión europea han hecho posible que la Asociación Aragonesa para la Cooperación Cultural, Multilateral haya llevado a cabo con algunas entidades de Toulouse el proceso estratégico vinculado al proyecto *Espacio Infoculture* (2002-2005). Sin embargo, algunas instituciones culturales canalizan sus esfuerzos en la realización de planes estratégicos para guiar su desarrollo como es el caso del Museo Guggenheim de Bilbao (2001-2004).

La gestión de los proyectos de planificación

En este punto, creemos que también es necesario hacer referencia a los agentes que desarrollan los procesos de

planificación estratégica. Los impulsores de planes estratégicos suelen recurrir a empresas externas y, en menor medida, a organismos propios. Como caso excepcional está el Plan de Intervención del Patrimonio Histórico de Castilla y León que fue desplegado por el Servicio de Planificación y Estudios de la Junta de Castilla y León entre el 2004 y el 2012.

3. La metodología, un universo complejo

No hay una única metodología de la planificación estratégica, hay numerosas teorías y métodos para desarrollar un proceso de planificación estratégica. Sin embargo se pueden desarrollar algunas generalizaciones sobre organización, fases y principios fundamentales.

La organización

Los procesos de planificación estratégica suelen dotarse de varios organismos para posibilitar el desarrollo ope-



rativo y el seguimiento durante todo el proceso por parte de los impulsores. Por un lado, se crea un órgano que reúne responsables políticos y técnicos, en momentos puntuales del proceso, para marcar la dirección política. Por otro lado, la coordinación operativa es encargada a un organismo que reúne técnicos y consultores de forma periódica durante todo el proceso. En algunos casos, existe también un órgano de seguimiento que reúne técnicos, políticos y agentes culturales privados. Estos organismos componen la estructura organizativa estable del plan, mientras que las estructuras variables son los mecanismos de participación que se establecen en función de las necesidades de cada proceso.

Fases

La metodología suele seguir un mismo esquema en todos los casos, excepto en aquellos casos que interpretan la planificación de una forma amplia, es decir como una estrategia de trabajo que no implica un proceso determinado ni busca obtener un documento como resultado material. Así, en general, y al margen de las múltiples fases que se muestran en algunos casos, los procesos de planificación se componen de dos fases principales que son esenciales en cualquier plan. Por un lado, el análisis de la situación presente de la cultura, generalmente llamado Diagnóstico, y las estrategias y acciones de futuro, llamadas frecuentemente Plan de Acción. Estas dos fases de los planes suelen materializarse, una vez terminado el proceso de planificación estratégica, en un solo documento, dividido como mínimo en los dos apartados señalados. Cabe decir que estas dos fases pueden solaparse en el tiempo. Cabe señalar que la fase inicial, previa al inicio de un proceso de planificación estratégica, es básica aunque generalmente no se tenga tan en cuenta. De hecho, una buena definición preliminar del proyecto, los objetivos perseguidos y la asunción de compromisos pueden determinar el correcto desarrollo del proceso.

Describiendo el contexto: el diagnóstico

El diagnóstico consiste en un análisis de la realidad cultural del territorio en cuestión. Este análisis suele apoyarse en el estudio de la bibliografía existente, datos cuantitativos disponibles o creados a propósito sobre la cultura y el territorio, e información cualitativa extraída de entrevistas y sesiones participativas (mesas, talleres, jornadas, etc.). Los diagnósticos pueden estructurarse como un documento global o mediante estudios sectoriales y/o transversales realizados por especialistas. En general, los diagnósticos suelen describir un marco general del territorio y un marco específicamente

cultural, que tienen en cuenta las perspectivas de evolución. En algunos casos, estos contextos descritos son contrastados con descripciones de realidades similares o deseadas. Por otro lado, en algunos casos, los diagnósticos también tienen un marco conceptual que recoge los principios y valores que orientan el plan.

El único método de uso generalizado, seguramente por su sencillez y utilidad, es el DAFO (Debilidades, Amenazas, Fortalezas y Oportunidades). Esta matriz que recoge los factores internos y externos que condicionan la aplicación de estrategias, actúa a modo de resumen de la situación estudiada, por lo que es utilizada, en numerosos casos, al final del Diagnóstico. A partir de la imagen del territorio que muestra el DAFO se facilita el trabajo de diseño de las propuestas.

Diseñando la estrategia: el plan de acción

El plan de acción suele estructurarse a partir de unos objetivos que son desarrollados en ámbitos generales, a menudo llamados ejes estratégicos, y acciones concretas. Cabe tener en cuenta como explicita el caso del Plan estratégico del Consorcio del Auditorio de Barcelona (2006-2010), que «la dimensión estratégica de un plan viene definida, en gran medida, por la capacidad de imaginar un futuro propicio para la institución». Las acciones concretas pueden priorizarse en el tiempo (a corto, medio y largo plazo) y cuantificarse. Por otro lado, algunos planes establecen proyectos estructurantes de gran impacto dentro de cada eje estratégico, cuya implementación se establece como prioritaria.

Comunicación y participación: dos conceptos básicos

Dentro de la metodología de planificación estratégica tiene una importancia especial la participación. De hecho, en la mayoría de casos, se organizan mesas de trabajo, validación o participación, para que los agentes culturales y la ciudadanía debatan sobre el diagnóstico y las propuestas. En relación al diagnóstico, cabe decir que se suele buscar la opinión de los participantes en éstas mesas a partir de un documento marco previo de análisis de la realidad. También se ponen en funcionamiento canales de participación a través de internet. Las mesas pueden ser restringidas, si buscan la participación de personas determinadas, generalmente agentes del sector, o abiertas si también puede participar la ciudadanía en ellas. En cuanto a la temática, pueden ser generales, sectoriales o transversales.

La comunicación es otro de los elementos principales de un proceso de planificación estratégica, muy vinculado a

En los procesos de planes
estratégicos de ciudad
o metropolitanos, sobre todo,
la razón para poner
en marcha un proceso
de planificación estratégica
es promover el desarrollo
económico, social y cultural
del territorio.

la participación. Para que la participación sea la deseada es necesario elaborar un plan de comunicación, que contribuya a la transparencia de todo el proceso, y por lo tanto a su credibilidad frente a la ciudadanía. Así pues, todo proceso de planificación estratégica debería tener un plan de comunicación específico para informar a toda la ciudadanía del inicio del proceso, y promover la participación de la ciudadanía potencialmente interesada. Sin embargo, la mayoría de procesos desarrollan poco este aspecto.

La implementación, seguimiento y evaluación

La implementación y el seguimiento de los planes estratégicos es una fase básica del proceso, a la que no se suele dar la importancia debida. En general, los procesos de planificación estratégica no explicitan sistemas de seguimiento de la implementación. Muchas veces el seguimiento se hace mediante la memoria anual que no tiene por qué valorar el cumplimiento de objetivos y acciones concretas. Solo en el caso del Plan de Cultura del País Vasco el propio plan incluye un sistema de evaluación y seguimiento completo. El órgano encargado del seguimiento de dicho plan es el Observatorio Vasco de la Cultura, pero también se crea un foro virtual

así como grupos de trabajo sectoriales, a través de éstos los agentes culturales pueden participar en jornadas abiertas de seguimiento del plan.

4. Las trabas a la planificación estratégica

En este apartado explicitamos algunos ejemplos de fracaso de los procesos de planificación estratégica cultural que nos pone de relieve las dificultades en que se mueven estos proyectos.

Falta de corresponsabilidad

La primera de las razones y la principal de que no se hayan aplicado ciertos planes estratégicos se encuentra en los cambios políticos. De hecho, en las Comunidades Valenciana y la Comunidad de Madrid se iniciaron procesos de planificación estratégica en cultura que hubieran podido ser pioneros de no ser por un cambio político que provocó el abandono de sendos proyectos. Cabe señalar que el cambio en el color político en un gobierno que impulsa un proceso de planificación no tiene porqué significar su fracaso. Puesto que si se trata de un proyecto compartido que no es solo de un gobierno, es decir que ha contado con la implicación de todos los grupos políticos y agentes culturales, éstos también desean que sea aplicado y no renuncian al proyecto aunque haya cambios políticos.

Falta de liderazgo

La segunda razón de que no se implemente un plan de acción se encuentra en la falta de liderazgo. Las alianzas puntuales creadas para desarrollar un proceso concreto, sin una convicción ni un liderazgo claro, son el motivo de la no aplicación del proyecto CONCERCOST. Este proceso de planificación estratégica, financiado en parte por la Unión Europea, fue impulsado por el Consorcio de las Comarcas Centrales Valencianas, creado especialmente para desarrollarlo. Ejercer liderazgo significa que el equipo impulsor del plan tiene una visión estratégica, que cree en el proceso de planificación y es capaz de aunar a su alrededor otras áreas, fuerzas políticas y agentes, así como de dar coherencia al conjunto.

Condiciones previas del éxito

Los problemas de corresponsabilidad y liderazgo que plantean las experiencias de la Comunidad de Madrid, la Comunidad Valenciana y las Comarcas Centrales Valencianas se pueden evitar si se dan ciertas condiciones antes de

iniciar un proceso de planificación. De hecho, el líder político que inicia un proceso de planificación estratégica debe plantearse si ¿tiene una voluntad real de llevarlo a buen cabo, sabiendo todo lo que implica? ¿Cuenta con el apoyo de su equipo de gobierno y con el apoyo de la oposición? Un proceso de planificación estratégica se elabora con objetivos a corto, medio y largo plazo; por lo tanto no debe estar a la merced de los cambios políticos que puedan ocurrir.

5. Planificación estratégica y cultura

La planificación estratégica ha tenido una gran influencia en las políticas culturales, aportando nuevos temas y nuevas formas de gestión, así como contribuyendo a su centralidad. Pero la cultura también ha contribuido a la planificación estratégica con los principios de la Agenda 21 de la cultura.

Nuevos temas

Las políticas culturales se han centrado generalmente en los tradicionales ámbitos sectoriales: artes plásticas, artes escénicas, lectura, patrimonio, fiestas y cultura popular, aunque también en ámbitos transversales como: equipamientos, creación, formación y difusión. Con la normalización de la planificación estratégica, se han modificado los enfoques de los temas tradicionales y se han ampliado los temas considerados por las políticas culturales, generalizándose nuevos ámbitos. Destacaremos los tres temas que se han incorporado a la política cultural, que hemos considerado más significativos:

Turismo cultural

Desde hace tiempo, el turismo ha entrado dentro de los temas de la política cultural, puesto que la búsqueda de un turismo de calidad pasa sin lugar a dudas por una oferta cultural. La capitalidad cultural es un elemento de atracción de turismo, en este sentido, se entiende parte del impulso del marketing de ciudad desde los planes estratégicos de Sevilla y Barcelona. Las políticas culturales buscan cada vez más proyectos culturales de alcance internacional que les permitan situar su territorio en el mapa global para generar, aunque no solo, flujos de visitantes.

Industrias culturales

Otro de los grandes temas de las políticas culturales actuales es el de las industrias culturales que tienen un potencial de crecimiento que supera en gran medida al de los

sectores económicos tradicionales. Así, se entiende que el Área Metropolitana de Barcelona opte como una de sus estrategias de desarrollo por despuntar en este sector. También Vitoria-Gasteiz, en su plan de ciudad, apuesta por potenciar la cultura del conocimiento, es decir por los sectores culturales emergentes, caracterizados por actividades de alto valor añadido.

Cultura de proximidad

Un tema que ha vivido altibajos, pero que está volviendo con fuerza renovada a la esfera de la política cultural es la cultura de proximidad, heredera de la denostada socio-cultura. La creciente diversidad y la persistencia del acceso desigual a la cultura han posibilitado el renacimiento de este tema como herramienta de cohesión social, desde nuevos enfoques. Así, el Plan de Cultura de Barcelona 2006 se plantea



potenciar la participación ciudadana activa en el ámbito cultural, desde una perspectiva mucho más enfocada a la potenciación de la propia expresividad y de las prácticas culturales de la ciudadanía.

Cambios en la gestión

La planificación estratégica no solo ha situado algunos temas en la agenda política cultural, ha significado también cambios en la gestión de la cultura y en su impacto. De hecho, la planificación estratégica ha supuesto cambios en las formas de gestionar la cultura, poniendo orden en las acciones que se llevaban a cabo y fijando metas, para una gestión más eficiente y eficaz. En los procesos decisorios de las políticas culturales, el impacto ha sido importante puesto que se tienen en cuenta las visiones de los agentes implicados y de la ciudadanía. La planificación estratégica también ha aportado su capacidad de prospectiva a la política cultural, permitiéndole anticiparse a situaciones previsibles y diseñar futuros deseables y posibles.

La Agenda 21 de la cultura

La Agenda 21 de la cultura significa una gran aportación a los procesos de planificación estratégica. La Agenda 21 de la cultura desarrolla el concepto de planificación holística, elaborando principios y recomendaciones desde la cultura que pueden ser usados por los gobiernos locales y otros organismos como guías para procesos de planificación

estratégica territorial. De hecho, la Agenda 21 de la cultura se centra en los conceptos de democracia y democratización cultural, pero también en la gobernanza, la sostenibilidad y la economía, puesto que la cultura contribuye al buen desarrollo de estos conceptos.

6. A modo de conclusión

Las aportaciones en el ámbito de la gestión son comunes a los procesos de planificación estratégica en otros ámbitos, pero el gran impacto que ha tenido la planificación estratégica específicamente en el ámbito de la cultura ha sido el de contribuir a situarla en el centro de las políticas públicas. No se puede decir que la centralidad de la política cultural sea un fenómeno generalizado, de hecho se requiere una transversalidad real para hacerlo posible, que no suele darse. La planificación estratégica ha permitido a la cultura multiplicar su impacto en el territorio, por este motivo cada vez es más tenida en cuenta en los planes de desarrollo territoriales. De hecho, ha pasado de tener nula presencia en estos procesos, a adquirir un rol fundamental en algunos planes estratégicos territoriales.

Bibliografía

MANITO LORITE, F. (coord.) (2008). *Planificación estratégica de la cultura en España*, Madrid, Fundación Autor.



Public cultural Planning

Félix Manito Lorite

123

Cultural strategic planning has emerged as an indispensable tool for meeting the challenges of globalisation, seeing as the global-local dialectic has a growing presence within the field of culture. Culture has been progressively gaining prominence within public policies and economic activity due to its contribution to economic and sustainable development in areas such as metropolises and networks of cities. Therefore, we now understand cultural planning as the design of strategies that affect much more than the traditional cultural sectors (libraries, heritage and the performing, plastic and audiovisual arts); it influences the development of the territory and its image in terms of the value of culture.

1. Five reasons to start a planning process

The specific reasons for beginning a strategic plan are usually highly varied but they can, however, be grouped into five general types.

Innovation

One of the main reasons to implement a strategic planning process is “to develop a new breed of cultural poli-

cy,” as contended by the pioneering case of the Cultural Map of Sabadell, created in Spain between 1991 and 1995. This idea demonstrates not only the desire to produce a different cultural policy, but it also means that cultural policies must be of a higher standard. In other words, they must represent an improvement and modernisation on what is already being done and they must be more in-keeping with modern times. Many other cases suggest rearranging the elements of the existing cultural policy so as to give them sense and coherence. As articulated in the explanation of the Strategic Plan for Culture in Andalusia (2007): “In matters of cultural policies, we are doubtlessly facing a radical change in the autonomous administration, a reconsideration which is based on the experience of recent years and which, using that already carried out and implemented, seeks to modernise cultural management and policies and to incorporate values and objectives.”

Co-responsibility

Involving other agents in cultural policy is another of the biggest reasons to start a strategic planning process. It entails defining the shared objectives of the cultural policy with the public and private cultural agents of the territory. In this respect, the Basque Plan of Culture (2004) defined itself as “the Basque Government plan that will guide its actions and

fix its commitments. But it is more than that. Firstly, it is also a philosophy, a generic framework for all the institutions and agents of the country.” One can take another step further towards co-responsibility by involving the various agents in the implementation as well. According to the Basque Plan of Culture: “It is also a commitment to the development of these big ideas, through a few shared institutions whose aims are to coordinate and arrange actions, to streamline resources and to generate synergies. Naturally, this is all without invading the competencies of the institutions or interfering in the decisions of social or private agents.”

Forward planning

Another of the common motivations in starting strategic planning processes is found in the ability to define and address the challenges of the future. Although the capacity for forward planning is one of the main qualities of strategic planning, it has not been sufficiently incorporated into the field of culture. In fact, according to the analysed case studies, this reason is discussed more in territorial plans than in strictly cultural planning processes. The 2010 Vitoria-Gasteiz Strategic Plan explained that “Strategic planning allows one to participate in the construction of the future itself, avoiding being left at the mercy of the vicissitudes of one’s surroundings.”

Development

In strategic planning processes, especially in cities or metropolises, another reason to implement a strategic planning process is to promote the economic, social and cultural development of the territory. Unfortunately, it is rarely believed that culture contributes to development beyond that of the field of culture. The most significant case study in this regard was the 1st Metropolitan Strategic Plan of Barcelona (2003), as its intention was “to make innovation, creativity and knowledge the basis of competitiveness and progress in this area.” In cultural plans, this urban development objective is possible when there is a real transversality that enables cultural policy to permeate the other policies of the territory, from the “hardest” ones (town planning, the economy, etc.) to the “softest” ones (education, youth projects, etc.).

Territorial Marketing

In the case of city plans, another of the main objectives is to convert cities into cultural capital within the territory, turning them into very attractive locations to the outside world. In this respect, the aim of the 2010 Seville Strategic

Plan was to give the city “cultural and administrative capital in Andalusia and a good international image.”

2. The public administration, the main actor

In the Spanish panorama, there are multiple actors involved in strategic planning. However, the leadership behind the implementation of a strategic planning process is usually the responsibility of the public administration.

Areas of culture of municipals and autonomous communities

The bodies that drive strategic cultural planning processes are usually the cultural departments of the public administrations, especially city councils and autonomous communities, although the mayoral and presidency departments of both administrations are also involved. An exceptional case is the Basque Plan of Culture which was driven, from its very beginning, by the Council of Basque Culture, with support from the Autonomous Government.

Provincial authorities

In the case of intermediate administrations, there are some provincial authorities which provide support in strategic planning processes, within the framework of their responsibilities as intermediate public bodies that cooperate with lower level, local administrations. Two examples of this are the Provincial Councils of Barcelona and Biscay. These two territories have proven how the existence of stable programmes has allowed strategic projects to proliferate in the field of culture.

Collaboration between administrations within the same territory

Strategic plans with a broader territorial scope have been started in some areas of neighbouring municipals, or else in separate municipals that have important relationships of dependency and/or complementarity. In fact, the close relationships between some municipals has allowed us to see the importance of streamlining efforts via territorial strategic planning that is not limited to municipal borders. An example of this is the CONCERCOST Project for strategic planning in the Central Regions of Valencia (2001).

Private associations and foundations

In Spain, the driving force is not often a private agent such as an association or foundation. European Union sub-

sidies made it possible for the Aragonese Association for Cultural, Multilateral Cooperation, alongside certain entities from Toulouse, to carry out the strategic process linked to the *Infoculture Space* Project (2002-2005). However, some cultural institutions channel their efforts into the realisation of strategic plans that guide their development, such as the Guggenheim Museum in Bilbao (2001-2004).

Management of planning projects

At this point, we believe that we need to mention the agents which develop the strategic planning processes. The driving forces behind strategic plans usually recur to external businesses and, to a lesser extent, to their own organisations. An exceptional case is the Historic Heritage Intervention Plan of Castile and Leon, which was launched by the Planning and Studies Service of the Castile and Leon Council between 2004 and 2012.

3. Methodology, a complex universe

There is no single methodology for strategic planning: there are numerous theories and methods to carry out a strategic planning process. However, some generalisations can be made about the organisation, phases and fundamental principles.

In strategic planning processes, especially in cities or metropolises, another reason to implement a strategic planning process is to promote the economic, social and cultural development of the territory.

Organisation

Strategic planning processes usually have various organisations that make it possible to for the drivers to run the operations and monitoring throughout the entire process. On the one hand, a body is created to bring together those responsible for policies and the specialists at key moments of the process, in order to establish the political direction. On the other hand, the operative coordination is delegated to an organisation that brings together specialists and consultants periodically throughout the process. In some cases there is also a monitoring body that includes specialists, politicians and private cultural agents. These bodies form the stable organisational structure of the plan, whilst the variable structures are participation mechanisms that are established based on the needs of each process.

Phases

The methodology usually follows the same schema in all cases, with the exception of those cases that cover planning in a broader sense, i.e. as a work strategy that does not involve a determined process or seek to obtain a document as a material result. Therefore, in general, and aside from the multiple phases of certain cases, the planning processes are composed of two main phases that are essential to any plan. On one side is the analysis of the current situation of the culture, generally called the Diagnosis, and on the other are the future strategies and actions, frequently called the Action Plan. These two phases generally take place once the strategic planning process has finished and they appear in a single document, divided into the two aforementioned sections at the least. It should be noted that these two phases may overlap. It is also worth indicating that the initial phase, prior to the start of a strategic planning process, is basic although generally not born in mind. In fact, a good preliminary definition of the project, the intended aims and the acceptance of commitments can be the determining factor in whether the project runs smoothly.

Describing the context: the diagnosis

The diagnosis consists of an analysis of the current cultural situation of the territory in question. This analysis is usually supported by the existing bibliography, the available or purpose-made quantitative data on the culture and territory, and the qualitative information extracted from interviews and participative sessions (round tables, workshops, seminars, etc.). Diagnoses can be structured as a single document or as sectoral and/or transversal studies carried out

by specialists. In general, they tend to describe a general framework of the territory and a specifically cultural framework, with both of them bearing in mind the idea of development. In some cases, these described contexts are contrasted with descriptions of similar or desired situations. Furthermore, in some cases, diagnoses also have a conceptual framework which covers the principles and values that guide the plan.

The only generalised method of use, surely due to its simplicity and usefulness, is the SWOT (Strengths, Weaknesses, Opportunities and Threats) matrix. This matrix brings together the internal and external factors which condition the application of strategies, acting as a summary for the situation under study. It is therefore used in numerous cases at the end of the Diagnosis. The image of the territory shown in the SWOT is used to facilitate the work for designing the proposals.

Designing the strategy: the action plan

The action plan is usually structured around a few objectives that are developed in general terms, often called the strategic principles, and around specific actions. It is worth bearing in mind how the Strategic Plan of the Barcelona Auditorium Consortium (2006-2010) explained how “The strategic dimension of a plan is defined, to a large extent, by the ability to imagine an auspicious future for the institution.” The specific actions can be prioritised in time (short, medium or long term) and quantified. In contrast, some plans establish high impact structuring projects within each strategic principle, the implementation of which is a priority.

Communication and participation: two basic concepts

Participation has garnered special importance within the methodology of strategic planning. In fact, in the majority of cases, panels for work, validation and participation are organised so that the cultural agents and citizens can debate the diagnosis and proposals. In terms of the diagnosis, it is worth mentioning that the opinion of those who participate in the panels is usually sought beforehand via a framework document on an analysis of the situation. Also, participation channels are put to work through the internet. The panels may be restricted if participation from certain persons (generally agents from the sector) is sought or open if citizens can participate as well. The themes can be general, sectoral or transversal.

Communication is another of the main elements in a strategic planning process and this is closely linked to

participation. In order for the participation to achieve the desired results, it is necessary to prepare a communications plan that contributes to the transparency of the entire process and therefore to its credibility in the eyes of the citizens. Consequently, every strategic planning process must have a specific communications plan which informs all citizens that the process is starting and which encourages participation from potentially interested citizens. However, the majority of processes do not develop this aspect very far.

Implementation, monitoring and evaluation

The implementation and monitoring of strategic plans is a basic phase of the process but it is not usually given its due importance. Generally speaking, strategic planning processes do not have detailed systems for monitoring the implementation. Very often, the monitoring is comprised of an annual report which doesn't necessarily evaluate the achievement of the objectives and specific actions. Only in the Cultural Plan of the Basque Country does the plan itself include a complete evaluation and monitoring system. The body responsible for the monitoring of said plan is the Basque Observatory of Culture, but a virtual forum was also created along with sectoral work groups. Using these, the cultural agents could participate in open days on the monitoring of the plan.

4. Obstacles to strategic planning

In this section we give a few examples of failure in cultural strategic planning processes, throwing into relief the difficulties faced by these projects.

A lack of co-responsibility

The first and main reason why certain strategic plans were not brought to fruition is found in political changes. In fact, the Communities of Valencia and Madrid started cultural strategic planning processes which could have been pioneering were it not for political changes which caused both projects to be abandoned. However, it is worth indicating that a change in the political colours of the government that is behind a planning process does not necessarily signify the failure thereof. If the project is a shared project and not just of a single government (i.e. if it has benefitted from the participation of all political groups and cultural agents), then all involved will want that project to be successful and will not give up on the project even if there is a political change.



A lack of leadership

The second reason why action plans are not implemented stems from the lack of leadership. One-off alliances that were created in order to carry out a specific process, without conviction or clear leadership, were the reason for the failure to realise the CONCERCOST Project. This strategic planning process, financed in part by the European Union, was promoted by the Consortium of Central Regions of Valencia, a body that was specially created to carry out said process. Exercising leadership means that the team behind the plan has a strategic vision, that it believes in the planning process and that it is capable of uniting other departments, political forces and agents. It also brings coherence to the whole.

Conditions prior to success

The problems of co-responsibility and leadership experienced by the Community of Madrid, the Community of Valencia and the Central Regions of Valencia can be avoided if certain conditions are brought about before starting the planning process. In fact, a political leader who initiates a strategic planning process must ask: “Do I have the will-power to bring it about, knowing all that it entails?” and “Do I have the support of my government team and the support of the opposition?” A strategic planning process is drawn up with short, medium and long term objectives and it should not therefore be at the mercy of any political changes which may occur.

5. Strategic planning and culture

Strategic planning has had a big influence on cultural policies, producing new issues and new forms of management, as well as contributing to its centrality. But culture has also contributed to strategic planning with the principles of Agenda 21 for culture.

New issues

Cultural policies have generally centred on traditional sectoral fields: the plastic arts, performing arts, reading, heritage, *fiestas* (traditional celebrations) and popular culture. However, they have also addressed transversal fields such as: amenities, creation, training and broadcasting. With the normalisation of strategic planning, the focus on traditional issues has been modified and cultural policy has started to cover a wider spectrum of cultural issues, making new fields

more widespread. We will highlight three issues which we believe are the most relevant and which have been incorporated into cultural policy.

Cultural tourism

Tourism became an issue covered by cultural policy a long time ago, given that the search for quality tourism clearly needs a good range of culture on offer. Cultural capital is an element that attracts tourism and with this in mind, one understands part of the drive of the city marketing aspect within the strategic plans of Seville and Barcelona. Cultural policies are increasingly seeking cultural projects with an international scope, policies that allow their territory to be put on the global map so as to generate more than just a flow of visitors.

Cultural industries

Another of the central themes of current cultural policies is that of cultural industries which have a growth potential that exceeds to a large extent that of traditional economic sectors. One thusly can understand the choice of the Metropolitan Area of Barcelona to highlight this sector as one of its development strategies. Vitoria-Gasteiz, in its own city plan, also chose to strengthen the culture of knowledge through emerging cultural sectors characterised by activities with high added value.

Culture of proximity

An issue which has seen many ups and downs but which is returning to the realm of cultural policy with renewed vigour is the culture of proximity, heir to the revived socio-culture. Growing diversity and the persistence of unequal access to culture has enabled the rebirth of this issue as a tool of social cohesion, with new points of view. Thusly, the 2006 Cultural Plan of Barcelona aimed to strengthen the active participation of its citizens in the area of culture, using a point of view that was much more focused on the strengthening of one’s own expressivity and the cultural practices of the citizens themselves.

Changes in management

Strategic planning has not only inserted certain issues into the cultural political agenda, it has also brought about changes in the management of culture and its impact. Indeed, strategic planning has supposed changes in the way that culture is managed, bringing order to the actions which are carried out and setting goals, leading to more efficient

and effective management. In the decision-making processes of cultural policies, the impact has been significant given that the views of the agents involved and the citizens are born in mind. Strategic planning has also brought its forward planning capabilities into play in cultural policy, enabling it to anticipate predictable situations and to design desirable and possible futures.

Agenda 21 for culture

Agenda 21 for culture represents a great contribution to strategic planning processes. It develops the concept of holistic planning, thus creating culture-based principles and recommendations that can be used by local governments and other bodies as guides for territorial strategic planning processes. In fact, Agenda 21 for culture is centred on the concepts of democracy and cultural democratisation, but also on governance, sustainability and the economy, given that culture contributes to the development of those concepts.

6. By way of a conclusion

The contributions in the field of management are common to both strategic planning processes and other

fields, but the large impact that strategic planning has had specifically in the field of culture is the contribution of placing culture at the centre of public policy. One cannot say that the centrality of cultural policy is a generalised phenomenon; it actually requires transversality to make this possible and it is not usually given this. Strategic planning has allowed culture to multiply its impact on territories and for this reason it is increasingly born in mind in territorial development plans. In fact, it has progressed from having zero presence in said processes to taking on a fundamental role in certain territorial strategic plans.

Bibliography

MANITO LORITE, F. (coord.) (2008). *Planificación estratégica de la cultura en España. (Strategic Planning of Culture in Spain)*, Madrid, Fundación Autor.

AUTORA

María José Quero Gervilla

ADSCRIPCIÓN PROFESIONAL

Profesora Titular de la Universidad de Málaga

TÍTULO

La comunicación cultural

CORREO-E

mqq@uma.es

RESUMEN

La comunicación estratégica en las organizaciones culturales es una herramienta de marketing clave en la gestión. Tanto en el ámbito interno como externo, se ha de buscar maximizar la eficiencia de las inversiones en los instrumentos de comunicación, para alcanzar con éxito una comunicación coherente e integrada, capaz de adaptarse a los cambios y retos que continuamente plantea el entorno.

PALABRAS CLAVE

Comunicación; marketing; estrategia cultural; mercado cultural; ocio.

AUTHOR

María José Quero Gervilla

PROFESSIONAL AFFILIATION

Profesora Titular de la Universidad de Málaga

TITLE

Cultural Communication

E-MAIL

mqq@uma.es

ABSTRACT

Strategic communication is a key marketing tool in the management of cultural organisations. Both internally and externally, the aim is to maximise the efficiency of investments in instruments of communication, in order to successfully achieve coherent and integrated communication which is capable of adapting to the changes and challenges continually presented by the surroundings.

KEYWORDS

Communication; marketing; cultural strategy; cultural market; leisure.

La comunicación cultural

María José Quero Gervilla

1. Introducción. La necesidad de la comunicación integrada

En el actual mercado del ocio, el concepto de «ser bueno» ya no es suficiente. Más allá de lo que puede o no calificarse con tal valor en el entorno cultural, la estructura del mercado ha cambiado de tal manera que las organizaciones que no sean capaces de exponerse al alcance de los públicos que pueden estar interesadas en ellas, se perderán en el mar de información que inunda la oferta informativa al consumidor cultural. Desarrollar una adecuada estrategia de comunicación no es complejo, pero requiere un conocimiento en profundidad de los públicos y su comportamiento en consumo de medios, además de una rigurosa planificación. De ahí la importancia de gestionar e insertar adecuadamente la comunicación en la dirección de marketing de las organizaciones culturales.

Si el entorno en el que operan las organizaciones culturales es cambiante, igualmente variable es el papel de la comunicación en las organizaciones. Si bien, siempre han sido considerados de gran importancia, perspectivas ya desactualizadas de esta herramienta de marketing la equiparaban al uso de sus instrumentos: la publicidad, la promoción, la venta personal, etc.

La evolución del marketing y la comunicación en las organizaciones reposicionan este instrumento para dotarlo de una localización transversal, cuyas funciones estarán en contacto con diversos niveles de la organización cultural, afectando a personas y a productos. En este apartado del manual pretendemos conocer cómo se gestiona hoy y cómo se perfila la comunicación del futuro más cercano, de manera que podamos aportar una visión útil y práctica.

Para empezar, es interesante romper con tres creencias sobre la comunicación en cultura:

1. La comunicación no está vinculada a la fase final del producto cultural. La perspectiva que vincula la comunicación con la fase final de un proyecto o un producto cultural (la comercialización y venta) no tiene sentido desde la perspectiva moderna de la gestión de la comunicación y el marketing en las organizaciones. Desde esta perspectiva, en ocasiones se ha invertido tiempo, dinero y esfuerzo en acciones con escasos resultados presentes y nulos resultados futuros. Muy por el contrario, la comunicación es una herramienta clave en la gestión de las relaciones entre las organizaciones, las personas que forman parte de ellas y su entorno, y forma parte de todas las fases y decisiones de

marketing, desde el diseño del producto cultural, hasta que éste llega al público.

2. La gestión de la comunicación no se limita a la gestión de sus instrumentos. Aunque los instrumentos de comunicación (publicidad, relaciones públicas, etc.) y su planificación son un ámbito de decisión importante en la gestión de las comunicaciones en una organización cultural, no son los únicos que comunican información al público y al resto de agentes implicados. Todas las decisiones de la organización, entre ellas el resto de instrumentos de marketing, transmiten contenidos a los receptores: el precio, la distribución, la marca, etc. Para conseguir una comunicación coherente, es necesario integrar todos los instrumentos en una misma visión y misión estratégica de la organización.

3. Los objetivos de comunicación no siempre son objetivos de ventas. En la gestión de la comunicación en muchos casos podemos trabajar exclusivamente sobre las relaciones con un colectivo, nuestra imagen en el mercado, informar sobre cambios, alcanzar a públicos de interés estratégico y/o social, etc.

Partiendo de estas premisas, es fácil entender que la comunicación desempeña un papel fundamental en las organizaciones culturales, ya que, para adaptarse de manera continuada al dinámico y cambiante entorno en el que actúan, se requiere establecer un diálogo continuo con muchos y muy variados públicos, algunos pertenecientes a la propia organización (como los empleados) y otros muchos externos a ella (como clientes, distribuidores, proveedores, etc.).

De una adecuada comunicación se derivan activos como una buena imagen y reputación que, aunque intangibles, tienen un gran valor estratégico. De hecho, la comunicación es una gran ayuda para las organizaciones culturales, para mostrar lo que son y lo que pretenden, y contribuye a construir tanto la imagen de marca corporativa como la de los productos culturales, facilitando la aceptación por parte de los públicos, a través de la generación de actitudes positivas y comportamientos favorables hacia la organización y sus productos.

De esta perspectiva, resulta necesario gestionar la comunicación de las organizaciones culturales desde una visión coherente, que denominamos comunicación integrada. Este concepto se debe a que los múltiples canales y herramientas de comunicación pueden generar problemas en marketing, ya que los públicos no distinguen entre las diferentes fuentes de los mensajes, y los convierten en parte de un mensaje global acerca de una organización o proyecto cultural. De esta

forma, muchas veces no se logra integrar todas las comunicaciones de marketing: los medios masivos ofrecen un mensaje, en las promociones el mensaje es diferente y la web de la organización no responde a la misma línea. El motivo de esta frecuente situación es que en ocasiones las comunicaciones están gestionadas por departamentos o personas diferentes.

Si hay conflictos entre las comunicaciones, el resultado puede ser una imagen confusa de la organización. Por eso, actualmente se utiliza el concepto de comunicación integrada, que, como vemos en la figura 1, unifica y coordina todos los instrumentos de comunicación y el resto de instrumentos de marketing para conseguir un mensaje claro y convincente de la organización y las marcas de sus productos culturales.



Fig. 1. La Comunicación Integrada en Organizaciones Culturales

Fuente: Adaptado de AMSTRONG, KOTLER, MERINO, PINTADO y JUAN (2011: 293)

Para conseguir esta comunicación integrada es necesario analizar todas las opciones de relación con los públicos con el fin de conseguir el mismo mensaje en todos los contactos, la misma apariencia, el mismo estilo, la misma imagen, etc. Un ejemplo de este tipo de esfuerzo es El Circo del Sol, que con más de 5.000 empleados, gestiona su marca única con múltiples espectáculos que operan en países de todo el mundo y mantiene una misma imagen, coherente y clara en todos ellos. Recientes estudios sobre comunicación y marketing sensorial demuestran que la coherencia en las comunica-

ciones de las organizaciones es una característica común en los casos de éxito (MANZANO et al. 2011).

2. Los objetivos de la comunicación

Desde una perspectiva general, la comunicación de marketing desempeña hasta tres funciones distintas en las organizaciones:

- Informar a los públicos de cambios, novedades o cualquier otro tipo de contenido de su interés.
- Persuadir a sus destinatarios del interés de mantener relaciones con la organización cultural, por sus valores, imagen, etc.
- Recordar a sus receptores la oferta de valor de la organización y, de haberse producido intercambio, las experiencias producidas, con el fin de estrechar vínculos, generando un intercambio de valor mutuo.

Para el desempeño de estas funciones, las organizaciones establecerán objetivos de comunicación más concretos, entre los que cabe destacar la imagen, identidad, posicionamiento y notoriedad:

- Imagen de un producto o de una marca: es el conjunto de percepciones del público objetivo y constituye una representación mental que los consumidores se hacen sobre el producto o la marca como consecuencia de las informaciones, las emociones y las experiencias que han percibido sobre ellos. Al tratarse de una información procedente de la mente de los consumidores, no recoge necesariamente valores objetivos del producto o la marca.
- Identidad: conjunto de características, más estables y duraderas, que la organización cultural intenta que se atribuyan al producto o marca. Estos valores no son susceptibles de cambio de una campaña de comunicación a la siguiente, son valores que pretenden ser más estables y mantenerse a lo largo del tiempo.
- El posicionamiento: es el conjunto de percepciones que tienen los consumidores sobre una marca o un producto en relación a otras marcas o productos del mercado o, incluso, en comparación con los que son ideales para ellos. Por lo tanto, el posicionamiento es definido por los propios con-

sumidores cuando se formulan opiniones sobre las marcas y los productos y les atribuyen un lugar determinado en sus mentes.

- El reconocimiento del nombre o notoriedad de marca es la capacidad potencial que tiene el público para reconocer o recordar la marca y su promesa comercial: qué tipo de producto tiene, categoría artística, etc. Para que una marca goce de notoriedad, en general ha de llevar a cabo grandes esfuerzos en comunicación, con el fin de lograr una posición en la mente del consumidor. Se suelen establecer diversos grados de notoriedad:
- Notoriedad de la primera mención (*top of mind*): es el caso de las marcas que vienen a la memoria cuando se interroga a los encuestados sobre una determinada categoría de producto cultural. Este grado de notoriedad en general acelera el proceso de decisión de compra por parte del consumidor.
- La notoriedad espontánea: mide la asociación de la marca con la categoría de producto. Las marcas situadas a este nivel vienen inmediatamente a la mente del consumidor cuando se menciona una categoría de producto cultural, facilitando la compra.
- La notoriedad asistida: mide el nivel de conocimiento de la marca por la audiencia objetivo. En este caso nos situamos en un nivel de conocimiento de la marca más bajo: ¿le resulta al menos conocida la marca a los consumidores? Si al menos hemos logrado que el nombre suene, tendremos la oportunidad de darle contenido a esa información «anclada» en la mente del consumidor.

Todas nuestras acciones de comunicación tendrán como resultado una modificación de estos aspectos (tanto si la planificamos adecuadamente como si no lo hacemos), con cada acción de la organización, estamos comunicándonos con los públicos, por lo que es importante saber medir y ser conscientes de los efectos de todas nuestras acciones en términos de imagen, posicionamiento, identidad y notoriedad.

La primera reflexión a la que nos enfrentamos en comunicación es dar respuesta a dos cuestiones: ¿Dónde estamos? ¿Dónde queremos llegar?

Y las respuestas han de formularse en términos de relación con los públicos: imagen, posicionamiento, identidad

y/o notoriedad que pretendemos alcanzar con cada uno de ellos. Para conseguirlo haremos uso de los instrumentos de comunicación que, planificados y gestionados desde la perspectiva de una comunicación integrada, conforman el *mix* de comunicación o mezcla de comunicación.

3. El *mix* de comunicación: en búsqueda de la coordinación

Para alcanzar sus objetivos de comunicación, el responsable de marketing tiene distintos instrumentos (publicidad, promoción de ventas, relacionas públicas, venta personal y marketing directo). La comunicación integrada conlleva que la compañía combine las herramientas de comunicación para conseguir un *mix* coherente y coordinado. Presentamos brevemente cada instrumento y posteriormente profundizamos en cada uno de ellos, pero antes hemos de diferenciar o agrupar los instrumentos por el nivel de personalización que admiten sus comunicaciones. Así distinguimos entre instrumentos personales e impersonales.

Instrumentos impersonales	Instrumentos personales
Publicidad	Venta personal
Promoción de ventas	Marketing directo
Relaciones públicas	

Fig. 2. Los instrumentos de comunicación

La difusión de internet y las nuevas tecnologías han matizado mucho esta clasificación, como iremos viendo, pero resulta útil plantearse la capacidad de adaptación y personalización de cada instrumento que utilizamos, ya que en nuestras acciones comunicativas combinaremos las cualidades de cada uno de los instrumentos para conseguir el máximo nivel de eficiencia en la transmisión del mensaje. Vamos a introducir el concepto y las ventajas e inconvenientes de cada uno de ellos:

- La publicidad: se caracteriza por realizar un tipo de comunicación impersonal y remunerada, haciendo uso de un medio de comunicación, dirigida a un público objetivo y con un emisor identificado. Entre las ventajas de la publicidad se encuentra su capacidad de alcanzar a grandes masas de consumidores, en un espacio de tiempo corto y con un bajo coste por impacto. Entre

sus desventajas está el bajo nivel de personalización, que impide la adaptación del mensaje a los públicos objetivos, la unidireccionalidad de la información (que impide obtener un *feedback* de los receptores) y además, en términos absolutos (no en coste por impacto) el coste puede ser elevado e inaccesible para organizaciones de un tamaño medio-bajo.

- La promoción de ventas: Son un conjunto de actividades de corta duración, dirigidas a diversos públicos (intermediarios, audiencias, visitantes, etc.) que, mediante incentivos de diversa naturaleza (materiales, económicos, lúdicos, etc.) tratan de estimular la demanda a corto plazo. Entre las ventajas más destacables de este instrumento se encuentra su capacidad para estimular las compras a corto plazo. Sin embargo, puede resultar de alto riesgo (desventaja) si no hay otros factores de apoyo posteriores que ayuden a mantener el nivel de demanda.
- Relaciones públicas. El rasgo más característico de este instrumento de comunicación es que no trabaja sobre mensajes de producto o propuestas de compra a los clientes, sino que sus acciones están dirigidas a conseguir, mantener o recuperar la aceptación, compromiso y confianza en la organización por parte de públicos muy diversos, con la sociedad en general. Entre sus principales ventajas se encuentra la capacidad para aportar valor a la imagen y a la marca de la organización o el proyecto cultural y entre sus desventajas está que en sus acciones no hay propuestas directas a los clientes en lo que respecta al producto, no estimulando las ventas del producto a corto plazo. Sus acciones comunicativas son más sutiles, y los resultados se obtendrán en el medio y largo plazo.
- Marketing directo. Las características del marketing directo son las siguientes: el mensaje llega a una persona específica, es inmediato y personalizado, adaptándose para que resulte atractivo para cada consumidor y es interactivo, tratando de promover el diálogo con el cliente. Por sus peculiares características, este instrumento podría situarse en una posición intermedia, entre los instrumentos personales e impersonales, ya que su capacidad de alcance es menor que el de los instrumentos impersonales (desventaja) pero mu-

cho mayor que la venta personal. La principal ventaja de este instrumento es su capacidad para establecer relaciones directas con los clientes.

- La venta personal. Este instrumento es probablemente uno de los factores clave de cualquier organización cultural e independientemente de la categoría o denominación que se le otorgue en el ámbito interno, este papel lo desempeña cualquier persona que tenga relación con agentes externos a la organización cultural, ya sea el director o la persona o personas que gestionan la información y relaciones con los distintos agentes con los que la organización tiene relación (en taquillas, con los intermediarios, asistentes a ferias y circuitos culturales, etc.). Todos ellos están en posesión del instrumento de mayor valor comunicativo. Entre sus ventajas está su flexibilidad (capacidad de adaptación del mensajes a los públicos), capacidad de selección de los públicos y capacidad para cerrar acuerdos / ventas. Entre sus desventajas se encuentra su incapacidad para llegar a un gran volumen de personas en un tiempo reducido. Además, las personas que desempeñen este papel es importante que cuenten con una adecuada cualificación, ya que en sus manos está la imagen de la empresa.

4. Factores que determinan la selección de instrumentos

En la breve introducción realizada sobre los instrumentos de comunicación hemos podido apreciar que todos presentan ventajas e inconvenientes, lo que nos indica que la gran labor del experto en comunicación está en seleccionar la combinación de instrumentos más apropiada para el tipo de comunicación que ha de realizar. Son seis los factores que debemos tener presentes en este sentido:

Recursos disponibles: la capacidad de inversión es el primer paso que nos va a permitir conocer la restricción presupuestaria ante la que nos encontramos y, en consecuencia, a qué tipo de instrumentos tenemos acceso.

El tipo de producto/proyecto/comunicación cultural: en general, para productos o proyectos ya conocidos, la necesidad de información es menor, y se requieren menos instrumentos personales. Igualmente, productos de mayor envergadura, complejidad o desconocimiento demandarán una carga mayor de instrumentos de carácter personal.

Características del público / audiencia objetivo: en este sentido tenemos que valorar dos conceptos:

El tamaño: cuanto más amplio sea el colectivo receptor de la información, mayor será el uso de instrumentos personales y, para un tamaño reducido, podremos incorporar más instrumentos personales.

La dispersión: en la medida en que el público objetivo esté más concentrado, será más fácil su acceso a través de medios personales, mientras que la dispersión dirige la comunicación hacia el uso de instrumentos impersonales.

La estrategia de comunicación: una cuestión básica en la estrategia de comunicación reside en conocer si tenemos intención de dirigirnos directamente a nuestros públicos finales (audiencia, consumidores), en cuyo caso se denomina estrategia tipo *pull*, o bien si nuestra intención es utilizar agentes intermedios para hacer llegar la comunicación al



público final (podrían ser organizaciones educativas, financieras, comercios, etc.), en cuyo caso se denomina estrategia tipo *push*. La naturaleza de la comunicación es muy diferente en uno y otro caso, mientras que en el primero predominarán los instrumentos impersonales, en el segundo predominarán las estrategias personales.

Etapa del proceso de compra. Cuando planificamos la comunicación debemos partir del conocimiento de las fases por las que pasa el cliente-público antes de tomar una decisión con respecto a nuestra oferta (comprar o no comprar). Este largo proceso lo podemos reducir a tres grandes fases: 1. Unión, 2. Asistencia/compra/desplazamiento al lugar de adquisición o a la página web y 3. Desunión. En términos generales, en la primera y última fase predominarán los instrumentos impersonales: para informar y persuadir, en el primer caso, y recordar en el último. Sin embargo, en la fase de compra es fácil que se produzca un contacto con el público / audiencia. Este contacto es especialmente importante cuando tratamos con servicios culturales, y se denomina «momento de la verdad», por el peso que va a tener en la experiencia del cliente y en su confirmación o desconfirmación de sus expectativas.

5. Los instrumentos de comunicación

Los instrumentos de comunicación de marketing son un factor en continua evolución. Por este motivo, es más interesante aprender la filosofía que subyace a los procesos que las formas o denominaciones de las formas que adoptan, que irán evolucionando con el tiempo. De cada instrumento valoraremos sus aspectos positivos y negativos para conseguir desarrollar una de las habilidades más importantes que debe tener un buen planificador de comunicación, que es tener una mentalidad lo suficientemente abierta y experta como para ver más allá de sus preferencias personales por los diferentes medios y seleccionar los que mejor encajan en el plan de comunicación y los objetivos de una campaña de comunicación determinada. Cada instrumento y cada medio tiene ventajas e inconvenientes, y en manos del gestor cultural está detectar las posibilidades que ofrecen y explotarlas, compensando con las ventajas de un medio las deficiencias de otros. Entre los parámetros que debemos valorar en la evaluación de los medios de comunicación se encuentran: la flexibilidad, capacidad de segmentación, coste por impacto, permanencia del mensaje, alcance socioeconómico, capacidad de selección del público objetivo, interactividad, etc.

La publicidad

La publicidad y los medios mantienen una fuerte relación de dependencia y beneficio mutuo. Para la publicidad el medio es clave para conseguir sus objetivos de persuasión y acercamiento al público, y por su parte el medio necesita a la publicidad, ya que los ingresos que genera son un activo importante para las organizaciones. En este apartado vamos a realizar un breve recorrido por las formas comunicativas más representativas. Comenzamos presentando tres conceptos que es importante distinguir:

- Medio publicitario: canal por el cual discurre la comunicación entre un anunciante y su público. Por ejemplo: televisión, prensa escrita, radio, etc.
- Soportes publicitarios de un determinado medio o canal: son el vehículo específico utilizado para la comunicación. Por ejemplo, TVE 1, *El País*, Onda Cero, etc.
- Las formas publicitarias: son las modalidades que puede adoptar la publicidad en un determinado medio. Por ejemplo, las vallas publicitarias son una forma de publicidad exterior.

Para la exposición de las ventajas e inconvenientes que presenta cada medio, hemos considerado que es un tipo de información que se puede comprender mejor a través de una tabla única, en la que podemos observar simultáneamente todos los instrumentos y sus puntos fuertes y débiles

Medio	Ventajas	Limitaciones
Prensa diaria	Flexibilidad, selectividad geográfica, buena cobertura de mercados locales, alta credibilidad.	Escasa permanencia del mensaje, baja calidad de impresión, alcance socioeconómico limitado.
Televisión	Buena cobertura de mercados masivos, alto poder de atracción, combina imagen, sonido y movimiento, el coste por impacto es bajo.	

Radio	Alta selectividad geográfica y demográfica, bajo coste, alta credibilidad, consumo masivo.	Falta de apoyo visual, exposición efímera, poca permanencia del mensaje.
Publicidad exterior	Bajo coste, baja competencia de mensajes, flexibilidad, alcance y frecuencia elevados.	Baja selectividad de audiencias, brevedad del mensaje, localización limitada.
Correo directo	Alta permanencia, alta selectividad de públicos, no hay competencia publicitaria simultánea dentro del mismo medio, alta flexibilidad, permite la personalización.	Coste por exposición relativamente alto, imagen de “correo basura”.
Revistas	Alta selectividad geográfica, demográfica, socioeconómica, etc. Gran calidad de reproducción, larga vida y múltiples lectores del mismo ejemplar físico, credibilidad y prestigio.	Audiencia limitada, coste por impacto elevado y larga anticipación para comprar un anuncio.
Internet	Alta flexibilidad, alta selectividad, bajo coste, impacto inmediato, permite la interactividad, multimedia.	Alcance socioeconómico limitado, el público controla la exposición, impacto relativamente bajo.
Cine	Muy efectivo, el espectador se ve “obligado” a ver el mensaje, alta calidad. Perfil socioeconómico muy limitado.	Además de conocer las ventajas e inconvenientes que presentan los medios desde una perspectiva general, es interesante conocer las diferentes formas publicitarias

		más representativas de cada uno de los medios. Es importante observar cómo cada una de ellas presenta, dentro de sus características generales, distintos niveles de flexibilidad, capacidad de segmentación del mercado, etc.
--	--	--

Fig. 3. Ventajas y limitaciones de los medios publicitarios

Medio	
Prensa escrita, diarios y revistas	Anuncios: inserción en una página completa, o en parte de ella, de mensajes formados por fotografías y/o textos.
	Comunicado: Textos que imitan el formato de un artículo habitual de los publicados y que, por su redacción y forma, pueden llegar a confundirse con éstos. Se exige que aparezca claramente que se trata de una inserción publicitaria.
	Encartes: Hoja o folleto inserta en una publicación de cuya encuadernación no forma parte.
Audiovisual, televisión y cine	Clasificados: Anuncios por palabras.
	Spot: Película entre 20 y 30 segundos de duración y que se intercala entre los distintos programas.
	Publirreportaje: Película entre 2 y 3 minutos de duración.
Radio	Programas patrocinados: Acuerdos llevados a cabo entre el anunciante y la cadena de televisión con el fin de asociar el producto o marca con las distintas modalidades de programación televisiva.
	Mención publicitaria: duración inferior a 15 segundos, que suele contener un slogan o frase corta.

Radio	Cuña: mención publicitaria de más de 15 segundos.
	Programas patrocinados: programas financiados total o parcialmente.
Publicidad exterior	Anuncios luminosos.
	Publicidad móvil: autobuses, remolques, taxis, etc.
	Mobiliario urbano: marquesinas, cabinas telefónicas, etc.
Correo directo	Mailing: Envío por correo de cartas personalizadas.
	Buzoneo: introducción de cartas, folletos, catálogos, etc. sin personalizar.
Internet	Banner: Anuncio de tamaño pequeño que se emplaza en la página Web. Botones: Más pequeños, aparecen en los laterales de las páginas.
	Intersticial o anuncios de transición: Anuncios de gran tamaño, que contienen imágenes en movimiento.
	Cursor animado
	Ciberspot
	Sitio web
	Advertorial o anuncio redaccional: adoptan la forma de noticia.
	Product placement o emplazamiento de producto: introducción del producto o marca en el campo de visión del consumidor en series en internet, juegos interactivos, etc.

Fig. 4. Las formas publicitarias

La promoción de ventas

Las herramientas que podemos utilizar para cumplir los objetivos de la promoción de ventas pueden ser muchas y muy variadas, todo depende de la capacidad de imaginación del gestor para lograr generar incentivos lo suficientemente atractivos como atraer al público objetivo. Algunas de las más habituales son: las muestras (accesos a partes de obras literarias o de teatro, eventos, etc., haciendo uso de las

nuevas tecnologías), cupones de descuento regalos, etc. Es importante no entender la promoción de ventas sólo como una disminución del precio, sino como parte de la visión de comunicación integrada que transmite ideas y valores a los públicos.

Las relaciones públicas

Las relaciones públicas (en adelante, RR.PP.) son especialmente interesantes en el ámbito de la gestión cultural y, probablemente ha sido una de las asignaturas pendientes en España. Pero las cosas han cambiado mucho, y en los últimos años existe un creciente interés por este instrumento, tanto por parte de los gestores culturales, como la empresa privada y el sector público, que han encontrado en las organizaciones culturales un excelente aliado para comunicar. Entre los instrumentos de las RRPP se encuentran los siguientes:

- Relaciones con los medios de comunicación: redacción de artículos y publrreportajes sobre la organización o el sector; notas de prensa, dossier de prensa, conferencia y ruedas de prensa, creación de eventos, etc.
- Patrocinio y mecenazgo: son actividades de relaciones públicas que consisten en la financiación y apoyo de actos e iniciativas sociales y culturales, con el fin de provocar una imagen favorable en los públicos a los que se dirige. Son conceptos que suelen confundirse, de hecho, ambos adquieren una misma denominación en el ámbito anglosajón (*sponsoring*). Es en los países latinos en los que se vincula más el patrocinio con el ámbito comercial y lucrativo y el mecenazgo con el apoyo a proyectos sociales o culturales, pero en la práctica es difícil diferenciar la línea que separa a uno del otro, ya que el objetivo de comunicación es prácticamente el mismo.
- Relaciones con inversores.
- Obtención de apoyos, financieros o voluntarios, para organizaciones sin ánimo de lucro.
- Relaciones con la comunidad en la que desempeñamos nuestras funciones. Eventos, talleres, actividades de acercamiento.
- Relaciones públicas internas (con los trabajadores de la organización cultural o el proyecto cultural): publicaciones, cartas, comunicación

on-line, manual del empleado, sistemas de sugerencias, vídeos internos, etc.

Todos estos instrumentos comparten un requisito: la falta de planificación. Las relaciones requieren trabajo, hay que cultivarlas y conocerlas para obtener el máximo rendimiento de cada una de ellas. La Asociación Española de Fundraising produce información de interés sobre algunos de estos temas, especialmente sobre la captación de fondos y buenas prácticas que nos pueden ofrecer ideas interesantes para nuestro proyecto u organización.

La venta personal

El contacto personal reviste una especial importancia en las organizaciones culturales, en las que el público y el resto de actores (colectivos) con los que la organización mantiene contacto. Partiendo de esta perspectiva, sobre este instrumento debemos destacar que en una organización cultural se considerará «personal de venta» a todo aquél que mantenga contacto con los públicos de la organización. Cada uno de ellos está comunicando, está aportando información, y por tanto han de ser conocedores de nuestro plan de comunicación.

El marketing directo

El marketing directo ha evolucionado a pasos agigantados en los últimos años, al ritmo que le han permitido las nuevas tecnologías. Si hace algunos años la principal instrumentalización de esta herramienta era el teléfono, la generalización del uso del correo electrónico y los terminales móviles han incrementado el uso de los contactos directos con los clientes hasta la creación de una forma específica de comunicación que se denomina marketing móvil, cuyo uso está creciendo notablemente. Entre los instrumentos más utilizados actualmente se encuentran:

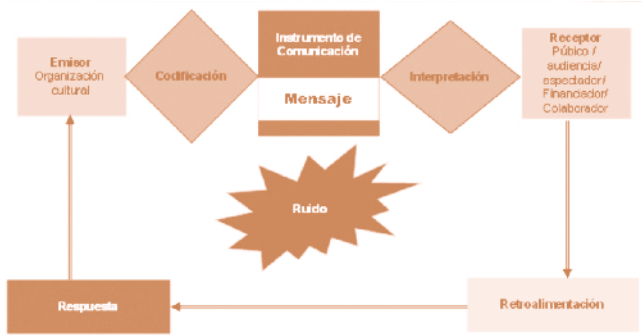
- La publicidad móvil (internet móvil)
- Servicios de mensajería (SMS/MMS)
- Video y tv móvil (videostreaming)
- Aplicaciones (advergaming)
- Códigos 2D
- Marketing de proximidad (bluetooth)

Asociaciones como la AIMC y agencias como IAB ya hace años que comenzaron a estudiar el marketing mó-

vil, por su interés como vía de comunicación directa con el cliente y el crecimiento exponencial registrado en los últimos años. La Asociación Española de Marketing Directo considera que será de los instrumentos más importantes y su uso seguirá aumentando.

6. El proceso de comunicación y el mensaje

En el proceso de la comunicación, el mensaje ocupa un lugar central. Tal y como se recoge en esta figura:



El mensaje es la idea que se pretende transmitir, y vendrá determinada por el emisor (organización cultural, que determina la información que ha de transmitir), el medio o canal a través del cual se transmite el mensaje, y tras un proceso de interpretación y decodificación, llegará al receptor, que podrá ser el público o cualquier otro tipo de agente de interés, generando una respuesta, que, en nuestro caso será una respuesta positiva hacia la propuesta realizada. Por ejemplo: cambio de imagen de la marca, conocimiento de los contenidos de un evento, etc.

En publicidad, la complejidad y diversidad que presentan los medios hacen del mensaje un tema que merece especial atención. La escasez de adaptación del mensaje a los públicos objetivo demanda un trato peculiar, adaptado a los medios, que son muchos y se encuentran en un proceso de continuo cambio. El gran reto en el mensaje publicitario está en captar la atención del público-objetivo y llegar a comunicar el mensaje. El entorno publicitario se caracteriza, no sólo por su alto precio absoluto (en término relativo, medido como coste por impacto no es tan elevado) sino por su alto nivel de saturación.

Hay tres posibles tipos de mensaje que pueden diseñarse en función del beneficio que proporcione el producto a su consumidor:

- Mensajes producto: se centran en las propias cualidades del producto, ya que su simple presencia motivará al consumidor. Determinadas marcas culturales venden sencillamente exhibiendo el producto: un director de cine, un conocido autor de un libro, etc. Es suficiente con identificar el producto (marca, artista, etc.) para generar el interés del público.
- Mensaje resultado: es aconsejable cuando el producto en sí no motiva tanto como los resultados que se pueden obtener de su consumo, la experiencia de asistir a un concierto, la diversión, el aprendizaje, hacer amigos, etc.
- Mensaje universo: en este caso se transmite un mundo alrededor del producto, integrado por asociaciones simbólicas y emocionales. La experiencia de consumo adquiere mayores dimensiones para incorporar la transmisión de valores que despiertan emociones y transportan al consumidor a un mundo que trasciende exclusivamente el consumo del producto.

Antes de seleccionar el tipo de mensaje, debemos haber marcado previamente nuestros objetivos de comunicación, y en ellos habremos definido nuestras necesidades de comunicación, que determinarán el tipo de mensaje

7. Planificar la estrategia de comunicación

El diseño de la estrategia de comunicación requiere rigurosidad en su planificación. Antes de llegar a la fase de planificación de la comunicación, debemos saber que esta planificación es parte de la planificación comercial y de la planificación estratégica de la organización, por tanto, debemos partir del conocimiento de los objetivos y estrategia corporativos, que a su vez determinarán los objetivos y estrategias de marketing, entre los que se encuentra la comunicación. En función de cuáles sean estos objetivos, se decidirá, a continuación, el modo en que se alcanza a la audiencia, para lo cual se diseñará la estrategia de comunicación y se elegirá la combinación de instrumentos de los que se va a servir. Asimismo, deberá determinar el presupuesto necesario para llevar a cabo las iniciativas de comunicación y se establecerán los mecanismos para controlar en qué medida se están alcanzando los objetivos.

Como hemos podido ver en apartados anteriores, cada instrumento juega un papel diferente en función de los múltiples factores que caracterizan las distintas comuni-

caciones de las empresas, y por ello, necesitamos planificar las comunicaciones de la organización cultural, enmarcando adecuadamente así el mix de comunicación o la mezcla de comunicación. Podemos estructurar el proceso en siete fases, que han de ser coherentes con los objetivos y estrategias corporativos y de marketing.

Fase 1. Identificación del público objetivo

Cuanto más concreta sea la información a este respecto, mucho mejor: quiénes son, dónde se localizan, edades, lugar de trabajo, hábitos, estilos de vida, etc. Una mayor concreción en este sentido nos permitirá ir perfilando con mayor acierto nuestras acciones. Además, todos los colectivos no requieren el mismo esfuerzo de comunicación, de manera que será importante determinar la importancia que reviste cada colectivo (por nivel de consumo, asistencia o cualquier otro criterio que consideremos del interés de nuestra organización.

Fase 2. Fijación de los objetivos de la comunicación

En el apartado 2 ya abordamos los objetivos generales de comunicación de las organizaciones culturales, en el plan de comunicación es necesario especificar dichos objetivos. Cuanto más concretos, mucho mejor. Es el punto de partida de la estrategia de comunicación, y si sólo contamos con especificaciones muy vagas, nos será muy complicado tomar decisiones en fases posteriores.

Fase 3. Diseño de la estrategia de comunicación

Una vez determinado el / los públicos, y los objetivos, hay múltiples formas de alcanzarlos. Ya avanzamos en el análisis de los factores determinantes en la selección de instrumentos de comunicación (apartado 4) que será determinante optar por una estrategia tipo *push* o *pull*, o una mezcla de ambas, ya que condicionarán el tipo de instrumentos que vamos a utilizar.

Fase 4. Planificación de instrumentos y medios (Mix o mezcla de comunicación)

El arte de la planificación de la comunicación está en ser capaz de alcanzar una combinación de instrumentos y medios de comunicación que optimicen la eficiencia publicitaria. En el análisis realizado de los instrumentos y medios de comunicación hemos visto cómo todos presentan ventajas e inconvenientes que debemos saber combinar adecuadamente para conseguir nuestros objetivos de comunicación con la

menor inversión. Como ya abordamos en el apartado 2 estará determinado por el tipo de producto, el tipo de mercado, etc.

Fase 5. Determinación del presupuesto

El presupuesto ha de ser el resultado (y no el origen) de las acciones de comunicación. Es decir, nuestros objetivos de comunicación han de determinar las dimensiones que presenta nuestro presupuesto. En ocasiones, las organizaciones fijan el presupuesto en función de las ventas o, sencillamente, según la dotación presupuestaria. Aunque contemos con restricciones en este sentido, es importante conocer cuánto necesitaríamos para conseguir nuestros objetivos, ya que es posible que podamos recurrir a fórmulas de financiación alternativas, si los objetivos lo requieren.

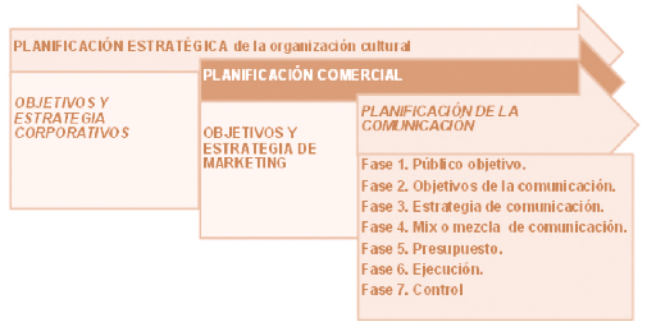
Fase 6. Ejecución

En esta etapa se pone en marcha todo lo diseñado en el proceso de planificación, y para ello se han de organizar y coordinar los medios humanos y materiales necesarios.

Fase 7. Control

Las organizaciones culturales han de evaluar con regularidad el rendimiento que estamos obteniendo con nuestra inversión, para poder evaluar nuestra estrategia y realizar cambios en caso de no obtener los resultados esperados. Para determinar qué medir en esta fase, partiremos de los objetivos de comunicación establecidos, analizaremos en qué medida se han conseguido o no, motivos de los fallos producidos y propuesta de solución. Entre los factores que suelen medirse con más frecuencia se encuentran los siguientes:

- Efectos de la comunicación: que hace referencia a si las herramientas, medios y soportes seleccionados están comunicando de forma adecuada el mensaje publicitario.
- Efectos de la comunicación sobre ventas y beneficios



8. Redes sociales, internet, la comunicación 3.0 y el prosumidor

Aunque en apartados anteriores ya hemos hecho referencia a cómo las nuevas tecnologías e internet han modificado la relación entre las organizaciones culturales, es interesante plantearse cómo afectan al gestor de una organización cultural. Obviamente, dependerá de la audiencia y su demanda de comunicaciones 3.0.

La comunicación 3.0. introduce al consumidor en la organización, permitiéndole formar parte de su equipo, opinar, proponer ideas, evaluar, etc. supone un cambio radical de un agente que pasa de ser pasivo a desempeñar un rol activo. Tanto es así, que se acuña el término de prosumidor para diferenciarlo del papel clásico de consumo. Según Kotler *et al.* (2012) el Marketing 3.0 usa tecnología new *wabe*, que se basa en cuatro elementos: los ordenadores, teléfonos móviles, internet a bajo coste, y fuentes abiertas. Los consumidores no son vistos como una aglomeración de personas que quieren satisfacer necesidades, son vistos como, individuos, seres humanos completos y de necesidades complejas que esperan de una marca mucho más que sólo el producto; esperan valores con los que se identifiquen.

Este cambio supone un reto importante en las comunicaciones de la organización cultural, que ha de ser lo suficientemente flexible como para diseñar esta nueva forma de comunicación e involucrar a los públicos que lo deseen en ella.

Este cambio ha supuesto un cambio profundo en la forma de entender la gestión de las organizaciones culturales que va a tener un reflejo no sólo en ámbito de la comunicación sino de la planificación estratégica y de marketing de las organizaciones. Asociaciones como Dosdoce o IAB han elaborado documentos interesantes para un acercamiento a las dimensiones y la estructura de las redes sociales en España (Chuleta de las redes sociales y Poster de redes sociales).

Para la Reflexión

- La comunicación integrada en las organizaciones culturales ha posibilitado un tipo de lenguaje y de comunicación nueva y compatible con la planificación de medios tradicional. Reflexiona sobre el éxito de la campaña «Un pedazo de arte», lanzada en 2013 por el New York City Ballet para acercar esta disciplina al gran público ¿Serás capaz de aplicar la misma filosofía a un proyecto / organización cultural de tu ciudad? Comienza por ver el vídeo. Sitio Web disponible en advertising.newyorfestivals.com.

- La evolución en las relaciones con el consumidor provoca un cambio continuo en los modelos de comunicación, que han de someterse a un continuo proceso de innovación. El ámbito editorial es un claro ejemplo de ello. Organizaciones como La Máquina China o Bubock son ejemplos de ese esfuerzo. A ellos se unen experiencias más recientes como los *booktubers* o el servicio *Ask the autor* (que permite relaciones directas entre los lectores y los autores) puesto en marcha por la editorial Simon & Chuster. A la vista de estas experiencias, reflexiona sobre la clave de su éxito, qué tienen en común y qué podemos aprender en términos de comunicación.
- La Asociación Española de Marketing Directo (2013): Marketing directo, la Vitamina, afirma que el marketing móvil hará posible que la inversión publicitaria pegue el estirón entre 2013 y 2016. Esto puede suponer oportunidades o amenazas para las organizaciones culturales. Reflexiona sobre cómo puede afectar esta previsión a organizaciones que conozcas.
- El caso del primer museo efímero del mundo, vinculado a Ron Pampero o el reciente cambio en el Mercado de la Cebada de Madrid, son casos de patrocinio que podríamos denominar 3.0. reflexiona qué diferencia estos casos de otros y, cómo valoras las experiencias desde el punto de vista de la comunicación.
- El contexto cultural es un ejemplo de capacidad creativa e innovación. Pero esa capacidad hay que cultivarla. Realiza una evaluación sobre un estudio que demuestra que los mejores usuarios de las bibliotecas son los mejores clientes de las editoriales, e interprétalo desde la perspectiva de la comunicación integrada de marketing.

Documentos

1. Asociación para la investigación de los medios de comunicación. Últimos estudios, última ola 2013.
2. Interactive advertising Bureau. IV Estudio Anual Redes Sociales.
3. INteractive Advertising Bureau.
4. Dosdoce. Estudios en el ámbito del sector cultural.
5. Asociación Nacional de Empresas en Internet. Web 2.0 y Empresa. Manual de aplicación a entornos corporativos.

6. Asociación Española de Fundraising ofrece múltiples documentos sobre *networking* y buenas prácticas.
7. El British Council of England cuenta con múltiples publicaciones sobre gestión y comunicación cultural en economías creativas de gran interés. Sitio Web disponible en creativeconomy.britishcouncil.org
8. Agenda es una agencia especializada en comunicación cultural de museos, y organiza anualmente unas conocidas jornadas denominadas Communicating the museum. Suelen publicar sus presentaciones, que suelen versar sobre diferentes temas de gestión cultural: el precio, la distribución, la comunicación, etc. Es un lugar interesante para reflexionar.

Bibliografía

AEFR Asociación Española de Fundraising [en línea]. Disponible en: aefundraising.org

AMSTROMG, G. *et al.* (2011). *Introducción al marketing*, Madrid, Prentice Hall.

Cirque du soleil [en línea]. Disponible en: www.cirquedusoleil.com

GUMMESSON, E. (2002). *Total Relationship Marketing: rethinking marketing management*, Oxford, Butterworth-Heinemann.

KOTLER, Ph., KARTAJAYA, H., SETIAWAN, I. (2011). *Marketing 3.0: cómo atraer a los clientes con un marketing basado en valores*, Madrid, LID editorial.

LEAL JIMÉNEZ, A., QUERO GERVILLA, M^a. J. (2011). *Manual de marketing y comunicación cultural* [en línea]. Cádiz: Servicio de Publicaciones de la Universidad. Disponible en: www.observatorioatalaya.es

MD marketing directo.com [en línea]. Disponible en: www.marketingdirecto.com

QUERO GERVILLA, M^a. J. (2003). *Marketing cultural: el enfoque relacional en las entidades escénicas*, Madrid, Red Española de Teatros, Auditorios y Circuitos de Titularidad Pública.

RODRÍGUEZ ARDURA, I. (Coord.) (2011). *Estrategias y técnicas de comunicación: una visión integrada en el marketing*, Barcelona, Editorial UOC.

SCHEFF BERNSTEIN, J. (2007). *Arts marketing insights: the dynamics of building and retaining performing arts audiences*, San Francisco, Jossey-Bass, 2007.

Cultural communication

María José Quero Gervilla

1. Introduction. The need for integrated communication

In the current leisure market, the concept of “being good” is no longer sufficient. Beyond what can or cannot be qualified as such in the cultural environment, the market structure has changed in such a way that organisations which are not capable of presenting themselves to their potential public will become lost in the sea of information that floods the range of information on offer to consumers of culture. Developing an appropriate communication strategy is not complex, but it does require a profound knowledge of the public and its behaviour in terms of media consumption, in addition to rigorous planning. Therein lies the importance of managing and appropriately inserting communication into the marketing management department of cultural organisations.

If the environment in which cultural organisations operate is changing, then equally variable is the role of communication in said organisations. Even though they have always been considered to be highly important, out-of-date views of this marketing tool compare it to the use of its instruments: publicity, promotion, personal selling, etc.

The evolution of marketing and communication in organisations has repositioned this instrument, giving it

a transversal localisation, the functions of which will be in contact with the various levels of the cultural organisation, affecting both people and products. In this section of the manual, our aim is to learn about how communication is managed today and how it will be profiled in the near future, so that we can provide a useful and practical perspective.

To start, it is worth refuting three beliefs about communication in culture:

1. Communication is not linked to the final phase of the cultural product. The standpoint that links communication with the final phase of a cultural project or product (commercialisation and sales) makes no sense from the modern perspective of the management of communication and marketing in organisations. From this perspective, time, money and efforts have been occasionally spent on actions with scant results in the present and zero results in the future. Quite to the contrary, communication is a key tool in the management of the relationships between organisations, the persons who are a part of them and their environment. It is also a part of all the marketing phases and decisions, from the design of the cultural product up until it reaches the public.

2. The management of communication is not limited to the management of its instruments. Although the instruments of communication (publicity, public relations, etc.) and the planning thereof are an important decision-making aspect in the communication management of a cultural organisation, they are not the only way to communicate information to the public and the other agents involved. All the decisions of the organisation, including the other marketing instruments, transmit content to the recipients: price, distribution, brand, etc. In order to produce coherent communication, organisations need to integrate all the instruments into the same strategic vision and mission.

3. Communication objectives are not always sales objectives. Very often in communication management we can work exclusively on the relationships with a collective, our image in the market, the notification of changes, reaching the public of strategic and/or social interest, etc.

Based on these premises, it's easy to see that communication plays a fundamental role in cultural organisations. This is because, in order to continuously adapt to the dynamic and changing environment in which they work, a continuous dialogue needs to be established with numerous and highly varied audiences. Some of the members of these audiences belong to the organisation itself (such as employees) and many more are external to it (including clients, distributors, suppliers, etc.).

Proper communication is the source of assets such as a good image and reputation, which, even though they are intangible, have great strategic value. In fact, communication is of great help to cultural organisations as it shows what they are and what they intend. It also contributes to the construction of their corporate brand image and the image of their cultural products, facilitating acceptance by the public. This is done through the generation of positive attitudes and favourable behaviour towards the organisation and its products.

From this perspective, it is necessary to manage the communication of cultural organisations using a coherent vision which we call integrated communication. This concept stems from the multiple communication channels and tools that can generate marketing problems, seeing as the public does not distinguish between the different sources of messages, partly converting them into a general message about a cultural organisation or project. This is how, on many occasions, all the marketing communications are not integrated: the mass media presents one message, the

message is different in the advertising and the organisation's website follows a different line. The reason why this situation is so commonplace is that, on occasion, the communications are managed by different departments and people.

If there are conflicts between the communications, it can result in the organisation's image becoming confused. Therefore, the contemporary answer is to use the concept of integrated communication. As shown in Figure 1, it unifies and coordinates all the communication instruments as well as the other marketing instruments, thus producing a clear and convincing message about the organisation and the brands of its cultural products.



Fig. 1. Integrated Communication in Cultural Organisations

Source: Adapted from ARMSTRONG, KOTLER, MERINO, PINTADO and JUAN (2011: 293)

In order to achieve this integrated communication, it is necessary to analyse all the options for interacting with the public, so as to produce the same message, the same appearance, the same style, the same image, etc. at all points of contact. An example of this type of effort is the *Cirque du Soleil*: a company which has over 5000 employees, manages its unique brand with multiple shows that take place in countries all over the world and maintains the same, coherent and clear image throughout. Recent studies on sensorial communication and marketing show that coherence in the

communications of organisations is a common characteristic in success stories (MANZANO *et al.* 2011).

2. The objectives of communication

From a general perspective, marketing communication plays up to three distinct roles in organisations:

- Informing the public of changes, new developments or any other type of content that may be of interest.
- Persuading the appropriate recipients to form a relationship with the cultural organisation, due to its values, image, etc.
- Reminding the recipients about the organisation's value offer and, once the exchange has taken place, about the experience they had, in order to strengthen links, generating a mutual exchange of value.

In order to carry out these functions, organisations will establish more specific communication objectives, with the highlights being image, identity, positioning and notoriety.

- The image of a product or brand: this is the set of perceptions of the target audience and it constitutes the consumers' mental image of the product or brand, gained as a consequence of the information, emotions and experiences that they have perceived. As this is information garnered from the minds of the consumers, it does not necessarily coincide with the intended values of the product or brand.
- Identity: this is a more stable and long-lasting set of characteristics that the cultural organisation is attempting to attribute to the product or brand. These values are not susceptible to change from one communication campaign to the next – they are values whose aim is to be more stable and to endure over time.
- Positioning: this is the set of perceptions that consumers have of a brand or product compared to other brands or products on the market, or even compared to those that are ideal for them. Therefore, positioning is defined by the consumers themselves when they formulate opinions about brands or products, when they attribute them a certain place in their minds.

- Recognition of the name or brand awareness: this is the public's potential capacity to recognise or remember the brand and its commercial promise - what type of product it is, its artistic category, etc. In general, for a brand to gain awareness, concerted efforts have to be made in communication in order to obtain a place in the mind of the consumer. Various levels of awareness can usually be established:

- Top-of-mind awareness: this is the case of the brands that come to mind when survey respondents are asked about a certain category of cultural product. This level of awareness generally accelerates the consumer's purchase decision process.
- Spontaneous recall: this measures the brand's association with the product category. Brands at this level immediately come to consumers' minds when a certain category of cultural product is mentioned, thus assisting the purchase.
- Aided recall: this measures the target audience's level of knowledge of the brand. In this case, we are at the lowest level of knowledge of the brand: do consumers at least know about the brand? If people have at least heard of the name of the product or organisation, there is an opportunity to add content to the information that is "anchored" in the consumer's mind.

All our communication actions result in a modification of the aforementioned aspects (both if we plan properly and if we do not). Every one of an organisation's actions are a form of communication with the public and it is therefore important to measure and be aware of the effects of all these actions in terms of image, positioning, identity and awareness. The first reflection we should address in communication is the response to two questions: Where are we? Where do we want to get to?

The answers must be formulated in terms of public relations: the image, positioning, identity and/or awareness we wish to achieve with each. To do this, we will make use of the communication instruments which, having been planned from the point of view of integrated communication, form the communication *mix*.

3. The communication mix: in search of coordination

To achieve the communication objectives, a marketing department can make use of various instruments: publicity, promotion of sales, public relations, personal selling and direct marketing. Integrated communication involves the company combining communication tools so as to produce a coherent and coordinated mix. We will briefly present each instrument and then go into more detail about each one. But first we must differentiate between the instruments and group them by the level of personalisation they can give to the communications. This is how we distinguish between personal and impersonal instruments.

Impersonal instruments	Personal instruments
Publicity	Personal selling
Promotion of sales	Direct marketing
Public relations	

Fig. 2. Instruments of communication

As we shall see, the spread of the internet and new technologies has added many nuances to this classification, but it is useful to consider the ability to adapt and personalise each instrument we use. This is because our communication actions should combine the qualities of each instrument so as to achieve the maximum level of efficiency in the transmission of the message. We are first going to introduce the concept and then explain the advantages and disadvantages of each:

- Publicity. This is characterised by the use of impersonal and paid communications, making use of a media outlet, aimed at a target audience and with an identified broadcaster. Among the advantages of publicity are its capacity to reach large numbers of consumers in a short period of time and the low cost per impact. Among its disadvantages are its low level of personalisation (it is hard to adapt the message to target audiences), the unidirectional nature of the information (it is hard to get feedback from the recipients) and furthermore, in absolute terms (not in cost per impact) its cost can be high and unfeasible for small-medium sized organisations.

- Promotion of sales. This is a set of short duration activities which is aimed at various publics (intermediaries, audiences, visitors, etc.) and which, through incentives of a diverse nature (material, economic, fun, etc.) attempts to stimulate short-term demand. One of the most noteworthy advantages of this instrument is its capacity to stimulate purchases in the short term. However, it can be high-risk (disadvantage) if there are no other subsequent supporting factors that help to maintain the level of demand.
- Public relations. The most characteristic trait of this communication instrument is that it does not work with product messages or purchase proposals for clients. Instead, its actions are aimed at obtaining, maintaining or recovering the acceptance of, commitment to and trust in the organisation from a highly diverse public and from society in general. Among its main advantages is its ability to bring value to the image and brand of the cultural organisation or project. Among its main disadvantages is the fact that its actions do not include direct proposals for the clients as regards the product and this does not stimulate short-term product sales. Its communicative actions are more subtle and the results are obtained in the medium and long term.
- Direct marketing. The characteristics of direct marketing are as follows: the message reaches a specific person, it is immediate and personalised, it is adapted so that it is attractive to each consumer and it is interactive in an attempt to promote dialogue with the customer. Due to its peculiar characteristics, this instrument could be placed in an intermediate position, between personal and impersonal instruments. This is because its potential scope is lesser than that of impersonal instruments (disadvantage) but much greater than personal selling. The main advantage of this instrument is its ability to establish direct relationships with customers.
- Personal selling. This instrument is probably one of the key factors in any cultural organisation and, independently of the category or denomination it is given internally, it is a duty carried out by anyone who has a relationship with agents outside

of the cultural organisation. This may include the director or the person or persons who manage information and relations with the various agents with whom the organisation has a relationship (in ticket offices, with intermediaries, attendees of fairs and cultural excursions, etc.). All those who carry it out are in possession of an instrument with a high communicative value. Its advantages include its flexibility (messages can be adapted to different audiences), the ability to select the target audience and the ability to close deals/sales. One of its disadvantages is its inability to reach a large number of people in a short space of time. Additionally, it is important for the persons who carry out this duty to be suitably qualified, seeing as the company's image is in their hands.

4. Factors which determine the selection of instruments

In our brief introduction to communication instruments we have been able to appreciate that all of them have their advantages and disadvantages. This is indicative that the hardest job of the communication expert is in selecting the combination of instruments that is most suited to the type of communication that must be realised. In this regard, there are six factors that must be born in mind:

- Available resources. The investment capacity is the first step that will allow us to determine the budget restrictions we are facing and, consequentially, what type of instruments we have access to.
- The type of cultural product/project/communication. Generally speaking, for products or projects that are already known about, there is less of a need for information and less personal instruments are required. Likewise, products of a bigger scale, complexity or unfamiliarity will require a greater amount of instruments of a personal nature.
- Characteristics of the target public/audience. We have to evaluate two concepts in this regard:
 - Size. When the collective that receives the information is larger, there will be more use of impersonal instruments, but when the number of recipients is small, we can incorporate more personal instruments.

- Dispersion. When the target public is more concentrated, it will be more easily accessible through personal media, whilst dispersion forces the choice of communication towards the use of more impersonal instruments.
- Communication strategy. One basic question in communication strategy resides in knowing whether we intend to direct ourselves directly to the end public (audience, consumers), this being called a pull type strategy; or whether our intention is to use intermediate agents (such as educational, financial or commercial organisations, etc.) to transmit the communication to the end public, this being called a push type strategy. The nature of the communication is very different in both cases. Impersonal instruments are predominant in the first case whilst personal strategies predominate the second.
- Stage of the purchase process. When we plan the communication, we must start with an awareness of the phases through which the customer/public passes before making a decision regarding our offer (to buy or not to buy). This long process can be reduced into three main phases: 1. Union, 2. Attendance/purchase/displacement to the place of acquisition or the website, and 3. Separation. In general terms, the first and last phases will be predominated by impersonal instruments: those that inform and persuade in the first and those that remind in the last. However, it is easy for contact with the public/audience to occur in the purchase phase. This contact is especially important when dealing with cultural services and is called the “moment of truth,” due to the weight it carries in terms of the customer's experience and in the confirmation or contradiction of their expectations.

5. The instruments of communication

The instruments of marketing communication are a continuously evolving factor. For this reason, it is worth learning about the philosophy behind the processes of the forms or the names of forms they adopt. This will evolve over time. We will evaluate the positive and negative aspects of each instrument in order to develop one of the most important skills that a good communication planner must have: having a sufficiently

open and expert mind to see the various media outlets beyond one’s personal preferences and to select those which best fit into the communication plan and objectives of an established communication campaign. Each instrument and each media outlet has its advantages and disadvantages, and the role of a cultural manager is to detect the possibilities they offer and to exploit them, compensating for the shortcomings of certain outlets with the advantages of another. Some of the parameters which we must assess in an evaluation of media outlets are: flexibility, segmentation capacity, cost per impact, permanence of the message, socio-economic scope, ability to select the target audience, interactivity, etc.

Publicity

Publicity and the media have a strong relationship of co-dependence and mutual benefit. For publicity, the media is the key to achieving the persuasion and public outreach objectives; and in turn, the media needs publicity, seeing as the income it generates is an important asset for organisations. In this section, we will take a quick look at the most representative forms of communication. We start by presenting three concepts which should be highlighted:

- The media outlet: the channel through which the communication between advertiser and audience passes. For example: television, the written press, radio, etc.
- The support: the specific vehicle used for the communication in the established outlet or channel. To give examples in Spain: TVE 1 – a television channel, El País – a newspaper and Onda Cero – a radio station.
- The form: the forms that the publicity may take in a certain outlet. For example: billboards are a form of outdoor publicity.

In explaining the advantages and disadvantages of each media outlet, we believed that the information would be best understood in a single table that simultaneously shows all the instruments, their strengths and their weaknesses.

Media	Advantages	Limitations
Daily newspapers	Flexibility, geographic selectivity, good coverage of local markets, high credibility.	Fleeting permanence of the message, low print quality,

		limited socio-economic scope.
Television	Good coverage of mass markets, high attraction power, combines images, sounds and movement, low cost per impact.	High cost in absolute terms, little flexibility, high saturation, fleeting permanence of the message.
Radio	High geographic and demographic selectivity, low cost, high credibility, mass consumption.	Lack of visual support, ephemeral exposure, little permanence of the message.
Outdoor publicity	Low cost, low competition of messages, increased flexibility, scope and frequency.	Relatively high exposure cost, image of “spam mail”.
Direct mail	High permanence, high selectivity of audience, no simultaneous competition within the same media, high flexibility, allows personalisation.	Relatively high exposure cost, image of “spam mail”.
Magazines	High geographic and socio-economic selectivity, etc., high printing quality, long life, multiple readers of the same physical copy, credibility and prestige.	Limited audience, high cost per impact and long wait to buy an advert.
Internet	High flexibility, high selectivity, low cost, immediate impact, allows interactivity, multimedia.	Limited socio-economic scope, the public controls exposure, relatively low impact.
Cinema	Very effective, the spectator is “obliged” to watch the message, high quality.	Very limited socio-economic profile.

Fig. 3. Advantages and limitations of media outlets for publicity

In addition to learning about the advantages and disadvantages of media outlets from a general perspective, it is worth learning about the various forms of publicity in each one. The following table shows some of the most representative forms of publicity in each type of media outlet. It is important to note how the general characteristics of each one include various levels of flexibility, market segmentation capacity, etc.

Media	
Written press, newspapers and magazines	Adverts: messages formed of photos and/or text and inserted onto a full page or a part thereof.
	Advertorials: texts which imitate a normal article in the publication, in terms of writing and form - they can be mistaken for said articles. It must be clearly shown that it is a item of publicity.
	Inserts: pieces of paper or leaflets that are inserted into a publication but not bound into it.
Audiovisual, television and cinema	Classified ads: adverts by the word.
	Adverts: 20-30 second films interspersed between the various programmes.
	Infomercials: films of between 2 and 3 minutes’ length.
Radio	Sponsored programmes: agreements between the advertiser and the television channel in order to associate the product or brand with the different forms of television programming.
	Publicity statements: statements lasting less than 15 seconds, usually containing a slogan or short phrase.
	Spot: publicity statements of over 15 seconds.
Outdoor publicity	Sponsored programmes: fully or partially financed programmes.
	Billboards
	Illuminated signs
	Mobile publicity: on buses, lorries, taxis, etc.

	Urban furnishings: awnings, telephone boxes, etc.
Direct mail	Banners: small-sized adverts that are inserted on a web page.
	Leafleting: the delivering of non-personalised letters, pamphlets, catalogues, etc.
Internet	Banners: small-sized adverts that are inserted on a web page.
	Buttons: smaller ads shown on the sides of pages.
	Interstitial or transition adverts: large-sized adverts which contain moving images.
	Animated cursors
	Cyberspots
	Websites
	Advertorials: adverts that copy the style of news.
	Product placements: a product or brand is placed in the field of vision of consumers of internet series, interactive games, etc.

Fig. 4. The forms of publicity

Promotion of sales

There are many, highly varied tools we can use to fulfil sales promotion objectives – it all depends on the manager’s imagination in generating sufficiently attractive incentives that will draw in the target audience. Some of the most commonplace are: samples (access to parts of literary or theatrical works, events, etc., making use of new technology), discount coupons, free gifts, etc. It is important to understand that the promotion of sales doesn’t just mean price reductions, it is part of the vision of integrated communication which transmits ideas and values to the public.

Public relations

Public relations (PR) is especially significant in the field of cultural management but it is something that Spain is

still in the process of learning about. However, the situation has changed a lot and in recent years there has been an increase in interest in this instrument. This interest comes from cultural managers and private businesses, as well as from the public sector, all of whom have found cultural organisations to be excellent allies in communication. PR includes the following instruments:

- Media relations: the writing of articles and advertorials about the organisation or sector, press releases, press packs, press conferences, the creation of events, etc.
- Sponsorship (*patrocinio* and *mecenazgo*): PR activities that consist of the financing and support of social and cultural acts and initiatives, with the aim of cultivating a favourable image in the target public. In English-speaking countries, the term ‘sponsorship’ covers both the terms and concepts used in Spanish. In Spanish-speaking countries, *patrocinio* is used in commercial and profitable situations whilst *mecenazgo* is used for sponsorship that supports social or cultural projects. However, in practice, it is hard to find the line that separates one from the other, seeing as the communication objective is virtually identical.
- Relations with investors
- Obtaining support for non-profit organisations, i.e. finances or volunteers.
- Relations with the community in which the organisation is working. Events, workshops, outreach activities.
- Internal PR with employees of the cultural organisations or cultural project: publications, letters, online communication, employee manuals, suggestion systems, internal videos, etc.

All these instruments share a single fallibility: the lack of planning. PR requires work, it must be cultivated and learned in order to obtain maximum performance. The Spanish Fundraising Association produces information of interest about some of these topics, especially on how to raise funds successfully and good practices. The articles can offer some interesting ideas for projects and organisations.

Personal selling

Personal contact is particularly important in cultural organisations which come into contact with the public and

other actors (collectives). Based on this perspective and as regards this instrument, we should highlight the fact that in a cultural organisation, a “salesperson” is deemed to be anyone who has contact with the public. All of said salespersons communicate and provide information, and therefore they must have knowledge of the communication plan.

Direct marketing

Direct marketing has taken great steps in recent times, evolving at the same rate as new technology. A few years ago, the main instrument used in this tool was the telephone. Nowadays, with the widespread use of email and mobile devices, direct contact with customers has increased to such an extent that a specific form of communication called mobile marketing has been created and the use of this technique is visibly increasing.

Some of today’s most commonly used instruments include:

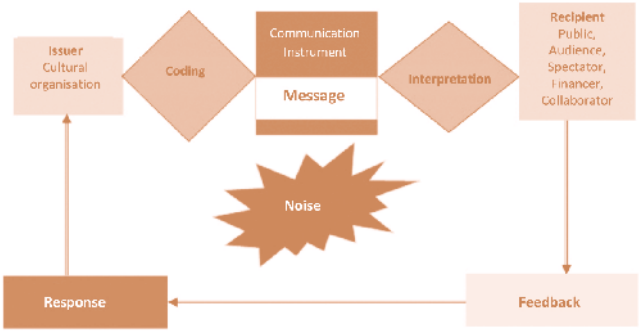
- Mobile publicity (mobile internet)
- Messaging services (SMS/MMS)
- Mobile video and tv (video streaming)
- Applications (advergaming)
- 2D codes
- Proximity marketing (Bluetooth)

For years, associations such as the AIMC and agencies such as the IAB have been studying mobile marketing due to its value as a direct line of communication with the customer and its recent exponential growth. The Spanish Association of Direct Marketing believes that it will continue to grow into one of the most important instruments available.

6. The communication process and the message

The message holds pride of place in the communication process. This is shown in the figure in the next page.

The message is the idea that we wish to transmit and it will be determined by the issuer (the cultural organisation which will decide what information it must provide) and by the media outlet or channel through which said message is transmitted. After an interpretation and decoding process, it will reach the recipient, which may be the public or any other type of agent of interest. This generates a response which in



this case will be a positive reaction to the proposal made. For example: a change of image of the brand, knowledge of the contents of an event, etc.

In publicity, the complexity and diversity of the media as regards the message is worth looking at closely. A message’s lack of adaptation to the target audience requires special attention; it must be adapted to the many media outlets that are in a constant state of change. The big challenge for a publicity message is capturing the attention of the target audience and managing to communicate the message. The publicity environment is not only characterised by its high absolute price (in relative terms, it is not so expensive when measured as cost per impact) but also by its high level of saturation.

There are three possible types of message that can be designed, depending on the benefits that the product provides the consumer.

- Product messages: centred on the actual qualities of the product, given that their very presence will motivate the consumer. Certain cultural brands sell themselves by simply displaying the product: a film director, a well-known author, etc. It is enough to identify the product (brand, artist, etc.) to generate interest in the public.
- Result messages: advisable when the product itself is not as motivating as the results that can be obtained upon its consumption, e.g. the experience of going to a concert, having fun, learning, making friends, etc.
- Universe messages: what is transmitted in this case is the world around the product, formed by symbolic and emotional associations. The consumption experience takes on greater dimensions, incorporating the transmission of

values that awaken emotions and transport the consumer, transcending the mere consumption of the product.

Before selecting the type of message, the communication objectives must have been marked beforehand and they must contain the definition of the communication needs, thus determining the type of message.

7. Planning the communication strategy

Designing a communication strategy requires rigorous planning. Before reaching the communication planning phase, we must be aware that this planning is part of the organisation’s commercial and strategic planning process. Therefore, we must start by knowing the corporate objectives and strategy, which in turn will determine the marketing objectives and strategies, among which is communication. Depending on these objectives, we then have to decide on the way to reach the audience, designing the communication strategy accordingly and choosing the combination of instruments that will be used. Additionally, we must determine the budget needed to carry out the communication initiatives and establish the mechanisms to monitor to what extent the objectives are being achieved.

As seen in previous sections, each instrument plays a different role depending on the multiple factors that characterise the company’s various communications. To do this, we need to plan the communications of the cultural organisation, properly delineating the communication mix. We can structure this process into seven phases which must be coherent with the corporate and marketing objectives and strategies.

Phase 1. Identification of the target public

The more specific the information in this regard, the better: who they are, where they are, their age, place of work, habits, lifestyles, etc. Greater specificity in this aspect will allow us to define our actions more precisely. Furthermore, all collectives do not require the same amount of effort as regards communication and it is therefore important to determine the relative importance of each collective (level of consumption, attendance or any other criteria considered to be of interest to the organisation).

Phase 2. Setting the communication objectives

In Section 2 we addressed the general communication objectives of cultural organisations and these objectives need to be specified in the communication

plan. The more specific, the better. This is the starting point of the communication strategy and if we only have vague specifications, the decision-making in later phases will be more complicated.

Phase 3. Designing the communication strategy

Having determined the target public(s) and the objectives, there are various ways to reach them. The next step in analysing the determining factors in the selection of the communication instruments (Section 4) is to choose a push or pull strategy, or a mixture of both, as this will condition the types of instruments we will use.

Phase 4. Planning the instruments and media outlets (the communication mix)

The art of communication planning lies in being able to attain a combination of instruments and media outlets that optimise the effectiveness of the publicity. In our analysis of communication instruments and media outlets, we saw how they have advantages and disadvantages. We must know how to adequately combine them in order to achieve our communication objectives with the lowest investment. As mentioned in Section 2, this will be determined by the type of product, the type of market, etc.

Phase 5. Determining the budget

The budget must be the result (not the source) of the communication actions. In other words, our communication objectives must determine the size of our budget. On occasion, organisations set the budget based on sales or simply based on the budgetary allocation. Although there are restrictions in this regard, it is important to know how much investment we will need to achieve our objectives, given that we may have to resort to alternative finance formulae if the objectives require it.

Phase 6. Execution

This is the stage which puts into practice all that was designed in the planning process and it requires the organisation and coordination of the necessary human and material resources.

Phase 7. Monitoring

Cultural organisations must regularly assess the performance obtained from the investment, in order to evaluate their strategy and make changes in the event that

the expected results are not being produced. To determine what is measured in this phase, we begin with the established communication objectives, analysing to what extent they have been achieved or not, the reasons behind any errors, and the proposed solutions. The following factors are among those most frequently measured:

- The effects of the communication, in terms of whether the selected tools, media outlets and supports are properly communicating the publicity message.
- The effects of the communication on sales and profits.



8. Social networks, the internet, communication 3.0 and prosumers

Even though, in previous sections, we mentioned how new technology and the internet have changed our relationship with cultural organisations, it is interesting to consider how they affect the managers of cultural organisations. It will obviously depend on the audience and its demand for communication 3.0.

Communication 3.0 puts consumers inside the organisation, allowing them to be part of the team, giving opinions, proposing ideas, making evaluations, etc. This is a radical change from a usually passive agent to one who plays an active role. This has happened to such an extent that the term ‘prosumer’ was coined to differentiate it from the classic role of a consumer. According to Kotler et al. (2012), Marketing 3.0 uses *new wave* technology which is based on four elements: computers, mobile phones, low cost internet and open sources. Consumers are no longer viewed as an agglomeration of people who want to satisfy their needs; they are seen as individuals, complete human beings with complex needs, expecting much more than just

a product from a brand. They expect values with which they can identify.

This change supposes a significant challenge for the communications of cultural organisations – they must be sufficiently flexible to design this new type of communication and involve the public that wants to be involved.

This has marked a profound change in the way in which we understand the management of cultural organisations and it will reflect not only on the field of communication but also on strategic planning and marketing. Associations such as Dosdoce and the IAB have written interesting documents that address the dimensions and structure of social networks in Spain (Social Networks Cheat Sheet and Social Networks Poster).

For Reflection

- Integrated communication in cultural organisations has produced a new type of language and communication that is compatible with the planning of traditional media. Think about the success of the New York City Ballet’s 2013 campaign, which was launched to bring the discipline closer to the general public. Would you be able to apply the same philosophy to a cultural project/organisation in your city? Start by watching the video. Website: advertising.newyorkfestivals.com
- The evolution in consumer relations has caused continuous change in models of communication and these must be willing to undergo a continuous process of innovation. The field of publishing is a clear example of this. Organisations such as La Máquina China (The Chinese Machine) and Bubock are examples of this effort. These are

joined by more recent ideas such as booktubers and the Ask the author service, which allows readers and authors to form direct relationships, started by the Simon & Schuster publishing house. In view of these experiences, reflect on the keys to their success, what they have in common and what we can learn in terms of communication.

- The Spanish Association of Direct Marketing (2013) affirmed that: ‘Mobile marketing is the “vitamin” that will give investment in publicity a growth spurt between 2013 and 2016.’ This could be an opportunity or a threat for cultural organisations. Reflect on how this prediction may affect the organisations you know about.
- The first world’s first ephemeral museum, linked to Pampero rum, and the recent change of the Madrid Barley Market are cases of what could be called sponsorship 3.0. Reflect on the differences between these cases and others, and how you rate the experiences from the point of view of communication.
- Cultural context is an example of creative capacity and innovation. But this capacity must be nurtured. Produce an evaluation of a study which shows that the best clients of publishers are those who use the library most and look at it from the perspective of integrated communication in marketing.

AUTOR

Alfons Martinell Sempere

ADSCRIPCIÓN PROFESIONAL

Profesor Emérito de la Universitat de Girona

TÍTULO

Cooperación cultural

CORREO-E

alfons.martinell@udg.edu

RESUMEN

En las sociedades globalizadas la cooperación cultural adquiere una mayor importancia que las simples relaciones culturales ya que responden a la misma necesidad humana para cooperar en cultura como elemento fundamental de satisfacer las necesidades culturales y la estructuración del sistema cultural contemporáneo.

PALABRAS CLAVE

Cooperación cultural; globalización; derecho cultural; producción; difusión.

AUTHOR

Alfons Martinell Sempere

PROFESSIONAL AFFILIATION

Profesor Emérito de la Universitat de Girona

TITLE

Cultural Cooperation

E-MAIL

alfons.martinell@udg.edu

ABSTRACT

In globalised societies, cultural cooperation has taken on a greater importance than simple cultural relations. This is because they respond to the same human need to cooperate in culture, as a fundamental element of satisfying cultural needs and the structuring of the contemporary cultural system.

KEYWORDS

Cultural cooperation; globalisation; cultural rights; production; dissemination.

Cooperación cultural

Alfons Martinell Sempere

1. La cooperación como actividad humana

El concepto de cooperación tiene muchos significados e interpretaciones que se incorpora como actividad humana desde tiempos inmemorables como un eslabón de la evolución a las primeras organizaciones sociales hasta la estructura de las sociedades contemporáneas. Podemos afirmar que la cooperación está en el seno de la condición humana y de la socialización. Las personas para asegurar sus necesidades e integridad requieren de procesos de cooperación muy variados de acuerdos con el nivel de desarrollo y las características de la actividad. Toda comunidad se constituye bajo el principio de cooperación que adquiere diferentes aspectos de acuerdo con el campo o sector en el que se aplique.

La cooperación nos permite la supervivencia y el desarrollo de todas las potencialidades humanas que individualmente no se pueden conseguir. Las primeras estructuras sociales, como la familia o clanes, son estructuras de cooperación que se van ampliando a otros niveles grupales y organizacionales de cada contexto y de cada tiempo.

Dentro de un excelente trabajo de reflexión sobre la sociedad contemporánea el sociólogo R. Sennett analiza los procesos humanos de socialización y de los procesos de la

actividad humana en su trilogía iniciada con *El artesano* nos presenta un excelente panorama para entender la configuración de la acción y actividad cultural.

- La cooperación lubrica la maquinaria necesaria para hacer las cosas y la coparticipación puede compensar aquello de lo que tal vez carezcamos individualmente.
- La cooperación como habilidad requiere de los individuos la capacidad de comprenderse mutuamente y de responder a las necesidades de los demás con el fin de actuar conjuntamente, pero se trata de un proceso espinoso, lleno de dificultades y de ambigüedades y que a menudo tiene consecuencias destructivas.
- La cooperación puede definirse como un intercambio en el cual los participantes obtienen beneficios del encuentro.
- La cooperación fomenta las habilidades dialógicas.
- La sociedad moderna ha debilitado la cooperación por distintas vías. La más directa de esas debilidades tiene que ver con la desigualdad.

- Estamos perdiendo habilidades de cooperación necesarias para el funcionamiento de una sociedad compleja.

Un primer nivel de reflexión es la idea que en toda persona la cooperación forma parte de su relación con su cultura. Si hablamos de cooperación en la cultura, aunque parece obvia, hemos de considerar sus propias particularidades y sus relaciones con otras actividades humanas ya que está en el núcleo de la función social del individuo. El ejercicio de la gestión cultural forma parte de la cooperación como actividad humana.

2. La cooperación en la actividad cultural básica

Todo acto cultural recibido, en la familia o comunidad, de la tradición o de la historia es el resultado de un proceso de cooperación con más o menos éxito que se trasmite entre generaciones. De la misma forma todo hecho cultural requiere de un proceso de cooperación entre personas y grupos. La creatividad, si bien se perciba como un proceso individual, tiene una fase de cooperación preliminar y posterior que incide en sus resultados. Los procesos de educación y adquisición de capacidades para la expresión y la creatividad son acciones anteriores al hecho cultural, ya que podemos considerar la educación como un proceso de cooperación muy amplio. Por otro lado la obra cultural requiere de cooperación para su proceso de exhibición, venta, divulgación, mantenimiento, etc.

La cultura invita a la cooperación en múltiples dimensiones, algunas se dan espontáneamente y otras son producto de la intencionalidad, con el fin de mejorar las posibilidades individuales y compartir con el otro los valores o los procesos expresivos.

En primer lugar toda persona para satisfacer sus necesidades culturales requiere de procesos de cooperación de diferente índole de acuerdo con sus formas de vida. Del mismo modo cada comunidad estructura su vida cultural a partir de un amplio sistema de interacciones de cooperación para poder organizarse y construir una vida cultural en común.

La comunicación entre las personas es imprescindible para compartir valores, formas de vida y representaciones simbólicas que favorecen el sentimiento de pertenencia y la identidad colectiva.

En los procesos de expresión, por medio de los diversos lenguajes artísticos, la cooperación es imprescindible para conseguir el propio fin que es la comunicación.

La cooperación nos permite la supervivencia y el desarrollo de todas las potencialidades humanas que individualmente no se pueden conseguir.

Para que la cooperación alcance niveles de satisfacción de necesidades y expectativas requiere una gestión cultural que incorpore este factor dentro de sus actividades. Gestionar la cultura es gestionar cooperaciones de diferentes clases.

3. La vida cultural espacio de cooperación y de garantía de los derechos culturales

La Declaración Universal de los Derechos Humanos y el Pacto Internacional sobre los derechos económicos sociales y culturales definen como derecho fundamental «la participación en la vida cultural» que se ha de proteger y garantizar en toda su extensión: artículo 27 y artículo 15.

Este derecho se convierte en un principio que la gestión cultural ha de integrar como una primera finalidad social en su función. La participación individual o colectiva en la vida cultural requiere de un conjunto de interacciones y procesos organizativos que incorporen los recursos disponibles y las formas de vida propias donde intervienen diferentes sujetos sociales.

Entendemos la vida cultural como el primer nivel de funcionamiento social de una comunidad, ciudad, sociedad o estado donde el individuo comparte y coopera con sus semejantes un gran variedad de experiencias expresivas, fenómenos creativos, conllevando la memoria colectiva o formas de vida. La vida cultural se configura como el resultado de unas interacciones entre individuos o grupos sociales para satisfacer sus propias necesidades culturales por medio de procesos de cooperación.

La vida cultural representa la expresión de un grupo social, comunidad o sociedad que transcurre entre la tradición y la memoria colectiva con la actualidad y contempora-

neidad de un momento determinado en un contexto dado. Y se manifiesta en diferentes formas, acciones, lenguajes, organizaciones, empresas, industrias, sistemas etc. y se caracteriza por su propia diversidad y complejidad interna.

La vida cultural discurre entre personas, comunidades e interacciones sociales en los procesos de convivencia como un proceso humano con tendencia a satisfacer las necesidades culturales, el sentimiento de pertenencia y la voluntad de compartir con los otros el patrimonio en común.

Estos procesos se realizan por medio de un conjunto de acciones y actividades con unos fines y objetivos que requieren una gestión específica individual o comunitaria con la intención de satisfacer de sus expectativas culturales. Esta gestión puede ser en el ámbito privado o en la vida pública y a nivel individual o grupal para toda la población de acuerdo con diferentes estadios y situaciones.

Para el pleno desenvolvimiento de la vida cultural es importante que las personas y grupos sociales asuman su función de sujetos para intervenir y gestionar estos procesos. Del amplio nivel de interacciones y cooperaciones entre las personas y grupos se puede apreciar la sociabilidad de la vida cultural y el nivel de participación democrática en estos asuntos de un contexto.

La vida cultural donde confluyen las personas, grupos, organizaciones e instituciones no se puede desarrollar como derecho sin un alto nivel de cooperación en diferentes dimensiones, niveles y campos.

La organización de la vida cultural, como respuesta a las necesidades de las personas y comunidades, requiere establecer sistemas de cooperación a partir de la organización de espacios e instrumentos intermediarios y el establecimiento de códigos de convivencia y sistemas de regulación de conflictos que permitan altos niveles de cooperación.

La cooperación nos permite desarrollar los derechos humanos y culturales.

4. La cooperación en el sistema cultural contemporáneo

Actualmente no se puede entender el amplio concepto de cultura, o de gestión de la cultura, sin aceptar que nuestras sociedades complejas han ido configurando un sistema cultural como subsistema social que interactúa con otros en el complejo funcionamiento de las sociedades contemporáneas.

Aceptar este hecho altera los discursos tradicionales de entender la cultura solo como las políticas culturales o el sector cultural desde una perspectiva socio-económica. El sistema cultural es mucho más amplio de las tradicionales

competencias de cultura gubernamentales y se inscribe en un conjunto de prácticas, instrumentos, elementos que inciden directamente en la vida cultural de la ciudadanía.



Fig. 1. Sistema cultura y procesos de cooperación

Actualmente aceptamos que la cultura configura un sistema muy amplio con diferentes subelementos e instancias que interactúan entre ellas generando un amplio flujo de relaciones. Como nos aporta la teoría de sistemas cuando más interacción y cooperación entre los diferentes elementos del sistema cultural aumenta su coherencia, ampliación y extensión asegurando su existencia (o subsistencia) en un conjunto más amplio.

El sistema cultural requiere que sus diferentes actores o agentes cooperen ampliamente como factor de supervivencia y pleno desarrollo.

La cooperación en el proceso creativo-expresivo. La cooperación en la producción-difusión

En el transcurso de una actividad expresivo creativa siempre se encuentran altos niveles de cooperación que la hacen posible y permiten alcanzar sus fines. A pesar que muchas veces se considera la creación como una acción individual y aislada la realidad nos evidencia el gran número de interacciones, colaboraciones para que sea posible. Que si inician en un nivel previo, como pueden ser los procesos de aprendizaje necesario como en su ejecución y posible difusión.

La creación contemporánea en general pero en más importancia la que requiere proceso de producción complejos (música, cine, teatro, etc.) se basa en la cooperación

permanente entre roles diferentes. Una coproducción, como la entendemos hoy en día, es la expresión de la unión entre gestión y cooperación más evidente. Por otro lado la puesta en escena de diferentes creaciones (teatro, conciertos, danza, edición, etc.) se fundamenta en la cooperación entre diferentes para conseguir un resultado final. La figura, por ejemplo, de un concierto es el resultado de un trabajo individual pero también de unos esfuerzos de cooperación muy amplios a través de los ensayos. Por esta razón la cooperación forma parte del núcleo fundamental de los procesos culturales. La gestión cultural se encuentra entre estos procesos adquiriendo diferentes funciones de acuerdo con las características de cada acción. La idea de proyecto cultural se inscribe en la coordinación de los diferentes participantes que van a provocar una gran red de cooperaciones para llevar a cabo un objetivo final definido.

La cooperación y el sistema político

La gobernanza de la cultura se organiza desde las instancias comunitarias hasta las estructuras de estado de acuerdo con los procesos de configuración política de cada país y su historia. No podemos olvidar que en todo proceso político la dimensión cultural es muy importante como elemento para conformar una forma de vivir juntos.

El sistema político moderno y democrático se organiza en base a la definición de niveles de responsabilidad que interactúan y cooperan para conseguir los fines y valores de una sociedad. Podemos entender que un sistema político es más democrático en la medida que establece una organización formal de las relaciones de cooperación entre las diferentes unidades que la componen. Los niveles de representación política: local, regional y nacional asumen sus funciones en el sistema cultural de acuerdo con las bases constitucionales y la legislación del modelo de estado.

En este marco de cooperaciones el estado ha de mantener relaciones con el sector privado, la sociedad civil y otros actores sociales.

La cooperación cultural territorial

La cooperación cultural territorial es el resultado de un conjunto de prácticas y funcionamientos motivados por tres factores:

- Incidencia de la estructuración del sistema político representativo que atribuye a diferentes niveles administrativos unas funciones y competencias en el campo cultural. En España, de acuerdo

con sus marcos normativos, en los últimos años se ha dado sistemas de cooperación entre el gobierno central, las comunidades autónomas, diputaciones y ayuntamientos (en algunos casos comarcas). Para conseguir sus objetivos es necesario unos niveles de cooperación entre las diferentes administraciones por medio de un gran número de instrumentos que van desde la simple subvención, contratos, coorganización hasta la creación de convenios estables. Este tipo de cooperación se fundamenta en la necesaria colaboración para el establecimiento mínimo de las estructuras de la administración pública en el campo de la cultura de acuerdo con los principios y valores de los marcos jurídicos fundamentales. Su fin último es garantizar los derechos culturales y el acceso a la cultura a partir de sistemas de compensación territorial o «contratendencia» al funcionamiento del mercado cultural.

- La capacidad de interlocución de los diferentes agentes culturales en un nivel territorial; barrio, ciudad, comarca, región o país para el conocimiento mutuo y la cooperación para alcanzar sus objetivos, como para armonizar la oferta cultural de las estructuras de la sociedad civil. El grado de cooperación de un territorio contribuye a la creación de tejido social, redes ciudadanas y sistemas de colaboración más amplios capaces de dar sus propias respuestas e iniciativas en la vida cultural al margen del papel de las administraciones públicas. La cooperación entre agentes culturales permite alcanzar altos niveles de programación, oferta, eficacia desde la perspectiva de la proximidad o la acción en un espacio determinado.
- En el territorio convergen, además de los agentes culturales y las administraciones, un gran número de otros actores que directa o indirectamente están relacionados con el sector cultural e influyen notablemente en sus aportes o plusvalías. De la misma forma observamos la cooperación con otros sectores que tienen influencia en la vida cultural de un territorio. Nos referimos a las relaciones ente educación y cultura; turismo y cultura; medio ambiente y cultura; cohesión social y cultura, etc. donde a partir de procesos de cooperación inciden en la propia posibilidad

del sector cultural como la incidencia de la cultura en otros ámbitos.

A pesar de su evidencia este tipo de cooperación tiene una gran trascendencia para la democratización de la cultura con una repercusión directa en la ciudadanía y ha representado un factor de desarrollo muy importante en la democratización de la España de la post dictadura.

5. La cooperación cultural internacional
Acción cultural exterior

Generalmente se considera como las diferentes intervenciones, programas y actuaciones que en el marco de la política exterior y las funciones de sus representaciones diplomáticas realizan para fomentar la presencia de la cultura de un país fuera de sus fronteras. Es una responsabilidad en la que participan los ministerios de asuntos exteriores (cancillerías) y ministerios de cultura de forma coordinada, o a veces sin ella, lo que lleva a una problemática permanente en muchos países como lo demuestran los debates y cambios entre sus estructuras. De la misma forma existe un debate sobre la función de las ciudades y las regiones en sus anhelos de llevar a la práctica una política cultural exterior.

La acción cultural en el exterior, se entiende como la proyección de la cultura (o culturas) de un país en su pluralidad en los espacios internacionales. La acción cultural se realiza por medio de las agregadurías culturales, centros culturales y otros organismos en el exterior. Se organizan por medio de un conjunto de actividades y actuaciones que permitan presentar una visión de la cultura de un país en un mundo globalizado.

La acción cultural de las embajadas facilita la gestión cultural de los responsables culturales a través de ofertas de producciones culturales que circulen por diferentes países. Creando una red de intercambios culturales bilaterales. Intenta una coordinación permanente con los diferentes ministerios e instancias gubernamentales que incidan en la presencia exterior.

Canaliza las expresividades, en sus diferentes formas y lenguajes, de las instituciones y organizaciones culturales del país para conseguir una mayor internacionalización de las acciones culturales. Par este fin es importante que las estructuras gubernamentales tengan en cuenta la realidad de sector cultural, los agentes culturales del territorio y todo lo que sea significativo de la vida cultural interna. Existe el peligro que la acción cultural exterior se entiendo solamente como una acción de la cúpula del estado o de ciertos grupos culturales determinados.

Las relaciones culturales internacionales

La acción cultural fue un instrumento al servicio de las diplomacias oficiales de relación y aproximación de los Estados en sus contactos y convenios que acompañaban las relaciones diplomáticas. Pero hoy en día esta visión se ha visto incrementada por nuevas perspectivas y posibilidades, por el valor y aporte de la cultura a una mayor comprensión del «otro» y una dimensión imprescindible a incorporar en las relaciones internacionales. La cooperación internacional facilita el conocimiento entre diferentes culturas y crea condiciones para una convivencia pacífica y un mayor intercambio entre las ciudadanía y las sociedades civiles. La cooperación cultural va más allá de la acción cultural exterior con el objetivo de actuar en común para fomentar el conocimiento y respeto de la otredad, a partir de relaciones de confianza que faciliten la convivencia pacífica en el espacio cultural internacional.

Pero estas prácticas cuestionan la exclusividad del papel del Estado, en la cooperación cultural, ampliando su acción con la emergencia de nuevas organizaciones civiles y privadas que actúan en el campo de las relaciones internacionales al margen o paralelamente a las articulaciones oficiales. Fomentando nexos bilaterales más ligeros, constituyendo redes artísticas y culturales que actúan, en algunos casos y situaciones, de forma más espontánea, rápida y eficaz. La cooperación cultural permite una mayor participación de la ciudadanía convirtiéndose en un valor muy importante en los procesos de integración, como se ha podido observar en la toma en consideración de su función en diferentes encuentros internacionales. Este proceso se inscribe en las nuevas posibilidades de comunicación y desplazamiento, como en la pérdida de exclusividad de los Estados en las relaciones internacionales y en la emergencia de una nueva dimensión de la cooperación cultural internacional que ha de adaptarse a estos cambios y posibilidades.

Fomento de la cooperación cultural como vehículo de intercambio y reconocimiento mutuo entre los países y sus culturas. Acciones compartidas por medio de flujos culturales bidireccionales que permitan una mayor comprensión del otro y de las relaciones culturales entre sociedades civiles. Entendemos la cooperación cultural como una relación equitativa e igualitaria en sus formas expresivas para un fin, que es el enriquecimiento cultural de nuestras sociedades. La cooperación cultural se ha de convertir en una herramienta de aproximación y respeto que complemente otras formas de relaciones internacionales y persiga el reconocimiento del otro y el desarrollo compartido para garantizar la diversidad

cultural como patrimonio de la humanidad tal y como ha propuesto la UNESCO.

La dimensión cultural es un elemento imprescindible para desarrollar una política de cooperación internacional integrada y de acuerdo con las exigencias de los escenarios actuales. No podemos olvidar que en la mayoría de los conflictos y problemas internacionales subyace un componente cultural cada vez más evidente y a veces no incorporado en los análisis políticos. En este sentido la política de acción exterior tiene un complemento y enriquecimiento con el fomento de la cooperación cultural internacional.

La cooperación cultural internacional es un campo de acción de todos los agentes sociales (administraciones públicas, sector privado y sociedad civil) donde el papel del Gobierno ha de situarse en una función de facilitación, estímulo y fomento en la cual las plataformas y redes de interlocución han de jugar un papel muy importante.

Entendemos la cooperación cultural internacional como un conjunto de intercambios capaces de integrar verdaderos canales de circulación de las realidades culturales en dos sentidos, para generar encuentros y diálogos continuados por medio de diferentes acuerdos y convenios en el ámbito cultural y científico.



Fig. 2. Relaciones internacionales y cooperación

La cooperación al desarrollo y cultura

Más allá de las diferentes definiciones y concepciones de desarrollo en el contexto contemporáneo que podemos encontrar en diferentes documentos y publicaciones es im-

portante realizar una aproximación a las características de la relación entre cultura y desarrollo. Los cuestionamientos a la aportación de la cultura al desarrollo y a los Objetivos del Milenio se han planteado de muchas formas que podemos analizar a partir de lo que hemos denominado las plusvalías de la cultura al desarrollo o los impactos específicos y diferenciales de este ámbito a la integralidad del desarrollo.

La cultura tiene un valor simbólico muy elevado como expresión de unas identidades y una forma de vida. «La cultura puede considerarse como el conjunto de rasgos distintivos, espirituales y materiales, intelectuales y afectivos que caracterizan una sociedad o grupo social. Ella engloba además de las artes y las letras, los modos de vida, los derechos fundamentales al ser humano, los sistemas de valores, las tradiciones y las creencias».

Por lo cual es la forma que una sociedad se expresa y sitúa su vida cultural en una sociedad globalizada, buscando el respeto a sus particularidades y a la diversidad a partir de los principios que podemos encontrar en diferentes declaraciones de la comunidad internacional.

Las políticas que reconocen las identidades culturales y favorecen la diversidad no origina fragmentación, conflictos, prácticas autoritarias ni reducen el ritmo del desarrollo. Tales políticas son viables y necesarias, puesto que lo que suele provocar tensiones es la eliminación de los grupos que se identifican culturalmente. La recuperación y mantenimiento de las identidades culturales, y el contacto e intercambio con otras, a partir del respeto a la libertad cultural se configuran como precondiciones a los procesos de desarrollo. A nadie se le escapa la dificultad de identificar y objetivar estas precondiciones pero es evidente que existen como esencia para el fomento de dinámicas sociales positivas que incidan en el desarrollo.

Las culturas y los efectos de la vida cultural, inciden de forma muy evidente en lo que se ha denominado «valores intangibles», con gran impacto en todas las dimensiones de la vida política y social. Las culturas aportan «plusvalías» en la configuración de ciudadanía, a través de la vida cultural, por ejemplo: manifestaciones populares en las fiestas y tradiciones, la vivencia de recuperación del espacio público, la convivencia con la comunidad de muchos de sus servicios, etc., son actividades sociales y vivencias que facilitan la cohesión social y la dignidad ciudadana e inciden en la gobernabilidad como factor de desarrollo y la búsqueda del bienestar común. La reducción de la exclusión cultural de grupos sociales y la defensa del concepto de «libertad cultural», del informe PNUD 2004, como elemento de defensa de



la identidad aportan la base para unas políticas más integradoras que inciden en las condiciones básicas para conseguir los Objetivos del Milenio.

La educación y la cultura aportan elementos básicos para la generación de competencias individuales y colectivas e inciden en otros sectores con aportes en el desarrollo fruto de sus sistemas de cooperación. La función de la creatividad, el estímulo a la expresividad, la búsqueda de la calidad y la excelencia de la cultura inciden en los procesos de innovación que permiten un mayor aprovechamiento de las potencialidades de una realidad social para la apropiación de sus propios procesos de desarrollo o la resolución de sus problemáticas. Muchos programas de cultura encuentran grandes dificultades de cálculo y medición de estos impactos, que tienen una gran importancia en los resultados de otros ámbitos y que no podemos olvidar ni desvalorizar ante la

seducción de otras variables que se nos presentan de forma más empírica.

Los estudios e investigaciones sobre la economía de la cultura y el estudio del sector cultural, como un *cluster*, han presentado resultados muy explícitos sobre el rol de la cultura como sector económico y social. En esta línea de trabajo se expresan investigaciones que han analizado y valorado la participación de la cultura en el PIB de cada país, o las cuentas satélite, de acuerdo con diferentes indicadores y en consonancia con las fuentes de información disponibles aún muy limitadas.

El sector cultural tiene un peso específico en el campo de las políticas al desarrollo, sin desvalorizar lo intangible y las consideraciones de la cultura como transversalidad en el desarrollo, la consideración que la vida cultural de una comunidad a partir de la creación, producción y difusión de bienes

culturales tiene una gran repercusión, por su valor simbólico, pero también como un factor de crecimiento económico. Las empresas e industrias culturales pueden representar un dinamismo muy importante, en algunos países, en lo que algunos denominan la gestión de la propia creatividad. En este sentido los programas de ayuda al sector cinematográfico, editorial, musical y discográfico, artesanía, diseño y moda, etc. nos presentan resultados muy significativos.

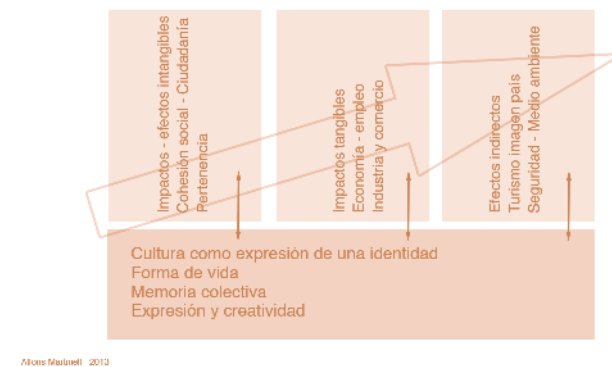
Las actividades del sector cultural tienen un fuerte impacto en las economías locales y son capaces de creación de un empleo con unas características muy determinadas. Como refleja Greffe (1999) la valoración del empleo cultural requiere considerar el que se refleja de las propias actividades culturales, pero se ha de añadir el empleo no-cultural en las actividades culturales y el empleo cultural en las actividades no culturales. Lo que expresa sus propias dificultades de cuantificación pero evidencian los impactos que la vida cultural puede aportar a las dinámicas de desarrollo y crecimiento económico en la sociedad contemporánea si se puede aprovechar todo su potencial.

Como resultado de las anteriores reflexiones, se evidencia la generación de impactos indirectos de la vida cultural en otros sectores o actividades que conceden un valor a lo cultural y les permite el desarrollo de sectores colindantes muy claros. Un ejemplo muy claro lo podemos apreciar en el turismo, no solamente en lo que se ha denominado turismo cultural sino en la conversión de diferentes valores patrimoniales de una cultura (museos, yacimientos, restos arqueológicos, arquitectura, folklore, fiestas, etc.) en destinos turísticos que completan la oferta de esta industria. De la misma forma se podría considerar la atracción de visitantes a ciudades con alto componente cultural, etc. Impactos que no serían posibles sin unas políticas culturales públicas de apoyo a la restauración y mantenimiento del Patrimonio Cultural en una visión amplia e integral. Pero también podemos evidenciar los efectos indirectos de la cultura en su aporte a la creación de ambientes de seguridad ciudadana y recuperación y uso del espacio público con la ubicación de equipamientos y programaciones culturales en barrios antiguos degradados o en zonas marginales o abandonadas.

Las dinámicas susceptibles de generar desarrollo transitan a lo largo de estas diferentes aportaciones de la cultura, donde conviven las concepciones más clásicas sobre los valores y formas de vida tradicional tan importantes en algunos contextos, como las nuevas realidades de unas sociedades altamente globalizadas que han de combinar los procesos locales como la gran movilidad de las culturas en la

realidad contemporánea. Estas nuevas visiones permiten ir concretando políticas programas y proyectos de cooperación internacional que se pueden alentar a los países socios de la ayuda oficial al desarrollo como un posible camino para encontrar, a partir de sus propias identidades culturales, formas de convivencia y modernización capaces de satisfacer las necesidades culturales de la ciudadanía y aprovechar las posibilidades de mejora de sus oportunidades con impacto en los problemas básicos de subdesarrollo.

Impactos o efectos de la cultura desde la perspectiva del desarrollo



/Morris Mattioli 2013

Fig. 3. Impactos de la cultura en el desarrollo

¿Cómo se concreta la dimensión de la cultura en el desarrollo?

A partir de todos los precedentes a nivel internacional la dimensión cultural al desarrollo siempre ha estado presente de una forma u otra en las realidades de comunidades o sociedades culturales y se ha ido incorporando fruto de una variada y amplia tipología de acciones y cooperaciones que diferentes actores sociales han ido realizando en el marco de su acción.

Las personas, comunidades, sociedades o países siempre han mantenido un nivel de acción cultural que, por su propia dinámica, contribuían a su desarrollo. Por otro lado otros ámbitos o sectores de las políticas de desarrollo (educación, sanidad, género, gobernabilidad, etc.) siempre han considerado la cultura como un vector a tener en cuenta con más o menos consideración explícita. En la mayoría de los casos el dinamismo de la acción local es una de las características de la incorporación de la cultura en los enfoques al desarrollo.

Quizás lo más determinante para precisar las intervenciones culturales con énfasis en el desarrollo se encuentra en el análisis de la intencionalidad de una política sea pública, privada o del tercer sector.

Desde las posiciones que consideraban las culturas nativas o tradicionales como un impedimento para el progreso, el crecimiento económico, y por tanto al desarrollo, que imperaron hace unas décadas pero aún persisten en algunas actitudes ocultas.

O las posiciones pasivas que enarbolando la importancia de la cultura desde la retórica, posiciones muy nacionalistas o de identidades defensivas pero con una pasividad manifiesta en la no incorporación de la cultura en las prioridades políticas, el respeto a la libertad cultural y una mínima decisión de aportación de recursos económicos.

A posiciones más proactivas, por la vía de la planificación del desarrollo con la incorporación de la cultura en todas sus dimensiones a partir de decisiones políticas explícitas que permiten situar la vida cultural como foco de desarrollo y participación social

Finalmente no podemos olvidar el gran protagonismo de los individuos, grupos, comunidades, organizaciones sociales, ONGs, etc. que configuran lo que se ha denominado sociedad civil y que mantienen un compromiso por la cultura como militancia de sus valores culturales. Muchas culturas deben su permanencia a estos procesos de cooperación más allá de las intervenciones que han podido tener las diferentes instancias del Estado nación o de los organismos internacionales.

Consideramos que estos cuatro niveles coexisten en la realidad con más o menos incidencia en la cooperación internacional en el campo de la cultura y desarrollo. Algunos de ellos coinciden en el espacio y en el tiempo de un contexto determinado y configuran el capital social capaz de asumir el desarrollo desde la vida cultural. Pero lo más importante es destacar los esfuerzos que se han realizado desde dinámicas de cooperación ascendentes o descendentes para conseguir sinergias y acuerdos para políticas de desarrollo desde la cultura a partir del consenso, la complementariedad y el respeto a la libertad cultural.

De acuerdo con estas consideraciones y el marco teórico de referencia es importante presentar algunas formas de organización donde pueden coincidir los planteamientos presentados. Dentro de la gran variedad de posibilidades podríamos concretar en los siguientes elementos organizativos:

- Las organizaciones sociales y culturales de las comunidades mantienen una vocación de parti-

cipar en la vida cultural se estructuran para gestionar la creatividad, la expresividad artística, los modos de vida, las tradiciones, la preservación de la memoria colectiva y el patrimonio cultural, la educación cultural de las nuevas generaciones, etc. A partir de sus propios planes, con o sin el apoyo de las autoridades gubernamentales, la cooperación internacional o las organizaciones análogas. Estas organizaciones interpretan las necesidades colectivas y responden con su acción a partir de los recursos disponibles y canalizan el emprendimiento de un amplio sector de la sociedad civil con fines diferentes pero que inciden en el mantenimiento de las identidades culturales y una vida cultural de acuerdo con sus opciones en un marco de libertad.

- Los Planes de desarrollo pueden establecerse desde las diferentes instancias gubernamentales a nivel local, regional o nacional como expresión de unas políticas públicas en respuesta a las problemáticas de su contexto. En estos planes pueden incorporarse la dimensión cultural como un eje más de esta vocación o pueden ignorarlo. De la misma forma algunos estamentos gubernativos deciden realizar planificaciones estratégicas especializadas, en el campo de la cultura, para resaltar con más vigor y refuerzan los aspectos diferenciales que aporta la cultura al desarrollo para conseguir una mayor eficacia de todas las potencialidades de su realidad social.
- De la misma forma los organismos multilaterales, desde sus funciones, establecen programas donde se incorpora la cultura en planes más amplios o en programas específicos de cultura como fondos concretos dentro de las prioridades de sus mandatos institucionales.
- En el campo de la cooperación internacional al desarrollo algunos países donantes, como ya hemos visto, establecen estrategias específicas en el campo de cultura y desarrollo como propuesta de sus prioridades para la negociación con los países socios. De la misma forma estos países fomentan la cooperación internacional a partir de una mayor implicación de su sector cultural en la defensa de la diversidad cultural, el intercambio y conocimiento mutuo entre culturas o para favorecer que las culturas de ciertos países puedan

participar de espacios y mercados más amplios para la difusión de su actividad cultural y la proyección de su creatividad.

Este extenso conjunto de posibilidades va tejiendo las prácticas y estructuras por donde se construyen los referentes actuales de las programaciones y proyectos en la cooperación entre cultura y desarrollo a partir de los enfoques y orientaciones que se han ido construyendo a lo largo de estas últimas décadas.

Sin pretender agotar todas las posibilidades la mayoría de las prácticas actuales de proyectos específicos en cultura se desarrollan en los siguientes ámbitos:

- Formación cultural de la población en general para el fomento de capacidades, individuales y colectivas, para asumir la gestión de su propia vida cultural.
- Protección, recuperación, restauración y puesta en valor del Patrimonio Cultural material e inmaterial. Tradiciones, Fiestas, Folklore, etc.
- Recuperación de la memoria colectiva, el estudio de su historia y antecedentes para reforzar las identidades culturales propias.
- Estructuración de una gobernanza cultural de acuerdo con sus formas de vida y garantizar la defensa del interés general y el servicio público de los bienes y servicios culturales.
- Configuración de ordenamientos jurídicos propios a nivel nacional e internacional para la salvaguardia de su cultura (bienes patrimoniales, protección del derecho de autor, defensa de sus archivos históricos, etc.) o la potenciación de sus posibilidades (audiovisual, acceso a mercados internacionales, proyección exterior, medios de comunicación, etc.
- Conservación, estudio y proyección de las lenguas minoritarias o amenazadas.
- Incorporar la dimensión cultural en el sistema educativo para la toma en consciencia del valor de la diversidad cultura.
- Fomento de la formación artística en las diferentes disciplinas expresivas representativas de su vida cultural. Estimular la creatividad y nuevas formas de aprendizaje en lenguajes artísticos.
- Ayuda a la configuración del sector cultural dentro de la economía del país. Fomento de las em-

presas e industrias culturales y acceso a los mercados internacionales.

- Potenciar y proteger a artistas, creadores y emprendedores culturales como motor de desarrollo y la creación de empleo.
- Potenciar procesos autónomos para la gestión de diferentes medios de comunicación en diferentes soportes.
- Defensa de los derechos culturales de la ciudadanía y los procesos de ayuda a las comunidades culturales más vulnerables.
- Ayudar a la participación en los escenarios internacionales en la defensa de sus intereses y la proyección de su cultura.

6. Elementos y actores de la cooperación cultural

La puesta en marcha y gestión de procesos de cooperación cultural en general requiere de una serie de elementos, actores y capacidades que es necesario analizar. La gestión cultural ha de disponer de mecanismos para una identificación de la realidad de su ámbito de actuación y valorar su situación para la toma de decisiones. Podemos afirmar que la morfología de la cooperación cultural requiere de algunos componentes de acuerdo con su contexto, que podemos resumir en:

- La necesidad de presencia de diferentes agentes sociales y culturales que asuman el protagonismo de los proceso de cooperación (ver unidad agentes culturales).
- La realidad del marco normativo-legislativo de cada país donde se expresa la existencia de facilidades, derechos y garantías para una libertad en la cooperación cultural.
- El grado de implementación territorial de las iniciativas y de los actores de la cooperación, así como los mecanismos compensatorios para zonas muy periféricas o aisladas. Grado de reconocimiento mutuo entre agentes.
- La cooperación no es posible sino existe una mentalidad de proyecto. La existencia de proyectos culturales de todo tipo es la expresión máxima de la cooperación cultural.
- Disponibilidad de capacidades para la gestión de la cooperación a partir de procesos de acuerdo, consenso, convenio, cogestión, coproducción, etc.

- Capacidad de trabajo en las redes de información y comunicación de la sociedad contemporánea.
- Existencia de sistemas abiertos de acceso a la información y transparencia sobre recursos, datos, etc.

Es importante abrir un amplio debate sobre la necesidad de profundizar en procesos de cooperación más amplia y abierta entre personas, territorios, países y culturas. Quizás es el momento de encontrar nuevas prácticas para un nuevo contexto como nos anuncia Castells «hemos entrado en un mundo verdaderamente multicultural e interdependiente que sólo puede comprenderse y cambiarse desde una perspectiva plural que articule identidad cultural, interconexión global y política multidimensional».

Para la Reflexión

- Como han podido observar la cooperación cultural está en el centro de la Vida Cultural y el ejercicio de los derechos fundamentales como actividad humana.
- La gestión cultural incide en los amplios procesos de cooperación que la cultura ofrece, por lo cual se convierte en un elemento fundamental para la práctica profesional como para situar los principios y valores de la cultura en la sociedad contemporánea.
- Por otro lado la cooperación cultural en las relaciones internacionales es otro campo de acción y reflexión que está adquiriendo importancia por el gran dinamismo de la ciudadanía cultural global en sus procesos de cooperación. De la misma forma los cambios en nuestras sociedades evidencian la crisis del estado nación clásico frente a las posibilidades de asumir su función en el contexto actual.

Todo ello es un campo de reflexión para el gestor cultural muy importante para entender las nuevas competencias que ha de adquirir en su función en el futuro.

Bibliografía

ALONSO, J. A. (2009). «Cultura y desarrollo: bases de un encuentro obligado». *Revista de Occidente*, nº. 25, pp. 9-20. Disponible en: www.ortegaygasset.edu

BOUND, K. *et al.* (2007). *Culture is a central component of international relations: It's time to unlock its full potential*, Londres, Demos. Disponible en: www.demos.co.uk

DELGADO GÓMEZ-ESCALONILLA, L., FIGUEROA, M. (2008). *Los compromisos internacionales de España en materia de cultura. Documento de trabajo 4/2008*, Madrid, Real Instituto Elcano. Disponible en: www.realinstitutoelcano.org

ÍÑIGUEZ HERNÁNDEZ, D. (2006). «La acción cultural exterior y la eficacia del poder blando». *Política Exterior*, v. 20, nº. 111, pp. 165-176.

MARTINELL SEMPERE, A. (2006). «Hacia una nueva política cultural exterior». *Análisis del Real Instituto Elcano (ARI)*, n. 127. Disponible en: www.realinstitutoelcano.org

MARTINELL SEMPERE, A. (2007). «Cultura es desarrollo» en M. Iglesia Caruncho (coord.), *Avances y retos de la cooperación española: reflexiones de una década*, Madrid, Fundación Carolina-Siglo XXI, pp. 185-195.

MARTINELL SEMPERE, A. (2008). «La cooperación internacional y el desarrollo en el marco de la Convención sobre la protección y la promoción de la diversidad de las expresiones culturales»” en G. Carbó Ribugent (coord.), *La cultura: estrategia de cooperación al desarrollo: Girona, 21-24 de noviembre 2007*, Girona, Documenta Universitaria.

MARTINELL SEMPERE, A. (2009). «Situar la evaluación en cultura y desarrollo» en J. Escudero (coord.), *Cómo evaluar proyectos de cultura para el desarrollo: una aproximación metodológica a la construcción de indicadores*, Madrid, AECID, pp. 323-331. Disponible en: www.ccemx.org

MARTINELL SEMPERE, A., (coord.) (2010). *Cultura y desarrollo: un compromiso para la libertad y el bienestar*, Madrid, Fundación Carolina-Siglo XXI.

MARTINELL SEMPERE, A., CARBÓ RIBUGENT, G. (coords.) (2010). *Cultura, empleo y desarrollo*, Girona, Documenta Universitaria.



Cultural cooperation

Alfons Martinell Sempere

1. Cooperation as human activity

The concept of cooperation has many meanings and interpretations that have been incorporated into human activity since time immemorial, in another step of our evolution from the first social organisations up to the structure of contemporary societies. We could say that cooperation is at the heart of the human condition and socialisation. In order to ensure their needs and integrity, people require highly varied cooperation processes that match the level of development and characteristics of the activity. Every community is formed under the principle of cooperation, which takes on different aspects depending on the field or sector in which it is applied.

Cooperation enables us to survive and develop all our human potential which we would not achieve as individuals. The first social structures, such as families or clans, are cooperation-based structures which expand to other groups and organisational levels in each context and in each time period.

In an excellent work reflecting on contemporary society, the sociologist R. Sennett analyses the human processes of socialisation and the processes of human activity. In his trilogy, which begins with *The Craftsman*, he presents an

excellent panorama for understanding the configuration of cultural actions and activity.

- Cooperation lubricates the machinery needed to make things and co-participation can compensate for that which we perhaps lack as individuals.
- Cooperation as a skill requires individuals to have the ability to mutually understand one another and to respond to the necessities of others in order to act together. But it is a thorny process, full of difficulties and ambiguities, and it often has destructive consequences.
- Cooperation could be defined as an exchange in which the participants benefit from the meeting.
- Cooperation increases dialogue skills.
- Modern society has weakened cooperation in various ways. The most direct of these weaknesses is related to inequality.
- We are losing the cooperation skills required to function in a complex society.

A first level of reflection concerns the idea that cooperation forms part of everyone's relationship with culture.

When talking about cooperation in culture, even though it may seem obvious, we must consider its own peculiarities and its relations with other human activities, seeing as it is at the core of the social function of the individual. Exercising cultural management forms part of cooperation as a human activity.

2. Cooperation in basic cultural activity

All cultural acts that are handed down, in the family or in the community, from tradition or history are the result of a more or less successful cooperation process between generations. Likewise, all cultural expressions require a cooperation process between people and groups. Creativity, although it is perceived as an individual process, has a preliminary and subsequent cooperation phase that influences its results. The processes of education and the acquisition of skills in expression and creativity are actions that occur prior to the cultural manifestation, seeing as we could consider education as a very broad cooperation process. On the other hand, cultural works require cooperation for the processes involved in their exhibition, sale, promotion, maintenance, etc.

Culture invites cooperation on many levels, some of which are spontaneous and others which are a product of intentionality, with the purpose of improving individual possibilities and sharing one’s values or expressive processes with others.

Firstly, all people require, in the satisfaction of their cultural needs, different kinds of cooperation processes depending on their lifestyles. Similarly, all communities structure their cultural lifestyles around an ample system of cooperation interactions in order to organise themselves and build a common cultural life.

Communication between people is essential for sharing values, lifestyles and symbolic representations which favour a sense of belonging and collective identity.

Cooperation is essential in processes of expression, by way of the various artistic languages, thus achieving its own end which is communication.

In order for cooperation to reach levels that can satisfy needs and expectations, it requires cultural management that incorporates this factor into its activities. The management of culture is the management of different classes of cooperation.

3. Cultural life: a space for cooperation and the guarantee of cultural rights

The Universal Declaration of Human Rights and the International Covenant on Economic, Social and Cultural

Rights define “participation in cultural life” as a fundamental right which must be protected and guaranteed to its fullest extent. See Article 27 and Article 15 respectively.

This right has become a principle which cultural management must take onboard as a primary social purpose for its function. Individual or collective participation in cultural life requires a set of interactions and organisational processes which incorporate the available resources and lifestyles, which in turn involve different social subjects.

Cultural life can be understood as the primary level of social function of a community, city, society or state in which individuals cooperate and share with their peers a great variety of expressive experiences and creative phenomena, leading to a collective memory or lifestyle. Cultural life is configured as the result of interactions occurring between individuals or social groups, as carried out in order to satisfy their own cultural needs through cooperation processes.

Cultural life represents the expression of a social group, community or society, passing through tradition and collective memory with the topicality and contemporaneity of a certain moment in a given context. It is manifested in various forms, actions, languages, organisations, businesses, industries, systems, etc. and it is characterised by its own diversity and internal complexity.

Cultural life is produced between people, communities and social interactions in cohabitation processes as a human process that has the aim of satisfying cultural necessities, a sense of belonging and the desire to share common heritage with others.

These processes take place via a set of actions and activities with goals and objectives that require specific individual or community management with the intention of satisfying cultural expectations. This management may take place in private or in one’s public life, at an individual level, at a group level or in the entire population, depending on the different states and situations.

For the full unfurling of cultural life, it is important for the persons and social groups to assume their role as subjects, so as to be involved in and manage said processes. The broad range of interactions and cooperation between people and groups shows the social nature of cultural life and the level of democratic participation in these matters within a certain context.

Cultural life which brings together people, groups, organisations and institutions cannot be developed as a right without a level of cooperation with different dimensions, levels and fields.

The organisation of cultural life, as a response to the needs of people and communities, requires the establishment of cooperation systems via the organisation of intermediary spaces and instruments, the establishment of codes of cohabitation, and the installation of conflict regulation systems that allow high levels of cooperation.

Cooperation allows us to develop human and cultural rights.

4. Cooperation in the contemporary cultural system

Nowadays, the broad concept of culture, or cultural management, cannot be understood without accepting that our complex societies have been configuring a cultural system as a social sub-system that interacts with other systems within the complex workings of contemporary society.

Accepting this fact alters the traditional discourses that understand culture only as the cultural policies or the cultural sector, i.e. from a socio-economic perspective. The cultural system is much more extensive than the traditional governmental cultural departments and it is inscribed into a set of practices, instruments and elements that directly affect the cultural life of citizens.

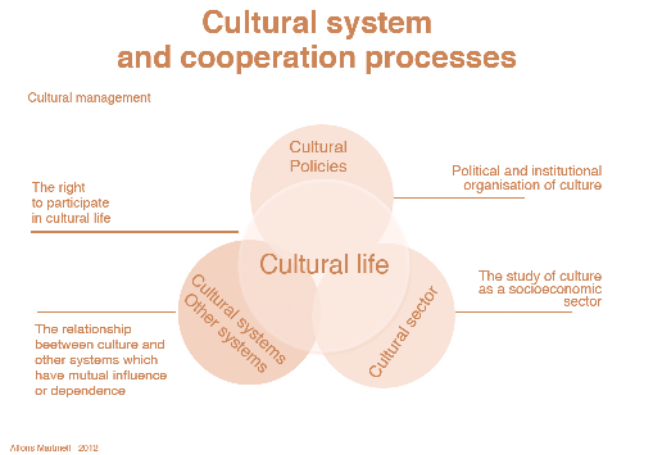


Fig. 1

At present, we accept that culture forms a very extensive system with various sub-elements and instances that interact with each other, generating a broad flow of relations. As established by the theory of systems, when there is more interaction and cooperation between the different elements

of a cultural system, it becomes more coherent, wide and extensive, thus ensuring its existence (or subsistence) in a broader context.

Cultural systems require their various actors or agents to cooperate closely as a factor of survival and full development.

Cooperation in the creative-expressive process. Cooperation in production-dissemination

There are always high levels of cooperation in the course of an expressive-creative activity. They make it possible and enable it to achieve all of its purposes. Despite creation being very often considered as an individual and isolated action, reality reveals the large number of interactions and collaborations that make it possible. These are started in a prior stage, perhaps during the learning process that is a requirement for the creation’s execution and potential dissemination.

The basis of contemporary creation in general, but more significantly in that which requires a complex production process (music, film, theatre, etc.) is permanent cooperation between different roles. Co-production, in its modern sense, is the most obvious expression of the union between management and cooperation. Furthermore, the mise-en-scène of various creations (theatre, concerts, dance, editing, etc.) is founded on cooperation between various people in order to produce the final result. For example, a concert is the result of an individual’s work but also of the very extensive cooperation efforts made in the rehearsals. This is the reason why cooperation forms part of the fundamental core of cultural processes. Cultural management is the force between these processes and takes on different functions based on the characteristics of each action. The idea of cultural design is inscribed in the coordination between the various participants who are involved in a large network of cooperation that produces an established final objective.

Cooperation and the political system

The governance of culture is organised from community-level departments up to state structures, depending on each country’s configuration of political structures and its history. We mustn’t forget that in all political processes, the cultural dimension is very important as an element that fashions a way of living together.

The modern, democratic political system is organised around the definition of levels of responsibility that interact and cooperate with each other in order to produce the

objectives and values of a society. We could say that a political system becomes more democratic when a formal organisation of cooperation relationships is established between the various units of which it is composed. Local, regional and national levels of political representation assume their duties in the cultural system in accordance with the constitutional bases and the state's legislation model.

Within this framework of cooperation, the state must maintain relationships with the private sector, civil society and other social actors.

Territorial cultural cooperation

Territorial cultural cooperation is the result of a set of practices and functions that are motivated by three factors:

- The influence of the structure of the representational political system which attributes certain functions and competencies to the various administrative levels in the field of culture. In recent years in Spain, systems have been created, based on its legal framework, for cooperation between the central government, autonomous communities, provincial councils and town councils (called counties in some areas). In order to achieve their objectives, certain levels of cooperation are required between the various administrations and this occurs through a large number of instruments. These include simple subsidies, contracts and co-organisation, up to the creation of large-scale, stable conventions. This type of cooperation is based on the collaboration necessary for the minimal establishment of the public administrative structures in the field of culture. This is based on the principles and values of the fundamental legal frameworks. The ultimate goal is to guarantee cultural rights and access to culture, based on territorial compensation systems or a countermanding of the function of the cultural market.
- The discursive ability of the various cultural agents in a territory (neighbourhood, city, county, region or country). This is needed for mutual recognition and cooperation in the achievement of their objectives and needed to harmonise the range of cultural activities of the structures of civil society. The level of cooperation in a territory contributes to the creation of the social

fabric, citizens' networks and more extensive collaboration systems. These are capable of providing their own responses and making their own initiatives in cultural life, outside of the roles of the public administrations. Cooperation between cultural agents enables them to offer more programmes and a better range of activities, and to improve efficiency from the perspective of proximity or action in a certain space.

- In addition to the cultural agents and the administrations, territories can witness the convergence of a large number of actors who are directly or indirectly related to the cultural sector, having a noticeable influence on the contributions and gains. Similarly, we may see cooperation with other sectors that have an influence on the cultural life of a territory. We refer here to the relationship between education and culture, tourism and culture, the environment and culture, social cohesion and culture, etc. Based on cooperation processes, these relationships influence the possibilities of the cultural sector as well as culture's influence on other fields. Despite the evidence, this type of cooperation was transcendent for the democratisation of

Foreign cultural actions
are understood as the
projection of the culture
(or cultures) of a diverse
country into international
spaces.

culture, with direct repercussions on citizens, and it represented a very important development factor in the democratisation of post-dictatorship Spain.

5. International cultural cooperation

Foreign cultural actions

Generally speaking, these are taken to be the various interventions, programmes and endeavours that are carried out in the framework of foreign policy. They also include the functions of a country's diplomatic representatives, as realised in order to promote its culture beyond its own borders. This responsibility requires coordinated participation from ministries of foreign affairs (chancelleries) and ministries of culture; otherwise it can sometimes lead to permanent problems in many countries, as demonstrated by the debates and changes in their structures. Likewise, there is a debate on the function of cities and regions in the desire to put foreign cultural policy into practice.

Foreign cultural actions are understood as the projection of the culture (or cultures) of a diverse country into international spaces. Cultural actions are carried out through cultural embassies, cultural centres and other bodies in foreign countries. They are organised via a set of activities and endeavours which enable the image of a country's culture to be presented to a globalised world.

The cultural actions of embassies facilitate cultural management by those responsible for culture, offering cultural products that circulate around various countries. This creates a network of bilateral cultural exchanges. The intention is to produce permanent coordination between the various ministries and governmental departments which influence the country's foreign presence.

It channels the expressions, with their different forms and languages, of the country's cultural institutions and organisations in order to attain a greater level of internationalisation in cultural actions. To achieve this, it is important for governmental structures to bear in mind the reality of the cultural sector, the cultural agents of the territory and everything that is representative of internal cultural life. There is a danger that foreign cultural actions are only taken to be the actions of the top levels of state or those of certain cultural groups.

International cultural relations

Cultural action was an instrument in the service of official diplomats, used by states for their relations

and approaches in their contacts and agreements that accompanied the diplomatic relations. But nowadays, this point of view has been expanded by new perspectives and possibilities, by the value and contribution of culture to a better comprehension of the "other," with this becoming an essential aspect to incorporate into international relations. International cooperation facilitates the mutual understanding of different cultures and it creates the conditions for pacific co-habitation and greater exchange between citizens and civil societies. Cultural cooperation goes beyond foreign cultural actions with the objective of acting together so as to foster knowledge and respect for otherness, based on trusting relationships which facilitate peaceful co-habitation in international cultural spaces.

But these practices call into question the exclusivity of the state's role in cultural cooperation, whose actions have increased with the emergence of new civil and private organisations which act within the field of international relations, at the margins or in parallel with official articulations. This fosters lighter bilateral nexuses and it forms artistic and cultural networks which act, in certain cases and situations, more spontaneously, quickly and efficiently. Cultural cooperation enables citizens to participate more, thus becoming a very important value in integration processes. This can be observed when considering its function in various international encounters. Said process is shown by new communication and travel possibilities, as well as in the states' loss of exclusivity in international relations. It is also inscribed in the emergence of a new side of international cultural cooperation which must be adapted to said changes and possibilities.

The encouragement of cultural cooperation as a vehicle of exchange and mutual recognition between countries and their cultures. Shared actions via the bi-directional flow of culture, allowing a greater understanding of the other and the cultural relations between civil societies. We understand cultural cooperation as an equitable and egalitarian relationship with expressive forms that serve the purpose of the cultural enrichment of our societies. Cultural cooperation must become a tool for approaching and respecting, complementing other types of international relations. It pursues recognition of the other and shared development in order to guarantee cultural diversity as the heritage of humanity, as proposed by UNESCO.

- Culture is an essential element in the development of a comprehensive international cooperation policy which is in accordance with the demands of the current situations. We must not forget

that the majority of conflicts and international problems stem from an increasingly evident cultural component which, on occasion, is not incorporated into the political analysis. In this respect, foreign action policy is supplemented and enriched with the fostering of international cultural cooperation.

- International cultural cooperation is a subject that involves all social agents (public administrations, the private sector and civil society) and the government's function within it is to facilitate, stimulate and encourage. This means that platforms and networks for dialogue must play a very important role.
- We understand international cultural cooperation as a set of exchanges that can include real channels for the circulation of cultural realities in both directions. This generates encounters and continuous dialogue via various agreements and conventions in the field of culture and science.

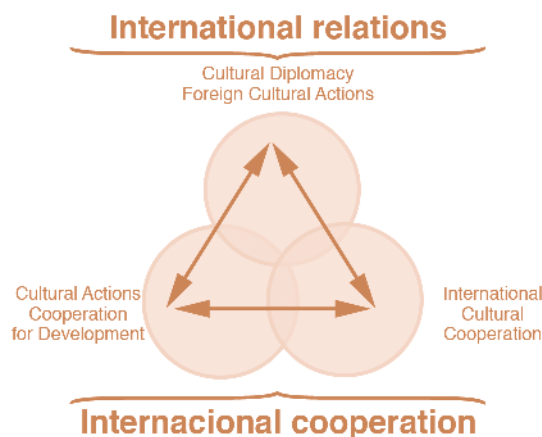


Fig. 2

Cooperation for development and culture

Beyond the different definitions and concepts of development in a contemporary context, as can be found in various documents and publications, it is important to address the characteristics of the relationship between culture and development. Questions about the contribution of culture to development and to the Millennium Development Goals have been asked in many ways which we can analyse. This is based on what we have called the added value of culture for

development or the specific and differing impacts that this field has had on the completeness of development.

Culture has great symbolic value as an expression of identity and lifestyle. “Culture can be considered as the set of distinct, spiritual, material, intellectual and emotional traits that characterise a society or social group. It also includes art, literature, lifestyles, fundamental human rights, systems of values, traditions and beliefs.”

Therefore, it is the way in which a society expresses itself and situates its cultural life in a globalised society. It seeks respect for its unique aspects and diversity, based on the principles we find in various declarations from the international community.

Policies that recognise cultural identities and favour diversity do not cause fragmentations, conflicts or authoritarian practices, nor do they reduce the rhythm of development. These policies are viable and necessary, given that the usual source of tensions is the elimination of groups that identify themselves by way of their culture. The recovery and maintenance of cultural identities, and their contact and exchanges with other cultures, based on respect for cultural liberty, are the preconditions of developmental processes. Nobody can be unaware of the difficulty of identifying and objectifying these preconditions, but it is clear that they exist as the essence for the fostering of positive social dynamics which influence development.

Cultures and the effects of cultural life very clearly affect what have been called “intangible values” and these have a great impact on all aspects of political and social life. Cultures give “added value” to the configuration of citizenship, through cultural life that includes: popular expressions in celebrations and traditions, the experience of the recovery of public spaces, cohabitation with a community and numerous services, etc. These are social activities and experiences that facilitate social cohesion and citizens’ dignity. They also influence governability as a development factor and the search for common wellbeing. The reduction of the cultural exclusion of social groups and the defence of the concept of “cultural liberty,” as cited in the 2004 UNDP report as an element of the defence of identity, is the basis for more involving policies which influence the basic conditions for achieving the Millennium Development Objectives.

Education and culture provide basic elements for the generation of individual and collective skills, and they affect other sectors by contributing to the development resulting from cooperation systems. The function of creativity, the stimulation of expressiveness, the search for quality and

excellence in culture all influence innovation processes which enable a greater exploitation of the potential of a social reality for the appropriation of its own development processes or the resolution of its problems. Many cultural programmes find great difficulties when calculating and measuring these impacts, which in turn are very important in the results of other fields and which we cannot forget or depreciate in the face of the seduction of other variables which are presented more empirically.

Studies and research into the economy of culture and the study of the cultural sector as a “cluster” have shown very clear results about the role of culture as an economic and social sector. These lines of work have provided research which has analysed and assessed the participation of culture in each country’s GDP or satellite accounts, based on the various indicators and the available sources of information which are still very limited.

The cultural sector has specific weight in the field of development policies, without depreciating the intangible and the consideration that culture is transversal within development. Another such consideration is that the cultural life of a community, based on the creation, production and dissemination of cultural assets has large repercussions, due to its symbolic value, but also as a factor of economic growth. Cultural businesses and industries can represent a very important dynamic in some countries, in what some call the management of creativity itself. In this respect, programmes that have helped the cinema, publishing, music and recording industries, as well as the artisanal, design and fashion sectors have shown very significant results.

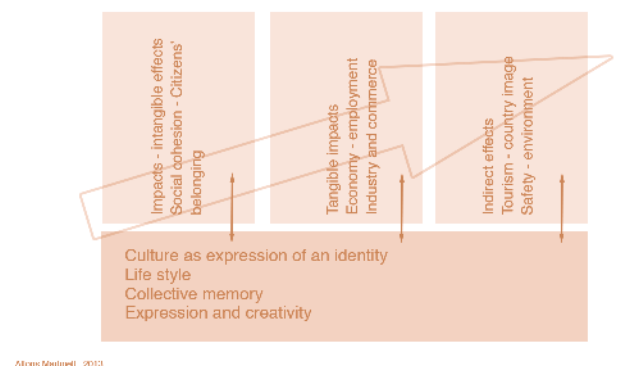
The activities of the cultural sector have a strong impact on local economies and are capable of creating employment with very specific characteristics. As Greffe reflected in 1999: the evaluation of cultural employment requires us to consider that which is thought of the cultural activities themselves, but non-cultural employment must be added to cultural activities and cultural employment to non-cultural activities. This expresses the difficulties in its quantification but its impacts highlight the fact that cultural life can contribute to the dynamics of development and economic growth in contemporary society, if we make the most of its full potential.

It is clear from the foregoing reflections that cultural life generates indirect impacts in other sectors or activities which in turn add value to that which is cultural, allowing the development of very clear contiguous sectors. A clear example of this can be seen in tourism, not only in what has

been called cultural tourism but in the conversion of various patrimonial assets of culture (museums, archaeological sites and remains, architecture, folklore, traditional celebrations, etc.) into tourist destinations which complete the range of activities on offer in this industry. Likewise, we can also consider the attraction of visitors to cities with a high cultural component, etc.: the impact of these would not be possible without certain public cultural policies which support the restoration and maintenance of cultural heritage, as part of a wide and comprehensive vision. But we can also highlight the indirect effects of culture in its contribution to the creation of safer spaces for citizens through the recovery and use of public spaces. This is done via the installation of cultural equipment or programmes in older, degraded areas or in marginal or abandoned areas.

The dynamics that are likely to generate development circulate all around the various contributions of culture, with this encompassing both the more classic concepts of traditional values and lifestyles that are vitally important in some contexts, and also the new face of highly globalised societies which combines local processes with high levels of cultural mobility in contemporary situations. These new visions enable us to continue specifying political programmes and international cooperation projects that can help the Development Assistance Committee member states on a possible path to finding, within their own cultural identities, forms of cohabitation and modernisation. They must find these to satisfy the cultural needs of their citizens and to make use of the chances for improving their opportunities to have an impact on basic under-development problems.

Impacts or effects of culture from the point of view of development



Alfonso Matute 2013

Fig. 3

How is the cultural dimension specified in development?

Based on all the international level precedents, the cultural dimension of development has always been present in one form or another in the realities of cultural communities or societies. It has become incorporated thanks to varied and wide-ranging actions and cooperation which different social actors have been carrying out within the framework of their functions.

People, communities, societies and countries have always maintained a level of cultural action which, due to its own dynamics, has contributed to development. Furthermore, other fields and sectors of development policies (education, healthcare, gender, governability, etc.) have always considered culture as a vector to be born in mind, giving it more or less unequivocal consideration. In the majority of cases, the dynamism of local action is one of the characteristics of the incorporation of culture into development aspects.

Perhaps the most determining factor in specifying cultural interventions that emphasise development is found in the analysis of the intentionality of a policy, whether it is public, private or from the third sector.

There are standpoints which considered native or traditional cultures as impediments to progress, economic growth and therefore development. These were more prevalent decades ago but still persist in some hidden attitudes.

There are also passive standpoints which overstress the importance of culture using rhetoric, with very nationalistic points of view or identities that are defensive but manifestly passive in their failure to incorporate culture into political priorities, in their respect for cultural liberty and in their decisions to provide minimal economic resources.

Moving to more proactive standpoints, through the channel of development planning with the incorporation of all aspects of culture, as based on explicit political decisions; these allow cultural life to be placed as the focus point of development and social participation.

Lastly, we cannot forget the great importance of the individuals, groups, communities, social organisations, NGOs, etc. who form what is known as civil society and who maintain a commitment to culture in support of their cultural values. Many cultures owe their permanence to these cooperation processes that go beyond the interventions carried out by the various departments of the state or international organisations.

We believe that these four levels coexist in reality with more or less influence on international cooperation in the field of culture and development. Some of them coexist in the space and time of a certain context and form social capital that is capable of assuming development through cultural life. But the most important aspect to highlight is the efforts made through ascending or descending dynamics to achieve synergies and agreements for development policies through culture, based on consensus, complementarities and respect for cultural liberty.

Based on these considerations and the theoretical frame of reference, it is important to present some forms of organisation in which the presented thoughts may coincide. Within the great variety of possibilities, we could specify the following organisational elements:

- The social and cultural organisations of communities which maintain a vocation for participation in cultural life are structured so as to manage creativity, artistic expression, lifestyles, traditions, the preservation of collective memory and cultural heritage, the cultural education of new generations, etc. This is based on their own plans, with or without the support of governmental authorities, international cooperation or similar organisations. These organisations interpret collective needs and respond appropriately with their actions, depending on the available resources, channelling entrepreneurship from a wide sector of civil society. Their ends may be different but they influence the maintenance of cultural identities and a cultural life that aligns with their options within a framework of freedom.
- Development plans can be established through different governmental departments at a local, regional or national level, as the expression of public policies that respond to the problems of their context. These plans can be incorporated into the cultural dimension as another core of their vocation or they can ignore it. Likewise, some governmental establishments decide to produce specialised strategic plans within the field culture, in order to more vigorously highlight and reinforce the differential aspects which culture contributes to development. This leads to greater effectiveness of all the potentials of their social reality.



- Similarly, the functions of multilateral bodies include the establishment of programmes in which culture is incorporated into more general plans or specific cultural programmes such as certain funds within the priorities of their institutional mandates.
- In the field of international cooperation for development, some donating countries, as we have seen, establish specific strategies within the field of culture and development, as part of their priorities for negotiation with the member states. Likewise, these countries foster international cooperation based on more involvement from their cultural sector, in defence of cultural diversity, cultural exchange and mutual recognition between cultures. They also favour the participation of certain countries’ cultures in broader spaces and markets for the dissemination of their cultural activity and the projection of their creativity.

This extensive set of possibilities is weaving the practices and structures through which are constructed the current models of programmes and projects for cooperation between culture and development, based on the standpoints and guidelines which have been built over these last decades.

Without intending to exhaust all the possibilities, the majority of current practices in specific, culture-based projects are being developed in the following fields:

- The cultural training of the general population so as to encourage individual and collective abilities, so that it can take on the management of its own cultural life.
- The protection, recovery, restoration and addition of value to both material and immaterial cultural heritage, i.e. traditions, celebrations, folklore, etc.
- The recovery of a collective’s memory, the study of its own history and forebears so as to reinforce its cultural identities.
- The structuring of cultural governance in accordance with lifestyles, guaranteeing the defence of general interests and the public service of cultural goods and services.
- The configuration of national and international legal statutes that safeguard culture (patrimonial assets, protection of copyrights, defence of historic archives, etc.) or strengthen its possibilities

(audiovisual, access to international markets, external projection, the media, etc.).

- The conservation, study and projection of minority or threatened languages.
- The incorporation of the cultural dimension into the educational system so as to raise awareness of the value of cultural diversity.
- The encouragement of artistic training into the various expressive disciplines that represent cultural life. This stimulates creativity and new forms of learning in artistic languages.
- Help in the configuration of the cultural sector within a country’s economy. This encourages cultural businesses and industries and access to international markets.
- The strengthening and protection of artists, creators and cultural entrepreneurs, as the drivers of development and the creation of employment.
- The strengthening of independent processes for the management of different media outlets on different supports.
- The defence of the cultural rights of citizens and processes for helping the most vulnerable cultural communities.
- Help for participation in international settings in defence of one’s interests and the projection of culture.

6. Elements and actors in cultural cooperation

The implementation and management of cultural cooperation processes in general requires a series of elements, actors and abilities that need to be analysed. Cultural management must have mechanisms for identifying the reality of its field of action and for evaluating its situation so that decisions can be made.

We could affirm that the morphology of cultural cooperation requires certain components depending on its context and these can be summarised thusly:

- The need for the presence of various social and cultural agents who are the protagonists in the cooperation processes (see the cultural agents unit).
- The reality of each country’s legislative/legal framework, as the expression of the existence of facilities, rights and guarantees for freedom of cultural cooperation.

- The level of implementation, within the territory, of the cooperation initiatives and actors, as well as compensatory mechanisms for areas that are on the periphery or isolated. The level of mutual recognition between agents.
- Cooperation is not possible without a project mentality. The existence of all types of cultural projects is the highest expression of cultural cooperation.
- The availability of a capacity for cooperation management, based on processes of agreement, consensus, bargaining, co-management, co-production, etc.
- The capacity for work on the information and communication networks of contemporary society.
- The existence of open access information systems and transparency regarding resources, data, etc.

It is important to have an intense debate on the need to delve into broader and more open cooperation processes between people, territories, countries and cultures. Perhaps now is the time to find new practices for a new context, as stated by Castells: “We have entered a truly multicultural

and inter-dependent world that can only be understood and changed from a plural perspective which articulates cultural identity, global interconnection and multidimensional politics.”

For Reflection

As we have seen, cultural cooperation is at the centre of cultural life and the exercise of fundamental rights as human activity.

Cultural management influences widespread cooperation processes offered by culture, making it a fundamental element for professional practice and for situating the principles and values of culture in contemporary society.

Furthermore, cultural cooperation in international relations is another area of action and reflection that is gaining importance due to the great dynamism of global cultural citizens in their cooperation processes. Likewise, the changes in our societies are highlighting the crisis of the classic states in their approach to the possibilities of assuming their roles in the current context.

All of this is a very important matter for reflection for cultural managers to understand their new responsibilities that they must take on in the future.

AUTOR

David Roselló Cerezuela

ADSCRIPCIÓN PROFESIONAL

Consultor cultural

TÍTULO

La evaluación de proyectos y procesos culturales

CORREO-E

david@nexecultural.com

RESUMEN

Este documento presenta la evaluación de los proyectos culturales en toda su extensión. La evaluación tratada por sí sola no tiene sentido si no se la define como un aspecto directamente ligado al diseño del proyecto y a su desarrollo. Así, se debe concebir la evaluación como un instrumento para la mejora de los proyectos, buscando siempre detectar la manera de reconducirlo para optimizar el logro de los objetivos, la redefinición del proyecto o la reconducción de los elementos de su producción.

PALABRAS CLAVE

Proyectos culturales; desarrollo cultural; evaluación de proyectos culturales.

AUTHOR

David Roselló Cerezuela

PROFESSIONAL AFFILIATION

Consultor cultural

TITLE

The evaluation of cultural projects and processes

E-MAIL

david@nexecultural.com

ABSTRACT

This document presents the entire scope of the evaluation of cultural projects. Evaluation in itself makes no sense unless it is defined as an aspect that is directly linked with the design of a project and its progress. Therefore, evaluation must be thought of as an instrument for improving projects, always seeking to find the way to redirect them so as to optimise the achievement of the objectives, the redefinition of the project or the redirection of the elements of its production.

KEYWORDS

Cultural projects; cultural development; evaluation of cultural projects.

La evaluación de proyectos y procesos culturales*

David Roselló Cerezuela

1. La evaluación, una herramienta al servicio de los proyectos y las políticas culturales

Evaluar expresa, ante todo, la voluntad de mejorar los proyectos culturales en curso o futuros. Y esto es tan aplicable a los que ya terminaron con éxito como a los que les queda una sensación de fracaso. Por lo tanto, no evaluamos para premiar o castigar los equipos de profesionales que desarrollan los proyectos, sino siempre para mejorar estos proyectos en su desarrollo presente y futuro.

La evaluación de los proyectos culturales comporta actualmente, a la vez, interés por desarrollarla adecuadamente y dudas sobre cómo hacerlo. La ciencia social y la experimentación profesional han aportado múltiples respuestas tanto conceptuales como instrumentales. Aquí se combinan ambas.

En la gestión de las políticas culturales se aplican estas aportaciones conceptuales a la práctica profesional. Se busca ante todo, la herramienta útil para nuestro trabajo, por encima de la perfección académica aunque esta nos ayuda a mejorar nuestro trabajo. Así, la evaluación de los programas, proyectos, equipamientos y acciones culturales tendrá que

saber adaptarse a las necesidades de trabajo de las instituciones, equipos y profesionales, y no necesariamente al revés si se quiere que sea efectiva.

Finalmente, hoy en día está ya muy aceptado que la evaluación de un proyecto cultural es imprescindible para saber si estamos trabajando en la dirección adecuada o debemos modificar algún aspecto del proyecto. Demasiado a la moda en los últimos tiempos, el tema de la evaluación ha sido motivo de preocupación para unos y ejercicio de laboratorio para otros. Sin caer en un extremo («en cultura no se puede evaluar de manera precisa y todo intento nunca reflejará la realidad») ni en el otro («absolutamente todo es medible con una precisión matemática») debemos hacer el esfuerzo para encontrar el punto de equilibrio que dé más credibilidad a los proyectos. Cuanto más complejas son las realidades, más necesario se evidencia el proceso de evaluación.

2. Hablemos de definiciones

Definir la evaluación ayuda a darle a esta un sentido u otro. Veamos:

*. Este artículo se inspira en gran medida del libro del mismo autor: D. ROSELLÓ (2004). *Diseño y evaluación de proyectos culturales*, Barcelona, Editorial Ariel.

Hay dos grandes visiones de la evaluación:

- Una mirada hacia atrás:
Evaluar se asocia, a menudo, a una revisión valorada del trabajo hecho hasta la fecha, en la que se destacan básicamente los logros y los fracasos. Se comprueba, mediante una batería de indicadores prefijados, hasta qué punto se han logrado o se están logrando los resultados que nos habíamos marcado. En definitiva responde a la pregunta ¿Cómo fue todo, se lograron los resultados deseados?
- Una mirada hacia delante:
Evaluar se asocia a un ejercicio de revisión encaminado, básicamente, a mejorar el proyecto en su continuidad, próximas ediciones u otras versiones futuras. Responde a la pregunta ¿Qué hay que cambiar para mejorar?

Técnicamente se usarán los mismos instrumentos y metodología pero el sentido y la intención final puede variar de una a otra visión. La opción que se hace aquí es la segunda: evaluar tiene mayor sentido en la medida que permite mejorar actuaciones posteriores. Para ello, evidentemente, deberemos revisar el trabajo realizado.

Una definición de síntesis y más completa sería:

La evaluación es un proceso sistemático mediante el cual se obtiene la información necesaria sobre los resultados, previstos o no, y el funcionamiento de un proyecto cultural para saber en qué medida se logran los objetivos y se desarrolla la producción, y poder tomar así las decisiones oportunas para reconducir dicho proyecto mediante la modificación de cualquiera de sus aspectos (ROSELLÓ, 2004).

3. El momento de pensar en la evaluación

En muchos esquemas de planificación, se sitúa la evaluación al final, como un cierre del proyecto o como un retorno de contraste del diagnóstico. Pero es preferible situar la evaluación en el conjunto del esquema, en cada una de sus fases, que deberán y podrán ser evaluables. Así, se plantea la previsión de evaluación de los resultados cuando se definen los objetivos, y se determina la previsión de evaluación del desarrollo del proyecto en el momento de definir los elementos de la gestión: planificación general, formación del equipo, plan de

Finalmente, hoy en día está ya muy aceptado que la evaluación de un proyecto cultural es imprescindible para saber si estamos trabajando en la dirección adecuada o debemos modificar algún aspecto del proyecto.

comunicación, requisitos infraestructurales, presupuesto, etc.

La previsión de la evaluación no es, por lo tanto, una fase más del proyecto, sino que está presente, de manera transversal, en la mayoría de sus fases. Así, aquí se aborda un proceso que se inicia en el diseño mismo de cada parte del proyecto, que se ejecuta a lo largo del desarrollo del mismo y que se cierra una vez finalizado el proyecto con la ejecución de la mencionada evaluación.

En consecuencia, trabajaremos la previsión de la evaluación de cada capítulo del esquema de nuestro proyecto, aunque luego podamos agrupar todos los aspectos ligados a la evaluación en un capítulo diferenciado.

4. Otros términos usados

Hay otros términos usados como sinónimos de evaluación, cada uno de ellos con sus matices y aportaciones:

- Valoración: término menos comprometido que evaluación, pero se usa como sinónimo.
- Seguimiento: hace más referencia al proceso de la evaluación que a sus resultados. Insiste en su carácter continuo o permanente.
- Supervisión: puede destacar el carácter jerárquico del proceso de evaluación.
- Control: término genérico asociado a evaluación

- Control estratégico: más utilizado en el sector privado. Indica una comprobación o verificación de un proceso para anular cualquier desviación.
- Monitorización: destaca el carácter permanente en la obtención y análisis de datos necesarios para conformar la evaluación.
- Memoria: hace referencia al documento final que recoge los resultados de la evaluación.

En un sentido más exacto, alguna/os autora/es consideran que el diagnóstico previo a la definición de un proyecto es ya en él mismo una evaluación de la realidad en la que nos disponemos a intervenir. Aunque formalmente esta acepción es correcta y gran parte de la metodología e instrumentos pueden ser los mismos, el sentido es diferente: el diagnóstico busca conocer una realidad sobre la que todavía no hemos intervenido para definir una propuesta de acción. La evaluación, vista como se enfoca aquí, es una visión sobre nuestras intervenciones, primero la pasada, para encarar la futura.

5. ¿Por qué se evalúa un proyecto cultural?

Identifiquemos algunas razones por las cuales debemos evaluar:

- La razón principal para evaluar un proyecto, ya lo hemos visto, es para mejorarlo ya sea en su desarrollo actual, ya sea en futuras ediciones: reorientación de los objetivos, cambios en contenidos, estrategias o actividades, mayor dotación de medios, modificación en el modelo de gestión y de planificación, cambio de público destinatario, etc.
- También puede servir para justificar la necesidad o idoneidad de un nuevo impulso que continúe o complemente las propuestas del proyecto existente.
- Suele ser menos frecuente, pero ¿por qué no?, los resultados de la evaluación pueden servir para acordar la extinción del proyecto si se detecta que no hay motivo alguno para su continuidad. Por ejemplo, porque ya se han logrado los objetivos propuestos.
- Finalmente, la evaluación sirve para tomar decisiones institucionales de orden interno: una remodelación del equipo, un reconocimiento profesional, un ascenso, un premio, un incremento de medios, pero también un castigo, una destitución, un despido, una disminución de medios, etc.

- Fuera de esta lógica, se puede evaluar un proyecto simplemente como un acto rutinario de mecánica administrativa (se evalúa y se archiva el documento) pero que no repercutirá en nada.

6. ¿Por qué NO evaluamos?

Igual que hay motivaciones para evaluar las hay, en la práctica, para no hacerlo. Estas no suelen ser tan explícitas pero acaban marcando los hechos en los equipos y en los proyectos. Dicho de otra manera, si todo el mundo lo reconoce como un tema clave en la gestión de la cultura, ¿por qué nos cuesta tanto evaluar nuestros proyectos?

Veamos algunas razones:

- La razón última de nuestro proyecto es la simple realización de la actividad (no hay proyecto que vaya más allá). Una vez ésta se ha llevado a cabo se considera que el proyecto se ha desarrollado convenientemente. No hay otros objetivos que la acción por la acción.
- Se desprecia o desvaloriza la evaluación. Al no ser aparentemente tan urgente como el desarrollo del proyecto, se deja la evaluación para más adelante, para «cuando haya tiempo»... pero nunca se encuentra este tiempo.
- Se cree innecesario establecer un proceso riguroso. Basta con una simple percepción nuestra. Se suele caer en un cierto estado de auto-complacencia que anula todo espíritu crítico.
- Se busca el método perfecto para evaluar de una manera absolutamente fiable. Se puede llegar a una auto-exigencia paralizadora que nunca llega a encontrar la manera de evaluar y termina dejándola de lado.
- Se desconoce la metodología para hacerla.
- Se tiene miedo a los resultados, sobre todo cuando éstos deberán exponerse en público o ante clientes, patrocinadores, medios o directivos de la institución. Se temen las consecuencias. Cuanta más información se muestre, más vulnerable se estará a posibles críticas.
- Se considera que el resultado de la evaluación, sea lo que sea, tampoco afectará el futuro del proyecto y no conllevará cambios sustantivos. La lógica de los proyectos está desligada de su propia evaluación. Se puede ver, entonces, como una pérdida de tiempo.

- Se ve difícil establecer una causalidad directa entre nuestras intervenciones y unos resultados que pueden ser debidos a otros factores del mismo contexto.
- Se ve la evaluación como algo externo al equipo, que debe ser realizado por otra persona o agente.
- Se tiene la tendencia a guardarse la información que se tiene y cuesta exponerla públicamente.
- Se ve como la evaluación al equipo y no para el equipo.
- Nuestros interlocutores (jefes, clientes, patrocinadores, etc.) no valoran el esfuerzo hecho en la evaluación y apenas se la miran.
- Si nadie nos la pide... ¿para qué hacerla?

La consecuencia de todas estas situaciones es que, por una razón u otra, se acaba no haciendo la evaluación de un proyecto o no se hace con todo el rigor necesario.

7. Ventajas de evaluar un proyecto cultural

Cerrando esta primera parte, debemos tener claros los argumentos a favor de evaluar. Así, aunque nadie nos lo pida, reconozca o valore, como profesionales que somos, tendremos el convencimiento propio de que estamos obrando correctamente. A modo de recopilación, ahí van algunos argumentos.

La evaluación de un proyecto sirve al equipo para:

- Reorientar el sentido y la aplicación del proyecto para lograr los objetivos deseados u optimizar los recursos empleados para ello.
- Mejorar el proyecto en ediciones futuras.
- Generar nuevas propuestas para nuevos proyectos o intervenciones.
- Innovar en los proyectos para no seguir siempre en lo mismo.
- Comparar, con la cautela por la diferencia de contextos, diferentes proyectos o intervenciones.
- Poder demostrar ante terceros los éxitos logrados.
- Mostrar un método de planificación y evaluación a la gente nueva en el equipo o en la profesión.
- Apreciar y valorar en el seno del equipo el trabajo realizado y visibilizar los resultados obtenidos, tanto si son positivos como negativos.
- Generar un debate interno en el equipo que va más allá de los elementos de la acción.

- Demostrar al público el interés por los resultados... y podérselos transmitir.
- Ofrecer una imagen de seriedad y profesionalidad ante terceros.
- Consultar el proyecto y su memoria en el futuro, identificando las causas de los éxitos y de los fracasos de los proyectos propios y ajenos.

8. ¿Qué ámbitos evaluamos?

Una vez tenemos el convencimiento claro de que hay que hacer siempre una buena evaluación de nuestras intervenciones, nos disponemos a ver cómo hacerla. Y lo primero que nos preguntamos es: ¿exactamente qué ámbitos hay que evaluar? Para ello necesitamos remitirnos al esquema que hemos empleado para elaborar el proyecto: la evaluación se llevará a cabo en diferentes partes de dicho esquema.

Este es:

Presentación

Breve Resumen

I. Bases Contextuales del Proyecto

1. Finalidades
2. Dinámica Territorial
3. Dinámica Sectorial
4. Encuadre en el Contexto de Otras Políticas
5. Origen-Antecedentes
6. Análisis Interno de la Organización Gestora

Diagnóstico

II. Definición del Proyecto

7. Destinatarios
8. Objetivos y Previsión de Evaluación
9. Contenidos
10. Líneas Estratégicas
11. Acción
12. Modelos de Gestión

III. Producción del Proyecto

13. Planificación de la Producción
14. Estructura Organizativa y de Recursos Humanos
15. Plan de Comunicación
16. Requisitos Infraestructurales y Técnicos
17. Aspectos Administrativos y Jurídicos
18. Gestión Económica y Financiera
19. Otros Factores
20. Proceso de Evaluación

Bibliografía (si se considera necesaria)

Y a partir de él establecemos 5 ámbitos de evaluación, cada uno de ellos correspondiendo a una parte del esquema:

Ámbito del contexto:

- Evaluaremos el buen diagnóstico del contexto. ¿El punto de partida del proyecto era correcto? Miraremos hasta qué punto hicimos un buen análisis de la realidad en la que se inscribe el proyecto y si llegamos a un buen diagnóstico. En todo caso, nunca debe ser excusa para justificar el no haber logrado los objetivos deseados. Equivocarse en el análisis del contexto es tan grave como hacerlo en la ejecución del proyecto.

Ámbito de los resultados u objetivos

- Evaluaremos los resultados obtenidos y medidos mediante indicadores cuantitativos y cualitativos previamente fijados. Nos indica la eficacia del proyecto: ¿hemos conseguido los objetivos que nos habíamos propuesto? Seguramente es la parte más importante de la evaluación, sobre la que centraremos más esfuerzo, tiempo y energía. Nos acaba midiendo hasta qué punto se han obtenido los objetivos/resultados deseados. Justifica, por lo tanto, el sentido concreto de desarrollar o haber desarrollado el proyecto y de cómo seguir con él.

Ámbito de la definición

- Evaluaremos los demás aspectos que definen un proyecto para saber hasta qué punto fueron bien establecidos y cumplen con su función de contribuir a la obtención de los objetivos. No hay una lista universal y cerrada de indicadores de evaluación de la definición del proyecto.

Ámbito del proceso

- Evaluaremos el funcionamiento, de acuerdo con lo previsto, de todos los elementos que constituyen el proceso de producción o gestión del proyecto. Nos indica la eficiencia del proyecto en el caso que se obtengan los resultados deseados.

Ámbito del impacto

- Finalmente, evaluaremos la repercusión del proyecto a largo plazo y a gran escala. A veces se observa su aportación a un programa o plan más amplio. La evaluación de impacto tiene un carácter político general y puede ser que no la hagamos nosotros/as sino un/a cargo superior dentro la institución o, directamente, un/a cliente externa/o.

9. ¿Cómo evaluamos?

Es necesario saber en cada caso qué ha funcionado mejor y peor, y preguntarse la razón de por qué ha sido así. Además plantearemos soluciones de mejora, ya sea en un proyecto en curso, ya sea al final de un proyecto con posible continuidad.

Para ello nos dotamos de un cuadro completo que va más allá de la lista de éxitos y fracasos. Los podremos usar tanto para la evaluación de objetivos o resultados como para la evaluación de la definición y del proceso.

Aspectos positivos			
Elemento del proceso/ resultado	Aspecto positivo	Razón	Cómo mantenerlo
...			
...			

Aspectos negativos			
Elemento del proceso/ resultado	Aspecto negativo	Razón	Cómo mantenerlo
...			
...			

Veamos algunos ejemplos:

Evaluación de objetivos o resultados

Aspectos positivos			
Elemento del proceso/ resultado	Aspecto positivo	Razón	Cómo mantenerlo
Objetivo 1:...	Se consiguió en gran medida (80% del resultado deseado)	El equipo tenía muy interiorizada la importancia de conseguir el objetivo 1	Mantener el trabajo de motivación sobre el equipo
...			

Aspectos negativos			
Elemento del proceso/ resultado	Aspecto negativo	Razón	Cómo mantenerlo
Objetivo 2:...	Sólo se consiguió una pequeña parte...	No se previó la reacción de una parte del público	Crear las condiciones contemplando la reacción del público
...			

Evaluación del proceso

Aspectos positivos			
Elemento del proceso/ resultado	Aspecto positivo	Razón	Cómo mantenerlo
La producción	El cronograma se cumplió	La directora del proyecto fue muy exigente con ello	Mantener la función y el nivel de exigencia sobre el equipo
...			

Aspectos negativos			
Elemento del proceso/ resultado	Aspecto negativo	Razón	Cómo mantenerlo
Las infraestructuras	Los aparatos técnicos no siempre han funcionado bien	Nadie sabía cómo funcionaban los aparatos técnicos	Contratar a una persona experta en estos aparatos técnicos
...			

10. ¿Cuándo se realiza la evaluación?

La evaluación de un proyecto se hace a lo largo de todas sus fases:

- Diseño/planificación (antes de llevarlo a cabo)
- Ejecución (durante su desarrollo)
- Posterior (al terminar el proyecto).

Para ello se utiliza dos visiones complementarias:

«Película»:

Es la evaluación constante a lo largo del proyecto. Se trata de una evaluación continua y poco profunda. Sirve para detectar disfunciones en tiempo presente, para hacer un seguimiento en el que lo que importa es el resultado global. Por su inmediatez y rapidez se obtienen resultados poco detallados pero actuales. Se materializa en las reuniones regulares y rápidas en las que el equipo hace un repaso general del proyecto. Se evalúa, sobre todo, el proceso de producción y los pequeños resultados inmediatos. Y permite tomar decisiones en el momento para reconducir la marcha del proyecto. Se basa en percepciones pero también en valores de los indicadores que ya podemos medir.

«Foto»:

Es la evaluación que se hace periódicamente en diferentes momentos puntuales del proyecto y, sobre todo, a su fin. Se trata de una evaluación más en profundidad y en un momento fijado que ya es pasado. Sirve para detectar aciertos y errores para reorientar, si cabe, el proyecto o pensar ya en la próxima edición. Lo que importa es el estado concreto del proyecto en un momento dado. Se obtienen los resultados con detalle y profundidad pero desfasados, el proyecto sigue su curso o se ha terminado. Se materializa en los informes o reuniones específicas de balance de la situación del proyecto, con instrumentos y datos precisos. Se evalúa la globalidad del proyecto, en todas sus fases.

Los dos puntos de vista evaluativos se complementan aportando lo mejor de cada uno y lo que no proporciona el otro. Cuanto más largo en el tiempo es un proyecto, más justificado está el uso de ambos sistemas.

Tanto en un caso como en otro tiene que preverse la evaluación dentro el calendario de trabajo del equipo gestor. De no hacerse así al principio, una vez entrados en la acción, es más difícil pensar en ella. En algunos casos hay que prever el coste de la fase evaluativa en el presupuesto (expertos externos, encargo de informes, etc.)

11. ¿Quién realiza la evaluación?

Aquí igualmente hay dos posibilidades que también pueden complementarse entre ellas:

La evaluación interna

Es la que realiza el propio equipo «desde dentro» del proyecto. La lleva a cabo la misma gente que ha diseñado y gestiona el proyecto con la ventaja que lo conoce bien pero con el inconveniente que es más difícil ser objetivo, sobre todo si uno se implica a fondo.

De manera general es preferible que todo el equipo se implique en la evaluación, para que sea entendida como una responsabilidad del equipo sobre el trabajo de toda/os. Así, además, cada cual podrá y deberá asumir su parte en los éxitos y los fracasos.

La evaluación externa

Es la que realiza un agente externo al equipo y se hace «desde fuera» del proyecto. Si es una persona sin relación jerárquica se asimila más a un apoyo o un asesoramiento. Si es alguien con relación jerárquica superior se asemeja más a un control. Tiene la ventaja de ser más objetiva por tener un punto de vista menos comprometido con el proyecto y los efectos de sus resultados y el inconveniente de desconocer a fondo el proyecto.

12. Métodos generales de evaluación

De manera muy general hay 4 tipos de evaluación de los cuales en la gestión cultural trabajaremos básicamente con dos de ellos, aunque los otros dos siempre pueden ayudar en momentos y situaciones concretas. Veamos cuales son:

Evaluación experimental

Se basa en la comparación de diferentes realidades en las que se ha intervenido de una manera, con una realidad sin tratamiento. Es un método más apropiado para pruebas científicas en las que se puede controlar todas las variables y modificar o aislar sólo una de ellas. En proyectos culturales suele ser poco útil para evaluaciones a corto plazo. Puede servir para observaciones a largo plazo cuando en una determinada realidad se ha venido trabajando con un modelo diferenciado del resto. Es el caso de los proyectos piloto. Obliga a conocer muy bien la influencia de todos los factores contextuales presentes. Ejemplo: se aplica un modelo de gestión a 3 equipamientos

culturales de la ciudad y a otro no. Al cabo del tiempo se compara el resultado de los 3 con el proyecto no intervenido.

• **Evaluación reflexiva (también conocida como ante-post)**

Se basa en la comparación de una realidad antes y después de la intervención. Es el método más utilizado en las políticas y la gestión cultural puesto que el análisis del contexto se hace dos veces, a poder ser, con los mismos métodos de análisis de la realidad. La primera nos sirve para fijar los objetivos y la segunda para comprobar si los hemos logrado. Este método nos permite seguir la evolución de un proyecto en el tiempo, por ejemplo, año tras año. Ejemplo: tenemos la trayectoria de un festival en los últimos 5 años. Evaluamos su comportamiento en el sexto año a poder ser con los mismos indicadores que antes.

• **Evaluación transversal**

Se basa en la comparación con otras realidades en las que se ha intervenido de manera parecida. Es un método utilizado para comparar diferentes proyectos o partes del mismo entre sí. Instintivamente lo hacemos muy a menudo. Se trata de darle una dimensión más estructurada con elementos que se puedan comparar teniendo en cuenta que cada realidad es diferente. Por ello es un sistema en el que todo es siempre relativo. Aun considerando este factor puede dar una señal de disfunción en un proyecto determinado. Ejemplo: evaluamos la gira de un grupo artístico en diferentes ciudades del país. No siempre podremos usar los mismos indicadores porque cada realidad (ciudad, espacio, tiempo, agentes,...) es diferente.

• **Evaluación de opinión**

Se basa en la opinión de personas expertas sin tener que buscar datos comparativos concretos. Es el menos conciso de todos los métodos pero a menudo es el más fácil, rápido y barato de aplicar. Aun estar siempre presente, este método puede ser un buen complemento de los otros pero no debería ser el único de que disponemos. Sirve para una primera impresión momentánea de cómo va un proyecto o de su resultado final. A veces per-

mite saber aquello que las cifras no dicen. Es casi indispensable en evaluaciones muy cualitativas o subjetivas. La opinión de personas expertas puede ser muy interesante en los proyectos. Ejemplo: queremos evaluar la calidad de la obra expuesta en una convocatoria de artistas locales.

Ningún método es excluyente. Suele convenir el uso combinado de distintos métodos, se enriquecen y complementan mutuamente.

13. Los indicadores, herramientas para la evaluación

La evaluación requiere de unos instrumentos que llamaremos indicadores que nos ayudan a medir y conocer, tanto a lo largo del proyecto como al finalizar este, la situación detallada del mismo, los resultados obtenidos de acuerdo con los esperados y la aplicación de las fases de la producción o gestión.

No existe una lista universal y cerrada de indicadores válidos para la evaluación de todo proyecto. Si cada proyecto tiene unos objetivos propios, ha de tener unos indicadores de evaluación propios. Cada equipo debe establecer los indicadores de evaluación que le son más propicios para poder medir el éxito de su proyecto. No obstante, algunos de ellos, de resultados y, sobretudo, de proceso (número de asistentes, desviación de presupuesto o impacto en los medios de comunicación, por poner unos ejemplos) suelen estar presentes en muchos proyectos. En muchos casos el equipo debe crear indicadores nuevos que le den información precisa para su proyecto.

El indicador de evaluación nos informa de una situación o de un resultado. Sin contraste con algún valor de referencia es un simple dato que no sirve de mucho. Comparado con un valor conocido (por ejemplo, el del año pasado o el de otro proyecto) nos aporta información sobre su evolución. El equipo debe analizar entonces la razón de los cambios observados. El resultado obtenido por la suma de indicadores sirve entonces para tomar decisiones dado que raramente un solo indicador nos permite evaluar un proyecto sino que la suma de varios indicadores ofrece la posibilidad de medir el logro de todos los objetivos y estos, a su vez, llevarán a confirmar si sí, si no o en qué medida el proyecto (o sea sus objetivos) ha sido exitoso.

Ejemplo:

- El diagnóstico nos indica que el año pasado se vendieron 350 catálogos de media de cada exposición.

- El objetivo actual es «incrementar la cifra promedio de catálogos vendidos en cada exposición hasta los 400 ejemplares».
- El indicador de evaluación será: «Número promedio de catálogos vendidos en cada exposición». Tendrá unas condiciones de aplicación del tipo: en un periodo de tiempo, sin contar los obsequiados, incluyendo las ventas por Internet, no incluye devoluciones y desapariciones, etc.
- El resultado obtenido tendrá un sentido en la medida se acerque a los 400 ejemplares. Se puede contemplar una horquilla de +/- 10%, entre los 360 y 440 catálogos, dentro la cual se considera logrado el objetivo. Muy por debajo de esta cifra

se considerará un fracaso: no se alcanzó el objetivo. Y habrá que buscar las razones de ello. Muy por encima seguro que será visto como un éxito espectacular... pero entonces habrá que hacerse la pregunta: ¿por qué no se supo prever un resultado más grande?

De acuerdo con los contenidos de la evaluación hay indicadores en los diferentes ámbitos, ya vistos anteriormente, en los que esta se organiza. Aquí se presentan sólo algunas posibilidades:

Ámbito del contexto

Miden cómo es y evoluciona el entorno en el que se inscribe el proyecto. Habrá indicadores que ayudan a



conocer el territorio, el sector, las políticas, etc. Permiten hacer un diagnóstico del proyecto (ver apartado de contexto o diagnóstico en el capítulo de Diseño de proyectos culturales).

Ejemplo: número de bibliotecas existentes en el municipio (para un proyecto de fomento de la lectura).

De manera más concreta podemos valorar si supimos:

- Presentar, justificar, argumentar y documentar bien la o las finalidades.
- Analizar bien el contexto territorial en el que se inscribía el proyecto.
- Conocer bien a fondo el sector cultural del que trataba el proyecto.
- Detectar las políticas existentes que podían darle sentido y cobertura.
- Identificar unos antecedentes o referentes, ya sean propios o ajenos en los que inspirarse o apoyarse.
- Analizar bien a fondo las fortalezas y las debilidades de nuestra organización o equipo de trabajo.
- Conocer bien a fondo nuestro público destinatario (si lo consideramos elemento de contexto).

Ámbito de los resultados u objetivos

Aquí es imposible generalizar. La definición de indicadores dependerá de los objetivos de cada proyecto. Miden si se han obtenido o no, y en qué medida, los objetivos planeados o resultados deseados.

Ejemplo: número de nuevos carnets de socio registrados en las bibliotecas locales durante el tiempo de ejecución de un proyecto de fomento de la lectura (admitiendo que incrementar el número de carnets fuera un objetivo).

Ámbito de la definición

Miden hasta qué punto los elementos de la definición del proyecto, otros que objetivos, (destinatarios, contenido, estrategias, acciones y modelo de gestión) fueron bien establecidos y cumplen con su función de contribuir a la obtención de los objetivos. Aquí se presentan algunos usados de manera bastante común, de acuerdo con los diferentes capítulos que configuran la definición del proyecto.

Ejemplo: implicar a las asociaciones del barrio en el proyecto (es una estrategia) ha servido para lograr mejor los objetivos (para un proyecto de fomento de la lectura). Sin ellas hubiera sido imposible alcanzarlos.

De manera general nos preguntaremos:
Indicadores de evaluación sobre la elección de los destinatarios

- ¿Era el grupo elegido el más indicado para alcanzar los objetivos? ¿Lo conocíamos bien?
- ¿Se pudo actuar de manera homogénea sobre el grupo? Si no, ¿en qué aspecto el grupo era demasiado heterogéneo (edad, procedencia, nivel, interés, etc.)?
- ¿Cómo reaccionaron los destinatarios a nuestras propuestas? ¿Quién y en qué mejor o peor?
- ¿Ha habido concordancia entre destinatarios y objetivos?
- ¿La interacción entre los grupos (si tenía que haber) ha funcionado?
- ¿Se hubiera podido actuar también sobre otro grupo?
- ¿Qué otro grupo de destinatarios será preferible para otra vez?
- ¿El grupo de destinatarios era el más adecuado a la trayectoria de nuestra organización?
- ¿El grupo de destinatarios era el más adecuado a nuestros recursos?

Indicadores de evaluación del contenido del proyecto

- ¿En qué medida el contenido elegido era el más adecuado para alcanzar los objetivos? Si no, ¿qué otros contenidos permitirían alcanzarlos mejor?
- ¿El contenido ha sido adecuado al grupo de destinatarios?
- ¿El contenido era adecuado a la identidad y trayectoria de nuestra organización?

Indicadores de evaluación de las estrategias o metodología del proyecto

- ¿En qué medida las estrategias eran las más adecuadas para alcanzar los objetivos? Si no, ¿qué otras estrategias permitirían alcanzar mejor los objetivos?
- ¿Las estrategias han sido adecuadas al grupo de destinatarios?
- ¿Las estrategias han sido adecuadas a la identidad de nuestra organización?
- ¿Las estrategias han sido adecuadas a nuestros recursos?

Indicadores de evaluación de las acciones del proyecto

- ¿En qué medida las acciones eran las más adecuadas para alcanzar los objetivos? Si no, ¿qué acciones o tipos de acción permitirían alcanzar mejor los objetivos?
- ¿Las acciones han sido adecuadas al grupo de destinatarios?
- ¿Las acciones han sido adecuadas a la identidad de nuestra organización?
- ¿Las acciones han sido adecuadas a nuestros recursos?

En el capítulo de las acciones/actividades también valoraremos su desarrollo:

- ¿Las acciones se han llevado a cabo de acuerdo con los criterios previstos?
- ¿Hubo que cambiar algún aspecto de las acciones? En caso afirmativo ¿se supo reaccionar correctamente?

Indicadores de evaluación del modelo de gestión de un proyecto

- ¿En qué medida el modelo de gestión era el más adecuado para alcanzar los objetivos? Si no ¿qué otro modelo de gestión permitiría alcanzar mejor los objetivos?
- ¿Cómo ha funcionado/respondido cada uno de los agentes implicados? ¿Se han cumplido las previsiones y acuerdos establecidos?
- ¿El modelo de gestión ha sido adecuado a la identidad de nuestra organización?
- ¿El modelo de gestión ha sido adecuado a nuestros recursos?
- ¿Todos los agentes se han sentido cómodos con su responsabilidad en este modelo de gestión?

Ámbito del proceso

Miden el uso racional de los recursos utilizados para conseguir los objetivos.

Ejemplo: el correcto funcionamiento de los recursos infraestructurales empleados en el proyecto. Se supone que si los medios cumplen su función, el proyecto se desarrolla con mayor eficiencia y, por lo tanto, se alcanzan más fácilmente los objetivos.

Tampoco hay una lista única de indicadores, pero aquí se presentan algunos de los más comunes, ordenados por los capítulos de la producción. En especial nos interesa saber:

Indicadores de evaluación de la planificación de la producción

- ¿Se ha cumplido el cronograma de trabajo? ¿Por qué?
- ¿Las tareas estaban bien definidas?
- ¿Estaban bien temporalizadas y secuenciadas (duración y situación en el tiempo)?
- ¿Las tareas estaban bien adjudicadas a personas y equipos?
- ¿Se hubiera podido hacer de otra manera?
- ¿Se ha tenido que hacer tareas no previstas? ¿Por qué? ¿Se resolvió bien?
- ¿Se hizo un buen seguimiento del cumplimiento del cronograma?
- ¿Se supo dar respuesta a los posibles desvíos del cronograma?
- Propuestas de mejora para futuras ocasiones

Indicadores de evaluación del equipo humano

- ¿El equipo de trabajo estaba bien definido (número de personas, formación, perfiles, funciones, etc.)?
- ¿La coordinación funcionó? ¿En qué mejor y en qué peor?
- ¿La obtención y circulación de la información, la toma de decisiones, la ejecución de las decisiones, etc. fueron las correctas?
- ¿La relación y coordinación con otras instituciones y equipos funcionó?
- ¿Los conflictos o desacuerdos se resolvieron?
- ¿Se hubiera podido hacer de otra manera?
- Propuestas de mejora para futuras ocasiones

Indicadores de evaluación del plan de comunicación

- ¿La comunicación/difusión permitió el éxito de las actividades? ¿Por tanto, el logro de los objetivos?
- ¿Era adecuada a los destinatarios?
- ¿Era coherente con los principios de la institución?
- ¿Han funcionado el mensaje, los canales, los soportes, los instrumentos, las cantidades, las ubicaciones, el coste...?
- ¿El plan de patrocinio funcionó (si lo hubo)?
- ¿Se hubiera podido hacer otro tipo de comunicación con mejores resultados?
- Propuestas de mejora para futuras ocasiones

Indicadores de evaluación de las infraestructuras y requisitos logísticos y administrativos

- ¿Funcionaron al servicio de la actividad? ¿En qué mejor y en qué peor?
- ¿Se han resuelto correctamente las incidencias?
- Propuestas de mejora para futuras ocasiones

Indicadores de evaluación de la gestión económica y financiera [Este capítulo puede tener autonomía propia como memoria económica]

- ¿Se cumplió el presupuesto: ingresos y gastos previstos? ¿Por qué? ¿Se supo reaccionar a los desvíos presupuestarios detectados?
- ¿La financiación/plan de tesorería funcionó?
- Propuestas de mejora para futuras ocasiones

Ámbito del impacto

Miden los logros a largo plazo. Puede ser que no los mida el mismo equipo sino un cargo superior con más visión de conjunto o perspectiva temporal.

Ejemplo: incremento paulatino, año tras año de los índices de lectura en el municipio. Se mide con encuestas de hábitos culturales y se pueden cruzar los datos con el uso de las bibliotecas, las ventas en librerías, etc.

A su vez diferentes proyectos y sus objetivos pueden requerir de:

- Indicadores cuantitativos: mediciones, registros, etc. Aportan datos precisos que podemos clasificar, tabular, comparar, etc. Son únicos e incontestables, compartidos por todo el mundo.

Ejemplos: número de entradas vendidas en un concierto, de personas que asistieron a un espectáculo de circo en la calle, de documentos consultados en el archivo cultural local, de visitas a una página Web, etc.

- Indicadores cualitativos: observaciones, opiniones de expertos, etc. Aportan visiones personales que incluso pueden ser contradictorias entre ellas pero que ayudan a ver aspectos que las cifras no siempre indican.

Ejemplos: crítica de los medios de comunicación sobre un proyecto determinado, opinión de personas expertas acerca de las obras expuestas en una bienal, posicionamiento de las entidades culturales sobre una propuesta cultural, etc.

Como tantas veces, el uso combinado de indicadores cuantitativos y cualitativos ayuda a hacerse una idea mucho más sólida y completa de los resultados.

14. Características de los indicadores

Está muy determinado como deben ser los indicadores de evaluación para que sean realmente útiles al equipo (en particular los cuantitativos). En muchos casos se podrá acudir a los indicadores habituales y en otros habrá que diseñarlos específicamente para el proyecto. Sea como sea, los indicadores tienen que ser:

- Ligados a los objetivos específicos y a los contenidos del proyecto.
Los indicadores dependen de los objetivos ya sea en relación directa (a cada objetivo le corresponden sus indicadores de evaluación), ya sea en relación de conjunto (al conjunto de objetivos le corresponde un conjunto de indicadores), según sea el caso.
- Actualizados.
Los indicadores deberán ser regularmente actualizados en la medida que cambia el contexto, los objetivos, el equipo o los instrumentos y posibilidades de evaluación.
- Fijados previamente al inicio de la producción del proyecto (los de proceso) o a su realización (los de resultados).
Para ser objetivos y honestos, los indicadores nos tienen que servir para llevar a cabo la evaluación y no al revés: a partir de los resultados observados crear los indicadores a medida que más nos convengan... y que seguro acabarán por definir el éxito de nuestra acción. Esto evita hacerse indicadores o evaluaciones “a medida” (y siempre falsamente exitosas) al terminar el proyecto: siempre acabaremos encontrando una razón para considerar que el proyecto ha ido bien.
- Objetivos, neutros, no interpretables
Todo el equipo tiene que compartir la misma noción de lo que se quiere medir y de cómo hacerlo, sin interpretaciones posteriores que ayuden simplemente a justificar un objetivo no alcanzado o un aspecto de la producción que ha funcionado mal. Para ello es conveniente debatir los indicadores en el seno del equipo y no darlos por entendidos prematuramente ni generar redactados confusos. La pregunta que nos hacemos es ¿Seguro

que la medición de estos indicadores nos permite conocer el logro de un objetivo determinado?

- Medibles de manera sencilla.
El indicador tiene que poder ser comprobado de la manera más fácil posible para que sea útil al equipo. Indicadores muy interesantes y apasionantes pero de difícil medición no sirven de mucho.
- Accesibles de acuerdo con nuestros recursos.
De la misma manera la medición de algunos indicadores de evaluación es conceptualmente muy sencilla pero extremadamente costosa o compleja con los medios que disponemos, lo que traducido a hechos reales, la hace imposible de ser llevada a cabo.
- Fiables o confiables
Los indicadores tienen que dar siempre el mismo resultado cuando se midan más de una vez en el mismo contexto y proyecto. Y, en todo caso, cualquier cambio en el indicador debe corresponder a un cambio en la variable que mida.
- Sensibles a las pequeñas variaciones del contexto.
En cultura, a menudo se trabaja con pequeños avances en los hábitos de las personas en el conjunto de la población. El indicador tiene que ser capaz de detectar estas posibles variaciones mínimas.
- Perdurables en el tiempo.
Los indicadores deben poderse comparar en un mismo proyecto en el tiempo para observar su evolución, sobre todo cuando trabajamos a largo plazo.
- Comparables con los de otros proyectos.
En la medida que sea posible, es conveniente que los indicadores tengan un carácter universal que permita comparar un proyecto con otro (con toda la cautela necesaria debido a las diferentes realidades del contexto).
- Comprobables por terceros.
Para garantizar su objetividad es imprescindible que los indicadores sean, en su obtención y en

No existe una lista universal y cerrada de indicadores válidos para la evaluación de todo proyecto. Si cada proyecto tiene unos objetivos propios, ha de tener unos indicadores de evaluación propios.

su registro, comprobables por agentes externos al proyecto que puedan testificar, en un momento dado, de su autenticidad.

Sistema SMART

En inglés existe una versión simplificada de estos criterios aplicados a los objetivos, y por lo tanto a sus indicadores de evaluación, e identificados con el acrónimo SMART:

- Specific: específicos, claros, concretos y detallados.
- Measurable: medibles, cuantificables,
- Agreed to: acordados, consensuados, aceptados.
- Realistic: realistas, posibles, alcanzables.
- Time constrained: limitado o acotado en el tiempo.

Alguna/os autora/es mencionan la “A” como Achievable o Attainable, o sea, alcanzable, posible.

15. Los instrumentos para obtener la información

A menudo la dificultad de la evaluación no es tanto fijarse un indicador sino encontrar la manera de medirlo y obtener un valor para él. La ciencia social aporta algunos instrumentos que, bien desarrollados, ayudan a obtener información y opinión. Estos son algunos de ellos:

- Registros: censos, estadísticas existentes, actas de reuniones, documentos de trabajo de orden interno, etc.
Se trata de documentos que reflejan datos concretos e informaciones útiles para la evaluación. Puede que sean generados por el propio equipo o por otros agentes (instituciones públicas, fundaciones de estudios, etc.). Nos ayudan a obtener información tanto de tipo cuantitativo como cualitativo. A menudo, estos mismos registros nos ayudaron, en su momento, a establecer el diagnóstico del proyecto.

- Ventajas: son fáciles de obtener, suelen contener mucha información y son fiables.

- Inconvenientes: son fragmentarios y no siempre hay la información que nos interesa.
- Mediciones: conteo de personas, talonarios de ventas de entradas, ingresos y gastos económicos, etc.
Se trata del resultado de métodos que suele aplicar el propio equipo para obtener una información muy precisa de orden cuantitativo. Se pueden definir previamente a la actuación.

- Ventajas: son muy precisos, miden exactamente lo que nos interesa, permanecen en el tiempo, etc.

- Inconvenientes: pocos, si no es que precisan de sistemas cualitativos para su mejor comprensión. Suelen exigir tiempo y personal para su recopilación.
- Encuesta: de opinión, de hábitos, etc.
Se trata de un buen método para conocer la opinión de las personas en general y de los usuarios de nuestro proyecto en particular. Se realiza mediante sistemas técnicos de muestreo o se aplica a la totalidad de los usuarios si la cifra es manejable. Es importante saber plantear bien la encuesta en términos de temas, de conceptos, de preguntas, de opciones de respuesta, etc. Existe toda una técnica para plantear una encuesta que conviene manejar con rigor. Se

- pueden obtener informaciones de tipo cuantitativo y cualitativo.
- Ventajas: es la mejor manera de obtener información y opiniones de las personas, perdura en el tiempo, es comparable, etc.
 - Inconvenientes: técnica compleja que puede resultar costosa si se deja, recomendable, en manos de profesionales. No siempre es aplicable a nuestro público, puede comportar reticencias y engaños en las respuestas, etc.
- Entrevista personal:
Se trata de un método cualitativo de gran valor por la calidad de la información obtenida. Se basa en las opiniones de personas seleccionadas al azar o elegidas por su capacidad de visión sobre el tema tratado. Debe saberse realizar con todo su rigor para no condicionar en las opiniones o desperdiciar informaciones destacadas. Existe toda una técnica para realizar una buena entrevista personal. En algún momento, las entrevistas pueden ser un buen complemento de las encuestas u otros medios cuantitativos.

- Ventajas: se obtiene información o matices sobre datos que otros sistemas no aportan. Es un sistema que aporta opiniones cualificadas, tiene un bajo coste y requiere poco tiempo.

- Inconvenientes: los resultados son poco objetivos, dificultad de generalización y de contraste. Hay que saber manejar bien la técnica de la entrevista.
- Entrevista grupal.
Se trata de un método para percibir la opinión, posicionamiento, información, etc. de una comunidad a partir de la selección aleatoria o con variables controladas de un grupo reducido de personas. A medio camino entre la entrevista, por su dinámica, y la encuesta, por su mecánica en el muestreo, es un método cuantitativo consistente en extraer la información de un grupo que representa a la comunidad. Requiere de un muy buen manejo técnico del método.

- Ventajas: utilidad del método para la obtención de información, sobre todo de tipo cualitativo, que otros métodos no aportan.
 - Inconvenientes: dificultad del manejo del método, coste si lo realiza un profesional y poca objetividad y cuantificación en la información obtenida.
- Observación.
Se trata de un método simple de llevar a cabo pero complejo de analizar si no se sabe cómo hacerlo. Depende mucho de la capacidad de percepción y del punto de vista del observador. Suele utilizarse como complemento de todos los métodos anteriores. Ayuda a entender situaciones que sólo con la observación directa pueden ser comprensibles.

- Ventajas: su sencillez en la aplicación, su alto valor informativo y su bajo coste.

- Inconvenientes: la complejidad de analizar lo observado, la difícil generalización y cuantificación de cuanto se observa y la posibilidad que requiera mucho tiempo.
- ### 16. Fases de la evaluación
- La evaluación, tanto la de resultados como la de proceso y otras, tiene un recorrido temporal en etapas que se deben desarrollar en toda su extensión. Estas son:
- Fase del diseño: es el momento en que se decide la idoneidad y el tipo de evaluación: su metodología, los instrumentos (indicadores y otros), la temporalización, los agentes que la llevarán a cabo, etc.
 - Fase descriptiva: consta de la recogida, ordenación y sistematización de información sobre los aspectos previstos pero también sobre los imprevistos. Se hace mediante técnicas e instrumentos diseñados en la fase anterior.
 - Fase comparativa o valorativa: es el análisis y comparación de los datos obtenidos en la fase descriptiva, y se hace contrastándolos con los valores expresados en el diseño del proyecto. Se busca saber hasta qué punto se han con-

- seguido los resultados esperados o deseados pre-establecidos en los objetivos y otros aspectos a evaluar.
- Fase de proceso: una vez conocidos y valorados los resultados obtenidos en el proyecto, se trata de hacer un estudio de las causas estos resultados y cambios observados, tanto si se trata de fracasos (objetivos no alcanzados o proceso fallido) como de éxitos (objetivos o proceso positivo). Nos preguntamos el porqué de estos resultados.
 - Fase de difusión: si el caso lo requiere, suele ser conveniente comunicar al equipo, a instancias superiores, a otros agentes o interlocutores o a la opinión pública los resultados de la evaluación. Puede ir desde un informe técnico interno hasta una memoria a publicar y publicitar.
 - Fase de la toma de decisiones: si es necesario, sobretudo en el caso de proyectos que están en activo o ediciones que se suceden en el tiempo, los resultados de la evaluación toman todo su sentido si sirven para efectuar algún cambio en la orientación general del proyecto o en su mecánica operativa.

17. Método de trabajo y ejemplos finales

- A modo de recopilación y ejemplos, se presentan 3 casos de complejidad diferente que comparten un recorrido común:
- La evaluación de resultados siempre parte de los objetivos definidos en su momento y la evaluación de proceso siempre parte del diseño de la producción en el esquema general del proyecto (ver esquema en apartado 8 de este documento).
 - En el diseño de objetivos o de la producción, se definieron unos valores descables a las distintas variables con las que se trabaja. En el caso de los objetivos, se les llama resultados y suelen ser numéricos. En el caso de la producción o proceso son estándares compartidos que ilustran el buen funcionamiento de todos sus aspectos.
 - A continuación se define un método de trabajo y unos instrumentos que permitirán conocer la nueva realidad fruto de nuestra intervención. Para ello se utilizan múltiples herramientas de captación de la información: recopilación documental, observación, registros, encuestas, cues-

tionarios, entrevistas, reuniones, grupos de discusión, redacción de informes, etc.

- Una vez obtenidos los valores de cada variable (de resultados o de proceso), se contrastan con el valor deseado y/o con estándares generales. Se obtiene así una ratio entre el resultado deseado y el obtenido.
- Paralelamente se hace una ponderación o importancia relativa de cada indicador en relación a los otros indicadores. Habrá unos más determinantes y otros menos.

Ejemplo 1 (Indicador cuantitativo)

Se trata de los casos más simples: objetivos cuantitativos, fáciles de medir con un solo indicador y de valorar.

- Objetivo: lograr un incremento del 10% de público en el festival de teatro en relación al año pasado (fueron 1.000 personas: lo sabemos por el diagnóstico que hicimos de nuestro proyecto)
- Método general: comparación entre el antes (resultado del año pasado) y el después (edición de este año).
- Indicador: número de espectadores de este año en relación a los del año pasado.
- Valor deseado del indicador: 1.100 personas (como mínimo).
- Instrumento: contabilización de la venta de entradas e invitaciones.
- Valor obtenido: 1.200 personas
- Ratio: 1.200 en relación a 1.000 representa un incremento del 20%. Hemos logrado, y superado, el objetivo.

Ejemplo 2 (Indicador cualitativo)

Se trata de los casos en los que se necesita una evaluación cualitativa, imposible de medir numéricamente

- Objetivo: incrementar la calidad de las obras expuestas en la muestra de artistas visuales, en relación a lo expuesto el año pasado.
- Método general: consulta de personas expertas del sector de las artes visuales para sondear su opinión. Son personas que visitaron la exposición del año pasado y emitieron su opinión, algo desfavorable sobre la calidad de la obra expuesta.
- Indicador: apreciación de mejora de la calidad en el sector.

- Valor deseado del indicador: opinión favorable sobre la muestra de arte, considerándola mejor que la del año pasado, en cuanto a la calidad de las obras.
- Instrumentos: entrevistas con expertos, opinión de los medios de comunicación, posicionamiento de las entidades artísticas, opinión expresada por el público en unas encuestas, etc.
- Valor obtenido: opiniones, críticas, manifiestos favorables.
- Ratio/resultado: opinión generalizada positiva, este año la calidad de la obra artística es mejor que la del año anterior: Hemos logrado nuestro objetivo.

Ejemplo 3 (Objetivo complejo - indicadores complementarios)

Se trata de Un objetivo complejo, no medible con un solo indicador.

- Objetivo: conseguir la participación de las entidades culturales en la organización de las fiestas del pueblo.
- Método general: combinación complementaria de diferentes indicadores medibles durante y al final del proceso.
- Indicadores: no existe un único indicador que mida por el mismo el concepto de participación, pero una suma combinada de indicadores puede orientar hacia la detección del éxito o del fracaso del proyecto.
- Valor deseado: se aplicarán diferentes valores según sea el indicador. En todos los casos el valor deseado y obtenido tiene que comportar una medida de éxito del objetivo. Se pueden comparar los valores con los de años anteriores del mismo proyecto o con valores de otras realidades.
- Instrumentos: múltiples instrumentos para medir el valor de cada indicador.
- Valores obtenidos: serán los de cada indicador una vez medidos con los instrumentos con los que nos hemos dotado.
- Ratio/resultado: valores obtenidos iguales o superiores en comparación con lo que se esperaba o deseaba. En general hemos logrado nuestro objetivo.

Indicadores	Valores deseados	Instrumentos
nº entidades implicadas/total	22 de las 37	Actas reuniones
Asistencia a reuniones	75% de las reuniones	Actas reuniones
Continuidad de la representación	80% de la anterior reunión	Actas reuniones
Aportaciones a las actividades	Mínimo 3 propuestas	Actas + observación
Responsabilidad de actividades	Mínimo 1 actividad/entidad	Programa
Cooperación en actividades	5 en total del programa	Programa
Debate para tomar acuerdos	90% de acuerdos	Observación
Toma de decisiones colectivas	Las 5 más importantes	Actas + observación
Nivel de satisfacción entidades	80% de las entidades	Memoria + observac.

Bibliografía

BOULMETIS,J., DUTWIN, Ph. (2000). *The ABCs of Evaluation: timeless techniques for program and project managers*, San Francisco, Jossey-Bass.

COHEN, E.; FRANCO, R. (2000). *Evaluación de proyectos sociales*, México, Siglo Veintiuno editores.

GASCÓ HERNÁNDEZ, M. (2003). *L'avaluació de polítiques públiques culturals: estudi empíric a l'Administració local*, Barcelona, Escola d'Administració Pública de Catalunya. Disponible en: www20.gencat.cat

ROSELLÓ i CEREZUELA, D. (2011). *Diseño y evaluación de proyectos culturales*, Barcelona, Ariel.



The evaluation of cultural projects and processes

David Roselló Cerezuela

1. Evaluation - a tool at the service of cultural projects and policies

Evaluation expresses, above all, the desire to improve cultural projects that are already underway or not yet started. It is as applicable to projects which have already finished and were successful as to those which resulted in more of a sense of failure. In that regard, we are not evaluating in order to reward or punish the teams of professionals implementing the projects, but to always improve those projects in the present or the future.

At the same time, the evaluation of cultural projects is currently raising interest in terms of carrying it out properly and questions about how to do this. Social sciences and professional experimentation have provided multiple answers that are both conceptual and instrumental. They are both combined herein.

Said conceptual contributions to professional practice can be applied to the management of cultural policies. The main aim, above and beyond academic perfection, is to develop a useful tool for our work, although the former also helps to improve it. Therefore, the evaluation of cultural programmes, projects, facilities and actions must know how to adapt to the needs of the work of the institutions, teams

and professionals, and not necessarily the reverse if the desire is for it to be effective.

Lastly, nowadays, it is widely accepted that the evaluation of a cultural project is essential for knowing whether we are working in the right direction or whether we need to modify some aspect of that project. In recent times, it has become too common for the subject of evaluation to be a source of worry for some and a laboratory exercise for others. Without leaning to one side (“culture cannot be evaluated precisely and any attempt to do so will not reflect the reality”) or the other (“absolutely everything is measurable using mathematical precision”), we should make the effort to find the equilibrium point which gives projects the most credibility. The more complex the situation, the more necessary it is to provide evidence of the evaluation process.

2. Let's talk definitions

Defining evaluation helps to give it one meaning or another.

There are two main perspectives in evaluation:

- Looking backwards
This evaluation is often associated with a valued revision based on the work done to date, i.e.

an assessment which basically highlights the achievements and failures. Using a battery of pre-fixed indicators, it is checked to what extent the results that we planned were or are being achieved. In short, it answers the questions: how did it all go? Did we achieve the desired results?

- Looking forwards
This evaluation is associated with a revision exercise that is basically aimed at improving the continuation, next editions or other future versions of the project. It answers the question: what has to be changed to make it better?

Technically, they both use same instruments and methodology but the sense and final intention may vary from one perspective to the other. The option being used herein is the second: this evaluation makes more sense given that it allows subsequent operations to be improved. In doing this, we will clearly have to review the work carried out.

A summary and more complete definition would be:

Evaluation is a systematic process through which one obtains the necessary information about the results, planned or otherwise, and the functioning of a cultural project. This is done in order to find out to what extent the objectives are being achieved and how the production is developing, thus enabling opportune decisions to be made to redirect the project via the modification of any of its aspects (ROSELLÓ, 2004).

3. The time to think about evaluation

In many planning schemes, the evaluation is placed at the end, as the closure of the project, or as a look back to contrast the diagnosis. However, it is preferable to place the evaluation throughout the scheme, in each of the phases, seeing as all of them can and should be evaluable. Therefore, the plan for evaluating the results should be proposed when the objectives are being defined, and the plan for evaluating the project’s progress should be determined when defining the management elements: general planning, team training, communications plans, infrastructural requirements, budget, etc.

Planning the evaluation is not, therefore, just another phase of the project, instead it should be present transversally, in the majority of phases. We are thus dealing with a process that: starts at the design of each part of the project; is executed throughout the progress thereof; and is

complete once the project has finished with the execution of the aforementioned evaluation.

Consequently, we will work on planning the evaluation of each chapter of our project’s scheme, even though later we may group all aspects related to planning in a separate chapter.

4. Other terms used

There are other terms used as synonyms to evaluation and each one has its nuances and contributions:

- Assessment: a less committed term than evaluation, but used as a synonym.
- Follow-up: this refers more to the evaluation process than its results. It emphasises its continuous or permanent nature.
- Supervision: this can highlight the hierarchical nature of the evaluation process.
- Control: a generic term associated with evaluation.
- Strategic control: used more in the private sector. It indicates the checking or verification of a process, in order to correct any deviations.
- Monitoring: highlights the permanent nature of gathering and analysis of the data required to form the evaluation.
- Report: refers to the final document that features the evaluation results.

In a more exact sense, some authors consider that the diagnosis prior to the definition of a project is already in itself an evaluation of the situation in which we are preparing to intervene. Although this statement is correct in the formal sense and a lot of the methodology and instruments used can be the same, the sense is different: the diagnosis seeks to find out a situation in which we have not yet intervened in order to define a proposal for action. Evaluation, with the focus it is given herein, is a perspective of our interventions – first those in the past and then in view of the future.

5. Why evaluate a cultural project?

Let’s identify a few reasons why we should evaluate.

- The main reason why we should evaluate a project, as we have already seen, is to improve it, either in terms of its current progress or in future editions: reorientation of objectives,

changes in content, strategy or activities, the provision of more resources, modification of the management and planning model, change of target audience, etc.

- It can also help to justify the need or suitability of a new push which may continue or complement the existing project proposals.
- This point tends to be less frequent, but why not add it? The results of an evaluation can help us to agree on the cancellation of the project if we detect that there is no reason for it to continue. When the proposed objectives have already been achieved, for example.
- Lastly, evaluation helps to make institutional decisions of an internal nature: a restructuring of the team, a professional recognition, a promotion, an award, an increase of resources; but also a punishment, a dismissal, a firing, a decrease of resources, etc.
- Outside of this reasoning, a project can be evaluated simply as a routine activity with administrative mechanics (it is evaluated and the document is filed) and does not have to have any repercussions.

6. Why do we NOT evaluate?

Just like there are reasons to carry out an evaluation, in practice there are also reasons not to do so. These tend not to be so explicit but they end up setting the facts in the teams and projects. To put it another way, if everyone recognises it as a key issue in the management of culture why do we find it so hard to evaluate our projects?

Let’s look at some of the reasons:

- The ultimate reason for our project is the simple realisation of the activity (there is no project which goes further than this). Once it has been carried out, it is deemed that the project was properly developed. There are no other objectives; it is action for action’s sake.
- Evaluation is neglected or deemed pointless. As there is seemingly nothing more urgent that the progress of the project, the evaluation is left for later, for ‘when there’s time’... but this time is never found.
- It is believed that establishing a rigorous process is unnecessary. All that is needed is our simple

perception. The team tends to fall into a state of complacency which defeats all critical spirit.

- The team looks for the perfect method to produce an absolutely reliable evaluation. They can become paralysed by their level of self-demand and never find the best way to evaluate, finally putting it aside.
- The team does not know the methodology of evaluation.
- The team is afraid of the results, especially when they must be presented to the public or to clients, sponsors, the media or the directors of the institution. They fear the consequences. The more information is shown, the more vulnerable they are to possible criticism.
- The team believes that the results of the evaluation, whatever they may be, will not affect the future of the project and will not lead to any substantial changes. The logic of the project is out of phase with its own evaluation. It is sometimes therefore seen as a waste of time.
- The team finds it difficult to establish direct causality between the interventions and results which may be due to other factors in the same context.
- Evaluation is seen as something that is outside the team, as something to be done by someone else or another agent.
- The team has a tendency to keep the information they have and they find it hard to present it in public.
- The process is seen as an evaluation of the team and not something that is for the team.
- The team’s contacts (supervisors, clients, sponsors, etc.) do not value the efforts made in the evaluation and barely look at it.
- If no-one asks us for it... why do it?

The consequence of all these situations is, for one reason or another, the evaluation of a project ends up not being done or is not done with the necessary rigour.

7. The advantages of evaluating a cultural project

In closing this first part, we must be clear on the arguments in favour of evaluation. Therefore, even if no-one asks for it, recognises it or appreciates it, as professionals we must have the conviction that we are working correctly. To sum up, here are some of the arguments.

The evaluation of a project helps the team to:

- Redirect the purpose and application of the project in order to achieve the desired objectives and to optimise the resources used to do this.
- To improve future editions of the project.
- To generate new proposals for new projects or interventions.
- To innovate in projects so as to not always do the same things.
- To compare, with caution due to differences in contexts, various projects or interventions.
- To be able to demonstrate successes to third parties.
- To show a planning and evaluation method to new people in the team or in the profession.
- To appreciate and value, within the team, the work done and to display the obtained results, whether they are positive or negative.
- To generate, within the team, debate that goes beyond the elements of the action.
- To show the public the team’s interest in results and to publish those results.
- To portray an image of seriousness and professionalism to third parties.
- To check the project and its reports in the future, identifying the causes of success and failure in our own projects and those of others.

8. What areas do we evaluate?

Once we have a clear conviction that we must always carry out a good evaluation of our actions, we can now look at how to do it. The first thing we must ask ourselves is: exactly what areas do we have to evaluate? To do this we need to refer to the scheme we used to create the project: the evaluation will take place in the different sections of that scheme.

These are:

Presentation

Brief Summary

I. Contextual Basis of the Project

1. Aims
2. Territorial Dinamic
3. Sectorial Dinamic
4. Fitting into the Context of Other Policies

5. Origin/Background
6. Internal Analysis of the Management Organisation

Diagnosis

II. Definition of the Project

7. Target Audience
8. Objectives and Planning of the Evaluation
9. Contents
10. Strategy Lines
11. Action
12. Management Models

III. Production of the Project

13. Planning of the Project
14. Organisational Structure and Human Resources
15. Communications Plan
16. Infrastructural and Technical Requirements
17. Administrative and Legal Aspects
18. Economic and Financial Management
19. Other Factors
20. Evaluation Process

Bibliography (if deemed necessary)

And from this we establish five areas of evaluation, with each one corresponding to a part of the scheme.

Area of the context

- We will evaluate the good diagnosis of the context. Was the project’s starting point correct? This involves checking to what extent we did a good analysis of the situation in which the project was based and whether we did a good diagnosis. In no circumstances should this be an excuse to justify not having achieved the desired objectives. Doing an incorrect analysis of the context is as serious as executing the project incorrectly.

Area of the results or objectives

- We will evaluate the obtained results, measuring them using previously established quantitative and qualitative indicators. This indicates the project’s effectiveness: have we achieved the objectives we set ourselves? This is undoubtedly the most important part of the evaluation, requiring the greatest focus of our efforts, time and energy. We will be measuring to what point

the desired objectives/results were achieved. This therefore justifies the correct way of developing or having developed the project and how to continue.

Area of the definition

- We will evaluate the other aspects that define a project in order to find out to what extent they were well established and if they fulfil their purpose of contributing to the achievement of the objectives. There is no universal and definitive list of evaluation indicators for the definition of the project.

Area of the process

- We will evaluate the functioning, based on the plans, of all the elements that form the project’s production or management process. This indicates the project efficiency in the event that the desired results are achieved.

Area of the impact

- Lastly, we will evaluate the project’s repercussions in the long term and on a large scale. Sometimes this is the observation of its contribution to a larger programme or plan. The impact evaluation generally has a political nature and we might not carry it out ourselves, as it could be done at a higher level within the institution or directly by an external client.

9. How do we evaluate?

In each case, we need to know what worked best and worst, and ask ourselves the reasons why it occurred thusly. Additionally, we will propose solutions for improvements, whether this is for an ongoing project or at the end of a project that may or may not continue.

To do this, we will use a complete set of tables which goes beyond the list of successes and failures. We can use this both for the evaluation of objectives or results and for the evaluation of the definition and process.

Positive aspects			
Element of the process/ result	Positive aspect	Reason	How to maintain it
...			
...			

Negative aspects			
Element of the process/ result	Negative aspect	Reason	How to maintain it
...			
...			

Let’s look at some examples:

Evaluation of objectives or results

Positive aspects			
Element of the process/ result	Positive aspect	Reason	How to maintain it
Objective 1:	Mostly achieved (80% of the desired result)	The team was well aware of the importance of achieving objective 1	Carry on motivating the team
...			

Negative aspects			
Element of the process/ result	Negative aspect	Reason	How to maintain it
Objective 2:	Only a small part was achieved...	The public’s reaction was not foreseen	Create conditions to gauge the public’s reaction
...			

Evaluation of the process

Positive aspects			
Element of the process/ result	Positive aspect	Reason	How to maintain it
Production	The deadlines were met	The supervisor was very strict in this aspect	Maintain the work levels and level of strictness
...			

Negative aspects			
Element of the process/ result	Negative aspect	Reason	How to maintain it
The infras-structures	The technical apparatus did not always work well	Nobody knew how the technical apparatus worked	Hire an expert in the technical apparatus
...			

10. When is evaluation carried out?

The evaluation of a project takes place in all of its phases:

- Design/planning (before carrying it out)
- Execution (while it is taking place)
- Afterwards (when the project has finished)

Two complementary perspectives are used in this:

“Film”

This is constant evaluation throughout the project. It is continuous but not detailed evaluation. It is used to detect dysfunctions in the present, in order to keep track of the most important aspect, i.e. the overall result. Due to its immediacy and rapidity, it provides results that are not very detailed but very current. It occurs through regular, quick meetings in which the team gives a general recap of the project. Above all, it evaluates the production process and small, immediate results. It enables on-the-spot decision-making to redirect the progress of the project. It is based on perceptions but also on the indicator values that can be measured at the time.

“Photo”

This is evaluation that is carried out periodically at various, specific moments of the project and especially at the end. It is a more detailed evaluation of a fixed moment which is in the past. It is used for the detection of successes and errors so that the project can be redirected, if necessary, or to start thinking about the next edition. The most important aspect is the specific state of the project at a given moment. It obtains detailed and in-depth results but they are out-of-sync as the project is still ongoing or has finished. It takes place via reports or specific meetings on an assessment of the project status, using precise instruments and data. It evaluates the overall project, including all its phases.

These two types of evaluation are complementary to each other, providing the best of each aspect and that which is not provided by the other. The longer the project goes on for, the more justified the use of both systems.

In each case, the evaluation must be scheduled into the working calendar of the management team. If this is not done at the beginning, it is difficult to think about once the team has begun working. In some cases, the cost of the evaluation phase has to be factored into the budget (external experts, the ordering of reports, etc.).

11. Who does the evaluation?

Similarly to the previous section, there are two possibilities here that can also be complementary.

Internal evaluation

This is done by the team itself “from within” the project. It is carried out by the same people who designed and manage the project. This has the advantage of them knowing a lot about it but the disadvantage of it being harder to be objective, especially if they are deeply invested in it.

Generally speaking, it is preferable for the entire team to be involved in the evaluation, so that everybody understands that it is a team responsibility and everyone’s job. This also means that each person can and should accept their part of the successes and failures.

External evaluation

This is done by an agent outside of the team and it occurs “from outside” of the project. If is done by someone with no hierarchic relationship to the team, it becomes more like support or consultancy. If it is done by someone from a higher hierarchic level, it becomes more like control/supervision. It has the advantage of being more objective as it comes from a point of view that is less invested in the project and in the effects of the results, but the disadvantage is that the evaluator will not know as much about the project.

12. General methods of evaluation

Very generally speaking, there are four types of evaluation and in cultural management we will essentially work with two of them, although the other two can always be of help in specific moments and situations. Let’s have a look at them:

Experimental evaluation

- This is based on the comparison between an unaffected situation and different situations in which some sort of intervention was made. It is the most appropriate method for scientific tests in which one can control all the variables and modify or isolate a single one of them. In cultural project this tends not to be very useful for evaluations in the short term. It can help in observations in the long term when, in a certain situation, work is being carried out on a model which is different from the rest. This is the case of pilot projects. It obliges the team to be well aware of the influence

of all the existing contextual factors. Example: a management model is applied to three cultural facilities in the city but not to the other one. The result of the three is compared to the unaffected project over time.

Reflexive evaluation (also known as ante-post)

- This is based on the comparison between the ‘before’ and ‘after’ of an intervention. This is the most commonly used method in cultural policies and management, given that the analysis of the context is done twice, using the same methods for analysing the situation, if possible. The first evaluation helps to set the objectives and the second is used for checking whether they were achieved. This method allows us to monitor the evolution of a project over time, year after year, for instance. Example: we follow the track record of a festival over the last five years. We then evaluate its behaviour in the sixth year using the same indicators as before, if possible.

Transversal evaluation

- This is based on the comparison of situations in which similar interventions took place. This method is used to compare different projects or different parts of the same project. Instinctively, we do this very often. The aim is to give it a more structured dimension with elements that can be compared, bearing in mind that each situation is different. It is therefore a system in which everything is always relative. Even considering this factor, it can give a indications of a dysfunction in a certain project. Example: we evaluate the tour of an artistic group in various cities of the country. We cannot always use the same indicators because each situation (city, venue, time, agents, etc.) is different.

Evaluation of opinion

- This is based on experts’ opinions, without having to find specific comparative data. This is the least concise of the methods but it is often quicker, easier and cheaper to apply. Even if it is always present, this method can be a good complement to the others but it must not be

the only one available. It helps to give an initial, momentary impression of how the project is going or of its final result. It sometimes lets us know what the figures aren't telling us. It is almost indispensable in highly qualitative or subjective evaluations. Expert opinions can be very significant in projects. Example: we want to evaluate the quality of a work of art displayed in an exhibition for local artists.

None of the methods are exclusive. It is usually beneficial to use a combination of the various methods as they mutually enrich and complement each other.

13. Indicators - the tools of evaluation

Evaluation requires certain instruments which we call indicators. These help us to measure and find out, both throughout the project and when it ends, the detailed situation of the project, the results obtained in comparison to those expected, and the application of the production or management phases.

There is no universal and definitive list of valid indicators for the evaluation of all projects. If each project has its own objectives, it must have its own evaluation indicators. Each team must establish the evaluation indicators which are most suitable for measuring the success of their project. However, some indicators of results and, above all, processes (number of attendees, deviation from budget or media impact, to give a few examples) can usually be found in many projects. In many cases, the team must create new indicators which give precise information about their particular project.

An evaluation indicator informs us of a situation or a result. If it is not contrasted with a value of reference, it is a simple piece of data without much purpose. By comparing it with a known value (with that of the previous year or another project, for example) it provides us with information about the project's progress. The team must then analyse the reasons behind any changes they observed. The result obtained from the sum of the indicators then helps to make decisions - a single indicator will rarely allow us to properly evaluate a project. This is because the sum of various indicators offers us the possibility of measuring the attainment of all the objectives and this, in turn, will lead to the confirmation of whether or not or to what extent the project (i.e. its objectives) was a success.

Example:

- The diagnosis indicates that last year an average of 350 catalogues were sold in each exhibition.

- The current objective is to “increase the average number of catalogues sold in each exhibition to 400.”
- The evaluation indicator will be: “the average number of catalogues sold in each exhibition.” The application conditions will be similar to the following: within a given period of time, not including gifted copies, including internet sales, not including returned and lost copies, etc.
- The result obtained will give a sense of how close we are to selling 400 copies. A margin of ±10% can be included so that if the number sold is between 360 and 440, the objective can be considered achieved. If it is well below that figure, it will be deemed a failure: the objective was not achieved. The reasons for this will have to be sought. If the figure is well over this, it will be seen as a spectacular success... but then the following question will have to be asked: why did we not predict a bigger result?

Depending on the contents of the evaluation, there are different indicators in the different areas into which the project is organised, as explained above. Shown below are just a few of the possibilities.

Area of the context

These measure the setting in which the project takes place and how said setting evolves. There will be indicators which help to find out about the territory, the sector, the policies, etc. These enable a project diagnosis to be carried out (see the context or diagnosis section in the Design of Cultural Projects chapter).

Example: the number of libraries in a town (for a project to encourage reading).

More specifically, the evaluation can go ahead if we know how:

- To properly present, justify, debate and document the objective(s).
- To properly analyse the territorial context in which the project takes place.
- To fully understand the cultural sector on which the project is based.
- To detect the existing policies which could provide context and coverage.
- To identify the background and references,

The definition of the indicators will depend on the objectives of each project. They measure whether or not or to what extent the proposed objectives or desired results were obtained.

whether these are the same as or different to those used as inspiration or support.

- To properly analyse the strengths and weaknesses of our organisation or work team.
- To know a lot about the public audience (if they are considered part of the context).

Area of the results or objectives

These are impossible to generalise. The definition of the indicators will depend on the objectives of each project. They measure whether or not or to what extent the proposed objectives or desired results were obtained.

Example: the number of new membership cards registered in local libraries during the time in which a reading encouragement project was running (assuming that increasing the number of library members was an objective).

Area of the definition

These measure to what extent the definition elements (i.e. target audience, content, strategies, actions and management model) of the project, aside from the objectives, were well established and if they fulfilled their purpose of contributing to the achievement of the objectives. Shown below are some of the most commonly used ones, based on the different chapters which form the definition of the project.

Example: involving neighbourhood associations in a project (as a strategy) has helped to achieve the objectives of a reading encouragement project. Without these associations, the objectives would have been impossible to attain.

In general and in terms of evaluation indicators regarding the choice of target audience, we ask ourselves:

- Was the chosen group the most suitable for achieving the objectives? Did we know much about it?
- Could we act homogeneously towards the whole group? If not, what aspects of the group were too heterogeneous (age, background, level of interest, etc.)?
- How did the target audience respond to our proposals? Who responded and was their response better or worse?
- Was there concordance between the target audience and the objectives?
- Did the interaction between groups (if any) work well?
- Would it also have worked on another group?
- Which other target group would be preferable next time?
- Was the target group the most appropriate for our type of organisation?
- Was the target group the most appropriate for our resources?

Evaluation indicators of the project's contents

- Was the chosen content the most suitable for achieving the objectives? If not, what other contents would enable us to achieve them?
- Was the content appropriate for the target group?
- Was the content suited to our identity and our type of organisation?

Evaluation indicators of the project strategies or methodology

- Were the chosen strategies the most suitable for achieving the objectives? If not, what other strategies would enable us to achieve the objectives?
- Were the strategies appropriate for the target group?
- Were the strategies suited to the identity of our organisation?
- Were the strategies suited to our resources?

Evaluation indicators of the project’s actions

- Were the actions the most suitable for achieving the objectives? If not, what other actions or types of action would enable us to achieve the objectives?
- Were the actions appropriate for the target group?
- Were the actions suited to the identity of our organisation?
- Were the actions suited to our resources?
- The Actions/Activities chapter also assesses the development of the following.
- Were the actions carried out according to the planned criteria?
- Did any aspect of the actions need to be changed? If yes, was the reaction correct?

Evaluation indicators of the management model of a project

- Was the chosen management model the most suitable for achieving the objectives? If not, what other management model would enable us to achieve the objectives?
- How did each of the agents involved work/respond? Did they comply with the established plans and agreements?
- Was the management model suited to the identity of our organisation?
- Was the management model suited to our resources?
- Did all the agents feel comfortable with their responsibility in this management model?

Area of the process

These measure the rational use of the resources used to achieve the objectives.

Example: the correct functioning of the infrastructural resources employed in the project. It is a supposition that if the resources fulfil their function, the project will progress more efficiently and therefore the objectives will be attained more easily.

This section does not have a single list of indicators either, but shown below are some of the most common ones, ordered in chapters of the production. In terms of evaluation indicators of the production planning, we are especially interested in finding out:

- Were the work deadlines met? Why?
- Were the tasks well defined?

- Were they well timed and sequenced (i.e. their duration and place in the schedule)?
- Were the tasks appropriately assigned to persons and teams?
- Could this have been done in another way?
- Did unforeseen tasks have to be resolved? Why? Were they resolved well?
- Was the meeting of deadlines well monitored?
- Did the team know how to handle the possible deviations from the schedule?
- Proposed improvements for future occasions.

Evaluation indicators of human resources

- Was the work team well defined (number of persons, training, profiles, duties, etc.)?
- Did the coordination work well? What was better and what was worse?
- Was the attainment and circulation of information, the decision-making and the implementation of decisions correct?
- Did the relations and coordination with other institutions and teams function well?
- Were conflicts and disagreements resolved?
- Could this have been done in another way?
- Proposed improvements for future occasions.
- Evaluation indicators of the communications plan
- Did the communications/diffusion enable the success of the activities? Were the objectives achieved in consequence?
- Was the target audience the most suitable?
- Was the plan coherent with the principles of the institution?
- Did the message, channels, supports, instruments, quantities, locations and costs, etc. function well?
- Did the sponsorship plan (if any) function well?
- Could another type of communication been used to get better results?
- Proposed improvements for future occasions.

Evaluation indicators of infrastructures and of logistical and administrative requirements

- Did these work in favour of the activity? What was better and what was worse?
- Were the incidents resolved correctly?
- Proposed improvements for future occasions.

Evaluation indicators of the economic and financial management (this chapter may be viewed separately as an economics report).

- Did the budget follow the planned income and expenditure? Why? Did the team know how to react to detected budget deviations?
- Did the financing/treasury plan function well?
- Proposed improvements for future occasions.

Area of the impact

These measure long-term achievements. They may not be measured by the team itself but instead by a supervisor with a wider perspective of the whole or the timeframe.

Example: a gradual, year by year increase in reading levels in the town. This is measured with surveys on cultural habits and can be cross-referenced with data on library usage, bookshop sales, etc.

Different projects and their objectives may require:

- Quantitative indicators: measurements, registers, etc. These provide precise data which we can use to classify, tabulate and compare, etc. They are unique, undisputable and shared with everybody.

Examples: the number of tickets sold for a concert, the people who attended a circus show in the street, the documents consulted in a local cultural archive, the hits on a website, etc.

- Qualitative indicators: observations, expert opinions, etc. These provide personal perspectives which can sometimes contradict one another but which help us to see aspects that the figures do not always indicate.

Examples: criticism in the media of a certain project, the experts’ opinions of the works displayed in a biannual exhibition, the stance of cultural entities on a cultural proposal, etc.

Like many other times, the combined use of quantitative and qualitative indicators helps us to get a much more solid and complete idea of the results.

14. Indicator characteristics

The characteristics of evaluation indicators must be very particular for them to be truly useful to the team (especially the qualitative ones). In many cases we can simply rely on the usual indicators and at other times they must be specifically designed for the project. Whatever else they may be, indicators must be:

- Linked to the specific objectives and contents of the project.
Indicators depend on the objectives, whether this is a direct relation (each objective has its corresponding evaluation indicators) or whether this is related to the whole (the group of objectives corresponds to the set of indicators), as applicable.

- Up-to-date.
Indicators must be regularly updated due to changes in the context, objectives, team, instruments and the evaluation possibilities.

- Fixed prior to the start of the project’s production (i.e. those for the process) or its realisation (those of the results).
In order to be objective and honest, the indicators must help us to carry out the evaluation and not the reverse: i.e. do not create the most convenient indicators based on the observed results... this will surely wrongly define the success of our actions. Avoid the creation of “made-to-measure” indicators, which give a false sense of success, when the project has ended: this means we will always find a reason to believe that the project went well.

- Objective, neutral and non-interpretable.
The entire team must share the notion of what needs to be measured and how to do this, without subsequent interpretations which do nothing but justify the reason for not achieving an objective or an aspect of production that went poorly. To do this, it is advisable to debate the indicators within the team and to not prematurely consider them as understood, thus generating confused reports. The question we must ask is: are we sure that the measurement of these indicators will enable us to find out whether we actually achieved the objective?

- Easily measurable.
We must be able to check the indicator as easily as possible so that it is useful to the team. Indicators that are very interesting and exciting but hard to measure are not especially useful.

- Accessible based on our resources.
Like the previous point, if the measurement of certain evaluation indicators is conceptually very simple but extremely costly or complex due to the means at our disposal, then it becomes impossible to produce any real products.
- Reliable or trustworthy.
Indicators must give the same result when they are measured more than once in the same context and project. In any case, any change in the indicator must correspond to a change in the variable being measured.
- Sensitive to small changes in context.
In culture, we often work with small developments in the habits of people in the entire population. An indicator must therefore be capable of detecting these possible minimal changes.
- Long-lasting.
Indicators must be comparable within the same project over time so as to observe their evolution, especially when working over the long term.
- Comparable with those of other projects.
As far as possible, it is advisable for indicators to have a universal nature which enables us to compare one project to another (with all due caution due to the different realities in terms of context).
- Provable by third parties.
In order to guarantee their objectivity, it is essential for indicators, in terms of their attainment and registration, to be provable by agents outside of the project who can attest their authenticity at any given time.

The SMART system

There is a simplified version of the aforementioned criteria that can be applied to objectives and therefore to the evaluation indicators. It is identified by the acronym SMART:

- Specific: clear, concrete and detailed.
- Measurable: quantifiable.
- Agreed to: with consensus and accepted.

- Realistic: possible, attainable.
 - Time constrained: limited or fenced in by time.
- Some authors define the “A” as Achievable or Attainable.

15. Instruments for obtaining information

Often, the difficulty of evaluation lies not in setting an indicator but in finding the way to measure it and in obtaining a value for it. Social science provides us with a number of instruments which, when well developed, can help us to obtain information and opinions. These are a few of them:

- Registers: censuses, existing statistics, minutes of meetings, internal work documents, etc.
These are documents which show concrete data and information that is useful for evaluation. They may be generated by the team itself or by other agents (public institutions, research foundations, etc.). They help us to obtain both quantitative and qualitative information. Often, these registers help us, at the appropriate time, to establish the project diagnosis.
 - Advantages: they are easy to obtain, they usually contain a lot of information and they are reliable.
 - Disadvantages: they are incomplete and they do not always contain the information we are interested in.
- Measurements: the counting of people, ticket stubs from sales, economic income and expenses, etc.
These are the result of methods which are usually applied by the team itself to obtain very precise quantitative information. They can be defined before the operation takes place.
 - Advantages: they are very precise, they measure exactly what we are interested in and they are long-lasting, etc.
 - Disadvantages: there are few disadvantages apart from the need for qualitative systems to understand them better. They usually take time and staff to gather them.

- Surveys: of opinions, habits, etc.
These are a good method for finding out the opinions of people in general and participants in our project in particular. They are carried out using technical sampling techniques or are applied to all users if the figure is manageable. It is important to know how to design a good survey in terms of topics, concepts, questions, response options, etc. There is an entire survey design technique that is worth rigorously following. They can be used to obtain both quantitative and qualitative data.
 - Advantages: they are the best way to obtain information and opinions from people, they are long-lasting and comparable, etc.
 - Disadvantages: they involve a complex technique which can be costly if not properly controlled, it is advisable to outsource them to professionals. They are not always applicable to our target audience, which may be reticent and provide misleading answers.
- Personal interviews:
These constitute a highly valuable qualitative method due to the quality of information that is obtained. They are based on the opinions of randomly selected people or people selected due to their perspective of the subject in question. The interviewer must be rigorous in the interview so as not to condition the opinions or waste useful information. There is an entire technique for conducting a good personal interview. Sometimes, interviews can be a good complement to surveys and other quantitative measurements.
 - Advantages: they produce information and nuances about data that other systems do not provide. It is a system that gives qualified opinions, it is low cost and does not require much time.
 - Disadvantages: the results are not very objective, they are difficult to generalise and compare. The interviewer must have a good interview technique.

- Group interviews:
These are a method for finding out opinions, positioning, information, etc. within a community. They are based on the random selection, with controlled variables, of a small group of people. Halfway between an interview, due to its dynamics, and a survey, due to its sampling mechanics, it is a quantitative method that consists of extracting information from a group that represents a community. They require a very good control of interview techniques.
 - Advantages: they are useful for obtaining information, especially qualitative data, that other methods do not produce.
 - Disadvantages: it is difficult to control the interviews, they are costly if done by professionals and the obtained information is not very objective or quantified.
- Observation:
This is a simple method to carry out but it is complex to analyse if one does not know how. It depends a lot on the observer's capacity for perception and their point of view. It is usually used as a complement to all the previous methods. It helps to understand situations which are only comprehensible via direct observation.
 - Advantages: it is simple to apply, it provides a lot of information and it is low cost.
 - Disadvantages: it is complicated to analyse that which was observed, it is difficult to generalise and quantify, and it potentially requires a lot of time.

16. Phases of evaluation

The evaluation of results, processes as well as other aspects, takes place over time in stages that must be followed to their conclusion. These stages are:

- Design phase: this is the time to decide on the suitability and the type of evaluation - its methodology, instruments (indicators and others), the schedule, the agents who will carry it out, etc.
- Descriptive phase: this consists of the gathering, ordering and systemisation of the information

about the planned aspects and also unforeseen events. It is carried out using the techniques and instruments designed in the previous phase.

- Comparative or valuation phase: this is the analysis and comparison of the data obtained in the descriptive phase and contrasting it with the values expressed in the design of the project. The aim is to find out to what point the expected or desired results were obtained (as pre-established in the objectives) and to look at other evaluable aspects.
- Process phase: having found out and valued the results obtained in the project, the aim now is to study the causes of those results and any observed changes, both whether these were failures (unachieved objectives or failed processes) or successes (positive objectives or processes). At this point, we are asking ourselves why these results occurred.
- Diffusion phase: if necessary, it is usually advisable to report the evaluation results to the team, to our superiors, to other agents or spokespersons or to the public. This may be done with anything from an internal technical report to a published and advertised paper.
- Decision-making phase: if necessary and above all in cases of projects that are still active or in successive editions, the evaluation results serve much more of a purpose if they help us to make some changes to the general direction of the project or to its operation mechanics.

17. Working method and final examples

To summarise and provide some more examples, shown below are 3 examples of varying complexity that share a common thread.

- The evaluation of results always stems from the pre-established objectives and the evaluation of a process always stems from the production design in the project’s general scheme (see the scheme in section 8 of this document).
- The design of objectives or the production involves the definition of certain desirable values for the various variables that are being worked with. In the case of objectives, these are called results and they are usually numeric. In the case

of the production or process, they are shared standards that illustrate the good functionality of all aspects of the project.

- Defined below is a working method and a few instruments which will enable us to find out the new reality that came about due to our intervention. Numerous information gathering tools are used: documental research, observation, registers, surveys, questionnaires, interviews, meetings, group discussion, the writing of reports, etc.
- Having obtained the values of each variable (results or process), they are contrasted with the desired value and/or general standards. We thus obtain a ratio between the desired result and the one obtained.
- At the same time, we carry out a deliberation and look at the relative importance of each indicator compared to the others. Some will be more decisive and others less so.

Example 1 (quantitative indicator):

This is one of the simplest cases: quantitative objectives that are easy to measure and evaluate with a single indicator.

- Objective: to gain a 10% increase in attendance in a theatre festival compared to the previous year in which there were 1000 people. This figure comes from the diagnosis we carried out for our project.
- General method: a comparison between the ‘before’ (last year’s result) and the ‘after’ (this year’s festival).
- Indicator: number of spectators this year compared to those of last year.
- Desired value of the indicator: 1100 people (minimum).
- Instrument: counting the sales of tickets and invitations.
- Obtained value: 1200 people.
- Ratio: 1200 compared to 1000 is an increase of 20%. We have achieved and surpassed the objective.

Example 2 (qualitative indicator):

This is a case in which we need a qualitative evaluation as it is impossible to measure numerically.

- Objective: to increase the quality of the works exhibited in a visual artists’ exhibition, as compared to those exhibited last year.
- General method: consult experts in the visual arts sector to find out their opinion. These are people who visited the exhibition last year and gave their opinion, which was somewhat unfavourable towards the quality of the art.
- Indicator: the opinion that the quality has improved in the sector.
- Desired value of the indicator: a favourable opinion of the art exhibition, considering it better than that of last year, in terms of the quality of the works.
- Instruments: interviews with experts, the opinion of the media, the positioning of art-based entities, the opinion expressed by the public in surveys, etc.
- Obtained value: favourable opinions, critiques and impressions.
- Ratio/result: the general opinion is positive, the quality of the artistic works is better than that of last year. We achieved our objective.

Example 3 (complex objective - complementary indicators):

This concerns a complex objective which is not measureable with just one indicator.

- Objective: to gain participation from cultural entities in the organisation of the town’s celebrations.
- General method: a complementary combination of various indicators measurable both during and at the end of the process.
- Indicators: there is no single indicator which can measure the concept of participation but the combined sum of numerous indicators can guide us towards the detection of the project’s success or failure.
- Desired value: different values will be applied depending on the indicator. In all cases, the desired and obtained values must involve a measurement of the success of the objective. The values can be compared with those of the two previous years of the same project and with values from other similar situations.
- Instruments: multiple instruments to measure the value of each indicator.
- Obtained values: those of each indicator after they have been measured with the instruments we have provided.
- Ratio/result: obtained values that are equal or better in comparison with those expected or desired. Generally speaking, we achieved our objective.

Indicators	Desired values	Instruments
Total no. of entities involved	22 out of 37	Minutes of meetings
Attendance of meetings	75% of the meetings	Minutes of meetings
Continued representation	80% compared the previous meeting	Minutes of meetings
Contribution to activities	3 proposals minimum	Minutes + observation
Responsibility for activities	Minimum 1 activity/entity	Programme
Cooperation in activities	5 in total from the programme	Programme
Debate to make agreements	90% in agreement	Observation
Collective decision-making	The 5 most important	Minutes + observation
Level of satisfaction of the entities	80% of the entities	Report + observation

MONO GRÁFICO

LA GESTIÓN CULTURAL EN GUATEMALA

Introducción / 51

Patrimonio cultural intangible de Guatemala: El Acuerdo
de Identidad y Derecho de los Pueblos Indígenas.
Su cumplimiento a partir de 1995. Algunos ejemplos
Rolando Roberto Rubio Cifuentes / 53

Arte que construye historia
Itziar Sagone Echeverría / 63

La impostergable invención del presente:
Literatura guatemalteca actual
Luis Méndez Salinas / 77

Música actual en Guatemala – una mirada urgente
Paulo Alvarado / 87

El aporte del sector oficial a las expresiones de cultura
y a la salvaguardia del patrimonio cultural,
a veintidós años de la firma de la paz.
La cultura como un motor de desarrollo integral
Max Araujo / 117



Introducción

*En este mapa ardiente que describe mi patria ya no existen niños:
desde que el hombre nace, nace adulto. Adulto y combatiente.*

Manuel José Arce

Guatemala es un país en resistencia. Una pequeña nación en el istmo centroamericano con casi diecisiete millones de habitantes que comparten una historia convulsa y traumática. Sus 108.889 kilómetros cuadrados de superficie montañosa albergan veinticinco etnias de

las cuales, veintidós tienen origen maya y el resto se dividen en ladina, xinca y garífuna, cada una con su propio idioma. Guatemala es, por tanto, un país de una diversidad absoluta donde lo cultural alimenta la complejidad social de la sociedad guatemalteca.

El 29 de diciembre de 1996 se firmó en la ciudad de Guatemala, la denominada Paz Firme y Duradera entre el gobierno y la guerrilla que puso fin a treinta y seis años de conflicto armado interno en el país. Previo a esta fecha, en distintos países y por un período de aproximadamente diez años, las negociaciones entre las partes dieron como resultado la firma de doce acuerdos, encaminados a modificar las estructuras económicas, sociales y políticas, reconocidas como las causas del enfrentamiento armado. En esencia, esos acuerdos, son un proyecto de nación, una nación que velaría

por el respeto y aplicación de todos los derechos y la igualdad de oportunidades para toda la población guatemalteca, sin excepciones ni exclusiones.

Cuando en 1821 Guatemala se independizó de España, después de tres siglos como colonia, se mantuvo un estado neocolonial y mono cultural que privilegió a la cultura hegemónica, la mestiza o ladina, sobre las culturas subordinadas, las de los indígenas. Eso provocó que una gran mayoría de la población fuera excluida de diversos procesos de desarrollo que beneficiaron a una cúpula dominante, conduciéndoles a vivir en condiciones de tremenda desigualdad (esta herencia condiciona la incidencia de pobreza total en la Guatemala hoy, estimada en un 53,7%). En 1944 se intentó revertir esta situación con el alzamiento de la *Revolución de Octubre* que durante un período de diez años, conocido como “la primavera” de la historia guatemalteca, generó profundos avances, estableciendo en la Constitución Política la igualdad de derechos y obligaciones para todos sus habitantes. En 1954, con apoyo de los Estados Unidos, cae el segundo gobierno revolucionario y en un claro retroceso, las desigualdades se profundizan. El triunfo de la revolución cubana en 1959 sirve de ejemplo para el inicio de la lucha de guerrillas en Guatemala



que pretendió instaurar un régimen socialista. Treinta y seis años de enfrentamiento armado que dejó un saldo de más de doscientas cincuenta mil muertes, cuarenta y cinco mil desaparecidos y casi dos millones de personas desplazadas de sus comunidades, tanto a países vecinos como internamente. La firma del Acuerdo de Paz Firme y Duradera en 1996 da inicio a una nueva etapa, la actual, que genera nuevas dinámicas y procesos sociales, donde el sector cultura intensifica su actuación, evidenciando mecanismos de resistencia y oxigenando alternativas porque al fin de cuentas es el arte y la cultura la que muestra la historia no oficial de los países.

Tratar de conocer este país en lo referido a su cultura es el objetivo de este monográfico que está protagonizado por guatemaltecos y guatemaltecas que nos describen diferentes aspectos de su vida cultural. Una vida cultural com-

pleja, asentada en un mosaico de lenguas y tradiciones, con un pasado marcado por el conflicto pero con un presente culturalmente rico y esperanzador pese a todo. Artes visuales, literatura, música, patrimonio intangible e institucionalización de la cultura son los aspectos que tocan los cinco artículos de este monográfico.

En *Patrimonio cultural intangible de Guatemala: El Acuerdo de Identidad y Derecho de los Pueblos Indígenas. Su cumplimiento a partir de 1995. Algunos ejemplos*, Rolando Rubio Cifuentes nos acerca al análisis y cumplimiento de los cuatro grupos de derechos que se establecen en el Acuerdo sobre Identidad y Derecho de los Pueblos Indígenas, quinto de los doce acuerdos de Paz firmado, destacable por sus implicaciones en el ámbito de la cultura y que ha resultado ser uno de los más conflictivos y de más compleja aplicación a la realidad política institucional del país.

En *Arte que construye historia*, Itziar Sagone Echeverría nos conduce a través de los últimos treinta años de historia de las artes visuales en Guatemala, una historia entrelazada con los sucesos sociales, políticos y culturales del país y que a su vez, se retroalimenta con el andar de los y las artistas visuales. En las propias palabras de Sagone, el arte «se plantea como una herramienta de reparación, sanación y memoria, que contribuye a la auto observación y en algunos casos, reparación».

En *La impostergable invención del presente*, Luis Méndez Salinas y Carmen Lucía Alvarado analizan, en palabras de ellos mismos, el contexto social y estético en el que surgen las vigorosas manifestaciones de la literatura guatemalteca actual, partiendo como punto de referencia, de la apertura y renovación que generó la Firma de la Paz y advirtiendo que «el panorama histórico de la literatura en Guatemala no tiene una forma fija, sino que se niega, se reinventa y se dibuja nuevos límites a cada tanto». Las grandes obras literarias guatemaltecas irrumpen en la escena, no siguiendo una tradición, sino sosteniéndose en sus propias líneas que se vinculan con otras a manera de constelación y es desde aquí desde donde debemos adentrarnos en la literatura de Guatemala.

En *Música actual en Guatemala - una mirada urgente*, Paulo Alvarado nos aproxima a la situación del sector musical en Guatemala, recorriendo los últimos diez años de historia hasta la fecha y llevando a cabo un ejercicio de síntesis que describe actores, espacios, géneros y vidas profesionales de grandes compositores del país. Durante este recorrido, Alvarado nos sumerge en la vida musical de Guatemala, llevándonos

a ser testigos del incremento de géneros y prácticas musicales en contraste con los apoyos y el financiamiento público y privado que facilita el desarrollo de este sector. Es sus mismas palabras, Alvarado nos comparte: un impacto significativamente mayor de la música sobre el desenvolvimiento social y económico de esta nación habrá de darse en el momento en que verdaderamente se diseñen, se presupuesten y se implementen programas públicos inclusivos en todos los niveles de la expresión musical.

Para finalizar, en *El aporte del sector oficial a las expresiones de cultura y a la salvaguardia del patrimonio cultural, a veintidós años de la firma de la paz. La cultura como un motor de desarrollo integral*, Max Araujo nos acerca a la estructura del sector oficial en Guatemala que tiene a su cargo el apoyo a la cultura y sus diferentes manifestaciones, así como la salvaguardia del patrimonio cultural tangible e intangible, reconociendo en sus propias palabras que aunque es mucho lo que falta por hacer, sobre todo lo que se refiere a apoyos económicos y en otras esferas, el trabajo que las instituciones públicas realizan, unido al que lleva a cabo el sector independiente, permite que en Guatemala exista un intenso movimiento cultural que permitirá que la cultura se consolide como un motor del desarrollo integral de Guatemala.

Esperamos que disfruten de este monográfico y del acercamiento que ofrece a la historia reciente y a la cultura y sus diversas manifestaciones, tangibles e intangibles, abriendo una puerta al descubrimiento y al deseo de profundizar en esta visión de la cultura como oxígeno de un pueblo vivo y en constante evolución.

AUTOR

Rolando Roberto Rubio Cifuentes

ADSCRIPCIÓN PROFESIONAL

Licenciado en Arqueología, *Magister Artium* en Historia

TÍTULO

Patrimonio cultural intangible de Guatemala: El Acuerdo de Identidad y Derecho de los Pueblos Indígenas. Su cumplimiento a partir de 1995. Algunos ejemplos.

CORREO-E

rorubioc@gmail.com

RESUMEN

En 1995 se llevó a cabo la firma del Acuerdo de Identidad y Derecho de los Pueblos Indígenas en Guatemala. Más de 20 años han pasado, y aunque se han dado algunos avances, cada día aumentan los reclamos y las demandas por el incumplimiento de lo acordado. Sin embargo, analizando el recorrido desde la firma de dicho acuerdo, se puede establecer que la falla no está en lo pactado, sino en la falta de tolerancia y de educación de algunos guatemaltecos para lograr una integración que nos identifique como comunidad dentro de un marco de respeto y armonía.

PALABRAS CLAVE

Intangible; acuerdos; paz; identidad; discriminación; mayas; espiritualidad; idioma; textiles; tejidos; garífunas.

AUTHOR

Rolando Roberto Rubio Cifuentes

PROFESSIONAL AFFILIATION

Licenciado en Arqueología, *Magister Artium* en Historia

TITLE

Guatemala's intangible cultural heritage: the Agreement on Identity and Rights of Indigenous Peoples. Compliance after 1995. Some examples.

E-MAIL

rorubioc@gmail.com

ABSTRACT

In 1995, the Agreement on Identity and Rights of Indigenous Peoples was signed in Guatemala. More than 20 years later, some progress has been made but the number of claims and suits for non-compliance with the Agreement is rising daily. However, an analysis of the road travelled since its signing indicates that it is not the Agreement which is at fault; rather, it is the lack of tolerance and education of some Guatemalans that has prevented community integration and identification within a framework of respect and harmony.

KEYWORDS

Intangible; agreements; peace; identity; discrimination; Mayans; spirituality; language; textiles; fabrics; the Garifuna.

Patrimonio cultural intangible de Guatemala: El Acuerdo de Identidad y Derecho de los Pueblos Indígenas. Su cumplimiento a partir de 1995. Algunos ejemplos

Rolando Roberto Rubio Cifuentes

Definir lo inmaterial o intangible sería un buen punto de partida. Sin embargo, prefiero iniciar un acercamiento al tema, tomando como punto de referencia marzo de 1995, cuando dentro del proceso de búsqueda de la paz, en Ciudad de México, se alcanzó, entre otros acuerdos previos al de la firma de la Paz firme y duradera (diciembre de 1996), el Acuerdo de Identidad y Derechos de los Pueblos Indígenas. Los derechos fueron clasificados dentro de cuatro grandes grupos: I. Identidad; II. Lucha contra la discriminación; III. Derechos culturales y, IV. Derechos civiles, políticos, sociales y económicos.

Dentro de los puntos de identidad se estableció que ésta es fundamental para la construcción de la unidad nacional, basada en el respeto y en el ejercicio de los derechos políticos, culturales, económicos y espirituales de todos los guatemaltecos. Estas últimas palabras son clave porque se refieren a todas las personas, sin distinción alguna, lo que viene estrechamente asociado con la definición de identidad de los cuatro pueblos que forman el país (maya, garífuna, xinca, mestizo o ladino), como un conjunto de elementos que los define y a la vez los hace reconocerse a sí mismos.

Si bien, en el caso del pueblo maya se reconoció que era descendiente directo de los antiguos mayas, no se definió la temporalidad del concepto «antiguo», menos el «maya». Durante la época prehispánica hubo múltiples migraciones y relaciones de intercambio dentro de la región mesoamericana, que de una u otra forma promovieron una dinámica de cambio e integración cultural, como el caso de la llegada de los olmecas en el preclásico, teotihuacanos en el clásico temprano, pipiles en la bocacosta del Pacífico durante el periodo clásico tardío, xincas, toltecas y aztecas en el postclásico. El intercambio y migración fue reforzada a partir del segundo cuarto del siglo XVI con la llegada de los conquistadores castellanos acompañados de grupos tlascaltecas. A partir de la segunda mitad del siglo XVI, con la liberación de los esclavos indios, se dio el arribo de afrodescendientes. Fue otro impulso a los cambios sociales, culturales, económicos y religiosos en la provincia de Guatemala. Los movimientos migratorios y el desarrollo de nuevos patrones de asentamiento causaron un impacto que generó la dinámica social actual, con sus aspectos negativos y positivos.

En el tema de los idiomas, el Acuerdo de Identidad y Derechos de los pueblos Indígenas reconoció que estos provienen de una raíz maya en común, sin establecer un punto

de referencia temporal o considerar el aspecto evolutivo. No existe un respaldo lingüístico y no reconoce los aportes que otros idiomas, como el castellano, han brindado durante los últimos 500 años. El uso de términos foráneos ha sido importante para poder hacer referencia a elementos culturales ajenos a la estructura cosmológica nativa que llegó a conformar un sincretismo. El resultado es una rica cosmovisión cargada de elementos culturales variados, integrados con el fin de construir una relación armónica de todos los elementos del universo. Este conocimiento ha sido y es transmitido por medio de la tradición oral, así como por la transmisión escrita y material.

Esto último forma parte de los conocimientos que los *ajq'ij'*, o guías espirituales, han mantenido dentro de los conocimientos de la espiritualidad maya, una filosofía de vida en la que se busca una integración armoniosa del humano con la naturaleza y el universo. El apoyo que se pueda brindar a la espiritualidad maya es muy importante para el cumplimiento de los compromisos enmarcados dentro del primer grupo de los derechos, ya que se reconoce la existencia de una cultura común basada en los principios y estructuras del pensamiento maya, una filosofía, un legado de conocimientos científicos y tecnológicos, una concepción artística y estética propia, una memoria histórica colectiva propia, una organización comunitaria fundamentada en la solidaridad y el respeto a sus semejantes, así como una concepción de la autoridad basada en valores éticos y morales.

Dentro del grupo de Identidad se incluyó la auto-identificación del individuo. Sin embargo, no se consideró la identificación o aceptación por parte del grupo al individuo. El grupo de referencia se asocia por medio lingüístico y el Acuerdo reconoció los idiomas achi, akateko, awakateko, chortí, chuj, itza, ixil, jakalteko, kanjobal, kaqchikel, kiche, mam, mopan, poqomam, poqomchi, qeqchi, sakapulteko, sipakapense, tektiteko, tzutujil y uspanteko, los cuales consideraron en ese momento que no habían alterado la cohesión de su identidad. Sin embargo, dicho Acuerdo dejó fuera el idioma chalchiteko, acción que fue corregida por el Congreso de la República de Guatemala por medio del decreto 19-2003, Ley de Idiomas Nacionales, reconociendo a este idioma que se usa en los municipios de Aguacatán y Chiantla, en el departamento de Huehuetenango, y Cunén, en Quiché.

El idioma es, desde luego, el medio más importante para la transmisión cultural entre generaciones. Los cambios, debilitamiento o pérdida de un idioma traen como consecuencia el fin de un grupo por la pérdida de su estructura cosmológica y en consecuencia deja de existir una cosmovi-

sión de referencia. Recuperar un idioma es una utopía, ya que no es únicamente aprender a leer, escribir y hablar lo que importa, sino llegar a compenetrarse de los valores culturales, sociales, políticos, económicos y hasta el entorno característico de la comunidad. Proteger un idioma no es una forma acertada de conservación. Se requiere salvaguardarlo porque eso implica exponerlo a un ambiente en el que pueda sobrevivir por sí mismo y de acuerdo a una evolución cultural natural. Los individuos mantendrán su idioma y tradiciones mientras éstas cumplan un propósito de beneficio en el desarrollo personal y comunitario.

Los nombres, apellidos y toponimias forman parte del idioma. Si bien el gobierno en ese momento reafirmó el pleno derecho al registro de nombres y apellidos indígenas, así como el derecho de las comunidades de cambiar los nombres de los lugares donde residen cuando así lo decida la mayoría de sus miembros, esta acción ha presentado situaciones interesantes, como en el caso de los nombres y apellidos, pues muchos descendientes mayas hacen referencia al uso dos nombres: el oficial, registrado en el acta de nacimiento y en consecuencia en el Documento Personal de Identidad -DPI-, y otro de referencia maya, generalmente utilizado en actividades relacionadas con la espiritualidad. Sin embargo,

Los cambios, debilitamiento o pérdida de un idioma traen como consecuencia el fin de un grupo por la pérdida de su estructura cosmológica y en consecuencia deja de existir una cosmovisión de referencia.

algunos utilizan sofisticados nombres con tinte foráneo que acomodan a la pronunciación del apellido maya con el fin de que pueda ser utilizado en el extranjero, dentro de una propuesta tradicional de migrantes indocumentados en busca del sueño americano. Algunos maya descendientes, para evitar ser víctimas de discriminación, optan por sustituir el apellido indígena por una inicial y solo utilizan un apellido de raíz castellana, en caso que lo tengan.

Existe un grupo que no parece haber sido considerado dentro de los acuerdos de paz y que está formado por personas, muchos de ellos maya descendientes, que ante la inseguridad y ambiente de violencia en sus comunidades durante el conflicto armado, se vieron forzados a la migración interna, por lo que sus patrones culturales tradicionales de referencia fueron transformados e integrados dentro de un proceso de “ladinización”, es decir, una aculturación hacia los componentes de la cultura mestiza. Con el paso de los años, su estructura cosmológica de referencia se convirtió en un collage cultural que se refleja en el uso de nombres relacionados con artistas y deportistas famosos, principalmente extranjeros y anglosajones, o bien personajes bíblicos.

En el grupo II, Lucha contra la discriminación, se resaltó que para superar la discriminación histórica hacia los pueblos indígenas es necesaria la participación de todos los ciudadanos en la transformación de mentalidades, actitudes y comportamientos. La propuesta indica que este proceso debe comenzar con un reconocimiento, por parte de todos los guatemaltecos, de la realidad de la discriminación racial, así como de la imperiosa necesidad de superarla para lograr una verdadera convivencia pacífica.

Si bien es posible elaborar una larga lista de los casos de discriminación que pueden presentarse y se han presentado, como muestra para este trabajo explico tres casos y las vías en que se han dado: uno, por el uso de trajes mayas por parte de ladinos, el otro, por el uso de trajes mayas por personas mayas, y el tercero, por el uso de palabras que fueron tomadas fuera de su contexto. En el primer caso, relacionado con una práctica mestiza de uso del traje indígena, a la que grupos mayas se oponen, en los «acuerdos de paz» se estableció que debe ser respetado y garantizado el derecho constitucional del uso del traje indígena en todos los ámbitos de la vida nacional. A la vez, el gobierno debe tomar las medidas previstas para luchar contra toda discriminación de hecho por el uso del traje indígena. Sin embargo, hasta la fecha, este tema se maneja de forma excluyente porque algunos grupos organizados han realizado esfuerzos para evitar el uso de los trajes y textiles tradicionales por parte

de guatemaltecos no mayas, porque consideran que es una folclorización, o incluso, una burla para quienes si los usan como parte de su identidad. Un ejemplo de ellos son los intentos realizados para impedir ciertas tradiciones, como las actividades infantiles que giran alrededor de la celebración del día de la Virgen María en la advocación guadalupana en que muchas familias de ladinos y mestizos llevan a los niños, vestidos con traje tradicional, en romería a los templos católicos, durante siete veces, una por año, como un ruego para la protección al niño. Otra actividad que ha sido considerada discriminatoria es que los niños mestizos o ladinos participen en actividades relacionadas con un intercambio comercial denominado “mercadito” como parte de las festividades previas que conmemoran la Independencia del 15 de septiembre de 1821. Es interesante señalar que el intercambio denominado «mercado» es una práctica de origen prehispánico en la región mesoamericana, y uno de los grandes aportes a la humanidad, y que también es parte de la vida cotidiana de los mestizos. El mercado y su práctica no se trata de una actividad discriminatoria, pero es necesario enfocar la importancia cultural y económica para todos los mesoamericanos. Se trata de promover uno de los grandes valores culturales que debe ser motivo de orgullo para los guatemaltecos.

En Guatemala, desde finales de la primera mitad del siglo XX, se han tomado acciones a favor de los trajes indígenas, quizás no en forma directa en cuanto al tema de la discriminación por el uso, pero si en el tema de su manufactura. En septiembre de 1947 el Congreso de la República emitió el decreto número 426 «Protección de la producción textil indígena», que en el artículo 1 declaró de interés nacional la protección de los tejidos elaborados por los indígenas de Guatemala, y en el artículo 2, estableció una clasificación de los tejidos en tres tipos:

1. Tejidos indígenas autóctonos: son definidos como los elaborados por indígenas en las diversas aldeas o municipios de la República. Los diseños, dibujos o bordados utilizados se ciñen a la tradición y son usados por los habitantes del lugar con anterioridad al año 1940.
2. Tejidos indígenas auténticos: son los que elaboran indígenas, siempre y cuando los tejidos sean expresión de sus propias concepciones artísticas, o motivos de un lugar o región.
3. Tejidos de Guatemala: son aquellos que, con motivos típicos o dibujos semejantes, son elabo-

rados en gran escala por asalariados en industrias textiles, por lo que estos tejidos en ningún caso podrán anunciarse como productos legítimos de indígenas o procedentes de un determinado lugar del país.

Este decreto, a pesar de estar vigente, no está actualizado, ya que si, con base a la definición de «tejidos indígenas autóctonos», analizamos cuales califican para esta categoría, se puede llegar a la conclusión de que estos tejidos ya solo existen en colecciones privadas y museos y que no son de uso en la actualidad por los habitantes del lugar, ya que hay que tomar en cuenta que tienen que ser piezas textiles elaboradas con anterioridad a 1940, por lo que sus condiciones de conservación tendrían que ser especiales y en consecuencia no susceptibles al uso diario. Aún los trajes para santos de iglesias, que no son expuestos a la luz solar, polvo, lluvia y otros elementos del uso diario, ya no estarían en condiciones de ser usados.

Los «tejidos indígenas auténticos» aún pueden encontrarse si se considera que son elaborados por indígenas. Sin embargo, puede que la iconografía de los elementos decorativos haya variado a través del tiempo porque son una expresión de las concepciones artísticas de los artesanos, por la evolución social natural de una comunidad o porque los motivos característicos de un lugar o región definitivamente han evolucionado. Por ejemplo, actualmente el uso de glifos forma parte de la decoración de algunos güipiles o tzutes (piezas de vestimenta tradicional). La escritura glífica es una característica cultural mesoamericana de la época prehispánica y puede establecerse, en forma muy clara, que hay glifos específicos para registro de fechas y eventos en las esculturas en piedra. Otros glifos registran eventos y referencias a personajes, pintados o grabados en las vasijas de barro cocido. Los códices utilizan otro tipo de glifos. En cada caso, el mensaje que se registra es diferente y tiene un objetivo de comunicación distinto.

Al desarrollar un análisis comparativo de las representaciones de vestidos y trajes femeninos y masculinos representados en escultura, cerámica y códices ha sido posible establecer que los glifos no formaban parte de la decoración en los textiles. Ahora bien, la tendencia de revitalización de la espiritualidad maya y el concepto pan-maya ha incorporado glifos relacionados con sistemas de conteo y calendario a la decoración de güipiles, tzutes y otras prendas. Cabe entonces la pregunta: ¿los descendientes mayas tienen autoridad para alterar las normas ancestrales de uso de escritura?

El artículo 9 del decreto 426 brinda un toque final de ambigüedad al establecer que los tejidos indígenas autóctonos y auténticos pueden ser elaborados solamente por los guatemaltecos que tradicionalmente han producido tejidos indígenas, así como los miembros de las comunidades indígenas. Esta definición contradice lo expresado, porque el gentilicio guatemalteco incluye a los ladinos, también en aquella época (1947).

En el segundo caso, en cuanto a la discriminación por uso de los trajes indígenas por parte de personas mayas, se han reportado diversos hechos, algunos con justificada razón, como cuando se negó el ingreso a un restaurante a una mujer descendiente maya kiche que vestía un hermoso traje del departamento de Quetzaltenango. También han habido abusos por denuncias de discriminación y menosprecio, como el caso del uso de la marca «María chula» en el que se utilizó un nombre propio de clara relación al idioma español y la palabra «chula» que es un guatemaltequismo que significa bonita. Si se hubiera utilizado el conjunto «María bonita» el concepto de una marca guatemalteca se habría relacionado con el nombre de una canción mexicana.

Actualmente está la denuncia presentada a instancias internacionales, en cuanto a que el Estado de Guatemala no «protege» la propiedad intelectual de los textiles guatemaltecos. La «protección» sería como colocar los textiles dentro de una campana de vidrio para aislarlos de su contexto, su pasado y futuro, reduciendo su función o valor social. Lo conveniente es «salvaguardar» la producción textil con el fin de que los tejidos se mantengan vivos dentro del proceso natural de evolución social, conservando su valor, la función social y principalmente, que sean una fuente de trabajo que motive a los artesanos a mantener la tradición como una forma de vida digna.

Como se mencionó *supra*, una de las características culturales de los habitantes mesoamericanos de la época prehispánica fue el establecimiento de relaciones comerciales a nivel regional e interregional, practica social, política, religiosa y económica conocida como «mercado»; esta práctica cultural ha sobrevivido a través del tiempo y hay grupos que se especializan en este tipo de trabajo. Es frecuente encontrar diversas comunidades en el país que cuentan con una tienda o puesto de venta en el mercado con el nombre de La momosteca, cuyos propietarios desde luego provienen del municipio de Momostenango, Totonicapán. Prohibir la comercialización de los textiles artesanales es el equivalente a quitar el derecho a trabajar de miles de artesanos. Sin embargo, un plan de salvaguardia puede apoyar un sistema de



intercambio adecuado y evitar a los intermediarios, quienes generalmente, abusan de los productores.

Durante la época prehispánica se dieron en Guatemala dos movimientos de revitalización. El primero consiste en que los miembros de una determinada comunidad tomaron consciencia, paulatinamente, de la importancia de los elementos, manifestaciones y prácticas culturales anteriores, considerándolas necesarias para la reintegración comunitaria. Este fenómeno social tuvo como punto de referencia el surgimiento de un líder histórico de mucha influencia y que generalmente llevó abundancia a la comunidad. No es pesimismo, pero considero que necesitamos verdaderos héroes para reforzar los patrones culturales de referencia en las comunidades. En el Estado de Chiapas, México, hace unos 30 años se gestó un movimiento revitalizador alrededor de las técnicas artesanales para la elaboración de tejidos tradicionales. Las mujeres habían perdido su habilidad de elaborar diseños en los trajes y esa cualidad era un elemento de importancia dentro de las jóvenes casamenteras porque los varones buscaban mujeres que fueran hábiles tejedoras. Este fenómeno cultural tuvo el apoyo de parte de grupos de tejedoras guatemaltecas que habían migrado como consecuencia de la guerra. Ellas no podían elaborar sus propios trajes porque era delatarse ante las autoridades migratorias, por lo que al ayudar a las mexicanas a recuperar los conocimientos artesanales, las chapinas encontraron una vía de integración a nuevas comunidades, escondiendo su lugar de origen.

En el grupo III del acuerdo se integran los derechos culturales, resaltando que la cultura maya constituye el sustento original de la cultura guatemalteca y, junto con las demás culturas indígenas, constituye un factor activo y dinámico en el desarrollo y progreso de la sociedad guatemalteca. En este punto se puede hacer referencia a que tampoco está definido, ni siquiera operacionalmente, lo que se reconoce como cultura maya, menos el concepto de «las demás culturas indígenas» que conviven en Guatemala. Con los xincas no creo que exista alguna objeción, dado que es un grupo que está en constante lucha y reclamo por sus derechos a pesar de ya no mantener una integración lingüística ni cultural. Por otro lado, los garífunas mantienen su posición de ser descendientes afro-caribeños y algunos se auto determinan como afro-descendientes. Más de alguno ha indicado contar con ancestros afro-indígenas, pero caribeños.

Lo interesante de estos derechos culturales es que no se hace un reconocimiento al grupo llamado mestizo, el que a pesar de no estar definido operacionalmente, su aceptación crea un rechazo al grupo denominado, anteriormente, como

ladino. La no inclusión de este grupo dentro de los acuerdos podría ser un acto de discriminación. El término ladino se utilizó a partir de la segunda mitad del siglo XVI para identificar a los indígenas hábiles que dominaban por lo menos dos idiomas, ya fuera uno maya, español o mexicano. En las escrituras de los notarios se puede encontrar textos como este: «Jerónimo de Chávez, indio, ladino en lengua española, y su mujer Juana, india, vecinos del barrio de Santo Domingo de esa ciudad...» (1); posteriormente el término se utilizó para hacer referencia a los indígenas que por diversas razones introducían cambios en sus formas de vestido, utilizando ropa con características mestizas. Un caso interesante se dio en la periferia norte de Santiago de Guatemala, en el siglo XVI-II, pues en el barrio de La Candelaria se realizó un censo en 1770 y se pudo establecer que ya no existía la población indígena original, sino que el barrio estaba compuesto por ladinos y españoles. Sin embargo, de acuerdo a los libros parroquiales de registro de matrimonios, bautismos y defunciones, aún se evidencia el uso de apellidos de origen indígena.

En el siglo XIX, ya en La Nueva Guatemala de la Asunción, en el Valle de la Ermita, ante la inestabilidad económica y política vivida antes y después de la independencia en 1821, «la ladinización» fue una medida que se consideraba oportuna para lograr el avance económico necesario en la naciente nación. Esta situación se vio apoyada, a partir de la revolución de 1871, pues el arribo de grupos no católicos empezó a promover cambios sustanciales en la organización indígena y en los patrones culturales, ya que esta nueva tendencia estaba en desacuerdo con el sincretismo religioso surgido durante el siglo XVI, mantenido por las cofradías, promoviendo nuevas pautas culturales como la eliminación de los trajes tradicionales y la celebración de fiestas patronales, principalmente las actividades en las que se consumía licor. Este proceso de cambio se aceleró a partir del movimiento revolucionario de 1944, momento en que las cofradías perdieron poder dentro de las comunidades, no solo por el avance de los evangélicos, sino que además la Iglesia católica promovió el movimiento de Acción Católica, relegando el uso de manifestaciones y prácticas culturales tradicionales a un pequeño grupo de seguidores de las cofradías, las que en algunos casos perdieron el poder político, pasando a meras manifestaciones folclóricas.

Actualmente esta situación ha cambiado. Las cofradías y alcaldías indígenas están recobrando importancia, por lo que están defendiendo sus derechos tradicionales en beneficio de las comunidades. Desde luego, como parte del entramado social, algunas de estas instituciones son manipuladas

en la búsqueda de beneficios particulares y no comunitarios.

Otro elemento que se incluyó dentro del grupo III del acuerdo fue el establecimiento de que es inconcebible el desarrollo de la cultura nacional sin el reconocimiento y fomento de la cultura de los pueblos indígenas. La política educativa y cultural debe orientarse con un enfoque basado en el reconocimiento, respeto y fomento de los valores culturales indígenas. Sin embargo, existen grupos que no permiten el desarrollo de esta cultura nacional, con el escudo de que se trata de explotación al indígena y comercialización de las pautas culturales maya descendientes. Si se quiere hacer referencia a una cultura nacional debe promoverse el conocimiento de las características culturales de cada uno de los grupos que componen la comunidad de guatemaltecos y buscar punto de integración, no de separación.

Al hacer referencia a la espiritualidad, se reconoce en los acuerdos, específicamente, a la maya y la definen como componente esencial de la cosmovisión y de la transmisión de los valores. Se estableció que el gobierno debe promover el respeto del ejercicio sus manifestaciones y el derecho a practicarla, tanto en público como en privado, por medio de la enseñanza, el culto, la observancia, así como la importancia del respeto debido a los guías espirituales indígenas, las ceremonias y los lugares sagrados. Esto se ha cumplido en gran parte por los acuerdos del Ministerio de Cultura 981-2011 y 1171-2012. La espiritualidad maya, como una filosofía de vida, no es excluyente en cuanto a grupo de referencia, pues mestizos y ladinos también realizan estas prácticas espirituales y por lo tanto deberán ser respetados por igual, pues también están expuestos al rechazo por parte de grupos religiosos y fanáticos que consideran estas actividades como prácticas de brujería.

La práctica de la espiritualidad maya, en cuanto a distribución geográfica, se realiza en aproximadamente el 75 por ciento del territorio nacional, en todos los idiomas mayas más el xinca, quienes por ser minoría se han incorporado a esta práctica, desconociéndose aún si existe alguna variante propia. Los garífunas tienen otra base espiritual, muy relacionada con el agua y la naturaleza, pero realizan sus prácticas rituales en lugares sagrados mayas.

También se reconoció el derecho de los pueblos maya, garífuna y xinca de participar en la conservación y administración de los lugares arqueológicos. Hasta el momento se ha dado una mala interpretación a la participación de los pueblos indígenas en la conservación de estos lugares porque se hace referencia a la participación y no co-administración, como exigen algunos grupos. La conservación de los sitios ar-

queológicos, algunos reconocidos como patrimonio mundial, está regulada por principios internacionales y deben guardar ciertas garantías de acceso a todos los grupos, mientras que algunos grupos radicales desean que sea de ingreso exclusivo.

Si bien han transcurrido más de 20 años desde que se llevó a cabo la firma de la Paz, algunos acuerdos, como al que me he referido en este escrito, requiere de mucho trabajo para continuar con su implementación, pero será muy difícil si no ponemos, como guatemaltecos, una fuerte dosis de tolerancia, pues tenemos que aprender a convivir respetando dos sistemas de cosmovisión diferentes. La cosmología maya se apoya en una estructura espacio temporal cíclica, mientras que los mestizos fuimos educados dentro de un sistema cosmológico de estructura espacio temporal lineal. Quizás el ladino, por ser partícipe de las dos formas de pensamiento, sea el apoyo que permita que algún día aprendamos a compartir los puntos de convergencia entre ambas estructuras para lograr una base de convivencia como guatemaltecos.

Notas

(1) Protocolo del Escribano Real Francisco de Vega. AGCA A1.20 leg. 794 fol 306v, 1608; p. 494 en J. J. Falla, *Extractos de escrituras públicas*, Guatemala, Editorial Amigos del País. 2001, Tomo III.

Bibliografía

MORRIS, W. F. y KARASIK, C. (2008). «Tejidos de Chiapas. El arte de los antiguos sueños» en *Los Tejidos Mayas. Espejos de una cosmovisión*, Guatemala, Cholsamaj, Guatemala, pp. 77-95.

RUBIO CIFUENTES, R. R. (2017). «El pensamiento liberal y la introducción del protestantismo en Guatemala, 1823-1939». *Anuario de la Dirección General del Patrimonio Cultural y Natural*, III Época, n° 16, pp. 139-157.

RUBIO CIFUENTES, R. R. (2017). «Los conocimientos ancestrales de la espiritualidad maya y la gestión sustentable de la biodiversidad” en *El Patrimonio Cultural Inmaterial: usos sustentables del patrimonio*, Tlaxcala de Xicohténcatl, Secretaría de Cultura, Instituto Nacional de Antropología e Historia, pp. 26-35.

VELÁSQUEZ NIMATUJ, I. A. (2008). «Vías de exclusión. Indumentaria maya y racismo en la Guatemala contemporánea» en *Los Tejidos Mayas. Espejos de una cosmovisión*, Guatemala, Cholsamaj, pp. 161-171.

Referencias bibliográficas.

AUTORA

Itziar Sagone Echeverría

ADSCRIPCIÓN PROFESIONAL

Periodista, escritora y gestora cultural

TÍTULO

Arte que construye historia. Un paseo por la narrativa visual contemporánea de post guerra.

CORREO-E

labrujildacosmica@gmail.com

RESUMEN

Hace un breve recorrido por la historia reciente de las artes visuales guatemaltecas, resaltando la participación de estas en la reconstrucción del país luego de la guerra interna. Guatemala vivió por más de cuarenta años un conflicto armado que dejó un país lacerado y roto en sus estructuras más básicas de convivencia. El arte, en este caso las artes visuales, se plantean como una herramienta de reparación, sanación y memoria, que contribuyen a la auto observación y en algunos casos reparación. En el texto, «Arte que construye historia» la escritora hace un recuento de las narrativas que mayor impacto han tenido en la construcción simbólica de post guerra. Artistas, proyectos alternativos, apuestas internacionales y procesos gubernamentales son los grandes protagonistas.

PALABRAS CLAVE

Guatemala; arte; arte contemporáneo; arte de post guerra; post guerra; historia del arte Guatemala; cultura; tejido social; memoria.

AUTHOR

Itziar Sagone Echeverría

PROFESSIONAL AFFILIATION

Periodista, escritora y gestora cultural

TITLE

Art that constructs history. An overview of contemporary post-war visual narrative.

E-MAIL

labrujildacosmica@gmail.com

ABSTRACT

This article takes a brief look at the recent history of the visual arts in Guatemala, highlighting their contribution to the construction of this country following the civil war. For more than forty years, armed conflict raged through Guatemala, lacerating the country and decimating its most basic structures of coexistence. Art, in this case the visual arts, has been proposed as a tool for recovery, healing and memory that can contribute to self-observation and in some cases, reparation. In the text “Art that constructs history”, the author examines the narratives that have exerted greatest impact on symbolic construction in the post-war period. Artists, alternative projects, international initiatives and governmental processes have been the main players.

KEYWORDS

Guatemala; art; contemporary art; post-war art; post-war; history of Guatemalan art; culture; social fabric; memory.

Arte que construye historia. Un paseo por la narrativa visual contemporánea de post guerra.

Itziar Sagone Echeverría

La pared de adobe apenas recubierta, el arco, el edificio, las calles, el teléfono en desuso. Lienzos ardientes que abren sus poros en una urbe tropical y que son tapizados hasta el hartazgo por quienes determinan los símbolos en los que se asienta el imaginario colectivo.

Ha pasado apenas un año y meses desde aquella resaca que significó la Firma de la Paz. Las calles amanecen empapeladas con la imagen de un ángel que emula sus alas con omóplatos carcomidos por el tiempo. Se trata de la obra *Para que todos lo sepan*, del fotógrafo guatemalteco Daniel Hernández. Pieza que sirvió como imagen al informe de la comisión interdiocesana de recuperación de la memoria histórica «Nunca Más» en el que a lo largo de mil cuatrocientas páginas divididas en cuatro tomos se recogen 6 mil quinientos testimonios de víctimas del conflicto armado que se libró durante 36 años y que causó casi millón y medio de víctimas en todo el país. El ángel se iría multiplicando a lo largo del tiempo y terminaría constituyéndose en la imagen referente del «hacer memoria».

Espacios escénicos alternativos como «La Bodeguita del Centro» se atiborran de ahora ex guerrilleros. Mezcla-

dos con oficinistas, artistas emergentes e intelectuales entonaban canciones de trova, de rock latinoamericano y cada vez más frecuentemente de rock nacional. Había un país por re construir y daba para todos. Había esperanza, la propia *Bode* era parte de una red centroamericana que ponían en práctica el incipiente corredor cultural que tanto se añora aún. Espacios como *La Luna* de El Salvador o *El Aleph* en Panamá eran parte de este esfuerzo, mismo que contribuyó a la oxigenación de las ideas. En estos espacios se presentaban artistas de la talla de Manuel Obregón (Costa Rica), Luis Enrique Mejía Godoy (Nicaragua), y otros llegaban de visita simplemente, como Joaquín Sabina (España).

El incipiente movimiento rockero local iba en escalada, los grupos de jóvenes rebeldes que rasgaban corazones o señalaban al sistema se multiplicaban como esporas. *Aquí te voy* de Bohemia Suburbana o *Selene* de la Tona, eran coreadas a todo pulmón mientras en las mesas se hilaban tramas hasta entonces imposibles. Un poeta novel roba el micrófono mientras su compañero desplaza al músico contratado. Con una guitarra maltrecha acompañándoles comienzan a declamar/cantar/balbupear una pieza en apariencia inconexa. Sus colegas los engullen, se ufanan y luego saltan a sus pies, extendiendo un lienzo. Pintan, se revuelcan en los colores

empastados. Los artistas *de antes* y los de entonces se encuentran, se ven las caras, salen de sus guaridas. Los convoca el deseo.

Y a mi espalda

Durante la década de los setenta y ochenta, una serie de artistas enfocan su trabajo en narrar y criticar la desastrosa actualidad de entonces. Formados gracias y durante la Revolución de Octubre,¹ este grupo de muchachos son parte de la revolución cultural que se vivía en el mundo. El Mayo francés, la primavera de Praga, la muerte de Martin Luther King, la Plaza de Tlatelolco y sus cientos de muertos y encarcelados; la onda era expansiva y Guatemala no era la excepción. Desde el inicio de los sesenta comenzaría el movimiento guerrillero con el levantamiento de cuatro oficiales del ejército que darían forma el MR-13 que más tarde decantaría en las FAR² y seguiría evolucionando.

Bajo el halo creador de grandes maestros de la plástica, como Carlos Mérida o Valenti, y un siglo renovado en permanente construcción, nace el Grupo Vértebra³ conformado por Marco Augusto Quiroa, Elmar Rojas y Roberto Cabrera. Tres artistas que influirían en la construcción estética de sus contemporáneos y de las generaciones venideras, y contribuirían de manera decidida en la conformación de un nuevo andamiaje del quehacer cultural.⁴ Estos artistas dejarían claro con su manifiesto su forma de hacer y concebir la creación artística, que luego, veinte años después volvería a tener vigencia. «Nuestro lenguaje de raigambre humana deviene de la realidad que nos circunda. No nos preocupan —con conocimiento de causa— los últimos estertores del arte mecánico y egoísta que se repite en Nueva York o Londres. Reconocemos y valoramos la calidad intrínseca de sus raíces, pero nos interesa la otra cara de la medalla: la faz íntegra del hombre. Del hombre, sus problemas, su pequeñez temporal y su grandeza eterna».⁵ Serían estas mismas preocupaciones las que ocuparían a un sector de la generación de postguerra.

Mientras los vertebrados —como se autodenominaban— conseguían poner el dedo en la llaga, una corriente de artistas menos confrontativa marcaría la segunda tendencia/escuela de entonces. Entre ellos Efraín Recinos, padre del Teatro Nacional Miguel Ángel Asturias, incidió en el estilo y concepción estética desarrollando una pieza arquitectónico-escultural única en el mundo. Las obras de Recinos se consolidarán en la década de los 80 y serán aceptadas por los distintos grupos sociales gracias al humor que imprime en ellas.

La creación artística contemporánea no puede comprenderse sin la tutela del Grupo Vértebra, pero tampoco sin

la de Danny Shaffer y la de *los Imaginarios*. Siendo tres pilares que moldearán en gran medida la creación artística contemporánea. La Galería DS con Danny Shaffer y Luis Díaz⁶ a la cabeza serían los aglutinadores de entonces. Allí exhibirían figuras como Margarita Azurdia,⁷ Arnoldo Ramírez Ama-ya,⁸ Francisco Tún⁹ y otros grandes que continuarían produciendo durante los ochentas y noventas sin apagar sus voces pero sin ser tan beligerantes como lo fueran años anteriores. Danny Shaffer se iría a Estados Unidos para volver —como en el caso de Cabrera— ya sobre los noventas. La didáctica de Shaffer como la de Cabrera sentarían las bases para que los *X*¹⁰ tuviesen herramientas más allá de lo meramente técnico favoreciendo espacios y fomentando diálogos que permitieran un nivel discursivo y simbólico mucho más rico del que podía esperarse luego de tantos años de carencia en la construcción de pensamiento dialógico.

La Galería Imaginaria más allá de ser un espacio es un colectivo de artistas que juega un papel medular. Nace a finales de los años 80 y desde su aparición rompe los esquemas impuestos por el terror de la guerra. La efervescencia discursiva de finales de los setenta y principios de los ochenta cae en una especie de letargo que permite al gremio conservar la vida. Las voces se modulan buscando un ejercicio crítico más «discreto» en el que la aridez discursiva se vive en todas las ramas del arte. Imaginaria rompe el silencio y lo hace con un grito. En primera instancia se ubica fuera de la ciudad capital, en Antigua Guatemala, a escasos 35 km —cerca pero fuera— lo que favorece la ruptura de la lógica centralista que mantiene contenida la creación, el desarrollo y las ideas en este país. Además de salir del centro, rompe con los cánones estéticos hasta entonces entronizados y postrados en un lugar seguro garantizado por el mercado.

Imaginaria se expone a la experimentación de nuevas formas de producción en un momento en el que se perseguía la libertad de expresión. Estos artistas se permitieron experimentar en los planteamientos estéticos, técnicos y conceptuales, pero también en los formatos de gestión e incluso comercialización. Una clave más para entender el peso de Imaginaria en la producción artística y de pensamiento de los años venideros sería esa posibilidad de co-creación. Compartir desde la crítica, el diálogo y el quehacer colectivo en un país en el que se había casi extinguido este ejercicio.

Urbanitos transitando a lo contemporáneo

A las postrimerías de la Firma de la Paz, la creación artística va tomando su propia dirección. Las galerías comerciales que mantienen su cartera de artistas y clientes

van incorporando ágilmente creadores emergentes. Se gesta un circuito centroamericano de galerías de arte que permite el tránsito de artistas y piezas entre El Salvador, Honduras, Nicaragua y Guatemala. Guatemala abre el ciclo de Bienales de pintura del Istmo Centroamericanas en formato de concurso, que se transformaría en Bienal Centroamericana¹¹ abriéndose casi inmediatamente a otros formatos y que en su décima edición acogería el formato de bienal curatorial.

La escena de las artes visuales establecida hasta entonces se refrescaba adivinándose nuevas posibilidades y tendencias desde lo global. La propia Región comenzaba a volver la mirada hacia sí, reconociendo como una posibilidad la suma de fuerzas. Desde Costa Rica se planteaba otra lógica, la de los diálogos y análisis de la creación. Virgina Pérez Ratón es pieza fundamental en esta reconstrucción y articulación de imaginarios; gestan simposios y encuentros para favorecer el cruce de miradas. La cooperación internacional comienza a invertir en el desarrollo de los países de la región más decididamente considerando la cultura y el arte como interlocutores claves para favorecer el desarrollo.

El cine nacional irrumpe la escena al final de la década de los noventas con la creación del Festival Internacional Ícaro y comienza la apuesta por vernos desde nosotros. El Ícaro es una de las más grandes apuestas de la cooperación internacional en el esfuerzo por propiciar una reconstrucción de país desde la mirada propia de sus pueblos y es a partir de éste. Hoy día este Festival es coordinado por sus fundadores funcionando desde el aparato estatal, desde donde se plantea la posibilidad de ampliar el apoyo a la creación cinematográfica local y su enseñanza.

El cese al fuego, el trabajo con retornados, la re ubicación y re asentamiento de poblaciones y la puesta en marcha de los Acuerdos de Paz,¹² inciden en que la inversión desde la cooperación internacional busque mecanismos para implementar los procesos de desarrollo y acompañamiento a la vida democrática al país, es allí donde el arte se posiciona como una herramienta que favorece la inclusión y la posibilidad de retejer dentro de poblaciones que han sido desmembradas no solo desde el territorio sino culturalmente hablando.¹³ Los procesos son acompañados por fuertes componentes en los que se apuesta al diálogo y la reconstrucción de país. Es el caso de los murales de Comalapa, en los que se realiza un trabajo con miembros de la comunidad para reconstruir la historia y pensar un futuro colectivo.¹⁴

Jóvenes artistas, músicos, poetas, escultores y pintores se unen para arrendar una casa en el olvidado centro de la ciudad de Guatemala. Inicialmente los habitantes deciden

abrir las puertas para favorecer el encuentro con el arte desde su visión más amplia. Se inicia una temporada de tertulias y encuentros entre pares. En cada habitación hay alguien haciendo arte, algunos de ellos inquilinos otros habitantes temporales. El timbre no deja de sonar de jueves a domingo, llegan más y más, músicos y proto-músicos, cineastas, poetas en construcción y otros en de construcción, chicos de la calle, estudiantes. Todos quieren tener alguna relación con ese espacio al que luego se le bautizará como la Casa Bizarra. En una de las grandes reuniones de habitantes, se decide poner fecha a la apertura del espacio. Sería a finales de 1998 con una exposición absolutamente ecléctica, fiesta-concierto en la que convivirían por una noche las diversas formas de pensamiento y clases sociales.

Durante meses se repellaron paredes, arreglaron drenajes y limpiaron lozas. La Casa Bizarra abrió sus puertas en luna llena, la afluencia de gente fue desbordante. La casa resonó en todas las esquinas de una Guatemala acostumbrada a los formatos tradicionales del vivir y hacer cultura. En este espacio, se vieron obligados a convivir pordioseros con multimillonarios, ex guerrilleros con militares. La Casa Bizarra hizo mella; la gestión cultural toma un cariz distinto a la que hasta entonces se había permitido Guatemala acostumbrada al elitista mundo de las galerías comerciales, los centros culturales institucionalizados o los espacios estatales de producción cultural, los bizarros urgen la conexión con y para la comunidad. Se permitió que las distintas voces y formatos de creación que se estaban desarrollando entonces pudiesen reconocerse. Seguirse la huella. No es fortuito que hoy día las redes que se han conformado desde allí mantengan la vigencia y vitalidad de entonces.

Durante esa misma época, Danny Shaffer trabajaba con un grupo cada vez mayor de jóvenes artistas a quienes cuestiona decisiones estéticas, éticas, formas de hacer y resolver, y les obliga a analizarse a partir del descubrimiento de su propia cultura, de sus símbolos. Como se dijo antes Shaffer contaba con una carrera prolífica en los años setenta, fundador de la galería DS y desde entonces planteaba una forma distinta de hacer y entender el arte, mucho más cercano a lo conceptual con grados de perfeccionamiento exacerbado. A su regreso de Estados Unidos, en donde recibe y luego da clases, retoma el arte desde una vertiente didáctica y es eso justamente lo que favorece y abre la posibilidad a que la creación de quienes entonces eran sus estudiantes se construya desde una postura crítica y mucho más robusta que la que se lograría entonces desde la Escuela Nacional de Artes Plásticas. Artistas como Alejandro Paz,¹⁵ Yazmin Hage¹⁶ o Jorge de

León¹⁷ pasan por ese espacio y generan vínculos entre ellos. Esperanza de León,¹⁸ artista y educadora de arte, se decanta por el estudio de los procesos cognitivos y sanadores del arte, siendo hoy día puntera en el replanteamiento de la comprensión, difusión y función del arte en Guatemala.

Y aquí comienza el verdadero rock

Roberto Cabrera regresa a la escena y lo hace, como Shaffer, desde la gestión y la docencia, sin dejar de investigar y tener producción propia. Cabrera se dedicará entonces a impartir diplomados de crítica e historia de las artes locales y a retomar su diálogo con las culturas originarias, encuentro que lo llevará más tarde a trabajar y reconocer artistas que hoy día forman parte de los punteros en las artes de este país, como es el caso de Benvenuto Chavajay o Antonio Pichiyá. El trabajo desarrollado por Cabrera con estos jóvenes artistas nace a partir de la premisa de que no hay incertidumbre en la obra. Todo debe ser investigado, se debe tener conocimiento del concepto e ir más allá de lo evidente. Los conocimientos cotidianos tienen una raíz y es en ella a donde se debe llegar. Cabrera les interpela, los pone contra la pared, les mueve a discutir y abstraer.

El trabajo que realiza Cabrera con esta nueva generación de artistas que construyen desde el altiplano del país es clave para comprender la deconstrucción hegemónica que han desarrollado estos. El/los distintos diálogos que han conseguido articular no son fortuitos, yendo más allá de un intercambio entre «arte indígena del interior del país» hacia el «exterior». Benvenuto Chavajay, como Cabrera, desarrolla procesos de investigación que lo lleva a la forma más sutil y compleja, extrayendo así la esencia y permitiendo la pureza del lenguaje visual. Artista complejo pero además gestor y guardián de la creación, Benvenuto pone en primer plano y promueve la creación que se hace desde su Lago, azuza, motiva a la reflexión, empuja a la documentación. En silencio, como hormiga, acompañado siempre de Pichiyá y otros artistas locales que entienden, como él, que este andamiaje está desprovisto de espacios seguros que resguarden la historia, lo sagrado, la palabra del pueblo: la creación.

Paralelo a la efervescencia que vivía esta construcción desde el *under ground* y de los espacios de pensamiento alternativos en los que el soporte o la corriente en el que se enmarcara la obra era secundario poniéndose en primer plano la creación misma, se crea la Fundación Colloquia,¹⁹ que aglutina a algunos de los antiguos miembros del Grupo Imaginaria y desde donde se enuncia un espacio más «formal» que motiva la creación del arte contemporáneo. Colloquia

nace por iniciativa del fotógrafo guatemalteco Luis González Palma,²⁰ quien además de favorecer la creación de este espacio que permite la incorporación de otras miradas por medio de invitaciones a artistas punteros de la escena, como es el caso de Tania Bruguera, Gerardo Mosquera, Santiago Sierra o Cecilia Paredes, entre muchos otros, sigue desarrollando su obra. González Palma experimenta la direccionalidad de la mirada hacia lo local, encontrando en lo indígena una oportunidad de exploración estética en la que el dolor y el sufrimiento se traslucen por medio de miradas y expresiones veladas. Él, al igual que su contemporáneo Daniel Hernández, dará un gran valor a la identidad y las formas de lo local.

Desde Colloquia se pone en valor la obra de artistas que desarrollan su trabajo desde el altiplano guatemalteco, una de las zonas más empobrecidas del país. Es así como los hermanos Poyón, desde Comalapa, rompen con la tradición



pictórica local que oscila entre el arte moderno y el arte de los pueblos originarios, y desarrollan un nuevo lenguaje que les permite seguir en perfecta armonía con sus símbolos pero desde lo contemporáneo. Este par de hermanos, en este afán creador, fundan espacios culturales en su comunidad, desde donde favorecen el cruce e intercambio de ideas e imágenes desde lo local hacia lo global, promoviendo ciclos de cine internacionales, favoreciendo la visita de artistas nacionales e internacionales y generando un puente entre estos «nuevos» lugares, que más tarde conformarían un corredor cultural del altiplano.

Los bizarros se reconfiguran en un festival de arte urbano, en donde se encuentran las expresiones de entonces buscando tomar y reinterpretar el espacio público, este pequeño festival es la antesala al primer Festival del Centro Histórico. La convocatoria es amplia, acercando a los hacedores de las diversas disciplinas a desarrollar su trabajo desde y para la calle. De esta forma se rompe el silencio pero también la noción del arte que puede ser apreciado únicamente en una sala de exhibición. Es en ese contexto en el que Regina José Galindo participa en el II Festival de Centro Histórico con la pieza *Lo voy a gritar al viento* en la que desde el arco del edificio de correos se cuelga vistiendo una túnica blanca amarrada de la cintura. Desde las alturas da lectura a una serie de poemas de su creación arrojándolos a los transeúntes.

Soy lugar común
como el eco de las voces
el rostro de la luna.

Tengo dos tetas
-diminutas-
la nariz oblonga
la estatura del pueblo.

Miope
de lengua vulgar
nalgas caídas
piel de naranja.

Me sitúo frente al espejo
y me masturbo.

Soy mujer
la más común
entre las comunes.

Soy lugar común es uno de los nueve poemas leídos y compartidos durante el performance referido. Esta obra copa las portadas de los medios de comunicación y detona por primera vez en años, dentro de los medios de comunicación, un análisis crítico del discurso, de la creación artística y de la narrativa del país de entonces.

La fuerza de denuncia de la obra de Regina se hace patente ese mismo año dentro de la exposición colectiva *Sin Pelos en la Lengua*, que reúne a los artistas contemporáneos de entonces en un *penthouse* aún en obra gris y desde donde los contemporáneos de entonces y ahora, conseguirán exponer desde un formato más relajado y lejano del comercial. En esa muestra Regina se amarra desnuda a una cama vertical y se somete a la proyección de imágenes registradas en los medios de comunicación en las que se denuncia y se expone explícitamente la violencia contra la mujer.²¹ Esa misma exposición organizada por el Proyecto de Arte Independiente, iniciativa de Diana de Solares y Darío Escobar –ambos artistas conceptuales que han sido determinantes en la creación contemporánea–, permite la participación de dos generaciones de artistas contemporáneos que se comienzan a traslapar y los más jóvenes a definir su voz.

La energía puesta por estos grupos en el centro de la ciudad, facilita que el ayuntamiento encuentre en tierra fértil su proyecto de revitalización del centro histórico, constituyéndose el Festival en un facilitador de la recuperación y renovación de espacios públicos. De esa cuenta ponen a disposición de artistas y colectivos emergentes, el entonces Palacio de Correos, un antiguo edificio emblemático que había permanecido en el abandono por décadas. El uso de estos espacios permite a los artistas la posibilidad de crear en comunidad sin tener que preocuparse inicialmente por el pago de un arrendamiento. Mientras éstos entran en un proceso productivo muy rico en el que convive la plástica, el teatro, la poesía, el cine y las artes circenses, la municipalidad inicia los trabajos de restauración del edificio. La convivencia en un edificio en recuperación permite un experimento de autogestión, intercambio y creación de naturaleza inicialmente libre y que después se verá menguada por el proyecto municipal de escuelas de arte que obligará a todos estos colectivos a salir de edificio años más tarde.

La búsqueda de lenguajes más contemporáneos, en concordancia con el diálogo que viven las artes en el mundo, se hace patente en la obra de Aníbal López, quien siendo ganador de glifos en la Bienal de Arte Paiz²² busca de manera constante provocar a través de su obra, otras lecturas de la realidad, de las propias ideas y símbolos culturales que en-

corsetan al país. Aníbal deja a un lado su nombre y comienza a firmar con su número de identificación A-1 53167, cambia sus propios lenguajes y objetos de análisis con la vertiginosidad de un genio. El 30 de junio (día del ejército) del 2000, desafia a esta institución esparciendo carbón a lo largo de una de las avenidas más concurridas y por las que pasaría el desfile militar obligando a los soldados a marchar sobre éste y simbolizando de esta manera la forma en que el ejército pasó sobre su propia población, recordando la tierra arrasada y las atrocidades cometidas durante la guerra.

En ese marco los bizarros, entonces ya colectivo de Arte Urbano junto a artistas, animadores, gestores culturales y de la Corporación Cultural Barrio Comparsa de Medellín Colombia, se plantean realizar en el año 2000 el Festival Octubre Azul, que más que un festival artístico buscaba ser una manifestación ciudadana por medio de la expresión y la convivencia. Una especie de guerrilla cultural que conmocionara tanto al mundo del arte como a la ciudadanía, obligando a ésta a repensarse, resignificarse y reinterpretarse, pero que además trabajó con jóvenes de áreas urbano marginales por medio de talleres lúdicos, creando así la comparsa que abriría el Festival.

Octubre Azul pone en un primer plano a los artistas jóvenes de entonces vinculándolos con quienes exhibían en espacios consolidados nacional e internacionalmente. La ciudad fue ocupada como una galería que obligaba al diálogo. Es en este Festival en el que artistas como Benvenuto Chavajay o los hermanos Poyón, abren una puerta que como señala el escritor Javier Payeras²³ es «la incursión dentro del arte contemporáneo guatemalteco de las regiones más invisibles, los artistas de los departamentos que a través de un continuo trabajo de organización cultural están llevando a lugares como San Pedro la Laguna o San Juan Comalapa a convertirse en verdaderos focos de exploración de un arte afianzado en una observación cruda de lo popular, muy opuesta al folclorismo o la regurgitada parafernalia del arte contemporáneo con pretensiones internacionales»²⁴.

Con Octubre Azul se sientan las bases para la conformación del colectivo Caja Lúdica que inicia en 2002 los procesos de sensibilización artística y cultural en barrios marginales y comunidades en las que golpeó fuertemente la guerra. A través de financiamientos internacionales, consiguieron consolidar una red empoderada en la que se desarrollaban actividades artísticas, comparsas, talleres y obras de teatro con jóvenes que no se reconocían sujetos de derecho, los lúdicos lograron por medio de la risa y el juego hacer brillar al ser humano. Esta unión de artistas y gestores fun-

cionará además como mecanismo de articulación entre las zonas urbanas marginales y las rurales, y favorecerá que el imaginario colectivo ciudadano se abra hacia las otras realidades/posibilidades que se viven en el país. Caja Lúdica, Octubre Azul, Colloquia y en una medida la Casa Bizarra, serían esfuerzos financiados por los propios creadores y apoyados por la cooperación internacional, que en adelante jugaría un papel determinante en los proyectos vinculados a arte y comunidad.

Octubre del año 2000 sería además testigo de la pieza *Genocidio* de Alejandro Paz, en la que coloca muñecas de trapo intervenidas emulando las agresiones físicas y sexuales cometidas durante el conflicto armado a poblaciones indígenas como acciones genocidas. Las muñecas son distribuidas frente al Organismo Judicial y la Corte Suprema de Justicia, obligando a quienes ingresaban a estos edificios a pasar encontrando espacios entre ellas. Una constante en el arte contemporáneo guatemalteco será el profundo compromiso que éste tiene con los procesos sociales dejando a un lado los temas «cómodos» en la creación y escarbando en la propia historia. Tanto Alejandro Paz como Aníbal López serán críticos acérrimos del sistema en sus distintas formas, llevando las relaciones entre política y economía al plano ético y vinculándolas a la cotidianidad ya sea del mundo del arte como un sistema o del guatemalteco especialmente en su vertiente «acomodada». El corpus de la obra de Isabel Ruiz,²⁵ Galindo, Paz, y López será determinante para entender la estructura de una Guatemala que obliga al colectivo a constituirse en cómplice muchas veces pasivo, de un sistema violento en la alteridad de sus estructuras.

Y por violento no solamente se debe entender el ejercicio físico, en Guatemala la violencia simbólica es determinante. Durante los años 2000 a 2004, en el periodo presidencial de Alfonso Portillo, el Ministerio de Cultura tiene por primera vez en su vida a una ministra quien además es indígena. Para la Guatemala criolla esto significa una afrenta. La ministra Otilia Lux de Cotí,²⁶ hábil política, orgullosa y respetuosa de su cultura y la diversidad de los pueblos, desarrolla una serie de mesas de trabajo multidisciplinarias que proponen la construcción de «un nuevo ministerio» en el que se aborde y favorezca una cultura inclusiva. La afrenta que implicó su nombramiento se exagera cuando se comienzan a desarrollar una serie de planes y proyectos que ponen en valor las culturas originarias, y aunque su plan no fue implementado en su totalidad, sentó las bases para que en 2007, desde el mismo Ministerio se lograra construir el Plan Nacional de Desarrollo Cultural a Largo Plazo, que daría direc-

ción a las acciones del ministerio desde una lógica inclusiva y promotora del arte y la cultura como «motor del desarrollo verdaderamente humano», en palabras del Ministro que impulsa este plan, Enrique Matheu. Este plan, construido desde la reflexión-acción, se fundamenta y fortalece con el momento de su creación es quizás el documento más atinado que se haya construido desde este ministerio siendo además que implementa el andamiaje que permitirá la protección y creación de grupos artísticos de todo el país.

En 2001 Aníbal López recibe el León de Oro al mejor artista joven en la Bienal de Venecia, premio que recibiría Regina José Galindo de la misma institución en 2005. Las artes toman un papel preponderante en el imaginario de postguerra. Francisco Auyón²⁷ realiza la instalación *Autocuestión* que da inicio a la creación del certamen Jóvenes Creadores del extinto Banco del Café (Bancafe), proyecto en el que se financiaba a artistas novel para que realizaran muestras personales en el vestíbulo del banco fomentando la libertad en términos creativos. Es por esos años también en los que la Bienal de Arte Paiz entra en crisis y sus organizadores comienzan una ronda peregrina de consultas entre los diversos colectivos y generaciones de artistas que les llevará al replanteamiento de la misma.

El panorama de las artes visuales parece decantarse hacia lo conceptual, dejando en un segundo plano la vertiente modernista consentidora de discursos más apegados a lo estético y vinculados con una noción del arte modernista. Nuevamente en 2003 Regina Galindo sorprende con la pieza ¿Quién puede borrar las huellas?, en la que camina de la Corte de Constitucionalidad hasta el Palacio Nacional, rechazando la posible candidatura del general Efraín Ríos Montt,²⁸ ex-militar, genocida y golpista. Durante ese mismo año la configuración del hasta entonces Instituto de Cultura Hispánica cambia. Rosina Cazali, curadora e integrante de Imaginaria y Colloquia, asume la dirección del nuevo proyecto en el que se replantea el quehacer de este centro configurando el proyecto del que hoy día es el Centro Cultural de España, desde donde se promueve la creación artística contemporánea e incorporan formas distintas de hacer, transmitir y gestionar, contribuyendo a la formación de nuevos agentes culturales y favoreciendo la creación artística desde los diversos soportes.

Ese mismo año se comienza el ejercicio del Festival Manifestarte, que financiado también por la cooperación internacional, consigue aglutinar durante su tiempo de vida (2003 a 2009) a alrededor de 500 creadores mesoamericanos quienes motivados por el hacer cultural, ofrecen de manera

voluntaria conciertos, lecturas de poesía, puestas en escena, exhibiciones, y otras manifestaciones, bajo la consigna de que el hacer cultura debe estar vinculado a la transmisión de ésta. Este festival consigue en su última edición tener un afluente de público de más de nueve mil personas. Se extingue a partir de que la ayuda de la cooperación disminuye y las políticas municipales cambian restringiendo el espacio.

Después de esos años convulsos en los que se fundan nuevas posibilidades, la primera década del 2000 se situará como la del cambio de formatos, replanteamientos institucionales y el inicio en el desvanecimiento de las fronteras imaginarias erigidas por la guerra. La Bienal de Arte Paiz se encuentra con la obra Parábola, de Francisco Auyón, que rompe con los formatos tradicionales y ensancha las categorías obligando a incorporar la de «arte alternativo». La pieza, que consiste en una mesa de madera de pino de grandes dimensiones (2 x 4 x 2 metros) es ubicada en el Parque Central de la Ciudad de Guatemala, transformando la lógica de salón que mantenía la bienal hasta entonces.

Es durante esa primera década en la que se inaugura el primer Festival de Escultura: Guatemala Inmortal, que únicamente consigue llegar a dos ediciones. En este festival se invita a escultores internacionales a quienes se les ofrece un bloque gigante de mármol y durante quince días, los artistas desarrollan sus piezas rodeados de miles de visitantes. El festival ofrece además talleres, encuentros y exposiciones paralelas que divulgan la creación escultórica, por él pasan en cada una de sus ediciones alrededor de 100.000 personas y las piezas desarrolladas se incorporan al erario de la nación. Al tiempo que se desarrolla este festival, la Bienal de Arte Paiz cambia su formato adoptando el modelo curatorial. A partir de allí la bienal adoptará modelos versátiles de exhibición, divulgación y lectura de la creación contemporánea.²⁹

El análisis de lo sucedido durante los años que duró la guerra y la recuperación de la memoria toman un segundo aire en el ambiente artístico cuando se inaugura en Antigua Guatemala, en el Centro de Formación de la Cooperación Española, la exposición *Los desaparecidos*, curada por Laurel Reuter, quien consigue poner en la mesa de discusión un tema hasta entonces tratado en especial por defensores de derechos humanos. Más de veinte artistas latinoamericanos desarrollan su obra en torno a los desaparecidos de los diversos conflictos armados y represiones del continente, es así como estas piezas desarrollan un diálogo, activando e integrando a distintas generaciones de creadores.

Para entonces los jóvenes artistas del altiplano ocupaban un sitio protagónico en el terreno de la creación. El

colectivo Caja Lúdica se había esparcido como polen favoreciendo la creación de grupos independientes en todo el país, y en especial en el altiplano. Desde el Ministerio de Cultura se abre en 2006 el departamento de fomento a la creación CREA, con el escritor Javier Payeras³⁰ a la cabeza. Se inicia un nuevo ciclo para esta institución que, como se dijo antes, ha desarrollado y pone en práctica un plan de desarrollo cultural bajo la lógica de la pertinencia cultural y la participación ciudadana. En ese marco, el Ministerio de Cultura acoge grupos artísticos como el colectivo Sotzil,³¹ del departamento de Sololá en el altiplano, quienes tienen como fin la investigación, rescate, creación y promoción del arte maya. Si bien este colectivo no se circunscribe en el ámbito de las artes visuales, es precisamente la concepción de la creación desde los pueblos originarios por la que lo incorporo a este texto. Desde sus investigaciones y puestas en escena, los *sotziles* consiguen indagar e incorporar elementos culturales que permanecían resguardados en lo profundo. Hay que recordar que desde la colonia y los años de conflicto armado los pueblos originarios ocultan sus tradiciones y cosmovisión con el objetivo de garantizar su supervivencia. Y es en gran medida gracias al trabajo de artistas como el colectivo Sotzil, Chavajay, Pichiyá o los hermanos Poyón, que se consigue indagar y devolver a la luz complejas construcciones semánticas y tradiciones que permiten dar lectura a la historia más antigua y posibles orígenes del pensamiento de nuestros pueblos.

En esa misma lógica, el artista tzutujil, Manuel Chavajay³² comienza a trabajar en esos años una serie de senderos interpretativos alrededor de la cuenca del lago de Atitlán, en perfecta sintonía con sus principios de vida en los que destaca su conexión con el agua, fuego, tierra y aire, con los volcanes, con la cosmovisión maya que permite entendernos como parte de un todo. Chavajay reconoce en su historia una lucha, a partir de ello desarrolla en su obra posterior una serie de pinturas de reflejos en los que se adivina el individuo que ha desaparecido y otra serie de piezas en distinto formato en las que de manera explícita critica la espoliación y explotación que se ha hecho a los pueblos originarios.

Esta crítica es puesta en diversos escenarios internacionales por múltiples artistas, como es el caso de Yasmin Hage quien presenta en la Bienal de Mercosur la obra titulada *Aldea Modelo, pequeña Historia, 1984* y un par de años después en la X edición de la Bienal Centroamericana. Esta especie de maqueta que utiliza la técnica de los libros *pop-up* recrea las aldeas inventadas por el ejército durante los años del conflicto armado, en las que se aglu-

tinaba a la población rompiendo con ellas las ancestrales formas de vida y permitiendo al ejército tener el control sobre los pobladores.

En ese contexto llega a Guatemala la mítica obra de Diego Rivera, la Gloriosa Victoria. Exhibida en el Palacio Nacional, es visitada por centenares de miles de personas, quienes por medio de un cuadro se llevan consigo la historia de su país. Esta obra causó casi el mismo revuelo que el generado por Regina Galindo colgada del edificio de Correos o Aníbal López con el carbón puesto al paso del desfile militar. La Gloriosa Victoria trajo consigo el incremento de un discurso de la guerra fría en donde todo aquel vinculado a lo social era por consecuencia comunista. Desde entonces la cantaleta permanece, pero los artistas han sabido capitalizarla e incorporar severas críticas a este mecanismo de polarización social. Desde el arte se consiguen críticas muy finas, como la creación del NUMU,³³ proyecto de Jessica Kairé y Stefan Benchoam que consiste en dar categoría a un antiguo local de venta de huevos en forma de huevo, como el Nuevo Museo de Arte Contemporáneo. El NUMU mantiene exhibiciones pensadas expresamente para ese espacio de 2 x 2.5 metros, en donde exhiben artistas nacionales e internacionales. El NUMU pone en discusión el modelo de museo pero además la ausencia de estas instituciones en un país con una producción artística tan prolífica.

Los nuevos modelos de gestión, las formas de hacer y ver se han mantenido en una especie de forcejeo entre lo más tradicional y lo contemporáneo. La discusión persiste pero lo hace ya desde una postura menos excluyente. Se han tomado bandos que conviven en determinados momentos y se disputan los espacios en otros. Artistas como Jorge de León o el colectivo Proyecto 44,³⁴ que se implican con la actualidad y participan de la vida pública, nos permiten colegir que la vitalidad del guatemalteco no cesa en su intención de modificar las estructuras que agreden y condicionan también el devenir del arte y la cultura.

No cabe duda que la entrada de los artistas de los pueblos originarios han favorecido esa comprensión más cercana al concepto, a la sencillez y naturalidad de las ideas sin que por ello estas sean flojas o vacías en su forma sino todo lo contrario, la carga simbólica que supone la creación contemporánea local está plagada de contenidos contundentes que permiten entender a una sociedad por demás compleja y extremadamente herida, pero que crea desde la esperanza y en la que se construye con la naturalidad de quien valora la vida.

Notas

- (1) Revolución de Octubre o del 44. Fue un movimiento cívico-militar ocurrido en Guatemala el 20 de octubre de 1944, efectuado por militares, estudiantes y trabajadores. Derrocó al Gobierno del Dictador Jorge Ubico. Dio lugar a las primeras elecciones libres e inauguró un período de diez años de modernización del Estado. En esa década se legaliza el voto a las mujeres, los analfabetas; se hacen reformas a la educación, se crea el Instituto de Seguridad Social y las leyes de protección a los trabajadores entre otras.
- (2) Fuerzas Armadas Rebeldes; fundada a finales de 1962 a partir de la unión entre el Movimiento Revolucionario 13 de Noviembre, el Movimiento Estudiantil 12 de abril, y el Destacamento 20 de octubre del Partido Guatemalteco del Trabajo (PGT).
- (3) <http://biblio3.url.edu.gt/Publi/Libros/abrapalabra/El-arte-plastico/03.pdf>
- (4) Marco Augusto Quiroa se mantuvo fiel a la conciencia social de denuncia durante su vida artística; se movió entre la literatura, las artes visuales y colaboró con una columna en el diario El Periódico por años. En 2002 fue diputado por el partido Alianza Nueva Nación. Elmar Rojas, realista mágico; fundador y primer ministro de cultura. Roberto Cabrera, fue quizás el más académico de los tres además de mantener una permanente exploración materia y en la construcción estética. Fue el único del grupo que salió al exilio. Investigó a profundidad los pueblos originarios, conectó con su cultura y favoreció la creación a partir de allí. Fue director del Teatro Nacional e incidió en la renovación académica de la Escuela Nacional de Artes Plásticas.
- (5) <https://educacion.ufm.edu/manifiesto-vertebra/>
- (6) <https://wikiguate.com.gt/luis-diaz/>
- (7) https://es.wikipedia.org/wiki/Margarita_Azurdia
- (8) <https://www.arteinformado.com/guia/f/arnoldo-ramirez-amaya-el-tecolote-190859>
- (9) <http://franciscotun.blogspot.com/>
- (10) En referencia a la generación «X», personas nacidas entre los 60 y los 80s.
- (11) <http://www.bienalcentroamericana.com/>

- (12) <http://www.memoriavirtualguatemala.org/es/categor%C3%ADas-de-biblioteca/acuerdos-de-paz>
- (13) https://www.clarin.com/mundo/guatemala-desentierra-macabra-trama-aldeas-modelo-murieron-hambre-miles-personas_0_ryXSC0mXf.html
- (14) <http://acceso.ku.edu/unidad5/almanaque/murals.shtml>
- (15) <http://cceguatemala.org/wp-content/uploads/2017/09/alejandro-paz.pdf>
- (16) <http://19bienal.fundacionpaiz.org.gt/yasmin-hage-guatemala-1976/>
- (17) <http://cceguatemala.org/wp-content/themes/CCdE/media/docs/jorge-de-leon.pdf>
- (18) <http://21bienal.fundacionpaiz.org.gt/esperanza-de-leon/>
- (19) <https://sites.google.com/site/espaciocolloquia/>
- (20) <https://www.gonzalezpalma.com/>
- (21) Registro violencia contra la mujer 1999 y 2018
- (22) Bienal de Arte Paiz. Creada en 1976 por la Fundación Paiz para la Educación y la Cultura. Es la segunda Bienal en antigüedad de Latinoamérica y la quinta en el mundo. <http://21bienal.fundacionpaiz.org.gt/>
- (23) <http://www.literaturaguatemalteca.org/jpayaras.htm>
- (24) *La Región más invisible*, Editorial Cultura, 2017, p. 60.
- (25) <http://cceguatemala.org/wp-content/themes/CCdE/media/docs/isabel-ruiz-conversa-con-anabella-acevedo.pdf>
- (26) <https://www.mujerhoy.com/hoy/mujeres-hoy/otilia-coti-indigenas-merecen-725830052013.html>
- (27) <http://digi.usac.edu.gt/bvirtual/informes/rapidos2008/INF-2008-024.pdf>
- (28) <https://www.nytimes.com/es/2018/04/01/efrain-rios-montt-obituario/>
- (29) <http://21bienal.fundacionpaiz.org.gt/>
- (30) https://es.wikipedia.org/wiki/Javier_Payeras
- (31) <http://www.gruposotzil.org.gt/>
- (32) <http://www.manuelchavajay.com/>
- (33) <https://www.elnumu.org/>
- (34) <https://www.facebook.com/proyecto44/>

AUTORES

Luis Méndez Salinas y Carmen Lucía Alvarado

ADSCRIPCIÓN PROFESIONAL

Catafixia Editorial

TÍTULO

La impostergable invención del presente: Literatura guatemalteca actual.

CORREO-E

luismendezsalinas@gmail.com
carmenlucia85@gmail.com
catafixia.editorial@gmail.com

RESUMEN

En el presente documento se analiza el contexto social y estético en el que surgen las vigorosas manifestaciones de la literatura guatemalteca actual, que a partir de 1996 ha generado códigos novedosos dentro de la historia literaria del país, luego de la apertura y renovación que permitió la firma de los Acuerdos de Paz. Asimismo, se integra un análisis sobre el corpus contemporáneo de la escritura en Guatemala, haciendo énfasis en la producción poética y narrativa de los últimos años. En ese sentido, se articula un panorama renovado de la literatura guatemalteca, indicando nombres (tanto de obras como de autores) fundamentales, y se definen ciertas dinámicas y formas de la producción literaria actual, en estrecho vínculo con otras disciplinas artísticas y con el desarrollo de la sociedad guatemalteca en general.

PALABRAS CLAVE

Literatura guatemalteca contemporánea; historia reciente de Guatemala; generaciones de posguerra; constelación literaria.

AUTHORS

Luis Méndez Salinas y Carmen Lucía Alvarado

PROFESSIONAL AFFILIATION

Catafixia Editorial

TITLE

The unpostponable invention of the present: Guatemalan literature today.

E-MAIL

luismendezsalinas@gmail.com
carmenlucia85@gmail.com
catafixia.editorial@gmail.com

ABSTRACT

This article analyses the social and aesthetic context in which vibrant examples of present-day Guatemalan literature have emerged. Since 1996, novel codes in the country's literary history have appeared, in response to the openness and revitalisation enabled by the signing of the Peace Agreements. An analysis is also conducted of the contemporary corpus of writing in Guatemala, paying particular attention to recent poetry and narrative. A revitalised panorama of Guatemalan literature is described, indicating key names (of works and authors alike) and defining some of the dynamics and forms of present-day literary production, which is closely associated with other artistic disciplines and with the development of Guatemalan society in general.

KEYWORDS

Contemporary Guatemalan literature; recent history of Guatemala; post-war generations; literary constellation.

La impostergable invención del presente: Literatura guatemalteca actual

Luis Méndez Salinas y Carmen Lucía Alvarado

«Tendrá que ser así:
voy en mi busca
quizá partiendo
de algún presente incierto...»
Roberto Monzón

I.

Nos acercamos al final de la segunda década del siglo XXI, y Guatemala sigue siendo una ficción y una herida. Su pasado es el recuento de las pesadillas más tremendas y su presente parece ser producto de la fragmentación, el sinsentido y la violencia. Guatemala es un cuerpo social dislocado en el que se dibuja un delirio: el arte.

Los guatemaltecos hemos sido testigos de la deformación profunda del cuerpo geográfico, social y espiritual que habitamos, ese cuerpo que ha aprendido a soportar el paso y el peso de la historia como una interminable golpiza que va dejándolo inválido. El primer golpe fue la invasión y la conquista; luego vino la farsa de la «emancipación» y el «progreso», la «libre empresa», las dictaduras, la intervención norteamericana, la intolerancia, el horror y la muerte.

Sin embargo, en medio de ese panorama repleto de patologías, donde todo parece ser posible menos la creación, la libertad y el deseo, han surgido siempre poderosos anticuerpos de luz que rescatan las pocas facultades que le han quedado intactas al cuerpo mutilado de nuestra «nación». Esas facultades son la sensibilidad, la imaginación creadora, la memoria y la conciencia colectiva. Sobre ellas se asienta la rotunda constelación del arte guatemalteco, que es una de las

respuestas más potentes que como colectividad hemos dado ante la magnitud del drama que se produce en esta tierra, y que se constituye como un irrenunciable acto de fe en la capacidad creadora del ser humano.

Así pues, por un lado está la horrenda historia política y están sus fragmentos todavía dolorosos. Por otro, aparece el arte, la literatura, la creación. La historia de esa creación, su flujo a través del tiempo, no se determina pasiva y linealmente a partir de esa otra historia (la política, la nefasta), pero participa dentro de su dinámica de negaciones y rupturas, de alaridos y silencios, de obstáculos y fugas.

Hemos dicho ya que Guatemala es un país fundado a partir de un trauma, de una fractura violenta que con el tiempo se ha vuelto más honda, más dolorosa, más evidente. De ahí que pensar en Guatemala como «nación» sea pensar en la distancia que separa sus polos, y en la imposibilidad aparente de integrarlos en su sistema coherente, democrático y plural. Hasta ahora, pensar en nuestra historia es pensar en una interminable lista de proyectos fallidos cargados de imposición y violencia, pero es también pensar en una inagotable resistencia. Gracias a dicha resistencia es que las fallas de origen que constituyen la excluyente estructura de la nacionalidad guatemalteca no han podido evitar el surgi-

miento de un arte vigoroso, rotundo y digno, que se impone a carencias de todo tipo para elaborar una estructura propia que lo sustente. En muchos casos, los artistas guatemaltecos han debido anteponer el exilio a la imposibilidad, la muerte al silencio, la resistencia a la represión.

En un contexto como el que venimos delineando, parece obvia la imposibilidad de hablar del arte (o de la literatura) en términos de una «tradición». A lo sumo, podremos encontrar elementos asilados que se articulan para configurar el carácter de un quehacer. Así, encontraremos infinitas líneas (obras, tentativas) que se desarrollan y estallan, anulando –aparentemente– sus posibilidades de continuidad histórica. Las grandes obras que se han escrito en este país no pueden verse como eslabones de una secuencia lineal: cada una de ellas permanece por sí misma, en su necesidad y su imponencia, accidentando nuestra geografía literaria y articulándose con las otras a manera de constelación. Eso hace que el panorama histórico de la literatura en Guatemala no tenga una forma fija, sino que se niegue, se reinvente y se dibuje nuevos límites a cada tanto.

II.

Para situarnos en el contexto social y estético en que se desarrolla la literatura guatemalteca actual es necesario remitirnos a mediados de la década de 1990. Con la firma de la paz, hacia 1996, la sociedad guatemalteca iniciaba un proceso de apertura democrática que se creía fundamental para su desarrollo posterior. Terminaba la guerra y empezaba «lo otro»: la paz, la esperanza, el mañana. Si bien esta coyuntura puntual es el referente inmediato de una serie de valiosos procesos para impulsar la regeneración de un tejido social terriblemente desgarrado, poco duró el entusiasmo y la confianza, pues la violencia de carácter político no cesó del todo.¹

En el papel, el conflicto armado había concluido, pero en la práctica social fuimos testigos de la democratización de la violencia y de la aparición de complejas estructuras del crimen organizado y el narcotráfico, mientras que la práctica política tomó la máscara del juego democrático para justificar medidas de carácter neoliberal que al día de hoy violentan la integridad de nuestras comunidades y nuestros territorios.

En términos generales, durante la transición entre el siglo XX y el siglo XXI parecen colapsar ciertas formas de la esperanza que alimentó buena parte de la resistencia ante los gobiernos represivos de los años previos, y eso tuvo fuertes repercusiones en los ámbitos estéticos y en las relaciones intergeneracionales de la época. Se abre una grieta entre la

La literatura que surge en este momento tiene la conciencia de formarse dentro de un lenguaje y un espacio simbólico en mutación, que experimenta cambios radicales en cuanto a sus registros y sus imaginarios.

literatura de posguerra –esa literatura escrita por las generaciones que experimentaron en carne propia el conflicto armado y vieron desmoronarse sus ideales de lucha– y las nuevas escrituras que aparecen inmediatamente después del conflicto. La retórica de la lucha resulta obsoleta y se devela un horizonte hasta entonces inédito que permite el surgimiento de un arte que aparentemente no tiene la necesidad de ser social y busca plantearse desde la más absoluta libertad. Quizá esta es una tendencia natural de reacción ante el trauma que implicaba la tendencia política del pasado inmediato, sin embargo también fue estimulada por discursos que pretendía desmovilizar políticamente a una generación de creadores en el contexto de la posguerra.

La literatura que surge en este momento tiene la conciencia de formarse dentro de un lenguaje y un espacio simbólico en mutación, que experimenta cambios radicales en cuanto a sus registros y sus imaginarios. Es entonces cuando la capacidad expresiva de los jóvenes ingresa con toda su fuerza para revitalizar la conciencia estética del momento. El cuerpo social guatemalteco se ve y se palpa: se encuentra roto. Los fragmentos de ese cuerpo se reconocen en el arte, también fragmentario, también delirante.

El gesto poético (la actitud y no tanto el texto) es quizá el gran protagonista de la escena literaria guatemalteca de

finales del siglo XX y principios del siglo XXI. La oralidad, la acción, la importancia de un instante compartido en que la poesía se ilumina. Se busca la poesía en los más diversos soportes: video, performance, arte visual y texto escrito; es difícil precisar fronteras. Esto viene de la mano con una necesidad de retomar los espacios públicos para visibilizar el surgimiento de nuevos códigos y nuevas comunidades que se desplazan por el espacio urbano.²

Luego del estallido inicial que puede fecharse entre 1996 y 1998, cuando aparecen dos proyectos decisivos para el movimiento literario de la época (Ediciones Bizaras y Editorial X), los jóvenes escritores empiezan a adquirir una conciencia nueva respecto a la importancia de «lo textual» como registro de sus preocupaciones estéticas. Editoriales y revistas, publicaciones independientes, fanzines y lecturas alternativas serán los marcadores de un cambio drástico en los cánones y las dinámicas de hacer literatura en el país.

La libertad y la fuerza de choque que trajo consigo la generación de guatemaltecos que experimentó esa Guatemala fracturada de inicios del siglo XXI (repleta de violencia, esquizofrenia y consumismo), fue el principal sustento de la nueva generación de escritores, que empezó a producir una serie de obras anómalas, patológicas, delirantes. Usaron (y, en muchos casos, abusaron de) lo escatológico, se vieron influenciados por el cine *pulp*, el cómic y el lenguaje publicitario, experimentaron con distintos formatos y lograron articular un lenguaje propio donde el gesto se vinculó de tal manera con el texto que fue necesario producir nuevos registros y nuevas dinámicas para interactuar con un público ávido de nuevos estímulos.³

Las tendencias estéticas iniciadas alrededor de 1996 tuvieron diversos niveles de vigencia, alcance y duración. El lenguaje responde a un proceso constante de mutaciones y divergencias, y la intención creadora a partir de ese lenguaje siempre cambiante debe cambiar con él. En ese sentido, el objetivo inicial de detonación y choque va depurándose con los años y articula nuevos discursos gracias a la existencia de nuevas condiciones. El estruendo se diluye poco a poco y muchos de los autores que tienen que ver con él empiezan a construir obras alrededor de intenciones estéticas más conscientes, más estructuradas. Esto implica que en los últimos 20 años hemos sido testigos de la construcción de una escena, de su crecimiento y su transformación.

En este apartado hemos hecho referencia a un bloque de escritores nacidos entre 1970 y 1980. Todos empezaron a publicar su obra en fechas cercanas a 1996. Los principales engranajes de su dispositivo literario fueron las Ediciones

Mundo Bizarro (proyecto enfocado en la publicación de poesía, a partir de distintos soportes de factura artesanal) y la Editorial X (que tendió más hacia la narrativa y apostó por vincular el diseño gráfico con la producción textual). Ambas editoriales fueron coordinadas por escritores que, tanto con su trabajo literario como editorial, definieron en mucho los parámetros estéticos de la época: Simón Pedroza y Estuardo Prado, respectivamente. Sus publicaciones habituales, y una extensa lista de proyectos paralelos, generaron un espacio alternativo de gran vitalidad que se sumó a la escena configurada por diversas propuestas editoriales ya establecidas, como F&G Editores, Revista La Ermita, Editorial Letra Negra, Magna Terra Editores y Ediciones del Pensativo.⁴

A nuestro criterio,⁵ el periodo comprendido entre 1996 y 2005 –en que surgen las formas escriturales aquí descritas– se perfila a partir de libros de poesía como *bizarro –poemaensucio–* (1996), de Simón Pedroza; *Diafragma numérico* (1999), de Pablo Bromo; *La ciudad de los ahogados* (1999) y *Encierro y divagación en tres espacios y un anexo* (2001), de Maurice Echeverría; *Raktas* (2002) y *Soledadbrother* (2003), de Javier Payeras; *Los nombres ocultos* (2002), de Alan Mills; *Lunas sucias* (2005), de Eduardo Villalobos; y los proyectos colectivos *Terrorismo moral y ético* (1998) y *Automátika 9mm* (2001), en los que participaron Alejandro Marré, Pablo Bromo, Javier Payeras y Simón Pedroza.

En la narrativa, destaca la obra de Francisco Alejandro Méndez⁶ –*Sobrevivir para contarlo* (1999) y *Crónicas suburbanas* (2001)–; *La estética del dolor* (1998), *El libro negro* (2000) y *Los amos de la noche* (2001), de Estuardo Prado; *Este cuerpo aquí –Antidiario I–* (1998) y *Sala de espera* (2001), de Maurice Echeverría; *Seis cuentos para fumar* (2001), de Byron Quiñónez; *El retorno del cangrejo, parte 4* (2001), de Julio Calvo Drago; y la novela *Ruido de fondo* (2003), de Javier Payeras.

Esta brevísima lista de obras y autores responde a un ejercicio particular de lectura que hemos desarrollado durante los últimos 15 años. Da cuenta de una dinámica cultural que tiene como centro la Ciudad de Guatemala. Sin duda es necesario realizar investigaciones exhaustivas que permitan ampliar el foco e integrar dinámicas similares en otros espacios del país. Llama la atención que dentro del catálogo de las editoriales de la época, es prácticamente nula la presencia de escritoras.⁷

III.

Hacia mediados de la primera década del siglo XXI, aparecen nuevas voces, nuevas búsquedas, nuevas preocupaciones que en los años inmediatamente precedentes qui-

zá fueron impensables. Muchos de los escritores y escritoras nacidos en la década de 1980, y que empiezan a publicar su trabajo hacia el año 2006, intuyen la necesidad de indagar en la historia literaria guatemalteca y, simultáneamente, tender puentes hacia las manifestaciones contemporáneas de la literatura en el ámbito inmediato de América Latina. Ambos movimientos —uno hacia el pasado que se descubre y se asume como propio, y otro que apela a la sincronía y complicidad con escritores coetáneos a lo largo y ancho del idioma— han enriquecido notablemente el carácter de la escritura actual en Guatemala.

Las estéticas fundadas hacia el final de los años 90 y consolidadas a principios del siglo XXI, empiezan a poblarse de nuevas voces y dinámicas que le otorgan diversidad al ecosistema literario en el país. Hemos dicho ya que la primera etapa del proceso iniciado en 1996 predominan las experiencias desarrolladas en el contexto de la Ciudad de Guatemala; sin embargo, hacia el año 2003 inicia de forma paralela e independiente un movimiento de poetas jóvenes en Quetzaltenango. Reunidos en el grupo-taller Ritual, los poetas Martín Díaz Valdés, Carmen Lucía Alvarado, Julio Serrano Echeverría y Marvin García, impulsaron un proceso colectivo de crítica literaria aplicado a sus propias obras, y activaron desde la gestión cultural diversos espacios de lectura e intercambio con escritores de otros ámbitos.

En estos años se establece una nueva etapa de intercambio generacional y geográfico, ya que la escena deja ser exclusivamente capitalina y se generan espacios de diálogo entre escritores de las más diversas edades. Además, las voces femeninas resurgen con mucha fuerza.⁸ Poetas de generaciones más lejanas en el tiempo —como Francisco Morales Santos, Francisco Nájera o Enrique Noriega— fueron interlocutores fundamentales para el nuevo bloque generacional que empezaba a perfilarse. Tanto en el centro histórico de la Ciudad de Guatemala,⁹ como en el seno de la conservadora colectividad quetzalteca, los nuevos escritores continuaron luchando por la recuperación del espacio público mediante intervenciones con diversos lenguajes que permitían intercambios entre sí y con poetas extranjeros. Entre 2006 y 2009, las búsquedas de los escritores jóvenes estaban en la escritura, pero también en la voz viva. Lo importante era encontrar estímulos y crear. Para los miembros del grupo Ritual, una de las manifestaciones de esa necesidad que sentían fue la creación del Festival Internacional de Poesía de Quetzaltenango, que a la fecha cuenta con 14 ediciones y es el encuentro poético de mayor prestigio en el país.

Antes de que terminara la primera década del siglo XXI, el circuito literario Guatemala-Quetzaltenango estaba plenamente establecido, y empezó a nutrirse de las discusiones y dinámicas propias de lugares como Comalapa y San Pedro La Laguna, que se constituyeron en sitios importantes para el arte plástico, el arte contemporáneo y la escritura. Asimismo, empezaron a aparecer en la escena poetas de Quiché, Izabal y Totonicapán. Esta dinámica aportó perspectivas y experiencias nuevas a los movimientos estéticos que habían germinado en la década anterior.

El panorama de la narrativa guatemalteca —entre finales de 2005 y 2009— se fortaleció notablemente con el surgimiento de libros como *Serenatas al hastío* (2007) y *Retrato de borracho con país* (2008), de Eduardo Juárez; *Simplemente una invitada* (2006), de Lorena Flores-Moscoso; *Las flores* (2007), de Denise Phé-Funchal; y *Los jueces* (2009), de Arnoldo Gálvez Suárez. En la poesía destaca *Los magos del crepúsculo* (2005), de Wingston González; *Casa solitaria* (2005), de Rosa Chávez; *Breves conversaciones de la psicosis* (2006), de Juan Pablo Dardón; *Las palabras y los días* (2006), de Julio Serrano Echeverría; *Esco-p(o)etas Para uNa MuErtE en ver(Sos) B-A...L...A* (2006), de Manuel Tzoc; *Síncopes* (2007), de Alan Mills; *Gemido de Huellas* (2007), de Sabino Esteban Francisco; y *Canto palabra de una pareja de muertos* (2009), de Pablo García.

Las publicación de estos y otros libros, el apareamiento de fanzines colectivos, las muestras de poesía contemporánea en el Centro Histórico de la ciudad capital, las intervenciones del grupo Ritual en Quetzaltenango, el crecimiento del FIPQ, la participación de poetas guatemaltecos en festivales y encuentros de diversos países, y su vinculación en una red cada vez más grande de poetas latinoamericanos trajo consigo una nueva necesidad: dejar evidencia tangible de esos encuentros, de esos hallazgos y del asombro que traían consigo. Eso revitalizó notablemente la producción de libros en Guatemala, permitiendo que surgieran varias iniciativas gestionadas por los propios escritores. Así, para el año 2010 se produce un estallido simultáneo que involucró —por lo menos— a tres proyectos editoriales: Vueltegato Editores, Catafixia Editorial y Mata-Mata Ediciones. Ese año, Catafixia publicó 24 títulos de poesía, Mata-Mata puso en circulación 10 libros, y Vueltegato lanzó 6 más. Progresivamente, surgirán nuevos proyectos editoriales, y algunos consolidarán su catálogo a escala continental.

Entre 2010 y 2012 se consolidan las obras de autores que empezaron a publicar en los años previos, y se agregan obras y autores a través de plataformas editoriales como Catafixia¹⁰ y Editorial Cultura.¹¹ Aparecen los libros de poesía

Vacios paralelos (2010), de Gabriel Woltke; *No somos los mismos* (2010), de Marvin García; *Rockstar!* (2010), de Julio Prado; *Cuentos infantiles* (2010) y *Quizá este día tampoco sea hoy* (2010), de Vania Vargas; *Manual del Mundo Paraíso* (2010), de Denise Phé-Funchal; *Este mal* (2010), de Martín Díaz Valdés; *Timeless punto 11* (2011), de Alejandro Marré; *Sal* (2011), de Lorena Flores Moscoso; *Frank* (2011), de Carlos Meza; *Actos de magia* (2011), de Julio Serrano Echeverría; *Imagen y semejanza* (2010) y *Poetas astronautas* (2012), de Carmen Lucía Alvarado; *Claustrofilia* (2010), de Marco Valerio Reyes; *(sí) ...algún día nos haremos luces* (2010) y *Códex* (2012), de Luis Méndez Salinas. En la narrativa, es necesario destacar los libros *Satanás cabalga mi alma* (2010), de Julio Prado; *Génesis y encierro* (2011), de Rafael Romero; *Eva y el tiempo* (2012), de Lorena Flores-Moscoso; y *Juego de muñecas* (2012), de Francisco Alejandro Méndez.

El contexto político y social en que se desarrollan estas escrituras cambia drásticamente en dos momentos puntuales que marcan un antes y un después. Primero, el 10 mayo de 2013 un tribunal guatemalteco emite sentencia condenatoria por genocidio y delitos contra los deberes de humanidad, luego de un largo y doloroso proceso que puso a Efraín Ríos Montt frente a las víctimas del genocidio perpetrado contra el pueblo Ixil a principios de los años 80. Si bien la sentencia fue revocada por la Corte de Constitucionalidad días después, y aunque el juicio está llevándose a cabo nuevamente (incluso después de la muerte de su principal acusado), este proceso impulsó una toma de conciencia respecto a la historia reciente del país en numerosos sectores sociales, principalmente en los jóvenes que, por primera vez, se enfrentaban cara a cara con los horrores del pasado. Este contexto, según



nuestra lectura, determina el fin de la posguerra en Guatemala, y fue la coyuntura propicia para dinamizar una serie de procesos de investigación, reconocimiento y organización social que trasciende las diligencias legales llevadas a cabo.

El segundo momento corresponde a la movilización social masiva que se produjo en el año 2015 a partir de investigaciones desarrolladas por el Ministerio Público y la Comisión Internacional Contra la Impunidad en Guatemala, que destaparon un complejo entramado de corrupción a una escala sin precedentes durante el gobierno de Otto Pérez Molina y Roxana Baldetti Elías (Partido Patriota). Durante meses, cientos de miles de guatemaltecos en todo el país se movilizaron exigiendo la renuncia de la cúpula del poder político, e hicieron que crecieran rápidamente ciertos procesos de organización popular a todo nivel. Si bien los resultados de las elecciones de 2015 fueron nefastos, llevando al poder a una camarilla de militares trasnochados que controlan las decisiones de un presidente-marioneta, diversos movimientos sociales están luchando por articular opciones y propuestas que saquen al país de la severa crisis institucional en que ha estado sumido durante los últimos años.

En ese contexto, la escritura de múltiples autores —que pertenecen, incluso, a generaciones distintas— está virando hacia una especie de voz colectiva que da cuenta de la memoria poética del territorio ancestral que habitamos y de la herencia milenaria de nuestra palabra. El arte se vincula de las más diversas vías a posturas políticas pensadas a partir de la resistencia, tomando en cuenta que la estructura que sostiene la producción cultural guatemalteca se sostiene por la voluntad de los mismos artistas, y sin apoyo institucional o económico de ningún tipo. Por otra parte, las sucesivas crisis que atraviesa el país generan la necesidad de buscar y conectar insumos para el conocimiento básico de nuestra historia, insumos que —mayoritariamente— sobreviven en los libros. Esto ha propiciado el fortalecimiento de las iniciativas editoriales existentes, así como el surgimiento de nuevos proyectos con intenciones estéticas y políticas complementarias: Metáfora Editores, La Maleta Ilegal, Proyecto Editorial Los Zopilotes, Sión Editorial, Argot editores, Pequeña Ostuncalco Editorial, Pato/lógica Editores, Alambique, Doble Filo, entre otros, están produciendo sus propios espacios para la difusión de obras literarias de diversa índole.

Es así como escritores nacidos en los años 90, en distintos departamentos del país, empiezan a construir sus propias posibilidades para conjugar la gestión, la edición y la creación. Las voces de autores jóvenes como Julio Cúmez,

Hael López o Luis Morales Rodríguez han encontrado sus caminos digitales e impresos para llegar a un público diverso.

Además, libros esenciales para describir el presente de la literatura guatemalteca están ahora mismo en las manos de su público lector, como sucede con los poemas de *Clavícula* (2016), de Maurice Echeverría; *Constante huida* (2016), de Manuel Tzoc; *Somos pequeños tiempos* (2016), de Pedro Chavajay; *Estados de la materia* (2017) y *Antes del mar* (2018), de Julio Serrano Echeverría; *Oyonik* (2017), de Julio Cúmez; *Raíces de la nostalgia* (2017), de Marvin García; *Luz de Adán* (2018), de Gabriel Woltke; *Edad geológica del miedo* (2018), de Carmen Lucía Alvarado; y *Después de Dios también hay miedo* (2018), de Paolo Guinea Ovalle; o con las ficciones de *Los mares ignotos* (2014), de Carlos Meza; *Escolopendra* (2014), de Martín Díaz Valdés; *Puente adentro* (2015), de Arnoldo Gálvez Suárez, *Ana sonríe* (2015), de Denise Phé-Funchal; *Después del fin* (2016), de Vania Vargas; *Trucha panza arriba* (2016), de Rodrigo Fuentes; *Pan y cerveza* (2017), de Eduardo Halfon; y *Trash* (2018), de Eduardo Juárez.

La obra de las escritoras y escritores que conforman los bloques generacionales descritos en estas páginas, desde luego, interactúa de distintas maneras con escritores de generaciones previas cuya obra está construyéndose también desde el aquí y desde el ahora. Paradigmáticos son los casos de un pensador como Sergio Valdés Pedroni, poetas como Francisco Morales Santos, Francisco Nájera, Enrique Noriega y Carolina Escobar Sarti, así como de los narradores Rodrigo Rey Rosa, Carol Zardetto, Arturo Arias y Oswaldo Salazar.

IV.

Guatemala, finales de 2018. Cuando se trata de sensibilidad y creación artística, lugar y tiempo parecen ser categorías secundarias. Sin embargo, inventar el presente implica un ajuste de cuentas con el inmenso caudal de voces vivas que nos precedieron. Aquí, con nosotros, en el día a día están Rafael Landívar, José Batres Montúfar y Josefa García Granados; Luis Cardoza y Aragón, Miguel Ángel Asturias, César Brañas y Rafael Arévalo Martínez; Alfonso Orantes, José María López Valdizón y Humberto Hernández Cobos; Otto René Castillo, Roberto Obregón, Luis de Lión y Marco Antonio Flores; Luz Méndez, Margarita Carrera, Antonio Brañas y Roberto Monzón; los del grupo Acento, los del Saker-ti, los de Nuevo Signo. Aquí, con nosotros, en el día a día.

Inventar el presente significa reconocer que la literatura guatemalteca no está formada solo por ciertos textos escritos en español; que es algo que trasciende a la palabra, que

se funde con la memoria, que habla en distintos registros; que está escrito en papel, en piedra y en la voz; que la literatura guatemalteca es un tronco de incontables ramas que conecta con la profunda raíz ancestral que sostiene nuestra sensibilidad y nuestros símbolos.

Inventar el presente es asumirnos como una red tendida sobre todos los tiempos y cuyo objetivo último es establecer unidades que trasciendan cualquier linealidad posible. He ahí nuestra resistencia: estamos juntos, somos polifonía que fractura el tiempo y el espacio. La red que conforman nuestras palabras y nuestra conciencia convive ya con quienes no nacen aún, pero que asumirán la responsabilidad de la palabra en este territorio. Fundaremos juntos una tradición sin líneas rectas para que, en palabras del poeta Antonio Brañas, «toda esa luz que poseemos no sea, eternamente, un montón de plumas furiosas sobre una aldea dormida».

Notas

(1) Baste recordar el asesinato de Monseñor Juan Gerardi Conedera, el 26 de abril de 1998, tan solo dos días después de presentar los resultados del proyecto de Recuperación de la Memoria Histórica, que documenta las graves violaciones a los derechos humanos durante la guerra.

(2) Estas dinámicas se refieren particularmente a lo acontecido en la Ciudad de Guatemala y Quetzaltenango, los dos principales centros urbanos del país. Sin embargo, dinámicas particulares y poco estudiadas hasta hoy se desarrollan con mucha fuerza en espacios como Comalapa y San Pedro La Laguna, por mencionar los casos más emblemáticos.

(3) La literatura de esta época surgió en estrecho vínculo con escenas paralelas de arte plástico, música alternativa, danza y teatro. Nuevos lenguajes irrumpen en la conciencia estética de la generación que vio el final de la guerra y aprovechó ciertas libertades que fueron posibles gracias a la apertura democrática de 1996.

(4) Dirigidas, respectivamente, por Raúl Figueroa Sarti, Marco Antonio Flores, Armando Rivera, Gerardo Guinea Diez y Ana María Cofiño.

(5) Dicho criterio sustenta la parte antológica de dos muestras que recogen buena parte de la literatura guatemalteca actual: L. MÉNDEZ SALINAS y C. ALVARADO, (2012). *El futuro empezó ayer. Apuesta por las nuevas escrituras de Guatemala*, Guatemala, Catafixia Editorial-Unesco; L: MÉNDEZ SALINAS (2015). «Poesía guatemalteca actual». *Revista Punto de Partida*, n° 190.

(6) Galardonado en el año 2017 con el Premio Nacional de Literatura Miguel Ángel Asturias, máximo galardón que otorga el Estado guatemalteco a la trayectoria literaria.

(7) En Editorial X, por ejemplo, únicamente se publicó la antología femenina *Hijas de Shakti* (1998), coordinada por Nancy Quiñónez; así como el libro *Felicidad doméstica y otras cosas aterradoras* (2002), de la salvadoreña Jacinta Escudos.

(8) Retomando, de diversas maneras, el espacio que en décadas anteriores habían ocupado poetas fundamentales como Isabel de los Ángeles Ruano, Delia Quiñónez, Luz Méndez de la Vega, Margarita Carrera o Ana María Rodas, entre otras.

(9) A través del proyecto Folio 114, impulsado por Simón Pedroza y heredero de dinámicas colectivas iniciadas en la década anterior, como Casa Bizarra.

(10) A la fecha, Catafixia Editorial ha publicado 99 títulos, incluyendo autores de 15 países de habla hispana. Integran su catálogo voces canónicas de la poesía actual (como Raúl Zurita, Antonio Gamoneda, Francisco Nájera, Caballero Bonald, Enrique Verástegui, Isabel de los Ángeles Ruano, Paula Ilabaca Núñez, entre otros) y poetas jóvenes de Iberoamérica.

(11) Proyecto estatal, coordinado por el poeta Francisco Morales Santos. Editorial Cultura ha desempeñado un papel fundamental para dar a conocer nuevas voces dentro de la literatura guatemalteca durante los últimos 20 años, pese a enfrentar carencias de todo tipo.

AUTOR

Paulo Alvarado

ADSCRIPCIÓN PROFESIONAL

Compositor y productor musical

TÍTULO

Música actual en Guatemala—una mirada urgente.

CORREO-E

presto_non_troppo@yahoo.com

RESUMEN

En lo que va del siglo XXI, la música en Guatemala se ha señalado por un amplio crecimiento. Todos los géneros y prácticas musicales acusan un incremento significativo con respecto al pasado inmediato, en cuanto a actores y actividades, espacios de representación, opciones formativas, herramientas tecnológicas y mociones de participación juvenil. Sin embargo, este desarrollo cuantitativo y cualitativo no encuentra un paralelismo en la inversión pública, anémica, ni en la inversión privada, que no se traduce en iniciativas donde prevalezca la propuesta estética sobre el mercado y la presencia de marca. Tampoco se ha hecho visible una mejora sustantiva a la remuneración de músicos profesionales ni al reconocimiento material de los grandes exponentes del arte nacional. Deviene válido aseverar que la música de nuestras tierras ha caminado mucho en este par de decenios, pero no necesariamente ha avanzado.

PALABRAS CLAVE

Representación musical; Educación; Producción; Eventos; Música masiva.

AUTHOR

Paulo Alvarado

PROFESSIONAL AFFILIATION

Compositor y productor musical

TITLE*Contemporary music in Guatemala: an urgent overview.***E-MAIL**

presto_non_troppo@yahoo.com

ABSTRACT

Music in Guatemala has experienced considerable growth in the 21st century. All musical genres and practices have witnessed significant expansion compared with the immediate past in terms of musicians, activities, venues, educational opportunities, technological tools and youth participation movements. However, this quantitative and qualitative development has not been paralleled by public investment, which is decidedly lacklustre, or by private investment, which does not promote initiatives where aesthetic projects prevail over market demands and brands. Neither has there been a substantial improvement in professional musicians' fees or in material recompense for key representatives of national art. It could therefore be argued that music in Guatemala has travelled far in the last two decades but has not necessarily advanced.

KEYWORDS*Musical performance; education; production; events; popular music.*

Música actual en Guatemala—una mirada urgente

Paulo Alvarado

A vista de pájaro

El compositor guatemalteco más relevante del último medio siglo, Joaquín Orellana, ejemplifica las contradicciones de nuestra cultura musical. Con una labor que viene de mucho tiempo atrás y como creador de una serie de útiles sonoros (instrumentos que ha diseñado y construido con teclas de marimba, materiales orgánicos y sobrantes de desecho), a más de un nutrido catálogo de obras instrumentales y corales, Orellana es también creador de un discurso musical altamente original, activo y reconocido en toda América Latina. Empero, tuvo que esperar hasta 2017 —ya octogenario— para ver que su *Sinfonía desde el Tercer Mundo* fuera llevada a la sala de conciertos, a 11 mil kilómetros de su patria, en Atenas, Grecia; o su *Poenimio para Violonchelo y Orquesta* (de 1962) estrenado hasta 2012; o la reciente grabación de discos que incluyen piezas suyas para clarinete, para flauta, para cuarteto de cuerdas.¹

Mientras tanto, en la céntrica sexta avenida de la zona 1 (la antigua Calle Real del casco histórico de la ciudad capital), los últimos diez años han atestiguado un cambio apreciable en la concepción urbanística de dicha avenida. Otrora lugar de recreación de las clases acomodadas, la *Sexta*

se fue transformando en punto de aglomeración vehicular y un desordenado enclave del comercio informal durante la década de 1970.² Peatonalizada desde 2010, su nuevo atributo ha visto la proliferación de músicos igualmente informales. Tríos de boleros, grupos espontáneos de música garífuna, unos viajeros que promocionan discos de música andina en lo que uno de ellos toca un siku o una quena, un cantante que imita a un solista mexicano, batucadas, pequeñas marimbas con nombres como *Reina de la Selva*, una organillera, unos chicos que practican *rap* y *beatbox*... aleatoriamente dispersos por la vía pública, como en cualquier otra ciudad del mundo. Algunos ensambles logran presentarse en festivales dispuestos sobre las calles aledañas o llegan incluso al escenario de un teatro *art déco* ubicado sobre esa arteria vial y convertido en centro cultural hace seis años. No cuentan con presupuesto ni casa disquera ni auspicios comerciales; se les denomina «artistas independientes».

Cerca de allí florece la Escuela Municipal de Música, inaugurada en junio de 2006. Junto con nueve núcleos repartidos en otros sectores de la ciudad, una población de 2 mil alumnos y el reconocimiento formal de las autoridades ministeriales desde 2015, aproximadamente una treintena de educandos completan cursos de 36 meses cada año y se

integran a agrupaciones musicales o se incorporan a cuerpos docentes.³ La escuela se suma a la oferta de las instituciones universitarias de arte, los conservatorios regionales y ciertos proyectos educativos con financiamiento extranjero en varios departamentos del interior del país, abundantes academias privadas y, por supuesto, el Conservatorio Nacional, principal centro de estudios musicales desde finales del siglo XIX. No obstante, la eficiencia terminal media de estos establecimientos es notoriamente baja.⁴ El Ministerio de Educación ha recortado la asignatura de Formación Musical a un mínimo y prácticamente se encuentra al borde de desaparecer del currículo nacional de la escuela primaria y secundaria. Sobre esto, es de notar que un número muy elevado de catedráticos, incluso en el nivel de educación superior, no posee estudios de pedagogía; la primera Facultad de Música que ostenta ese nombre fue inaugurada apenas en enero de este año.⁵

En franco contraste con la capital del país, cuando se trata de eventuales incentivos a la apreciación y estudio del arte musical, las áreas rurales siguen dependiendo de las pocas entidades que disponen de los medios para que un grupo pequeño de artistas se traslade a una cabecera departamental y brinde un recital de música «clásica»; o bien, de los intereses de firmas que pueden financiar el montaje de conciertos a gran escala. En el primer caso se consignan eventos en sedes culturales con la participación de habitués y aforos bastante reducidos, tales la ciudad de La Antigua Guatemala (que fue la metrópoli de la Capitanía General de Guatemala durante el período colonial, cerca de la actual capital), algunos en la ciudad de Quetzaltenango (a 200 kilómetros de la capital) y, sólo de manera muy adventicia, en otros poblados. En el segundo es de mencionar el despliegue de empresas cerveceras durante el último sexenio cuando finalmente deciden patrocinar, de forma regular y continua, la actuación de una veintena de grupos de rock en numerosas localidades, incluidos *Alux Nahual*, *Bohemia Suburbana*, *Viernes Verde*, *Viento en Contra*, *Malacates Trébol Shop*, *El Clubo*, *El Tambor de la Tribu* y *Tijuana Love*, ante millares de personas.

Entre los conjuntos de filiación académica resalta la Sinfónica Nacional de Guatemala que desde mediados de la década de 1950 es la única orquesta profesional del Estado. Paradójicamente, a partir de la década de 1990 no cuenta con un director titular. El clasicismo y el romanticismo europeos de su repertorio predominan, por mucho, sobre las obras contemporáneas y guatemaltecas, cuya interpretación se aborda con desconfianza y poco entusiasmo. En años recientes, éstas han quedado usualmente en manos de algunos

integrantes jóvenes y algunos directores extranjeros que se permiten una muy bienvenida innovación en los programas de temporada, siempre y cuando cuenten con el beneplácito del consejo directivo. Por lo general, sus presentaciones están confinadas a las salas principales de la Ciudad de Guatemala. Su presencia en otros centros urbanos es limitada.

Por oposición, entre quienes se han destacado debido a sus canciones en sus lenguas maternas (y también en español) se hallan varias jovencitas mayas kaqchikeles, que tienen que venir a la capital desde una ciudad como San Juan Comalapa si buscan ensanchar sus posibilidades de formación y exposición a otros públicos más amplios. A pesar de que sólo dista unos 80 kilómetros por la Carretera Panamericana, les llevará dos horas y media llegar. La más conocida entre ellas, sin duda, es Sara Curruchich, cuya música es motivo de atención y giras en Europa. Su coterránea Ch'umilkaj Nicho igualmente ha ganado espacio y ya se ha presentado en la América del Sur. Pero en una gala efectuada a mediados de 2018 en la Gran Sala del Teatro Nacional, donde se presentó una sinfónica integrada por jóvenes de otra población, San Juan Sacatepéquez, el reconocimiento a los músicos característicamente consistió en dos tiempos de comida servidos en cajas de poliestireno y el servicio de transporte, nada más.

En un entorno muy diferente se desenvuelve la música como auxiliar de otras artes. Es el hecho de la producción cinematográfica en este país, notablemente democratizada a partir del cambio de milenio. El recurso al video en lugar del filmico, a la par del empleo de equipos informáticos portátiles en lugar de costosas islas de edición y postproducción se cifra en una treintena de películas de corto, medio y largometraje por año, lo cual también se ve reflejado en el uso de medios electrónicos para crear las bandas sonoras de las películas. En ese contexto, la música del cine guatemalteco salta de lo artesanal y de la música de agrupaciones populares directamente al trabajo de *DJs* y estudios de audio. De esa cuenta, nunca se ha empalmado formalmente con el sinfonismo de formato grande, asaz distintivo de los largometrajes del siglo XX, ni puede echar mano de él; normalmente no se concibe la creación de una partitura sinfónica *ad hoc* ni es fácil acoplar a una orquesta con un artista preparado para componer dicha música y, encima, gestionar el presupuesto respectivo.⁶⁻⁷

Supeditada a otros propósitos, tales cuales el acompañamiento de las procesiones religiosas que se repiten cíclicamente según el calendario litúrgico católico —en especial para la Semana Santa— la música guatemalteca entra en una contradicción aún más curiosa. Dichos cortejos, y

las marchas fúnebres con las que se musicalizan, parecen encarnar una necesidad de penitencia no solamente por parte de quienes cargan las andas procesionales, sino para todos los asistentes, sin importar el nivel de involucramiento que suponga para cada cual. No obstante, representan uno de los pocos fenómenos públicos en los que la población guatemalteca se siente libre de «tomar la calle» y de algún modo celebrar, aunque sea como espectadora, lo que de otra forma se hubiera restringido al fuero doméstico o a los rituales intramuros.⁸

Dicho predominio de la música devocional católica se ha visto seriamente desafiado en las últimas décadas gracias a la expansión de las sectas y los movimientos pentecostales que, entre otras cosas, brindan espacios mucho más receptivos y estimulantes para la participación musical —e incluso la inserción laboral a partir de los denominados ministerios de alabanza—, especialmente entre la juventud. Animados por el apoyo material y logístico que pueden recibir de sus iglesias, junto con el hecho de ser bien vistos si practican música «cristiana» dentro de ambientes controlados, muchos jóvenes encuentran opciones para desenvolverse en géneros y estilos que solían considerarse ajenos a las condiciones y los comportamientos que estas organizaciones predicán como virtuosas.⁹⁻¹⁰

La pregunta es,
¿cuándo llegará
el correspondiente sustento
conceptual y material
que la música actual
de Guatemala requiere
para brillar con su mayor
intensidad?

¿Impacto? de las «músicas» en la socioeconomía guatemalteca actual

Quizás es el ámbito de la música «masiva» —término que aquí entenderemos como una sombrilla bajo la cual se engloban *reggaetón*, *banda*, *cumbia*, *pop*, *hip-hop*, *rock*, *metal* y la referida música *cristiana*— el que de un modo más completo pone en evidencia las perspectivas de las expresiones musicales guatemaltecas y su correspondiente impacto socioeconómico a la hora actual. Algunos de sus lineamientos generales son previsibles:

- Apelando a las muchedumbres, indistintamente de sus orígenes y de los segmentos-objetivo del público, estas músicas de masas se basan en la emulación y la repetición de patrones difundidos por la industria transnacional del entretenimiento.
- Es fundamental la asociación de imagen de las corporaciones mercantiles con eventos multitudinarios. Un espectáculo masivo, aunque sea estéticamente pobre, se hace acreedor a un patrocinio antes que otro, mucho más valioso, debido a una convocatoria comparablemente menor.
- Vale más la «novedad» que la «innovación» de las propuestas; es decir, lo que se ha puesto de moda en el extranjero (y termina normalizado en el país) por encima de la originalidad o la autenticidad de lo local.
- Pululan los clichés nacionalistas, más afines a la publicidad que a la intencionalidad artística. Se echa mano de ellos porque confieren un barniz de una supuesta identidad con la nación: la cita reiterada de determinadas tonadas, giros melódicos, instrumentaciones, moldes rítmicos, letras motivacionales. Por contraparte, y con el afán de que se valore la cultura tradicional de los pueblos originarios, han brotado notables esfuerzos paralelos que no cuentan con apoyos institucionales fuertes, si bien tampoco se ven exentos de sobrevalorar elementos accesorios o extra-musicales con el fin de captar la atención de fuentes de financiamiento.

A la vista de esta reseña tan somera podría pensarse que de la realidad actual en la música de Guatemala emerge un cuadro poco alentador. Es cierto que ya no hay espacio para las utopías de las generaciones perdidas por causa del

así llamado *conflicto armado interno*,¹¹ a más del recrudecimiento de la violencia física generalizada –derivada, a su vez, de la violencia económica– y el retroceso que durante los últimos diez años ha experimentado la sociedad en términos de pensamiento crítico, junto con la reticencia a cuestionar los tradicionales esquemas racistas, patriarcales, machistas, clasistas y militaristas. Más aún, es inaplazable un cambio de paradigmas que supere el desencanto y la protesta por sí misma, para pasar a la construcción de la propuesta –en tanto la mejor crítica– y al compromiso con los principios que la animan, antes que los intereses que la apremian.

Pero, es aquí donde el pesimismo en la abstracción enfrenta al optimismo en la práctica. Quince días de actividades corales recientes parecieran resumirlo. El recital *Cuer-*

das, voces y hormigo presentó a un vigoroso Coro Universitario. Dos días después se clausuró el festival *Guatecoral 2018* con la brillante intervención del Coro Nacional y del Coro Juvenil Municipal. En la semana siguiente se verificaron tres exquisitas presentaciones del Coro Capella Cantorum. La conclusión fue inequívoca entre directores, integrantes y asistentes a las actuaciones de los coros: aun cuando los inversionistas no logran identificarlo, es aquí donde vive la esperanza de una cultura de paz y su ulterior efecto en favor de un auge económico.¹²

Ejemplos adicionales hay suficientes; apuntaremos tan solo un puñado. A lo largo de 2016, por caso, vieron la luz pública más de 90 nuevos discos de rock.¹³ Dos temporadas más tarde ha bajado un poco la producción, a 70 nuevos



discos en lo que va de 2018. Igual, son ocho nuevos discos mensuales, cuya falta de difusión se debe, irónicamente, a la apatía de las radioemisoras. Al no generar interés en el público, lo acostumbran a la fuerza a ignorar semejante nivel de producción.¹⁴ La difusión y el consiguiente consumo de los productos que puede generar están, nuevamente, a la espera de su adecuada identificación por parte de los inversionistas.

Otro espacio que le gana a la desidia es el de los festivales de arte y cultura, animados principalmente por eventos de música. El Festival del Centro Histórico (con 150 eventos en más de 50 ubicaciones), desde 1998; el Festival de Jazz del Instituto Guatemalteco Americano, desde 2001; el Festival de Junio del Centro Cultural Miguel Ángel Asturias (que incluye las diversas salas del Teatro Nacional), desde 2005; el Festival de Música Antigua (que el año pasado se extendió por tres semanas), desde 2016; éstos y otros, en la ciudad capital. Es de resaltar que asimismo florecen las propuestas en el interior del país. Muestras de ello son el Festival Atitlán desde 2001 y el Festival Ruk’u’x (arte de pueblos originarios) desde 2014, por mencionar únicamente a dos que tienen lugar en el departamento de Sololá, entre los más destacados.

Cabe referir el esfuerzo personal y familiar que, de un modo muy distinto, gradualmente ha llevado a varias cantautoras nacionales jóvenes a abrirse camino fuera de Guatemala, tales los casos de Dominique Hunziker en Suiza, Mabe Fratti en México y Ximena Guerrero en Holanda. De una manera similar a lo que ocurre con los deportes individuales, debieran ser evidentes las posibilidades de desarrollo que podrían darse para ellas y para muchas otras jovencitas desde el arte, la educación y el tema de género, si existiera un apoyo congruente a partir de lo institucional y lo empresarial. Para efectos prácticos, y aparte de algunos reportajes televisivos o notas de prensa, un acercamiento a su trabajo sólo está disponible a través de las redes sociales.

Naturalmente, dejarse llevar por lo que aparece en páginas de internet como algo más que una guía superficial para enterarse de la «escena» actual de la música en este país podría resultar ilusorio,¹⁵ pues los listados están demasiado parcializados o incompletos como para que de ellos se desprenda una estadística fiable.¹⁶ Sin embargo, es seguro que quienes pueden «sacar la cara» por Guatemala no se encuentran primordialmente en las filas de la acción política, comercial o religiosa, sino cabalmente en la esfera del pensamiento de avanzada y del arte, en general. En lo particular, un impacto significativamente mayor de la música sobre el desenvolvimiento social y económico de esta nación habrá de darse en el momento en que verdaderamente se diseñen,

se presupuesten y se implementen programas públicos inclusivos en todos los niveles de la expresión musical. Los cuatro ejes fundamentales incluyen –como debiera ser obvio para la inversión– la formación continuada, la investigación a profundidad, la representación constante y la divulgación extendida de nuestra música.

Hace tiempo llegó ese momento para el arte musical guatemalteco. La pregunta es, ¿cuándo llegará el correspondiente sustento conceptual y material que la música actual de Guatemala requiere para brillar con su mayor intensidad?

Notas

(1) *Cfr.* discos de Gabriela Corleto, *Flautista y túnel*; Sergio Reyes, *El clarinete guatemalteco*; Cuarteto Contemporáneo de Guatemala, *Música guatemalteca 1820-2003*. Su *Violinada Violhonda* fue grabada en 2014 pero no alcanzó un tiraje para distribución.

(2) MORALES BARCO, F., De Sexta Avenida a Paseo de la Sexta.

<http://cultura.muniguate.com/index.php/section-blog/87-sextaavenida/542-paseosexta>. Consultado en Marzo 2018.

(3) LÓPEZ, B. (directora de la Escuela Municipal de Música). Agosto 2018. Comunicación personal.

(4) *Cfr.* VÉLEZ PALACIOS, A. L. 2018.

(5) BATRES, E. (pedagoga, expresidenta de FLA-DEM). Septiembre 2018. Comunicación personal.

A principios de la década de 1980 comenzó a funcionar un profesorado en el Departamento de Arte de la Universidad de San Carlos, como respuesta a la necesidad de pedagogos formados para impartir clases en el nivel intermedio. Otros programas se iniciaron en la década de 1990 en universidades privadas (Universidad del Valle, orientada a musicología e historiografía, antes que docencia; Universidad Mariano Gálvez, con una licenciatura en pedagogía especializada en música). En la década siguiente, las universidades Internaciones y Galileo, así como la estatal Escuela Superior de Arte. La Universidad Da Vinci es la primera en contar con una Facultad de Música a partir de 2018.

(6) ALVARADO, P., De GANDARIAS, D. y LEÓN, P. Conversatorio, Feria *Expo Music*. Febrero 2018.

(7) JIMÉNEZ, E. (director de la escuela de cine Casa Comal). Febrero 2018. Comunicación personal.

(8) *Cfr.* ALVARADO, P. 2009.

(9) ESTRADA, J. (ingeniero de sonido, Audio Track). 2003. Comunicación personal.

(10) RODRÍGUEZ, D. (pastor luterano, Iglesia Cristo Rey). 2011. Comunicación personal.

(11) Este eufemismo esconde lo que en la práctica consistió en una serie de masacres contra la población rural, planificadas por el Ejército Nacional en connivencia con sectores influyentes y retrógrados de la sociedad civil, como estrategia para destruir el soporte material a la contrainsurgencia (1960-1996).

(12) MUÑOZ, E. (Coro Universitario); OVALLE, D. (Coro Nacional); ARCHILA, F. (Coro Municipal); SALAZAR, C. (Capella Cantorum). 2018. Comunicaciones personales.

(13) MIJANGOS, Juan Pablo (licenciado en CC. de la Comunicación, EmerGente). Septiembre 2018. Comunicación personal. *Vid* también ALVARADO, P. «¿No hay rock?». *Prensa Libre*, 27 de Noviembre de 2016.

(14) MIJANGOS, Juan Pablo. *ibid*.

(15) La búsqueda específica de la categoría «Festivales de música de Guatemala» en la web típicamente arroja un único resultado en Wikipedia: un evento, organizado por una empresa de telecomunicaciones, que se suspendió después de su cuarta edición en 2013 y se enfocaba en la presencia de artistas extranjeros. Consultado en Septiembre 2018.

(16) Para los meses de octubre y noviembre, la página Guatemala.com enumera unos 36 eventos, de los cuales solamente un tercio corresponde a artistas guatemaltecos y, de éstos, la mitad consiste en «tributos» a artistas extranjeros. <http://eventos.guatemala.com/musica-conciertos>. Consultado en Septiembre 2018.

Bibliografía

ALVARADO, P. (2004). «Guatemala’s Alux Nahual: A non-“Latin American” Latin American Rock Group?» **en** D. Pacini, H. Fernández L’Hoeste, E. Zolov (eds.), *Rockin’ Las Américas*, Pittsburgh, University of Pittsburgh Press, pp. 220-240.

ALVARADO, P. (2005). «Habrá que ver por dónde se mueve» en J. M. Alvarado (ed.), *Táxi* n° 2, pp. 34-35.

ALVARADO, P. (2009). «La música del culto interno en Semana Santa» en F. Aguilar, (ed.) *Contemplaciones*, Guatemala, Punto 3 Editores, pp. 193-197.

ARRIVILLAGA, A. (2010). «Del tambor africano a la música garífuna» en M. Valencia y M. Monestel, (coords.), *En Clave Afrocaribe*, Guatemala, Centro Cultural de España-AECID, pp. 18-61.

CASTILLO, A.L., GARCÍA LARA, M., GONZÁLEZ, L.F., SOLÓRZANO, J. (2013). *El valor económico de la Semana Santa en la Antigua Guatemala*, Guatemala, Editorial Cultura.

DÍAZ CASTILLO, R. (2005). *Cultura popular y clases sociales*, Guatemala, CEFOL-USAC.

FERNÁNDEZ, S. (2004). *Si aquí se pudiera vivir-la historia de los Últimos Adictos*, Guatemala, (s.e.)

GODÍNEZ, L. (2002). *La marimba guatemalteca*, Guatemala, Fondo de Cultura Económica.

MARTÍNEZ, J. A. (2012). *¿OM-¿zona Música 2012*, Guatemala, Centro Cultural de España-CREA.

NÁJERA, R. (2002). *Inversión pública y privada en la producción cultural en Guatemala*, Guatemala, PNUD-UNESCO.

ORELLANA, J. y ALVARADO, P. (2013). «Una breve conversación premonitoria». en L. Méndez de Penedo, M. R. Fahsen y A. Echeverría, (eds.), *AbraPalabra*, n° 46, Guatemala, Universidad Rafael Landívar.

PIEDRAS, E. (2007). *Guatemala: un análisis de la contribución económica de la cultura*, Guatemala, MCD-BID.

VÉLEZ PALACIOS, A. L. (2018). *Análisis comparativo de la enseñanza del piano, Escuela Superior de Arte, Universidad de San Carlos de Guatemala, Conservatorio Nacional de Música e Instituto Nacional de Artes, Universidad de Heredia, Costa Rica*, Tesis, Guatemala, Universidad de San Carlos de Guatemala.

Conversaciones y comunicaciones personales.

Aharonián, Coriún (+) (Uruguay): Acerca de la educación musical y las expresiones actuales en música. Noviembre de 2011.

Batres, Ethel (Guatemala): Creación y producción de música popular e infantil; el apoyo del Estado nacional. Agosto de 2015.

Capelán, Carlos (Uruguay): Acerca de la producción simbólica. Junio de 2012.

Castañó, Andrés (Guatemala): La música electrónica popular en Guatemala. 2012-2018.

Gáinza, Violeta Hemsy (Argentina): Acerca de la difusión de la música popular y académica. Septiembre de 2006.

Galicía, Gerardo (Guatemala): El hip-hop en Guatemala. Abril 2018.

Recinos, Efraín (+) (Guatemala): Conversaciones sobre música, arquitectura y filosofía del arte. 2005-2011.

PERIFÉRICA

Revista para el análisis de la cultura y el territorio

AUTOR

Max Araujo

ADSCRIPCIÓN PROFESIONAL

Escritor y gestor cultural

TÍTULO

El aporte del sector oficial a las expresiones de cultura y a la salvaguardia del patrimonio cultural, a veintidós años de la firma de la paz. La cultura como un motor de desarrollo integral.

CORREO-E

maxaraujo1951@hotmail.com

RESUMEN

Se explica del aporte del sector oficial a las expresiones de cultura. Se hace un breve análisis de la forma como trabajan las dependencias del gobierno para el apoyo de la cultura y a la salvaguardia del patrimonio cultural. Su integración, sus políticas y el convencimiento que la cultura debe ser un motor del desarrollo integral.

PALABRAS CLAVE

Paz; dependencias; gobierno; cultura; motor; desarrollo; derechos; culturales; acuerdos; requerimientos; identidad; aporte; apoyos; políticas; legislación; organismos; conclusiones.

AUTHOR

Max Araujo

PROFESSIONAL AFFILIATION

Escritor y gestor cultural

TITLE

The public sector's contribution to cultural expression and cultural heritage conservation, twenty years on from peace. Culture as a driving force for comprehensive development.

E-MAIL

maxaraujo1951@hotmail.com

ABSTRACT

This article describes the public sector's contribution to cultural expression. A brief analysis is conducted of government agencies' work to support culture and conserve cultural heritage, examining their integration, policies and conviction that culture should be a driving force behind comprehensive development.

KEYWORDS

Peace; agencies; government; culture; driving force; development; rights; cultural; agreements; requirements; identity; contribution; support; policies; legislation; organisations; conclusions.

El aporte del sector oficial a las expresiones de cultura y a la salvaguardia del patrimonio cultural, a veintidós años de la firma de la paz. La cultura como un motor de desarrollo integral

Max Araujo

Guatemala tiene, como todos los países y regiones, un movimiento cultural cotidiano, que se manifiesta de muchas formas: en expresiones culturales tradicionales, conocimientos ancestrales y en expresiones artísticas, tanto en centros urbanos como en sus áreas rurales, aunque hay muchas personas que lo niegan, porque lo ignoran o por los conceptos que tienen sobre cultura y su patrimonio. Confunden por ejemplo, cultura con arte, o con la educación escolar que se recibe por estudios formales. Una de las principales críticas es que el gobierno no apoya, o apoya poco, a pesar de la obligación que tiene establecida en su Constitución Política de la República, en la normativa legal que se ha emitido y en las convenciones e instrumentos internacionales que se han ratificado, que como consecuencia son de obligado cumplimiento. Entre los reclamos más fuertes está el que no se reconocen los derechos culturales de los pueblos indígenas, es decir de los herederos de las poblaciones que existían cuando se dio la conquista española en el siglo dieciséis. Una de las principales causas, se dice, es que cuando se obtuvo la independencia de España, en 1821, se construyó un Estado neocolonial y monocultural, en el que

una cultura hegemónica, la de los ladinos o mestizos, que sustituyó a los criollos, descendientes directos de los peninsulares (de España), se impone sobre las culturas subordinadas, las de los indígenas. Otra causa, para el caso específico de las expresiones artísticas, se dice que estas, salvo excepciones reconocidas, no alcanzan los niveles de calidad que se tienen en otros países, por lo que la responsabilidad la tiene el gobierno porque no genera las condiciones apropiadas, ni de educación, ni para los apoyos que son necesarios. A pesar de esas críticas se reconoce y se valora el talento de artistas reconocidos, nacional e internacionalmente, que han surgido a lo largo de nuestra historia, incluyendo a algunos que han residido o residen en el extranjero. Lo más contemporáneo de las artes es conocido y desarrollado. Tendencias, estilos, escuelas, movimientos, cultores, que se dan en otras partes del mundo conviven con expresiones vernáculas. Las explicaciones, interpretaciones y los estudios abundan. Es por ello, porque he estado ligado al Ministerio de Cultura y Deportes desde hace más de veinte años, y porque milito en el mundo cultural de la ciudad de Guatemala, el principal centro urbano, que escribo este texto en el que presento un breve panorama de la situación actual de la obligación que tiene el sector gubernamental en la salvaguardia de las expresiones de cultura,

entre las que se encuentran las tradicionales y ancestrales, un patrimonio cultural material, representado por inmuebles y muebles de los tres grandes periodos de su historia: prehispánico, colonial y republicano, así como los derechos culturales de los pueblos indígenas y las artísticas en general.

El país sufrió un conflicto armado que duró treinta y seis años. Se puso fin al mismo el 29 de diciembre de 1996, con la firma de la paz, entre el Estado y la guerrilla, previo firma de varios acuerdos para distintas áreas y sectores, que son un proyecto de nación, para lograr que sea más justa e incluyente, que no se han desarrollado como se esperaba, pero que han dado algunos resultados positivos, entre ellos los del área de cultura, aunque es mucho lo que falta por hacer, no solo porque las causas estructurales que dieron origen al conflicto armado se mantienen, sino porque también las sociedades son dinámicas, y porque hay circunstancias internas y externas que influyen, entre ellas las demandas y reconocimientos a los requerimientos de las distintas colectividades, especialmente las marginadas, derivadas de compromisos internacionales por normativas que se han suscrito. Para el caso de Guatemala se destacan los legítimos reclamos de los pueblos indígenas y de otros sectores vulnerables en cuanto al reconocimiento de sus derechos culturales, económicos, políticos y sociales. En el tema de derechos culturales de los pueblos indígenas se han dado avances importantes por la creación de instituciones y dependencias, por la emisión de leyes nacionales y por la ratificación de instrumentos internacionales relacionados con dichos derechos. Esos avances no son suficientes por los rezagos históricos que se arrastran desde hace más de cinco siglos, tres de la colonia y dos como república independiente. Es importante señalar que uno de los acuerdos previos a la firma de la paz es el de Identidad y Derecho de los Pueblos Indígenas, aunque ya habían sido reconocidos en la Constitución Política de la República, emitida en 1985. Sin embargo, no se trata de hacer una defensa oficiosa de las autoridades y de las instituciones de gobierno, sobre todo del Ministerio de Cultura y Deportes, al que se le asigna, cada año, un presupuesto deficitario para todo lo que debe hacer.

Para el panorama que hacemos en este trabajo uno de los grandes logros que se han conseguido es el haber llegado al convencimiento, entre los sectores afines, que la cultura debe ser un motor del desarrollo integral de Guatemala, es por ello que sus políticas culturales tienen ese concepto como un eje transversal a las mismas, siendo la política rectora «Culturas nacionales y desarrollo integral». A los valores inherentes de la cultura como identidad, cohesión social,

autoestima, orgullo y sentido de pertenencia, se asume que también es economía.

Según un estudio realizado por Ernesto Piedras, mexicano, patrocinado por el BID, la cultura de Guatemala, representada por la diversidad de expresiones culturales, materiales e inmateriales, le aportan a su PIB un porcentaje de un 7.2 por ciento. Sin embargo a esta estimación se le debe agregar lo que aportan las actividades y empresas de la economía informal o sombra, ligada a expresiones culturales tradicionales, fiestas patronales, ciclos culturales como la cuaresma y la navidad o de sus artesanías, entre otros, más lo que genera el llamado turismo cultural con sus empresas conexas de transporte, alojamiento, alimentación y de diversión.

Para entender la parte de gobierno relacionado con cultura y su patrimonio, es necesario que se conozca cómo se integra el Sistema Nacional de Cultura, que existe de hecho, aunque no tiene una normativa legal que lo haya creado como tal, pero que funciona, con sus carencias y limitaciones, que comprende instituciones de gobierno, entidades no gubernamentales y personas de la sociedad civil, así como programas, proyectos y acciones, que tienen un sustento en la legislación cultural, que para el caso de Guatemala es rica y variada, como se demuestra con las publicaciones que sobre ese tema he realizado. Este sistema, según mi criterio, está integrado con el sector de gobierno y con el sector no gubernamental, en la siguiente forma: *De la parte gubernamental. 1-De las entidades creadas específicamente para la cultura.* En esta área se incluye a las entidades de gobierno que pertenecen a la estructura del Organismo Ejecutivo, pero también algunas que corresponden a los Organismos Legislativo y Judicial.

La primera parte de este sector comprende a las dependencias creadas específicamente para atender aspectos de cultura, entre los cuales se encuentran el Ministerio de Cultura y Deportes como ente rector, el Aporte para la Descentralización Cultural ADESCA, la Academia de Lenguas Mayas, el Consejo de Protección de la Antigua Guatemala, el Consejo Nacional del Libro CONALIBRO, entre otras. Dentro de esta área se incluye también al Ministerio de Educación Pública, a la Universidad de San Carlos de Guatemala, que se dedican a la educación, siendo que las segundas y la tercera entidad goza de un régimen jurídico especial por la autonomía que tiene, consagrada en la misma Constitución de la República. La educación es fundamental como un componente de la cultura, aunque en Guatemala se le separa de ese sector por aspectos administrativos y presupuestarios.

Es importante mencionar que los Ministerios de Cultura y Deportes y de Educación Pública, la Universidad de



San Carlos, y las otras instituciones mencionadas, tienen una estructura administrativa que comprende dependencias dedicadas a aspectos propios del sector cultura, por lo que el presupuesto que se les asigna anualmente dentro del Presupuesto de Ingresos y de Egresos del Estado se distribuye entre las mismas para su funcionamiento y para los programas, proyectos y acciones que atienden. 2.- *De las entidades cuyos objetivos y fines no se relacionan con cultura.* Dentro del área del Sector de Gobierno se encuentran dependencias cuyo objetivo y fines son otros, pero que tienen departamentos o programas, proyectos y acciones, que se dedican a aspectos de cultura, entre estas se pueden incluir a las que se dedican a asuntos económicos, tributarios y fiscales, y las que promueven expresiones culturales o la salvaguardia de las mismas. 2.1. *De las entidades que se dedican al aspecto económico, fiscal y tributario.* Entre las dependencias que se dedican a lo económico, fiscal y tributario se encuentran el Ministerio de Finanzas Públicas que es quien traslada las partidas dedicadas al sector cultura, el Ministerio de Economía que tiene programas de microcrédito que por su medio otorgan a emprendimientos culturales y a empresas culturales. También se incluye a la Superintendencia de Administración Tributaria que es quién otorga y supervisa los beneficios fiscales contenidas en las leyes de la materia. En esta parte se puede incluir al Congreso de la República que aprueba cada año el Presupuesto General de Ingresos y Egresos del Estado, como consecuencia fija las partidas que tendrá cada dependencia de gobierno y otras que se incluyen en dicho presupuesto. 2.3. *De las entidades que tienen dependencias, programas, proyectos y acciones dedicadas a la salvaguardia de expresiones culturales.* Entre estas entidades se encuentran entes como el Instituto Guatemalteco de Turismo, que se dedica a promocionar y apoyar expresiones culturales, los Ministerios de Gobernación, de Relaciones Exteriores, de Economía y de Comunicaciones, que tienen dependencias específicas como la Tipografía Nacional, el diario de Centroamérica, la radio Nacional TGW, para el desarrollo de la Política Cultural en el Marco de la Política Exterior y el Registro de la Propiedad Intelectual con su Departamento de Derecho de Autor y Derechos Conexos. Se incluye en este apartado entidades como el Consejo Nacional de Áreas Protegidas CONAP, que administra con el Ministerio de Cultura, sitios arqueológicos que se encuentran en áreas protegidas, el Organismo Judicial que tiene tribunales que juzgan y dictan sentencias por delitos contra la propiedad intelectual y contra el patrimonio cultural. El Ministerio Público que tiene las Fiscalías para los delitos indicados anteriormente. Se incluye además al Fondo de Desarrollo Indígena (FODIGUA),

que tiene entre sus programas apoyos para las expresiones culturales de los pueblos indígenas. En este apartado se incluye además a las municipalidades que tienen en algunos casos casas de cultura, grupos de arte, apoyos a fiestas tradicionales, bibliotecas, escuelas de arte y otros programas que le permiten su autonomía y el Código municipal. Es importante mencionar que algunos Ministerios del Organismo Ejecutivo han creado dependencias para el respeto y aplicación de los Derechos Culturales de las personas y de los pueblos indígenas, o acciones específicas como mantener conjuntos musicales para sus actividades, principalmente con marimbas.

Del sector no gubernamental

Se incluye en este apartado a las personas individuales, que son hacedoras o portadoras de expresiones culturales, y a personas individuales o jurídicas que se dedican o tienen proyectos, programas o acciones dedicadas a un área de la salvaguardia del patrimonio cultural. El sector no gubernamental es fundamental para la cultura guatemalteca, pues con o sin apoyo del sector de gobierno, desarrolla un trabajo muy importante para la salvaguardia del patrimonio cultural, sea de manera voluntaria, gratuita u onerosa, en forma individual o grupal sin personalidad jurídica o por medio de personas jurídicas en la forma de asociaciones, fundaciones o empresas comerciales.

En lo individual encontramos a los artistas y a los hacedores y portadores de expresiones culturales, que sin apoyo oficial o con poco apoyan realizan su arte y sus expresiones. En lo grupal encontramos por ejemplo hermandades religiosas y cofradías, cuyo trabajo se visibiliza en las fiestas patronales y en el ciclo cultural de la cuaresma. El sector no gubernamental es fundamental en la salvaguardia del patrimonio cultural, principalmente en el inmaterial e intangible que es identitario: de etnia, pueblo o región, pues fortalece la autoestima, el orgullo, la cohesión social y el sentido de pertenencia.

Gran parte de la salvaguardia del Patrimonio Cultural, en un porcentaje alto, incuantificable, se mantiene gracias al esfuerzo y dedicación del sector no gubernamental. Los artistas con o sin apoyos o estímulos desarrollan sus expresiones artísticas, igual sucede con quienes organizan festivales, ferias, eventos, con fiestas populares y patronales. Existen asociaciones culturales, casas de cultura, y fundaciones, cuyo objetivo es el desarrollo de expresiones de cultura o de salvaguardia de patrimonios culturales específicos. La Semana Santa, el evento cultural colectivo más importante de Guatemala, se desarrolla gracias a cofradías, hermandades

y personas que elaboran por ejemplo alfombras de distintos productos para el paso de los cortejos procesionales. Lo mismo sucede con las artesanías y con la gastronomía, para no citar más ejemplos. Afortunadamente existen normas legales que les permiten su desarrollo, organización y funcionamiento, así como beneficios fiscales cuando corresponden.

Del Ministerio de Cultura

El Ministerio de Cultura y Deportes nació a la vida jurídica durante el Gobierno de facto del General Humberto Mejía Vítores, mediante el Decreto Ley 25-86, de fecha diez de enero de 1986, que contenía una ley para el Organismo Ejecutivo. El 14 de enero del año 2000 asumió como Ministra de Cultura y Deportes la licenciada Otilia Lux de Cotí. Una de las primeras acciones de su administración fue la de celebrar un Congreso sobre Lineamientos de Políticas Culturales y Deportivas que se realizó en La Antigua Guatemala del 4 al 11 de abril de 2000. Fueron alrededor de 600 personas las que participaron en las ocho mesas temáticas de trabajo. Más de 200 instituciones estuvieron representadas, entre ellas organizaciones mayas, garífunas y xincas, así como corporaciones municipales, organismos gubernamentales, asociaciones, fundaciones, universidades y centros de investigación.

Como consecuencia de la Declaración Mundial sobre las Políticas Culturales que tuvo lugar en México el 6 de agosto de 1982, conocida como la Declaración de México sobre las Políticas Culturales, así como de la declaración de la Conferencia Intergubernamental Sobre Políticas Culturales para el Desarrollo que se llevó a cabo en Estocolmo en 1998, y por las convenciones, recomendaciones y declaraciones de organismos internacionales como la UNESCO, de los que Guatemala es Estado-Parte, para responder a las demandas de los guatemaltecos, se crearon, en la forma que se explicó con anterioridad, las Políticas Nacionales de Cultura y Deportes. Políticas que parten de la aceptación de los Acuerdos de Paz, principalmente el de Identidad y Derecho de los Pueblos Indígenas, y de instrumentos legales nacionales, como la Constitución Política de la República en sus artículos del 55 al 66, e internacionales ratificados con los procedimientos respectivos, sobre nuestro rico y variado patrimonio cultural, así como del reconocimiento de los derechos culturales de todos los guatemaltecos y de la obligación que tiene el Estado de salvaguardar el patrimonio cultural, promover la cultura en todas sus manifestaciones y de apoyar a los artistas, a hacedores y portadores de expresiones culturales tradicionales. Las Políticas Culturales, en el año 2015, mediante un

proceso participativo y similar al que se llevó cuando fueron creadas se modificaron y actualizaron, para responder a los requerimientos del sector cultura, sobre todo los relacionados con los derechos culturales de los pueblos indígenas, de los que la Dirección de Desarrollo de las Culturas dedica gran parte de su trabajo y objetivos, y por los compromisos y obligaciones adquiridas por la ratificación de instrumentos internacionales emitidos por organismos de los que Guatemala es Estado Parte.

Para responder también a nuestra realidad, como nación multicultural, plurilingüe y multiétnica, y a las políticas antes enunciadas, se elaboró un Plan Nacional de Desarrollo Cultural a Largo Plazo. En dicho Plan se hace una propuesta de desarrollo humano sostenible para Guatemala desde la óptica de la cultura, en la que el Ministerio de Cultura y Deportes es el articulador, con un ideario y una visión de gestor del desarrollo cultural. Dentro de su marco conceptual, como pilares de la propuesta, se establecen: a) La diversidad cultural como fuente de riqueza social. b) Un desarrollo social sostenible c) Un desarrollo integral sostenible. d) Una interculturalidad con equidad. e) Una efectiva descentralización y desconcentración, f) el fortalecimiento del poder local con gobernabilidad y legitimidad, g) La participación ciudadana, h) La construcción de redes, i) la construcción de ciudadanías. j) El tejido social como instrumento de desarrollo. En la metodología propuesta se explica cómo se debe abordar la dimensión cultural, sus escenarios de aplicación (intrainstitucional, interinstitucional, sociedad y nación, e internacional). En el Plan se desarrollan los ámbitos jurídicos, de ciudadanía, del estado, del pensamiento, del patrimonio, del tiempo libre, de la comunicación y de la economía.

El Ministerio de Cultura y Deportes cuenta con dependencias que se encargan cada una de un área específica de la cultura. Son casi tres mil sus trabajadores.

Del Aporte para la Descentralización Cultural (ADESCA)

Esta entidad, creada en 1996 por una ley emitida por el Congreso de la República, realiza un trabajo extraordinario de apoyo económico a diversos sectores de la cultura, pero lo más importante es que el ochenta por ciento de los fondos que otorga cada año, a las personas o entidades que previos procesos de solicitud son favorecidas, se ejecutan en proyectos que se realizan fuera de la ciudad de Guatemala, y con sectores que tradicionalmente han sido desatendidos, logrando con ello un movimiento cultural, que puede ser medido y cuantificado por los resultados obtenidos desde 1998;

año en el que comenzó a trabajar. ADESCA ha llegado a comunidades remotas y a grupos de personas indígenas y campesinas, que mantienen sus expresiones culturales tradicionales y conocimientos ancestrales, pero también a quienes rescatan y practican diversas expresiones artísticas, entre ellas musicales, como las del periodo barroco y contemporáneas como el Jazz y el rock. El apoyo a la creación de escuelas de marimba, la adquisición de ese instrumento y a las danzas tradicionales ha sido uno de sus grandes éxitos. Por su estructura administrativa parece una entidad de la sociedad civil, por lo que tiene mucha credibilidad en el medio cultural. Su presupuesto de funcionamiento y de inversión lo recibe del Ministerio de Cultura y Deportes.

Del Consejo de Protección de La Antigua Guatemala

Esta entidad, descentralizada, es la encargada de todo lo relacionado con la restauración y conservación de La Antigua Guatemala, ya que esta ciudad de la época de la colonia española fue declarada en 1979 como patrimonio cultural de la humanidad. El Congreso de la República le asigna su presupuesto de funcionamiento, el que le es traslado por medio del Ministerio de Cultura y Deportes.

De la Academia de Lenguas Mayas

Esta academia fue creada por una Ley del Congreso de la Republica como entidad descentralizada, y recibe su presupuesto de funcionamiento directamente del Ministerio de Finanzas. Tiene una estructura en su dirección a cargo de personas de origen maya, que son electas por los procedimientos establecidos, y su fin principal es la salvaguardia de los idiomas mayas, por lo que tienen proyectos y programas específicos. Existe como un instrumento útil para su trabajo una ley de oficialización de los idiomas de Guatemala, que establece que en cada región lingüística del país, que son 24, se hablará para eventos y actividades públicas, indistintamente, el idioma oficial, el español, y el idioma de la región. Está establecido también qué en los primeros años de la educación formal, para quienes son hablantes de un idioma maya, está se dará en el idioma de la región, y para quienes no lo son, se darán enseñanzas en el idioma local.

Del Fondo Indígena (FODIGUA)

Este fondo, creado por Acuerdo Gubernativo, es decir por la Presidencia de la República, tiene como fin apoyar con estímulos financieros proyectos y programas para perso-

nas indígenas y a entidades formadas por estos, por lo que apoya, ocasionalmente, algunos relacionados con expresiones culturales y de salvaguardia de patrimonios culturales.

La importancia de crear una política de fomento para los emprendimientos, las empresas y las industrias culturales o creativas

La cultura es un motor del desarrollo integral, de ahí que partiendo de la definición de cultura propuesta por UNESCO a sus Estados Parte, entre ellos Guatemala, que dice que «es el conjunto de rasgos distintivos, materiales, espirituales, intelectuales, y afectivos de una sociedad o grupo social, que comprende, además de las artes y las letras, los estilos de vida, las formas de convivencia, los sistemas de valores, las tradiciones y creencias» el Ministerio de Cultura y Deportes, como ente rector de la cultura en Guatemala, debe desarrollar su trabajo, cumpliendo con sus objetivos, es por ello que debe crear una política específica y de Estado, que fortalezca el trabajo que ya se hace, para que fomente a los emprendimientos, las empresas y las industrias culturales o creativas, para que este sector sea parte de las prioridades de gobierno, en el eje de fomento a las micro, pequeñas y medianas empresas, como parte de la Política Nacional de Emprendimientos «Guatemala Emprende», aprobada mediante el Acuerdo Gubernativo 150-2015, formulada por el Ministerio de Economía.

En atención a esta política, pero con el convencimiento que la cultura es un motor del desarrollo integral, en el Viceministerio de Cultura, a partir del año 2016, cuando tuve el honor de asumir dicha cartera, priorizamos el tema de Economía y Cultura, por lo que decidimos continuar con la construcción de la Cuenta Satélite de Cultura, del Sistema de información cultural, de la creación e implementación de políticas culturales municipales con los municipios que nos lo solicitaron, un convenio de cooperación con el Ministerio de Economía para el tema de emprendimientos culturales, estudios sobre el tema de dichos emprendimientos culturales, por medio de consultorías y la publicación de los mismos, así como en la consolidación de un programa para fomentar los emprendimientos culturales y las industrias creativas; temas en los que avanzamos lo suficiente hasta mi salida del cargo en enero del año en curso.

Un aspecto que para esta política y para otros temas relacionados con cultura, es el de resolver el tema de la propiedad intelectual de las expresiones culturales tradicionales y los conocimientos ancestrales por los reclamos de los

pueblos indígenas. Esto se debe a la apropiación indebida de estos patrimonios, que pertenecen a colectividades o comunidades, por parte de terceros, quienes incluso los inscriben a sus nombres en los Registros de Propiedad Intelectual o Industrial por los procedimientos de marcas, patentes o inventos en distintos países, incluso en algunos donde no se han generado esos saberes.

Guatemala debe emitir una ley, propia, de reconocimiento de la propiedad intelectual de las expresiones culturales tradicionales y de los conocimientos tradicionales que sea coincidente con la o con las convenciones que se emitan en la OMPI, cuando termine un proceso de análisis, consulta, emisión, que ya tiene varios años de haberse iniciado en dicho organismo, ya que estas al ratificarse se convertirán en leyes del país. Estas normativas beneficiarán a los hacedores y portadores de expresiones culturales tradicionales colectivas, no solo desde el punto de vista económico sino también en cuanto al fortalecimiento de las identidades de las personas que pertenecen a uno de los cuatro pueblos que forman Guatemala. Estas leyes deben ser equilibradas y justas para que no causen enfrentamientos por titularidad, con procedimientos de registro, fáciles y accesibles. En Latinoamérica son Perú, Panamá y Brasil quienes ya tienen legislaciones sobre el tema, aunque la tendencia es a que se mejoren.

De la Política Cultural Exterior

Uno de los aspectos novedosos en cuanto al sector oficial de la cultura, es la creación en el año 2012 de la Política Cultural en el Marco de la Política Exterior; que de manera incipiente se está implementando en el país, por medio del Ministerio de Relaciones Exteriores, con el apoyo del Mi-

nisterio de Cultura y Deportes, y de otras entidades como el INGUAT. Esta política es coincidente con la Política Cultural de Integración Centroamericana y con la Carta Cultural Iberoamericana, que son instrumentos regionales que están generando un desarrollo cultural centroamericano e iberoamericano, coordinados por las instancias respectivas como la CECC/SICA y la Secretaria Iberoamericana (SEGIB). Esta política tiene varios objetivos, pero principalmente para generar un efectiva diplomacia cultural que equilibre con la imagen negativa que del país se tiene en el extranjero y demuestre el rico y variado patrimonio cultural, entre ellos el artístico, así como una activa y productiva participación en organismos internacionales de los que Guatemala es Estado Parte, entre ellos la UNESCO, CERLALC, CECC, SEGIB, OEL, OMPI. Entre otros.

Conclusiones

Como se puede deducir el sector de gobierno, a pesar de sus limitaciones, trabaja para el apoyo a las expresiones de cultura y la salvaguardia del patrimonio cultural, aunque es mucho lo que falta por hacer, sobre todo lo que se refiere a apoyos económicos y en otras esferas, necesarias, de estímulo, protección, rescate y difusión. Sin embargo, gracias al trabajo que realiza, que se complementa con el del sector no oficial, es por lo que en Guatemala existe un intenso movimiento cultural, entre ellos el artístico, que permitirá que se consolide como un motor del desarrollo integral, para construir una sociedad con justicia social, que permita a todos y todas acceder a una vida digna y decorosa, para superar así los males contemporáneos y los ancestrales que el país arrastra, que lo han convertido en uno de los países más atrasado de América.

ÓPERA PRIMA

ARTE-FACTO.

Cómo hacer y aprender desde la experiencia artística

Judith Lerín Gros / 213

El cine *made in Cádiz* es un gran invento

Víctor Grande-López Correo / 213

AUTORA

Judith Lerín Gros

ADSCRIPCIÓN PROFESIONAL

Investigadora cultural

TÍTULO

ARTE-FACTO. Cómo hacer y aprender desde la experiencia artística

CORREO-E

leringros@gmail.com

RESUMEN

Es un recurso didáctico cuya metodología está enfocada al desarrollo de conceptos esenciales dentro del ámbito artístico. Se trata de conceptos cotidianos de trasfondo psicológico, cuyo desarrollo tienen una relación directa con las destrezas prácticas y artísticas personales. Todo ello conforma un cuerpo, una sucesión de vivencias y expresiones, de diferentes experiencias, que actualmente bajo mi perspectiva, toman la importancia de un primer plano. Por ello el cómputo de engranajes del Arte-Facto busca potenciar esos conceptos tan cotidianos y personales, generando una recopilación de experiencias como fuente de inspiración a modo de recurso visual, que dé lugar a una autocrítica e identidad, formando parte de una de las tantas conexiones de nuestra mente, potenciando así la constante y diaria construcción del conocimiento.

PALABRAS CLAVE

Cotidianidad; creatividad; motivación; expresión; identidad.

Fecha de registro: 13/04/2018

Fecha de aceptación: 24/05/2018

AUTHOR

Judith Lerín Gros

PROFESSIONAL AFFILIATION

Investigadora cultural

TITLE

ARTE-FACT. How to do and learn from aesthetic experience

E-MAIL

leringros@gmail.com

ABSTRACT

It is a teaching resource with a methodology focused on the development of essential concepts within the artistic sphere, with a special focus on a specific subject named graphited-plastic technics aimed at Senior High School students. The focuses of this subject are daily concepts of psychological background; its development has a direct relation with personal practical and artistic skills. All of this makes up a body, a sequence of experiences and expressions, from different backgrounds. Those backgrounds, nowadays under my perspective, have the importance of foreground. This is the reason why the counting and gears of ARTE-FACT try to boost those daily and personal concepts, originating a recompilation of experiences as source of inspiration through visual resources, which gives rise to a self-criticism and an identity, taking part of one of the connections that our mind has, and boosting the daily knowledge construction.

KEYWORDS

Everydayness; Creativity; Motivation; Expression; Identity.

ARTE-FACTO. Cómo hacer y aprender desde la experiencia artística

Judith Lerín Gros

Este proyecto parte desde una provocación o intencionalidad, desde mi saber hacer y ser como persona, artista y consumidora de cultura, una reacción a las necesidades ausentes y cotidianas de nuestro entorno artístico-educativo.

Una respuesta, una propuesta a modo de acción, una innovación, un estímulo sobre creatividad, motivación, perspectiva, cotidianidad e identidad-autocrítica, que tiene un impacto directo en la Educación, un Arte-Facto.

En relación a esta introducción y como inicio, quiero mencionar el *IX Seminario del Observatorio Cultural del Proyecto Atalaya* que tuvo lugar en la Universidad de Málaga los días 5 y 6 de Octubre de 2017, en concreto, la conferencia «El impacto educativo de la cultura» impartida por Alfons Martinell, Profesor emérito y Director honorífico de la Cátedra Unesco Políticas Culturales y Cooperación de la Universidad de Girona. Alfons Martinell explica, desde su experiencia, cómo se observan o desarrollan Cultura, Educación y Arte en la sociedad, aportando y proponiendo hitos o guías esenciales como hechos o propuestas todavía por resolver en nuestra actualidad.

Sobre el Impacto de la Cultura en la Educación. ¿Qué aporta? ¿Cómo? ¿Por qué?

A esta cuestión, desde mi perspectiva, se pone de manifiesto que el concepto «Entorno», como medio común, ya sea entorno social, entorno educativo, interno o externo. Con pequeñas acciones podemos promover la importancia de dicho concepto, que desde mi función como docente, su pretensión reside como raíz dentro del «Aula-espacio compartido», educando en valores y perspectivas. Lo cual podría tener o generar un impacto a lo largo del tiempo en cuanto a la Educación de esta generación, siendo conscientes y promoviendo un entorno sano, lleno de posibilidades, dónde confluyan y se relacionen de una forma cercana y directa Arte, Educación y Cultura (ya que funcionan por sistemas y estructuras diferentes), pudiendo dar así una respuesta contundente a las preguntas planteadas al inicio.

La práctica artística como Integración social. Cómo la práctica artística es una herramienta de las personas para encontrar un sentido de vida o formar parte de la sociedad.

Aquí se pone en cuestión algo fundamental, que todavía está en proceso y lucha. Con ello me refiero al reconocimiento de las Artes, como dice Alfons Martinell y yo apoyo

directamente: «la formación artística a nivel de reconocimiento, está muy mal tratada en España». Desgraciadamente, esta cuestión es algo a mejorar, por la importancia que suponen las artes tanto en la educación como en los modos de vida e inteligencias múltiples.

La experiencia artística en referencia al valor que tiene el arte y sus aplicaciones, tanto a nivel individual como colectivo, es una iniciativa continua que debemos cultivar y desarrollar por su gran importancia y aplicación en diferentes ámbitos. En cuanto a los valores artísticos, me refiero al desarrollo de aptitudes y actitudes a nivel personal.

Hablando desde la educación artística como una de las principales áreas para su desarrollo, en concreto desde mi experiencia personal «aplicando la experiencia artística a la educación» podemos fomentar y potenciar las carencias

que se ven implícitas tanto en los procesos artísticos como en otras áreas, con ello hago referencia a capacidades como cotidianeidad, creatividad, motivación, percepción, identidad o autocritica entre otras. El desempeño de estas capacidades puede afianzar otros aspectos a nivel psicológico como autoestima, confianza, bienestar, expresividad, lo que conlleva una mejora en las relaciones intra e interpersonales. Por ello la respuesta a la cuestión: ¿Para qué sirven las Artes en la Educación? Entre las aptitudes innumerables que potencia y a parte del desarrollo de destrezas técnicas o expresivas, es capaz de incidir sobre: inteligencia emocional, autocritica, aprender a pensar, capacidades esenciales que van a ser fundamentales en nuestro día a día, con nosotros y nuestro entorno.

Hablando en relación a la ciencia, psicología, o tecnología, las artes influyen en procesos de investigación



y complementación de estas áreas. Pudiéndonos referir a manifestaciones a lo largo de la historia que representan los modos de vida –«el habitar» histórico–, la respuesta o reacciones directas ante conflictos, la búsqueda de nuevas formas de comunicación, del entendimiento interno de las personas como sujetos de análisis, el desarrollo y construcción de planteamientos innovadores, el acercamiento a la comprensión del lado derecho del cerebro, en definitiva, la concepción de una amplitud de información, donde solo las artes son capaces de interactuar con tal cantidad de materias vitales. Por ello, desde un nivel «singular» a un nivel «plural», las artes son fundamentales en nuestra cotidianeidad, en nuestras vidas.

¿Cómo o de qué forma podemos desarrollar todo esto?

Se puede deducir en los párrafos anteriores que tal experiencia artística por su diversidad de desarrollos es una parte esencial dentro de la educación, pero ¿qué tipo de educación? Actualmente, si no es dentro de estudios específicos o especialidades artísticas, esta experiencia se ve reducida en cuanto a importancia a otras áreas o a intereses de cada persona, si los hay. De este modo, estaríamos hablando de una educación «individualizada de área». Si potenciamos esta definición haciéndola equivalente a la importancia de la experiencia artística, en la actualidad dentro y fuera de estudios especializados o dentro del panorama artístico contemporáneo, estaríamos hablando de una educación inter- y multi- disciplinar.

Somos artesanos, artistas, pero no solo eso, somos creadores, investigadores, innovadores, productores y generadores de nuevas perspectivas. Abarcamos gran variedad de lenguajes expresando a través de ellos, *¿Por qué no potenciar y adquirir el valor que nos pertenece?* Desde mi experiencia, es necesario considerar las artes al mismo nivel que otras áreas y dentro de las propias artes promover esa interdisciplinariedad, que está en proceso y es una acción potente. De este modo, nos situamos en una adquisición de conocimientos por conexiones, lo que nos permite ir construyendo una red de información infinita, aumentando nuestra inteligencia, la estimulación de un cerebro emocional o un cerebro motivado, en relación a procesos psicológicos reales.

Tras reflexionar sobre la aportación que supone el proyecto, con un breve inciso en la importancia de la Cultura y resaltar la importancia de las Artes, voy a explicar los avances y temas más relevantes dentro de este trabajo, que como argumenté anteriormente y vuelvo a aclarar, se basan

en mi experiencia personal aplicando la experiencia artística a la educación.

Esta propuesta de innovación nace bajo inquietudes e intereses propios, sobre la preocupación por un buen desarrollo personal de los alumnos, sobre su estado anímico en un medio compartido, entendido como espacio, que sería el aula, sobre su relación con el entorno, cuyos detonantes son carencias que pude presenciar durante mi experiencia temporal como docente en estudios de Bachiller de Artes. Por ello estos detonantes o carencias son el motivo principal que da lugar al planteamiento previo del proyecto de innovación, en concreto: Cotidianeidad. Creatividad. Motivación. Expresión. Identidad, cómo cité al inicio del texto.

Una vez determinados estos conceptos carentes en el aula, el siguiente planteamiento fue crear una estructura de investigación como metodología propia, para analizarlos desde una aproximación a su raíz científica y, posteriormente, relacionarlos con su desarrollo teórico-práctico artístico, potenciándolos, generando a partir de este análisis de investigación una segunda metodología aplicada a la práctica dentro y fuera del entorno del aula, un recurso visual que trata la idea de desarrollar los contenidos establecidos e ir más allá de crear sobre un papel en blanco, dando importancia tanto a la forma personal e impersonal, a modo de imágenes, como a la gran fuente de información y experiencias que supone.

En cuanto al eje de investigación se desarrolla dentro de la estructura como Metodología 1. Este eje está formado por tres secciones de piezas, que se complementan y dan lugar al siguiente punto.

SECCIÓN DE PIEZAS 1: Estudio Idea 1: Cotidianeidad / Creatividad / Motivación

Esta parte está conformada por hitos o guías, por artículos específicos sobre ciencia en referencia a la mente y al cerebro, por fuentes de información que van a la raíz de procesos psicológicos donde se generan las capacidades que conforman esta idea y por propuestas para llevarlas a cabo. Planteando temas y respondiendo a cuestiones como muestras de estudio:

1. Una mente no puede entenderse sin la cultura. (Lev Vygotsky)

Lev Vygotsky, psicólogo reconocido que trabaja en la rama del aprendizaje. Tanto la mente como el aprendizaje van ligados a la cultura y en conjunto forman una gran e importante influencia, que incide directamente en nuestro desarrollo.

«La ciencia dice que la creatividad se puede entrenar y convertir en un hábito»¹.

«Una habilidad es aquella que puedes aprender y aplicar en cualquier forma o tiempo, mientras un conocimiento implica solo comprender la causa y consecuencia de alguna situación» ².

¿Por qué la gente hace lo que hace?, ¿Cómo se expresa la motivación?, ¿Por qué es importante el cerebro?

Presentación de la obra de Joseph Kosuth, *One and three chairs. 1965* en relación al Arte de lo Cotidiano.

SECCIÓN DE PIEZAS 2: Estudio Idea 2: Sensaciones / percepciones / pulsos innatos

Siguiendo con la línea como eje de investigación la idea que trata esta sección es: Ver cómo influyen sensaciones y percepciones como base del proceso de aprendizaje, para un conocimiento posterior.

Para ello, en primer lugar, se definen una serie de términos en relación, en concreto Percepción y Sensación, también se habla sobre un modelo de funcionamiento del cerebro El modelo de los borradores múltiples que explica el proceso de funcionamiento de las redes neuronales y por último se analiza un artículo de neuropsicología. Planteando temas y respondiendo a cuestiones como muestras de estudio:

«Las nociones de mente, cerebro y alma han ido evolucionando a lo largo de la historia gracias al trabajo de filósofos, sabios, médicos, escritores y revolucionarios»³.

«A diferencia de cualquier otra entidad empírica de la Naturaleza, la presencia de la mente le resulta inmediatamente obvia a sí misma, pero le es opaca a todos los observadores externos».

¿Cuántas veces nos hemos enfrentado a un papel en blanco?, ¿Cuántas veces hemos dudado antes de empezar a hacer cualquier trazo, de escritura, de dibujo, etc.?, ¿Por qué tener miedo a equivocarnos?

SECCIÓN DE PIEZAS 3: Estudio Idea 3: Apropiación conceptual

Se trata de un glosario de palabras apropiadas, palabras con definiciones concretas que bajo mi percepción considero esenciales en el proceso educativo de enseñanza y aprendizaje.

Una vez realizado el análisis de los temas de investigación, el grueso del siguiente punto a desarrollar es Fracciones. Se trata de cinco modelos concretos de actividades desarrolladas a partir de la interiorización de toda la línea

de investigación, con los que se pretenden desarrollar las carencias, citadas al inicio del texto, sin que los alumnos sean conscientes de ello, sin estar condicionados en su realización y cuyos resultados archiven en un soporte de libre configuración, aunque el prototipo realizado tiene forma de Fanzine, por la comodidad del formato.

Las actividades son las siguientes:

Sujetos: pretende desarrollar Creatividad, a partir de la traducción de varios fragmentos de texto a imágenes. Fue realizada por alumnos de Bachiller de Arte dentro de la asignatura de Técnicas grafico plásticas y en otro contexto por dos alumnos de bachiller de Arte y de Artes escénicas.

Lo propio y lo ajeno: pretende desarrollar Motivación, a partir de compartir perspectivas con los compañeros/as tanto escritas, como representadas con técnica libre, como sonoras, contrastando los resultados de forma colectiva. Fue realizada por dos alumnos de bachiller de Arte y de Artes escénicas.

Pieza Acuática: pretende desarrollar la Perspectiva, a partir de la búsqueda de un lugar natural con agua en el entorno externo al aula, para captar sensaciones, formas, olores o colores del agua a través de una representación plástica.

Artesanos: pretende desarrollar la Cotidianeidad, a partir del trabajo por mejorar el funcionamiento del entorno interno del aula y valorar el proceso de creación de materiales y las opciones de desarrollo en diferentes materias, con armonía y responsabilidad.

Ambas no fueron realizadas debido a tiempo y programación, ya que a diferencia de las demás en estos dos casos se hace referencia al entorno externo e interno del aula.

Identidades: pretende desarrollar Autocrítica, a partir de su conciencia al generar una nueva identidad por medio de imágenes, responder a preguntas sobre valores de esa nueva identidad y sobre ellos mismos, para crear una representación como imagen crítica de ellos mismos, planteándose quién son , cómo son y qué lugar ocupan. Fue realizada por dos alumnos de bachiller de Arte y de Artes escénicas.

La suma de estas actividades da lugar al Recurso Visual, como fuente de información e inspiración al que poder recurrir como una conexión más en la construcción de nuestro conocimiento. De esta forma, la Metodología 1 como estructura de investigación da lugar a la Metodología 2 como Recurso visual.

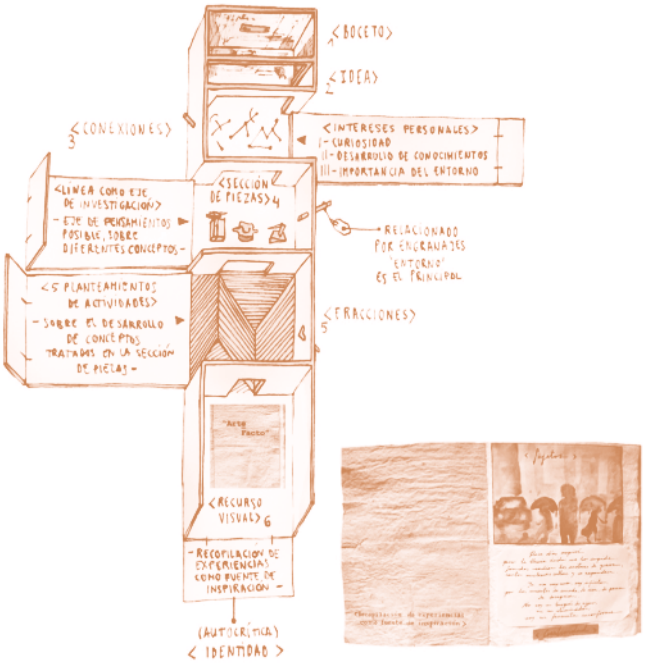


Imagen 1. Ilustración y fotografía sobre la representación de todo el proceso de investigación y un ejemplo de Recurso visual real

Hasta el momento, he llevado a cabo un desglose de la aplicación de estas metodologías y en concreto la Metodología 1 como estructura de investigación, con contenidos aplicados al desarrollo de la educación artística, pero, no obstante, esta estructura no solo respondería a las necesidades o apetencias de este ámbito en particular, sino que está pensada para ser aplicada en relación a otras áreas o materias, o incluso para que, dentro de esas áreas o materias generaran sus propios desarrollos de investigación siguiendo las pautas propuestas.



Imagen 2. Ilustración, ejemplo visual 2

El objetivo de esta comunicación estructural es proponer y utilizar una herramienta, como elemento contenedor de información, que potencie la Multidisciplinariedad y la Interdisciplinariedad, entendiendo Multidisciplinariedad como el proceso a través del cual se buscan soluciones a un problema desde la aplicación de conocimientos de varias o múltiples disciplinas; e Interdisciplinariedad como el proceso a través del cual se da una cooperación entre varias disciplinas, con reciprocidad, provocando intercambios reales de conocimiento, con transferencia de métodos de una disciplina a otra.

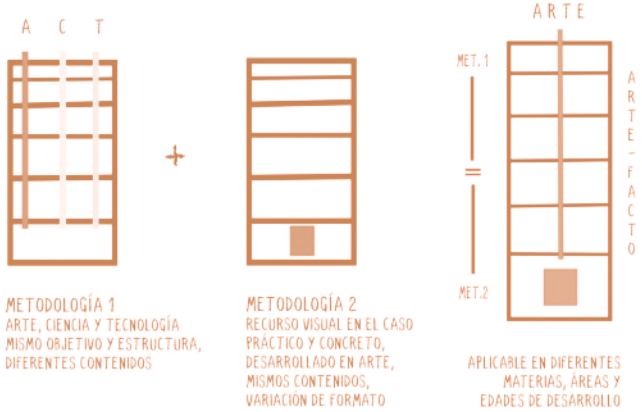


Imagen 3. Ilustración, ejemplo visual 3

Después de exponer los valores, por los que apuesta, los que conlleva, desarrolla y apoya todo este proceso y su funcionamiento, cómo último punto, voy a finalizar con la siguiente conclusión. Desde su raíz y mi práctica en el desarrollo dentro del aula como espacio compartido, considero esencial que para incentivar a los alumnos es necesario crear recursos para promover su motivación, los primeros que debemos estar motivados somos los docentes o futuros docentes. Compartiendo con los alumnos/as nuestras inquietudes, siempre que tengan un desarrollo enfocado a los objetivos que se nos planteen y a la calidad de las experiencias dentro del proceso de enseñanza-aprendizaje. La construcción del conocimiento comprende fases, desde las más simples en la infancia a las más complejas en la madurez, pero todo ello son fragmentos, fracciones, conexiones, ideas, bocetos y palabras sueltas que confluyen y dan lugar a pensamientos cada vez más amplios, que nos aportan una visión y aprendizaje personales. Por ello y atendiendo

a nuestra sencillez tenemos que ser conscientes de nuestra implicación diaria, de nuestra cotidianeidad, promoviendo nuestro desarrollo personal y construcción del conocimiento, dando importancia a nuestra inteligencia emocional y libre moral. En consecuencia, todo lo que merece la pena enseñar, desde una buena actitud y con posibilidad de formas o maneras aplicables, provoca que docentes y alumnos utilicemos y pongamos en práctica nuestras inteligencias múltiples.

A veces tan solo hace falta mirar a nuestro alrededor, prestar atención a lo que nos rodea, infinidad de engranajes invisibles que podemos observar, oler, escuchar, tocar y sentir, acciones básicas en nuestro comportamiento. El Arte-Facto como proyecto de innovación, recurso didáctico y generador de un recurso metodológico y visual, comprende infinidad de imágenes, cargadas de acciones básicas, de estimulaciones tanto internas como externas que conectan

con nuestros pensamientos, desarrollando inquietudes, percepciones sobre el entorno que nos rodea y lo más importante, constituye una conexión más en la construcción de nuestro conocimiento.

Notas

(1) GARZO, I. (2015). «Trucos demostrados contra los bloques creativos». *Yorokobu* (fecha de consulta: 15/07/2016) <http://www.yorokobu.es/trucos-demostrados-creatividad/>
(2) (2016). «Cómo aprender más rápido y mejor». *Doméstica* (fecha de consulta: 19/07/2016) <http://www.domestika.org/es/blog/152-como-aprender-mas-rapido-y-mejor>
(3) KOCH, C. (2016). «Una sucinta historia del alma». *MENTE & CEREBRO*, nº 78, p. 88.

Aceptado: 29/09/2018

PERIFÉRICA

Revista para el análisis de la cultura y el territorio

AUTOR

Víctor Grande-López

ADSCRIPCIÓN PROFESIONAL

Doctorando en comunicación. Universidad de Cádiz

TÍTULO

El cine *made in Cádiz* es un gran invento

CORREO-E

victorgaez@gmail.com

RESUMEN

Las películas nos ofrecen la oportunidad de dar la vuelta al mundo descubriendo destinos extraordinarios sin movernos de nuestro asiento. En el sur de España se encuentra la provincia de Cádiz, ideal telón de fondo para el rodaje de muchas películas, se pretende en este estudio extraer las más representativas rodadas en la provincia de Cádiz entre ellas películas como *Cateto a Babor* (1970), que actualmente es la película con mayor audiencia en la historia de la televisión en España. Este estudio pretende ser una herramienta de trabajo para profesionales y material didáctico de conocimiento para el ámbito educativo.

PALABRAS CLAVE

Cine; turismo cinematográfico; promoción de la imagen; procesos creativos cinematográficos; educación.

AUTHOR

Víctor Grande-López

PROFESSIONAL AFFILIATION

Doctorando en comunicación. Universidad de Cádiz

TITLE

Movies “*made in Cádiz*” is a great invention

E-MAIL

victorgaez@gmail.com

ABSTRACT

Films offer us the opportunity to go around the world discovering extraordinary destinations without moving from our seats. The province of Cádiz, located in Southern Spain, a perfect landscape to film many movies. In this study we will draw the most representative movies filmed in Cádiz province, such as Cateto a Babor (1970), which nowadays is the most viewed film in the history of Spanish television. This study pretends to be a tool for professionals, material for knowledge in the academic world.

KEYWORDS

Film; Film Tourism; Image promotion; Creative processes of film; Education.

Fecha de registro: 17/05/2018

Fecha de aceptación: 15/10/2018

El cine *made in Cádiz* es un gran invento

Víctor Grande-López

«Un viaje de mil millas comienza por el primer paso»

Lao-Tsé

1. Introducción

«El turismo es un gran invento». Ya lo decía el director de cine Pedro Lazaga en 1968, donde mostraba en esta película los beneficios que aporta el turismo a nivel económico para una ciudad, el cine nos acerca a conocer nuestra historia, viajar al pasado, a otras épocas, nos transporta a lugares, las imágenes a través del cine tienen una proyección a nivel de promoción que llega a millones de personas en todo el mundo.

Según Flores Ruiz (2015: 176) una de las tipologías de turismos que más está creciendo en los últimos años es el turismo cultural y, dentro de éste, el turismo cinematográfico (RODRÍGUEZ *et al.*, 2013), el cual se presenta como uno de las tipologías con mayor potencial de crecimiento a la hora de diseñar la oferta turística de un destino. Para Vives García (2013: 4-8), el concepto de Turismo inducido por el cine (*Movie Induced Tourism*) fue acuñado por los investigadores Riley y Van Doren en 1998, al constatar la influencia del cine en la industria turística. Macionis 2004, analiza también las denominaciones: *Media induced tourism*, *Movie induced tourism*, *Film induced tourism*, *The cinematographic tourist*.

El estudio del turismo de cine es relativamente reciente en los ámbitos de investigación, se define como las

visitas de los turistas a un destino como resultado de que el destino ha aparecido en la pantalla de cine (HUDSON and RITCHIE, 2006). Beeton (2005: 9) define como el lugar que sigue al éxito de una película que fue ambientada o bien rodada en una región concreta.

Según Vives García (2013: 16), el turista concibe en su mente una serie de creencias y atributos (componentes cognitivos) y una serie de motivaciones y deseos (componentes afectivos) que le llevarán a seleccionar y visitar uno u otro destino turístico (GARTNER, 1993). Beerli Palacios y Martín Santana (2002) muestran que la formación de la imagen de un destino es un concepto mental que se desarrolla a partir de múltiples fuentes de información. Para Gómez Alonso (2006) el cine ofrece al espectador lo que sucede en otros lugares. Jiménez Morales y San Eugenio (2009) indican que existe un poder visual en las imágenes de un territorio en el espectador, ejemplos se encuentran si visualizas París piensas en la Torre Eiffel o Egipto en las pirámides.

2. Objetivo

El objetivo general de este estudio es conocer los motivos por los cuales se debe elegir a la provincia de Cádiz como escenario cinematográfico ya que ayudaría a la con-

tribución de mejoras saludables en el desarrollo económico y turístico de la provincia.

Este objetivo principal se puede desglosar en otros más específicos:

- Conocer las ventajas que tiene la provincia de Cádiz como escaparate promocional cinematográfico.
- Fomentar los recursos turísticos a través del cine que ocasionan beneficios económicos y culturales para la provincia de Cádiz.
- Analizar los conocimientos que se pueden adquirir durante el visionado audiovisual rodado en la provincia de Cádiz como recurso didáctico para el ámbito académico.
- Descubrir gracias a las producciones filmicas lugares para visitar y localizaciones cinematográficas para futuras producciones audiovisuales en la provincia de Cádiz.

3. El cine despierta la curiosidad del viajero

«Viajar es vivir»
Hans Christian Andersen

Pereira Domínguez (2005: 205-228) indica que el cine es el arte social de nuestro tiempo, no sólo a que en él se juntan diversas artes hasta convertirlo en un arte total, sino también al interés y aceptación que suscita en cualquier parte del planeta y entre personas de cualquier edad o condición. Los espectadores pasan de ser sujetos pasivos viendo una película a sujetos activos como espectadores-viajeros a través del escenario cinematográfico de la película visionada, quieren revivir lo que leyeron en las novelas, quieren vivir en primera persona los decorados naturales.

A. del Rey-Reguillo (2007) señala que el cine y el turismo constituyen dos industrias culturales de enorme alcance económico y mediático. Las localizaciones de las películas son elegidas por los espectadores como destinos, sus secuencias son un escaparate tanto a nivel nacional como internacional por ello es importante su estudio, saber los beneficios que nos aporta, las motivaciones y necesidades que lleva al espectador a visitar esos espacios. Este estudio pretende ser una herramienta de trabajo, material didáctico de conocimiento y una guía de localizaciones para las productoras audiovisuales, con el objetivo de conseguir una óptima promoción.

Seño Asencio (2015) señala que el cine y el turismo, supone una enorme potencialidad y oportunidad para los territorios desde una doble concepción: como emplazamiento a la industria audiovisual y como dinamizador de los recursos turísticos existentes a partir de nuevas narrativas inspiradas en la ficción. El cine deja en la memoria una serie de imágenes que hacen trabajar a la imaginación relacionándolas con nuestras experiencias o deseos.

A través de la pantalla se obtienen impulsos de emociones que influyen en nuestros actos y comportamientos de manera inconsciente. Es una poderosa máquina debido a sus posibilidades artísticas subyugantes o simplemente manipuladoras que penetran hasta el subconsciente. Un vehículo enriquecedor de cultura y comunicación que nos aproxima al conocimiento del destino pudiéndolo convertir en un potencial turístico.

4. Metodología

Por medio de una metodología cualitativa se trabaja la importancia que tiene un fotograma audiovisual como proceso de comunicación hacia el espectador-turista, la base de la comunicación logra un posicionamiento idóneo en la mente, capta la atención y convierte al espectador en turista potencial. Las imágenes están construidas por un proceso de técnicas cinematográficas que contienen una gran carga de componentes psicológicos y emocionales que favorecen y estimulan el interés y promueven un estímulo. Se realiza para este estudio una revisión de autores que han estudiado sobre el turismo cinematográfico y referencias bibliográficas y videográficas relacionadas con la filmografía de estudio. Se realiza una ficha cronológica de las películas más representativas que se han rodado en la provincia de Cádiz de las que se incluyen: título, año, localidad gaditana donde se ha rodado y una breve sinopsis.

Sus historias son parte de la historia de la provincia de Cádiz y de la historia de España y su visionado debido a la temática de sus producciones ayuda como recurso didáctico al ámbito educativo para diferentes estudios (Enología, Sociología, Educación infantil, Medicina, Ciencias ambientales, Turismo, Arquitectura, Música, Comunicación audiovisual, Publicidad, Gastronomía, Fotografía, Historia, etc.) y aumenta el interés del espectador por visitar esos espacios filmados. Un catálogo como herramienta de trabajo a nivel de promoción para profesionales del turismo, educadores e historiadores.

5. El cine más representativo rodado en la provincia de Cádiz

- *La España trágica* (1918): rodada en Jerez de la Frontera (Cádiz). Dirigida por Rafael Salvador.

Interpretada por Carmen Villasán y José Portes. Uno de los primeros largometrajes españoles dedicado al mundo de la tauromaquia.

- *Boy* (1925): rodada en Cádiz y San Fernando (Cádiz). Dirigida por Benito Perojo. Interpretado por Joaquín Carrasco. Por el amor de una condesa, Boy pide dinero a un prestamista, pero éste aparece asesinado y recaen sobre él las sospechas.
- *La malcasada* (1926): rodada en Jerez de la Frontera (Cádiz), Dirigida por Francisco Gómez Hidalgo. Interpretada por María Banquer y José Nieto. Es la primera película que plantea abiertamente el tema del divorcio en España. Y lo hace a través de una historia fracasada entre un torero y una actriz.
- *La Lola se va a los puertos* (1947): rodada en Cádiz/ Puerto de Santa María/ San Fernando/ Sanlúcar de Barrameda/ Jerez de la Frontera. Dirigida por Juan de Orduña. Interpretado por Ricardo Acero y Juanita Reina. Lola parte en barco desde San Fernando a Sanlúcar al cortijo de un hombre rico, entre el hijo de éste y Lola surge un sentimiento y atracción mutua.
- *Lola la piconera* (1951): rodada en Cádiz. Dirigida por Luis Lucia. Interpretada por Juanita Reina y Virgilio Teixeira. En Cádiz durante la guerra de la Independencia una cantaora llamada Lola se enamora de un militar francés.
- *La bella de Cádiz / La belle de Cadix* (1953): rodada en Cádiz. Dirigida por Raymond Bernard. Interpretada por Carmen Sevilla y Luis Mariano. Un grupo de cineastas franceses viajan a Andalucía para rodar una película titulada *La bella de Cádiz*. Coproducción Francia y España.
- *Carne de horca (Il terrore dell’Andalusia)* (1953): rodada en Grazalema/Jerez de la Frontera. Dirigida por Ladislao Vajda. Interpretado por Rossano Brazzi y Fosco Giachetti. En el siglo XIX, en Sierra Morena y en la Serranía de Ronda proliferaban los bandoleros, quienes en solitario o reunidos sembraban el pánico asaltando a los viajeros. Coproducción España e Italia.
- *El duende de Jerez* (1953): rodada en Jerez de la Frontera (Cádiz). Dirigida por Daniel Mangrané. Interpretada por Paquita Rico y Ángel Jordan. Durante las populares fiestas de la vendimia en

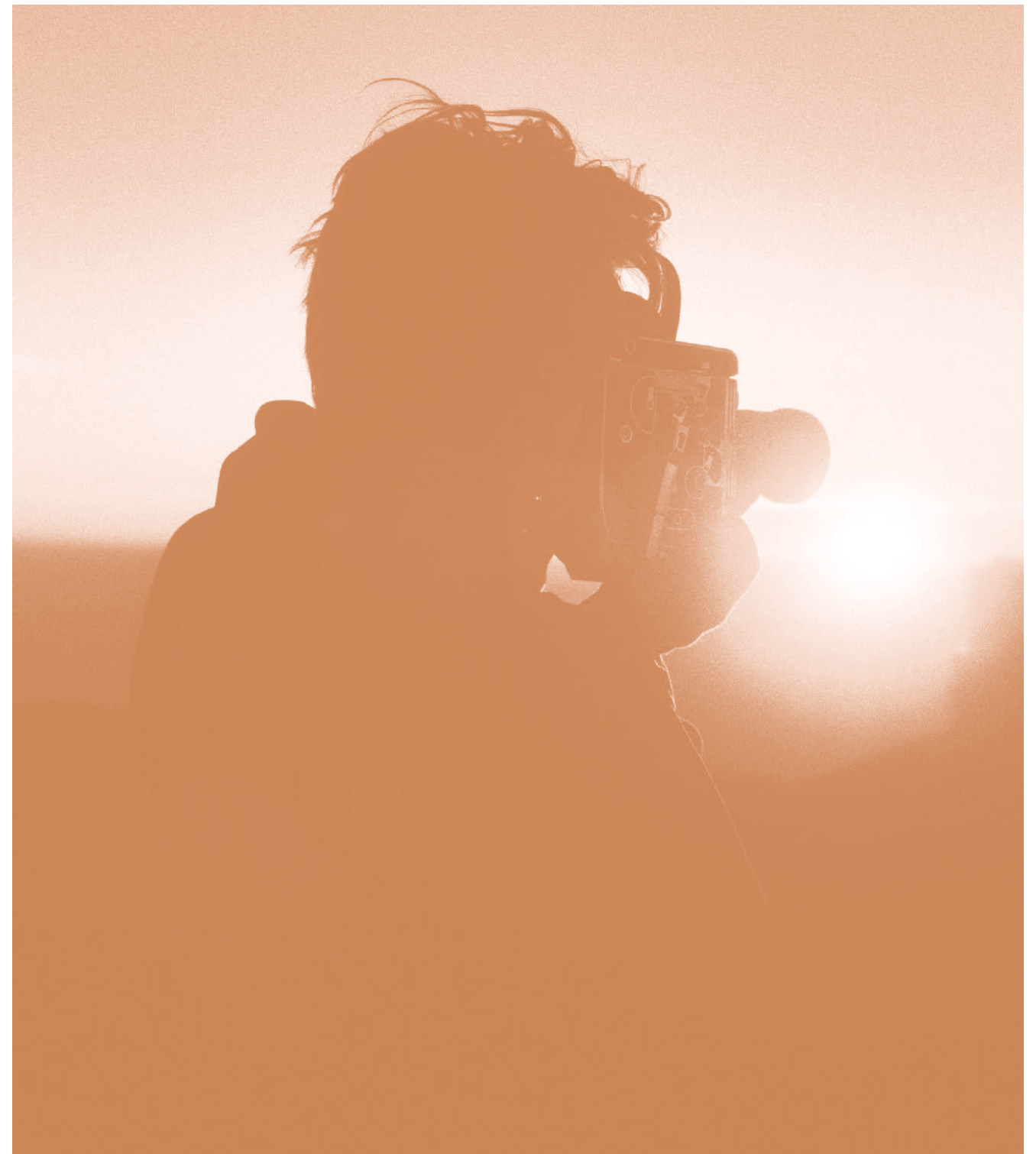
Jerez llega un joven profesor de Inglaterra para investigar los beneficios que tiene el vino.

- *El pescador de coplas* (1954): rodada en Sanlúcar de Barrameda (Cádiz). Dirigida por Antonio del Amo. Interpretado por Antonio Molina y Marujita Díaz. Entre pescadores de un puerto, dos hermanos tienen aptitudes para el canto y el baile flamenco. Un empresario madrileño les escucha cantar y quiere contratarlos. Ellos debido a que la pesca está mal terminan aceptando, uno de ellos Antonio llega a ser contratado para actuar en América.
- *Suspiros de Triana* (1955): rodada en Cádiz. Dirigida por Ramón Torrado, Interpretada por Paquita Rico y Antonio Riquelme. Una vendedora de flores se enamora de un cantante y le propone viajar con él, le promete un buen contrato para hacerla triunfar como artista.
- *Amanecer en Puerta Oscura* (1957): rodada en Zahara de la Sierra en el Parque Natural Sierra de Grazalema (Cádiz). Dirigida por José María Forqué. Interpretado por Francisco Rabal. La inquietud política condiciona el malestar social y alertan la lucha. Considerada como uno de los mejores *western* del cine español.
- *Venta de Vargas* (1959): rodada en San Fernando (Cádiz). Dirigida por Enrique Cahen Calaberry. Interpretada por Lola Flores y Rubén Rojo. En 1808 el pueblo andaluz quiere evitar la invasión de tropas de Napoleón, una bailaora gaditana interpretada por Lola Flores origina un peligroso triángulo amoroso.
- *Duelo en la cañada* (1959): rodada en Cádiz. Dirigida por Manuel Mur Oti. Interpretado por Leo Anchoriz y Manuel Arbó. Una célebre tonadillera que actúa en los tablados de Andalucía sufre acoso en su camerino por un conocido hacendado.
- *El emigrante* (1959): rodada en Cádiz. Dirigida por Sebastián Almeida. Interpretada por Dolores Abril y Juanito Valderrama. Don Joaquín, un viejo emigrante contempla su ciudad y el eco de sus fiestas, no quiere bajarse del barco porque teme enfrentarse a la ausencia total de sus seres queridos.
- *La viudita naviera* (1961): rodada en Cádiz. Dirigida por Luis Marquina. Interpretada por Paquita

- Rico y Arturo Fernández. En 1895 durante el Carnaval de Cádiz se casa Candelaria y al poco tiempo en Cuba fallece su esposo, Candelaria pasa a ser propietaria de un negocio de barcos.
- *La becerrada* (1963): rodada en el Puerto de Santa María (Cádiz). Dirigida por José María Forqué. Interpretado por Francisco Rabal y Amparo Soler Leal. Para resolver los apuros económicos de un asilo, se decide organizar una becerrada benéfica.
 - *Cateto a Babor* (1970): rodada en San Fernando (Cádiz). Dirigida por Ramón Fernández. Interpretado por Alfredo Landa y Florinda Chico. Miguel Cañete solicita varias prórrogas para librarse del servicio militar hasta que recibe un ultimátum del Ministerio de Marina, por el que se le ordena presentarse en el cuartel de Instrucción de San Fernando.
 - *The last run (Fuga sin fin)* (1972): rodada en Cádiz, película estadounidense. Dirigida por Richard Fleischer. Interpretada por George C. Scott. Un gánster americano retirado y afincado en España recibe un último encargo, trasladar a un delincuente fugado de prisión y a su novia.
 - *Cuba* (1979): rodada en Cádiz/ Puerto de Santa María /Jerez de la Frontera, película estadounidense. Dirigida por Richard Lester. Interpretada por Sean Connery y Hector Elizondo. La Habana, Cuba, 1959 la revolución está a punto de estallar en la isla.
 - *Bolero* (1984): rodada en el Puerto de Santa María (Cádiz), película estadounidense. Dirigida por John Derek. Interpretada por Bo Derek, George Kennedy y Ana Obregón. Una atractiva mujer da la vuelta al mundo para encontrar el amante ideal y durante su visita a España mantiene un romance con un torero.
 - *El imperio del Sol* (1987): rodada en Trebujena (Cádiz), película estadounidense. Dirigida por Steven Spielberg. Interpretada por Christian Bale y John Malkovich. En 1941 el ejército japonés ocupa Shanghai y la privilegiada vida de un niño inglés de clase alta llega a su fin, es separado de sus padres y enviado a un campo de concentración.
 - *La ley del deseo* (1987): rodada en Cádiz/Conil/Jerez de la Frontera. Dirigida por Pedro Almodóvar. Interpretada por Antonio Banderas y Euse-

bio Poncela. Es la historia de un director de cine homosexual que conoce a una persona la noche del estreno de una de sus obras. Historia de un triángulo homosexual.

- *Aris* (1988): rodada en Cádiz, Vejer de la Frontera (Cádiz). Producción norteamericana de la cadena ABC. Dirigida por Waris Hussein. Interpretada por Anthony Quinn. La vida del Aristóteles Onassis.
- *Bajarse al Moro* (1988): rodada en Cádiz, Algeciras (Cádiz). Dirigida por Fernando Colomo. Interpretado por Antonio Banderas y Verónica Forqué. Expresión popular usada en España para referirse al acto de ir hasta Marruecos a comprar hachís.
- *Navy seals* (1991): rodada en San Fernando/Cádiz/Tarifa. Película estadounidense. Dirigida por Lewis Teague. Interpretado por Charlie Sheen. Un comando de élite de la Marina, creado en 1962 por el presidente Kennedy, tienen como misión destruir los misiles de un núcleo terrorista.
- *Montoyas y Tarantos* (1989): rodada en Jerez de la Frontera (Cádiz). Dirigida por Vicente Escrivá. Interpretada por Cristina Hoyos y Sancho Gracia. Dos familias de etnia gitana enemistadas desde el pasado, reviven viejos rencores cuando sus hijos Ana Montoya y Manuel Taranto, se enamoran.
- *Blood and sand (Sangre y arena)* (1989): rodada en Jerez de la Frontera (Cádiz). Dirigida por Javier Elorrieta. Interpretada por Sharon Stone, un torero se casa con su novia de toda la vida pero se encuentra con una joven rubia, rica y ganadera, comienza a sentir algo especial marcando su vida y su carrera como torero. Coproducción España y Estados Unidos.
- *Yo soy esa* (1990): rodada en Medina Sidonia (Cádiz). Dirigida por Luis Sanz. Interpretada por Isabel Pantoja y José Coronado. Una pareja va a un estreno de una película que rodaron años atrás, en ella rememoran el pasado de su propia historia.
- *El día que nació yo* (1991): rodada en Cádiz/ Sanlúcar de Barrameda. Dirigida por Pedro Olea. Interpretada por Isabel Pantoja y Arturo Fernández. Una gitana vende pescado en un mercado y canta los fines de semana en un tablao, un día



un profesor desterrado por sus ideas políticas le ofrece trabajo a la cantaora.

- *El palomo cojo* (1995): rodada en Sanlúcar de Barrameda (Cádiz). Dirigida por Jaime de Armiñán. Interpretado por Francisco Rabal, María Barranco y el debut en el cine de Miguel Ángel Muñoz. Los padres de un niño de diez años que padece una larga enfermedad deciden enviarlo a pasar el verano a la casa señorial de sus abuelos en Cádiz.
- *Volaverunt* (1999): rodada en Jerez de la Frontera (Cádiz). Dirigida por Bigas Luna. Interpretada por Aitana Sánchez Gijón, Penélope Cruz y Jordi Mollá. La Duquesa de Alba, ofrece una gala para inaugurar su nuevo palacio. Coproducción España y Francia.
- *Besos para todos* (2000): rodada en Cádiz. Dirigida por Jaime Chávarri. Interpretada por Emma Suárez y Eloy Azorín. Tres estudiantes son enviados por sus familias a Cádiz para ver si consiguen aprobar y llegar a ser lo que se esperan de ellos. Juntos aprenden a decidir su futuro.
- *Die another day (007: muere otro día)* (2002): rodada en Cádiz, película estadounidense. Dirigida por Lee Tamahori. Interpretada por Pierce Brosnan y Halle Berry. Nueva entrega de James Bond que se desarrolla en Cádiz que se convierte en la Habana y la playa de la Caleta en uno de los escenarios más emblemáticos del rodaje.
- *Atún y chocolate* (2004): rodada en Barbate y Zahara de los Atunes (Cádiz). Dirigida por Pablo Carbonell. Interpretada por Pablo Carbonell y María Barranco. Tres pescadores intentan sobrevivir como pueden a pesar de la crisis pesquera que vive la costa gaditana.
- *Camarón* (2005): rodada en San Fernando (Cádiz). Dirigida por Jaime Chávarri. Interpretada por Óscar Jaenada y Verónica Sánchez. Biografía del genio del flamenco José Monge Cruz, conocido como *Camarón de la Isla*.
- *Los aires difíciles* (2006): rodada en Barbate (Cádiz) y Zahara de los Atunes (Cádiz). Dirigida por Gerardo Herrero. Interpretada por José Luis García Pérez y Cuca Escribano. Juan Olmedo es un superviviente de un naufragio del que sólo ha podido rescatar a su sobrina y a su hermano, una persona con deficiencia mental, para olvidar su pasado se traslada a vivir a la costa gaditana.

Géneros cinematográficos
que destacan en el estudio
son drama, comedia
romántica, acción,
aventuras y el subgénero
cinematográfico musical
folclore andaluz de los
años 50, muy demandado,
exportable y rentable.

- *Alatriste (El capitán Alatriste)* (2006): rodada en Cádiz/Conil/Tarifa. Dirigida por Agustín Díaz Yanes. Interpretado por Viggo Mortensen y Elena Anaya. Alatriste, soldado al servicio de su majestad que combate en la guerra de Flandes.
- *Manolete* (2006): rodada en Cádiz/ El Puerto de Santa María/ Jerez de la Frontera/Sanlúcar de Barrameda. Dirigida por Menno Meyjes. Interpretada por Adrian Brody y Penélope Cruz. Basada en la biografía del torero cordobés Manolete. Coproducción España, Reino Unido, Estados Unidos, Francia, Alemania.
- *Lola, la película* (2007): rodada en Jerez de la Frontera/Cádiz/Sanlúcar de Barrameda. Dirigida por Miguel Hermoso. Interpretada por Gala Évora, realiza un recorrido por la vida de la folclórica Lola Flores, *La Faraona*.
- *Che: Guerrilla* (2008): rodada en el Parque Natural Los Alcornocales en Alcalá de los Gazules (Cádiz), película estadounidense. Dirigida por Steven Soderbergh. Interpretado por Benicio del Toro y Franka Potente, *biopic* del famoso guerrillero y revolucionario Ernesto Che Guevara.
- *Febrero. Cuando la vida es carnaval* (2009): rodada en Cádiz, dirigida por Nacho Sacaluga. El carnaval

de Cádiz a través de ensayos, actuaciones callejeras, cómo cambia la vida de la ciudad de Cádiz cuando llega el mes de febrero. El carnaval como fiesta y vehículo de comunicación.

- *Knight & day (Noche y día)* (2010): rodada en Cádiz. Dirigida por James Mangold. Interpretado por Tom Cruise y Cameron Díaz. Un encierro de toros recorrió las calles del casco antiguo de Cádiz, como anécdota por accidente los toros se escaparon por las calles provocando un escándalo durante el rodaje.
- *Miel de naranjas* (2012): rodada en Jerez de la Frontera (Cádiz). Dirigida por Imanol Uribe. Interpretado por Iban Garate y Blanca Suárez. Enrique en el servicio militar presencia injusticias que le llevan a verse involucrado en arriesgadas acciones que pondrán en peligro su vida.
- *Alegrías de Cádiz* (2013): rodada en Cádiz. Dirigida por Gonzalo García Pelayo. Interpretado por Jeri Iglesias y Beatriz Torres. Dos amigos en los carnavales de Cádiz enamorados de la misma mujer, Pepa se llama como la primera Constitución española.
- *L'aviseur (El infiltrado)* (2014): rodada en Cádiz. Dirigida por Julien Leclercq. Protagonizada por Vicent Lindon. Trata sobre un ciudadano francés afincado en el sur de España, que colaboró con el organismo de aduanas de Francia como informador sobre operaciones de tráfico de drogas en el Estrecho. Película francesa
- *El niño* (2014): rodada en Sotogrande/Tarifa/Algeciras, Dirigida por Daniel Monzón. Interpretada por Jesús Castro, Luis Tosar y Barbara Lennie. Sobre el narcotráfico en el estrecho de Gibraltar.
- *The Beautiful Cádiz* (2015): rodada en Cádiz/Sanlúcar de Barrameda (Cádiz). dirigida por Rafael Sadoc. Interpretada por Ana Marina Eligio, Javier Aguilera, Víctor Gáez, Ana López Segovia. El sarcasmo y la ironía de un gaditano frente a la elegancia y el saber estar de una americana en la ciudad de Cádiz como telón de fondo.
- *Techo y comida* (2015): rodada en Jerez de la Frontera (Cádiz). Dirigida por Juan Miguel del Castillo. Interpretada por Natalia de Molina, Mariana Cordero, Mercedes Hoyos. Rocío es una madre

soltera y sin trabajo, no recibe ningún tipo de ayuda ni subsidio y vive con su hijo de ocho años.

- *La fiesta de los locos* (2016): rodada en Cádiz. Dirigida por Manuel Iborra. El carnaval callejero invade la ciudad de Cádiz, el sarcasmo, la ironía, la diversión y humor como vehículo de expresión.
- *Señor dame paciencia* (2017): rodada en Sanlúcar de Barrameda (Cádiz). Dirigida por Álvaro Díaz Lorenzo. Interpretada por Rossy de Palma, Jordi Sánchez, Megan Montaner. Unos hermanos sacudidos por la muerte de su madre, se reúnen para desplazarse de Madrid a Sanlúcar de Barrameda y esparcir sus cenizas al río Guadalquivir.
- *El extraño caso del Dr. Toñito* (2017): rodada en Cádiz. Dirigida por José Manuel Serrano Cueto. Voces interpretadas por Pedro Casablanc, Alex O'Dogherty, Ana López Segovia, Manuel Tallafé. A través de unas divertidas marionetas que cobran vida, surge la historia de Toñito que desea convertirse en un ídolo del carnaval de Cádiz, para ello decide inventar una pócima.

Géneros cinematográficos que destacan en el estudio son drama, comedia romántica, acción, aventuras y el subgénero cinematográfico musical folclore andaluz de los años 50 muy demandado, exportable y rentable. Las películas que se muestran desde el inicio tratan temas como el divorcio, los prestamistas, la emigración el tener que dejar el lugar de origen principalmente por causas económicas debido al desempleo. Películas sobre bandoleros un género nacional equivalente al western norteamericano. La temática de la tauromaquia laureada fuera de nuestras fronteras en países como México, Argentina, Francia, Alemania o Bélgica y las fiestas populares destacando el carnaval de Cádiz.

En los años 70, la película *Cateto a Babor* rodada en San Fernando, es actualmente la película más vista en la historia de la televisión española, se emitió el 14 de enero de 1992 ante 10.078.000 espectadores (60,5% de share), le sigue en el ranking *Ocho apellidos vascos* que aun siendo emitida simultáneamente en dos canales, Telecinco y Cuatro no llegó a superarla y se quedó con 8.270.000 espectadores. En la última década, el cine español rodado en la provincia de Cádiz sus historias han estado vinculadas con temas sociales y con el carnaval de Cádiz. Películas como *Alegrías de Cádiz*, *Febrero, cuando la vida es carnaval*, *The Beautiful Cádiz*, *La fiesta de los locos* o *El extraño caso del Dr. Toñito*, son algunos de los ejemplos.

Sacaluga Rodríguez y Pérez García (2016) indican que el cine como arte, como transmisor de expresiones cultu-



rales, como industria o como medio de comunicación se ha convertido en una de las grandes inspiraciones para el carnaval gaditano. Ya en 1966 la comparsa Los Beatles de Cádiz, nombre con el que se popularizaron Los Escarabajos Trillizos dieron el salto al cine compartiendo reparto en la película *Acompáñame* (1966) junto a la actriz y cantante Rocío Durcal.

Algunos de los recursos que se destacan en las películas rodadas en la provincia de Cádiz y otros que se pueden utilizar en futuras producciones son: la similitud de la ciudad de Cádiz con la Habana (Cuba), su puerto naviero con una privilegiada posición en comunicación permanente con Tánger y las Islas Canarias. La provincia cuenta con palacios, cortijos, castillos, monasterios, casas de tipo señorial, caballos de fama mundial, teatros, bodegas, áreas de vi-

ñedos, plazas de toros de las más antiguas de Andalucía, el circuito de Jerez para rodajes de carreras de coches o motos, yacimientos arqueológicos importantes como las ruinas de Baelo Claudia, zonas militares. Un contraste entre sierra y mar con grandes Parques nacionales y naturales, zonas de reservas con amplia variedad paisajística, calas situadas bajo acantilados, puertos deportivos, la playa de El palmar entre los 10 mejores destinos de España para practicar surf, Tarifa capital europea del windsurf, etc. Una situación privilegiada situada entre dos continentes África y Europa.

6. Resultados

Se ha realizado un estudio cualitativo a través de una encuesta con estudiantes universitarios de la Univer-

sidad de Cádiz, mujeres y hombres, aficionados al cine, de diferentes carreras universitarias y con una edad media comprendida entre los 18 años y 25 años. Sobre sus preferencias de películas extranjeras o nacionales, el 65% de los entrevistados reconocen mostrar un mayor interés en ver películas extranjeras que películas españolas ante un 35%. De ese 35%, un 25% de mujeres universitarias suelen estar interesadas en películas españolas ante un 10% de hombres que suelen estar interesados en el cine español. En general todos reconocen que si ven cine español y les gusta, pero destacan que su decisión de ver películas españolas va influenciada por recomendación de personas cercanas como compañeros de clase, familiares, etc.

De las películas extranjeras que recuerdan que se rodaran en la provincia de Cádiz por este orden han sido: *Die another day* (007: muere otro día (2002), *Knight & day* (Noche y día) (2010) y *El imperio del Sol* (1987). De las películas nacionales que recuerdan que se han rodado en la provincia de Cádiz han destacado por este orden: *El niño* (2014), *Señor dame paciencia* (2017) y *Techo y comida* (2015).

Se recogen algunas impresiones sobre lo que perciben al visionar una película, se extrae del estudio que:

- La información les llega más a modo recordatorio a través de las imágenes que de las palabras. (Halle Berry en la playa de la Caleta o persecución de Tom Cruise en la película *Noche y día*).
- Los fotogramas de una localización en una película potencian sus gustos por una mayor estética en la observación. (Destacan Sanlúcar en la película *Señor dame paciencia* o las playa de Bolonia en *Camarón*, o la zona de Algeciras en películas como *El niño*).
- El visionado de una película les ayuda a mejorar la concienciación y conocimiento sobre el valor que aportan los recursos de esas localizaciones.
- Las películas establecen un deseo en el espectador de conocer esos lugares donde a través de la pantalla se están desarrollando experiencias inolvidables. (Destacan el interés que están teniendo de visitar Cádiz personas de otros puntos de España por la repercusión de series de tv o películas que están rodando mucho por la zona de la costa gaditana, El Palmar, Caños de Meca, Tarifa, Bolonia o por el carnaval de Cádiz).
- Les empuja y acerca a relaciones humanas que pueden comparar con sus propias vidas. (Sobre

todo en películas de contenido social que muestran conciencia y reflexión como *Techo y comida*).

- Deseo interior de salir de la rutina e interés por querer descubrir destinos nuevos.
- Liberación al destino como escape de la rutina y de las obligaciones impuestas en el día a día.
- Estimulación de empuje motivacional *Push factor* y de arrastre *Pull factor*.
- Mayor información sobre el entorno favorece un compromiso, concienciación e inquietud para mejoras en el bienestar de la provincia.
- Nostalgia por revivir momentos pasados o costumbres que aparecen en la película.

7. Discusión

Se han aportado numerosos estudios sobre la incidencia que tienen las películas en la toma de decisión pero esto no quiere decir que las imágenes cinematográficas animen automáticamente a viajar a las localizaciones de los rodajes. Los medios de comunicación necesitan encontrar nuevas alternativas en un mercado cada vez más exigente, aunque la pantalla es un folleto audiovisual hacia el espectador-turista, es eficaz pero necesita una mayor promoción. Cada vez es más el interés que tienen por lograr las ciudades una mayor notoriedad de imagen a través de sus destinos, las pioneras localizaciones que crearon marca cinematográfica fueron: Nueva York, California, Reino Unido, Nueva Zelanda o París y en los destinos españoles destacan: Almería, Madrid, Málaga, Comunidad Valenciana, Barcelona, Sevilla, Canarias.

Según Palacio y Santana (2002: 5-32) el proceso de formación de la imagen de un destino se inicia a partir de la acumulación de imágenes mentales sobre el destino, información obtenida a través de diferentes fuentes y culmina con la imagen de la experiencia. Tal como explica Rodríguez Campo (2013: 259-279) es importante para un destino las acciones promocionales por medio de los estrenos cinematográficos. Un ejemplo ha sido la película *Señor dame paciencia* (2017) rodada prácticamente casi toda en Sanlúcar de Barrameda (Cádiz) y de la que su director Álvaro Díaz Lorenzo eligió el cine de Sanlúcar para estrenarla en primicia, antes de presentarse en las salas comerciales de toda España.

En relación al ámbito educativo durante la encuesta una estudiante de Enología no conocía la película *El duende de Jerez* (1953) película que muestra el proceso del vino y los beneficios que tiene, la visionó en clase con sus compañeros y la han trabajado en el aula obteniendo un favorable aprendizaje significativo. Eso afirma que las películas del estudio se

pueden trabajar como recursos didácticos en el aula y se pueden aprovechar sus contenidos filmicos para las enseñanzas. Grande-López y Pérez García (2016) señalan que el visionado es una actividad que sirve para evadirse, por lo que muestra un especial interés y atención, lo lúdico entretiene, motiva y no se olvida, el alumnado no siente que está siendo formado. Según los datos de la encuesta los estudiantes no conocen muchas de las películas filmadas en la provincia de Cádiz. La importancia de saber gestionar bien ese contenido es clave para generar un mayor aprendizaje. Se pueden trabajar en el aula tanto fotogramas de películas donde vengan localizaciones de la provincia y realizar estudios sociales sobre lo vivido en la época y compararlo con la actual, como realizar videos de promoción turística sobre las secuencias más significativas de nuestro cine *made in Cádiz*.

8. Conclusión

Estamos en un momento donde la interacción es vital, la tecnología genera una capacidad que hace que las ideas sean inagotables, el turismo y el cine presentan cambios muy significativos, la realidad virtual sigue avanzando y tendrá implicaciones en el viaje y en el turista transportándose virtualmente para experimentar el destino hacia donde se quieren trasladar. Los robots interactivos serán una apuesta en el sector turístico ya en hoteles en Japón existen robots entregando cosas en la habitación. El Smartphone ha sido utilizado por más de 150 *influencers* españoles muchos de ellos del mundo del cine que han visitado el año pasado China durante diez días en un proyecto de promoción con el país, para que en ese viaje conozcan su cultura, gastronomía y lo compartan mediante fotos y videos a través de su teléfono en la red social Instagram con sus millones de seguidores, que en total en forma conjunta acumulan 50 millones de seguidores aproximadamente, consiguiendo un amplio escaparate visual para que la audiencia visualice su divertido viaje y en publicidad encubierta dar a conocer los lugares atractivos del país convirtiendo al seguidor social en espectador-turista. La tecnología sigue abriendo multitud de mecanismos audiovisuales para promocionar los destinos turísticos y buscar llegar hacia dónde actualmente se encuentra la audiencia. Jan De Clerk prestigioso empresario turístico de la provincia de Cádiz habla de la necesidad de un buen posicionamiento, la importancia de dar a conocer aún más la provincia de Cádiz fuera de nuestras fronteras, Cádiz es la única provincia situada entre dos mares, el Océano Atlántico y el Mar Mediterráneo. La provincia de Cádiz destaca por su

clima templado con 3.200 horas de sol al año lo que supone más de 300 días de sol. La temperatura media del agua es de 17 grados. Tiene uno los mejores climas del mundo y muchas horas de luz al día importante para las producciones audiovisuales. La provincia de Cádiz es un destino con un gran potencial para que las producciones cinematográficas sigan filmando historias, favorecería la economía, la cultura y una promoción turística saludable para la provincia.

«El valor de un viaje no está en el tiempo que dura, sino en la intensidad con que lo vives, por eso existen momentos inolvidables, cosas inexplicables y personas incomparables»

Fernando Pessoa

Bibliografía

Beerli Palacios A. y Martín Santana J. (2002). «El proceso de formación de la imagen de los destinos turísticos: una revisión teórica». *Estudios Turísticos*, nº 154, pp. 5-32.

BEETON, S. (2005). *FilmInduced Tourism*, Channel View Publications.

CALLARISA, L. J. (2010). *La identidad del territorio factor estratégico*. IV Foro Innovem Junts: El territorio, factor estratégico.

DOMÍNGUEZ AZCUE, J. (2014). *Análisis de la imagen de destino a través de la cinematografía*, Tesina, Universidad de Málaga.

ELIZAGARTE GUTIÉRREZ, V. (2007). «Comercio y Ciudad. La misión del marketing de ciudades en el desarrollo de la competitividad del comercio urbano». *Mediterráneo económico*, 11, pp. 299-312.

GARCÍA, A. y ALBURQUERQUE, F. J. (2003). «El turismo cultural y el de sol y playa: ¿sustitutivos o complementarios?». *Cuadernos de turismo*, nº 11, pp. 97-105.

GÓMEZ ALONSO, R. (2006). «El turismo no es un gran invento: Aperturismo y recepción del ocio y consumo a través del cine español de los 60». *Área Abierta*, nº 15.

GRANDE-LÓPEZ, V. y PÉREZ GARCÍA, Á. (2016). «Personajes de animación con discapacidad a través de una perspectiva educativa». *Creatividad y sociedad*, nº 25, pp. 259-28.

FLORES RUIZ, D. (2015). «Turismo cinematográfico y desarrollo económico local. El Festival de cine de Huelva». *Cuadernos de Turismo*, nº 36, pp. 175-196.

JIMÉNEZ MORALES, M. y SAN EUGENIO, J. (2009). «Identidad territorial y promoción turística: la organización de eventos como estrategia de creación, consolida-

ción y difusión de la imagen de marca territorio». *ZER*, v. 14, nº 26, pp. 277-297.

MUÑOZ BENITO, R. (2016). «El turismo como sector estratégico en las etapas de crisis y desarrollo de la economía española». *International journal of scientific management and tourism*, v 2, nº (4), pp. 81-115.

PEREIRA DOMÍNGUEZ, Mª C. (2005) «Cine y Educación Social». *Revista de Educación. Monográfico Educación no Formal*, nº 338, pp.205-228.

PÉREZ GARCÍA, Á. (2015). «El sistema educativo español bajo la mirada creativa del Carnaval de Cádiz». *Creatividad y sociedad*, nº 24, pp. 32-63.

REY-REGUILLO, A. (2007). *Cine Imaginario y Turismo. Estrategias de seducción*, Madrid, Tirant lo Blanch, pp. 7-31.

RODRÍGUEZ CAMPO, M. (2013). «Nuevos segmentos turísticos culturales. Una aproximación al comportamiento del consumidor turístico cinematográfico». *Cuadernos de turismo*, nº 32, pp. 259-279.

ROSILLO RUBIO, L. (2015). «El patrimonio urbano y natural andaluz a través del cine. La evolución visual del

paisaje cultural como crítica histórico-artística». *E-rph-Revista electrónica de Patrimonio Histórico*, nº14, pp. 204-225.

SACALUGA RODRÍGUEZ, I. y PÉREZ GARCÍA, Á. (2016). «Carnaval de Cádiz y cine, una relación recíproca».

SEÑO ASENCIO, F. (2015). «Una aproximación al turismo inducido por el cine. El caso de Osuna y Juego de tronos». *Cuadernos de los amigos de los museos de Osuna*, n.17.

VIVES GARCÍA, M. (2013). *Turismo inducido por el cine: aplicación del caso a la ciudad de Barcelona*. Máster en dirección y planificación de turismo, especialización: destinos.

ZAMUDIO VEGA, L. (2011). «Los imaginarios en la percepción de los lugares turísticos». *Imagonautas*, nº 2 (1), pp. 114-137.

Referencias web

<http://www.filmaffinity.com>

EXPERIENCIAS

Experiencias de gestión colaborativa en tiempos de crisis.
Nuevos espacios, formatos y relaciones culturales

Virginia Luque Gallegos

Intrusos del espacio y el tiempo

Ruth Mayoral López

AUTORA

Virginia Luque Gallegos

ADSCRIPCIÓN PROFESIONAL

Gestora y consultora cultural

TÍTULO

Experiencias de gestión colaborativa en tiempos de crisis. Nuevos espacios, formatos y relaciones culturales

CORREO-E

viluguita@yahoo.es

RESUMEN

La cultura y las artes pasan por un complejo período de crisis en España habiendo traído consigo cambios de planteamientos para afrontar y asumir nuevos retos, relativos a los modos de financiación, y un nivel de consenso acorde con la actual dinámica política y socioeconómica.

Cuestiones como la sostenibilidad, autogestión, la aparición de formas de gestión colaborativa y sistemas de gobernanza son el denominador común de múltiples experiencias que se han ido extendiendo en estos diez últimos años.

En este artículo se analizan varios proyectos repartidos en diferentes comunidades autónomas teniendo en cuenta nuevas concepciones del uso del espacio, otros formatos, relaciones y tendencias.

PALABRAS CLAVE

Cultura en crisis; España; autogestión; experiencias independientes; gestión cultural colaborativa; nuevos espacios y formatos culturales.

AUTHOR

Virginia Luque Gallegos

PROFESSIONAL AFFILIATION

Gestora y consultora cultural

TITLE

Experiences of collaborative management in times of crisis. New spaces, formats and cultural relationships

E-MAIL

viluguita@yahoo.es

ABSTRACT

Culture and the arts go through a complex period of crisis in Spain, having brought with it changes in approaches to face and assume new challenges, related to financing methods, and a level of consensus in line with current political and socio-economic dynamics.

Issues such as the sustainability, the self-management, the emergence collaborative management methods and systems of governance are the common denominator of multiple experiences that have been spreading over the last ten years.

This article analyzes several projects spread across different autonomous communities taking into account new conceptions of the use of space, other formats, relationships and trends.

KEYWORDS

Culture in crisis; Spain; self-management; independent experiences; collaborative cultural management; new spaces and cultural formats.

Fecha de registro: 24/04/2018

Fecha de aceptación: 24/05/2018

Experiencias de gestión colaborativa en tiempos de crisis. Nuevos espacios, formatos y relaciones culturales

Virginia Luque Gallegos

1. Introducción. Metodología

El título con el que encabezamos nuestro estudio puede parecer a priori complejo pero pretende rastrear y analizar principalmente en nuestro país, casos que ejemplifican cómo proyectos alternativos se adaptan a otros espacios, formatos y relaciones no tan habituales hasta el momento. Desde las conocidas instalaciones industriales reconvertidas en faros de la postmodernidad de las mayores metrópolis hasta experiencias menos habituales en municipios rurales. No sin desdeñar el papel que colectivos ciudadanos y culturales desempeñan en pro de la recuperación, revitalización artística y gestión de inmuebles en desuso.

La primera fase de dicho trabajo consistió en sondear y rastrear multitud de casos repartidos por la geografía española recurriendo a la escasa bibliografía, artículos de revistas, datos estadísticos, pero sobre todo a la prensa digital, portales webs y audiovisuales. Una vez obtenida la información suficiente, a veces incompleta, se procedió al filtrado y sistematización de experiencias, determinándose los siguientes criterios:

- Año de creación. Se han tomado iniciativas nacidas mayoritariamente a partir del año de la crisis. 2008.

- Ubicación. Se han procurado localizar proyectos radicados en áreas geográficas muy diferentes, ámbitos rurales como urbanos de siete comunidades autónomas.
- Titularidad del espacio: Se han considerado aquellas experiencias cuyos equipamientos presentan diferentes titularidades e incluso algunas de naturaleza inclasificable por su indefinición.
- Programación permanente y actividad: Se ha analizado si las iniciativas mantienen programación permanentemente a lo largo del año, si ésta se ha hecho intermitente o incluso si ha desaparecido.
- Forma jurídica: Se han encontrado experiencias colaborativas con predominio de estructuras asociativas vecinales, culturales y socioculturales frente a las profesionales independientes.
- Financiación: Han sido tenidos en cuenta los medios que las hacen sostenibles con mayor o menor grado de autonomía e independencia.
- Interacción, participación y sistemas colaborativos: El diálogo y la experimentación interactiva entre artes y disciplinas, la participación e implicación del público suele reproducirse.

2. La crisis como punto de partida

El análisis de las políticas públicas culturales en España muestra en los últimos años un agudo deterioro a veces irreversible a todos los niveles; local, autonómico y central no sólo desde el fin de las principales líneas de subvención, los drásticos recortes presupuestarios sino por el tratamiento fiscal con la subida del IVA cultural a un 21%. Desde 2012 España se convertía en el país de la eurozona donde más se subía el IVA general y cultural asfixiando a creadores y a empresas. A ello se sumó la crisis fiscal y la lucha contra el déficit autonómico y local, con recortes del 60 y 70% en muchas comunidades autónomas y el consecuente desplome a cero en multitud de municipios.

Una crisis que para Bustamante (2013) se revela como la culminación de un proceso de confusión creciente, que apela a una revisión profunda de sus conceptos, objetivos, instrumentos e indicadores.

Jon Subirats (2015) coincide en afirmar que nos encontramos ante un escenario en el que las perspectivas de futuro no están claras y en el que falta consenso sobre lo esencial.

La hegemonía de capitalismo industrial y financiero aupado por un cambio tecnológico de dimensiones muy profundas ha producido grietas irreversibles en las esferas laborales, productivas, sociales y políticas. Los recortes, la subida del IVA y el abandono de competencias de poderes públicos culturales han ido dejando vacíos asimétricos insalvables que son denunciados y reclamados por colectivos e individuos que experimentan formas de autogestión cultural casi o totalmente independientes.

Se empieza a dar por tanto, o al menos así lo ve Senabre y Holst (2017) un predominio de lo administrativo (la gestión) sobre lo político (la decisión) lo procesual frente a lo objetual; lo cualitativo frente a lo cuantitativo; lo subjetivo frente lo objetivo; la colaboración frente la competición; y la red frente al centro o el equipamiento.

Y así han ido emergiendo toda una gran cantidad de proyectos y centros co-gestionados, independientes con diversas situaciones jurídicas, concepciones socioculturales y objetivos estratégicos, donde la participación o colaboración entre artistas, gestores, creadores o vecinos se ha caracterizado como una herramienta de fortalecimiento de lo común.

Paralelamente a la crisis, ha irrumpido el *crowdfunding* entendiéndose como la microfinanciación de un grupo de personas o la prestación de ciertos servicios de manera altruista (*crowdsourcing*) a proyectos culturales que presentan

una campaña de recaudación de fondos en sus distintas modalidades a través de una plataforma en web.

Pero evidentemente se ha demostrado que no puede sustituir las ayudas públicas o formas de apoyo estatal a la cultura, ni tampoco al patrocinio mixto privado por lo que los proyectos que más han resistido han sido los que han integrado estos tres sistemas de manera armoniosa.

3. Experiencias de gestión colaborativa

3.1. Nuevos espacios culturales. La reocupación de espacios industriales

La reconversión de espacios industriales en culturales se remonta en España a los años ochenta cuando las fábricas en desuso, ubicadas en barriadas urbanas empezaron a ser reclamadas por movimientos ciudadanos a fin de instalar sus nuevos equipamientos.

Pero también nuevos museos y centros de arte contemporáneo encontraron en áreas fabriles abandonadas y en desuso, ámbitos de experimentación donde plasmar potentes intervenciones estéticas. Es por ello por lo que asistimos a una refuncionalización y monumentalización del patrimonio industrial en las ciudades postindustriales que terminaron asumiéndolo como una parte más de la modernidad, según refiere Pilar Biel. (1)

Desde finales de los noventa y la primera década del siglo XXI, la crisis económica ocasionó el desarrollo de múltiples iniciativas de colectivos artísticos de distintas ciudades españolas industrializadas, bajo el lema de «fábricas de creación». Factorías que recuerdan a experiencias consolidadas de Alemania, Gran Bretaña o Francia. Asociaciones vecinales reclamaron dichos espacios como buques insignia de sus barrios obreros, pero también algunas instituciones públicas vieron en ellos buenos contenedores polifuncionales.

Mostramos a continuación varios ejemplos de la geografía española tanto urbanos como rurales donde una serie de elementos y lemas suelen coincidir en su *modus operandi*.

El Ateneu Popular de Nou Barris y las Fábricas de Creación. Barcelona

Recién estrenada la transición democrática en el año 1977 los vecinos del distrito de Nou Barris en Barcelona cansados del ruido y la contaminación de una planta de asfalto, irrumpieron en la factoría y acabaron apropiándose de dicho espacio.

El Ateneu Popular de Nou Barris se trata por tanto del centro cultural vecinal más veterano de España cuya titu-

laridad recae en el Ayuntamiento de Barcelona y su gestión desde 1999 en una asociación vecinal gracias a un convenio de gestión comunitaria asamblearia que sirve de referencia para otros equipamientos culturales y cívicos de la ciudad.

Desde sus inicios la actividad del Ateneu se centró en el mundo del circo y forma parte de una red de recuperación de espacios industriales llamado «Fábricas de creación», proyecto conjunto del Ayuntamiento y el Instituto de Cultura de Barcelona que engloba once equipamientos públicos que apoyan la creación y la producción cultural.

El Ateneu recibe de este modo el 50% de subvenciones de diferentes administraciones, mientras que el otro 50% es generado desde el mismo proyecto con los recursos propios a través de una carta de servicios cuyos beneficios se autorevierten directamente. Entre ellos se ofrecen alquileres de equipos, producción de espectáculos, *caterings*, talleres o formación; servicios concebidos como economía social.

Espacio cultural el Tanque. Tenerife

El Espacio Cultural El Tanque ocupa unos antiguos depósitos de fuel en desuso de Tenerife formando parte del paisaje urbano industrial como batalla ganada a los intereses económicos e inmobiliarios que pesaban sobre el solar a finales de los años noventa. La titularidad comenzó siendo del Cabildo de Tenerife, pasando luego al Ayuntamiento de Santa Cruz de Tenerife y posteriormente al Gobierno de Canarias pero sin presupuesto permanente para su gestión.

Ante su parálisis y la burbuja inmobiliaria, la Asociación de Amigos del Espacio Cultural el Tanque defendió sus valores históricos sociales y culturales proponiendo desde el año 2009 su declaración como Bien de Interés Cultural. Precisamente desde ese mismo año, «Keroxen» un festival música y performance, impulsado por el creador Néstor Torrens, apareció como una apuesta de revitalización y promoción de dicho espacio. Una oportunidad de fusión de distintas disciplinas artísticas que ha tratado de estimular las interacciones entre creadores y audiencia.

Entre octubre y diciembre, varias semanas de espectáculos de música, performance, arte urbano, literatura, video mapping, han atraído a más de 30.000 personas en los últimos años. La financiación ha venido gestándose mediante el micromecenazgo y ayuda del gobierno de Canarias si bien desde 2010 se instó a que el apoyo de dicha institución fuera permanente. Campañas de *crowdfunding* a través de la plataforma Goteo han venido sosteniendo cada edición siendo las aportaciones más contributivas, las monetarias y de servicios procedentes de los miembros de la Asociación de

Amigos del Espacio Cultural el Tanque además del trabajo de un número importante de voluntarios profesionales.

La Fábrika de toda la vida. Fábrica para la Gestión Social del Territorio y la Ociocultura en el ámbito rural. Los Santos de Maimona. Badajoz

La Fábrika de toda la vida, comenzó su andadura oficial en el año 2013 a través de una asociación que pretendía rehabilitar con metodología de autoconstrucción, dos naves de una antigua cementera situada en la localidad de Los Santos de Maimona, Badajoz (población eminentemente rural con unos ocho mil habitantes).

Su equipo está formado por cinco miembros con formación en arquitectura, bellas artes, derecho y antropología y una amplia trayectoria en derecho administrativo y urbanístico, procesos participativos.

El terreno de la antigua cementera Asland fue cedido al ayuntamiento en una estrategia que permitió a los empresarios abandonarla sin necesidad de gastar dinero en el derribo. Después de 40 años sufrió claro abandono, solo interrumpido un tiempo por una empresa que instaló una hormigonera para aprovechar los recursos existentes.

En 2013 la Asociación La Fábrika suscribió con el Ayuntamiento de Los Santos de Maimona un convenio para la rehabilitación y gestión de dos naves.

El proceso de rehabilitación y transformación de la cementera se llevó a cabo por equipos colaboradores de autoconstrucción del proyecto, aportaciones de otros grupos además de familiares, amigos e interesados de la zona. De manera que los artistas acabaron transformando el lugar en un espacio que ha venido propiciando dinámicas productivas y cooperativas entre los integrantes y sus alianzas externas.

La fábrica dispone desde entonces de tres espacios: oficina de trabajo, espacio social (bar, biblioteca) y taller-sala usos múltiples. El proyecto definido como un espacio «de personas» y «del procomún» en un medio rural, promueve la gestión participativa de una programación cultural intermitente a lo largo del año y adaptada a las inquietudes y necesidades de los vecinos.

Desde 2013 sus actividades y eventos son autogestionados, recibiendo ayuda económica y de servicios de más de cien personas a través de la plataforma *crowdfunding* Goteo.

La Harinera y la Fábrica de Chocolate. Zaragoza

La Harinera ZGZ partió en origen de la asociación de vecinos del barrio de San José, que reclamaba nuevos usos ciudadanos para el edificio de la antigua fábrica de harinas

del popular distrito cuya titularidad es municipal. Definido como «espacio de cultura comunitaria» convergen allí la creación, colaboración, participación activa, empoderamiento y la transformación del espacio urbano.

El edificio, que consta de cuatro plantas, no aspira a ser un contenedor cultural al uso, sino un equipamiento de creación artística e interacción urbana que revitalice el barrio y que contribuya a crear nexos entre proyectos similares.

Cuenta con un grupo motor formado por ciudadanos, tanto habitantes de S. José como de otras partes de la ciudad e integrantes de distintas asociaciones socioculturales, que se dedican a planificar las actividades.

Se piensa de manera colaborativa: vecinos, agentes culturales y técnicos trabajan juntos en un modelo basado en la horizontalidad y en la participación, impulsando proyectos culturales que contribuyen a transformar tanto el barrio como la ciudad y que ayude a tejer una red con otros centros locales que apuesten por la regeneración de los barrios y la sostenibilidad.

La Neomudéjar. Madrid

Neomudéjar definida como centro de artes de vanguardia y residencia artística desde 2013, transformó un antiguo taller ferroviario de Madrid en laboratorio de experimentación y arte emergente.

Ubicada junto a la estación de Atocha, forma parte del circuito de los centros artísticos madrileños. Néstor Prieto y Francisco Brives, artistas y gestores culturales, son los responsables de este proyecto autogestionado que ha sabido aprovechar la personalidad de un singular espacio con una extensa programación que incluye exposiciones, talleres, residencias, un archivo de vídeo y un programa internacional de intercambios artísticos. Dispone de tienda propia y una línea editorial con catálogos de sus exposiciones así como un periódico gratuito que se edita cada dos meses.

Para ello sus promotores contactaron con Adif y convinieron el uso del espacio por alquiler durante ocho años por un precio simbólico a cambio de que se acometieran todas las medidas de seguridad necesarias para el uso y tránsito de público y se retiraran toneladas de chatarra pesada que había esparcida por el interior. Pero entre esa chatarra, los creadores encontraron joyas reciclables: señales, semáforos y bancas que han sido reutilizadas.

Antes de abrir sus puertas se realizó una labor de arqueología industrial, poniendo en valor y rescatando todos esos objetos desde planos, herramientas, teléfonos, relojes, libros de cuentas, uniformes, maquinaria y mobiliario origi-

nal. Y desde 2017 se trabaja por rescatar su memoria en un Centro de Interpretación.

Sus promotores no querían subvenciones ni ayudas gubernamentales de manera que la autogestión y la independencia son esenciales a través de los ingresos por entrada a exposiciones y tienda, si bien cuentan con la participación de empresas privadas y un programa de donaciones que se pueden hacer efectivas en el propio espacio y a través de la web y la figura de los Amigos de La Neo. A la hora de contar con artistas internacionales suelen buscarse recursos y colaboraciones con entidades, asociaciones, universidades y también institutos culturales y embajadas.

La programación de La Neomudéjar se centra en propuestas con un trasfondo social y de denuncia, defendiendo una línea museística inspirada en las tendencias latinoamericanas que abren sus puertas a la realidad social del entorno. En ella se da cabida todo lo que tenga que ver con la experimentación audiovisual, la performance, el *street art*, incluso algunas alejadas como el *parkour*, donde la reivindicación o el arte político tienen un claro sentido.

La reconversión de espacios
industriales en culturales
se remonta en España
a los años ochenta, cuando
las fábricas en desuso,
ubicadas en barriadas
urbanas empezaron a ser
reclamadas por movimientos
ciudadanos a fin de instalar
sus nuevos equipamientos.

3.1.1. Los centros sociales autogestionados

En las últimas tres o cuatro décadas los llamados centros sociales okupados (CSO) vinieron surgiendo a escala europea como reacción sistémica y alternativa pacifista o ecologista bien como movimiento «no war» contra la guerra del Vietnam, Otan, la guerra de Iraq así como mareas verdes y la globalización. Con la reciente crisis de 2008, la irrupción de plataformas antidesahucios y la diseminación del activismo del 15M en barrios urbanos, propiciaron una nueva ocupación y liberación de espacios abandonados gestionados por sistemas asamblearios y con líneas ideológicas similares (feminismo, migraciones, solidaridad, sostenibilidad, anticapitalismo y turistización y gentrificación). Líneas más ideológicas y sociales que las culturales más propias de las factorías industriales o fábricas de creación estudiadas.

Estos centros, ni públicos ni privados, en ocasiones liberados para la ciudadanía experimentan tipologías de gestión comunitaria y geometría variable, donde nuevamente la participación, el sistema horizontal asambleario, la resistencia, la sociabilidad, la cultura del procomún, el punto de encuentro de colectivos y la asistencia vecinal aparecen como señas de identidad.

Casa invisible. Málaga

La Casa Invisible, «Centro Social y Cultural de Gestión Ciudadana» nació en 2007 cuando una amplia red de ciudadanos, vecinos y creadores decidieron llenar de vida un edificio de propiedad municipal que se encontraba en estado de abandono. Sus objetivos consisten en estimular procesos de autoorganización social a fin de fortalecer redes y movimientos en pro de la justicia social así como crear un laboratorio de experimentación cultural protagonizado por creadores locales y basado en criterios de cooperación, producción colaborativa y cultura libre. A su vez pretende propiciar el pensamiento crítico, el empoderamiento ciudadano, la creatividad social y la acción colectiva.

Se ubica en el noroeste del centro histórico de Málaga, en un antiguo palacio construido en 1876 que dispone de una amplia variedad de espacios que albergan diferentes tipos de actividades y usos.

El modelo de gestión horizontalizado y asambleario se basa en grupos operativos y comisiones que se reúnen quincenalmente para la toma de decisiones. Si bien la Casa Invisible tiene su propio proyecto de gestión colaborativa, también alberga iniciativas autónomas en el ámbito político/social/cultural y se adscribe a la red de «La Fundación de los Comunes», un laboratorio de ideas que produce pen-

samiento crítico. Su programación es prácticamente permanente a excepción de los períodos en los que tuvo lugar un cierre cautelar. Se organizan periódicamente seminarios de pensamiento crítico alternativo, danza, música y teatro además de acciones contraculturales oficiales como el Festival de Cultura Libre de Málaga, paralelo al Festival de Cine de Málaga.

A pesar de que en el año 2011 se llegó a un acuerdo con el Ayuntamiento de Málaga para la adjudicación del inmueble, el consistorio ha anunciado el desalojo de la Casa Invisible mientras ésta resiste apoyada por numerosos colectivos a nivel nacional. El Ayuntamiento de Málaga anunció en febrero que iniciaba el expediente de desalojo de La Invisible.

Tabacalera Centro Social Autogestionado. Madrid

El Centro Social Autogestionado La Tabacalera de Madrid, situado en la antigua fábrica de tabacos del barrio de Lavapiés, es un referente para otras iniciativas similares. Los inquilinos realizaron una profunda labor de investigación y de relación con los antiguos trabajadores a fin de recuperar la memoria completa del lugar.

Después de un tiempo cerrado a causa de batallas institucionales, el centro funciona casi a pleno rendimiento desde 2010, momento en el que el ministerio de cultura cedió la planta baja del edificio aportando también luz, agua y seguridad en un acuerdo renovable con la asociación cultural.

Todo lo demás se logra gracias a los usuarios del centro. Desde la restauración de las salas del edificio, la recuperación de ordenadores, las clases y los ensayos que posibilitan las producciones cinematográficas, teatrales o la edición de libros a través de la editorial Papel de Fumar. Una barra de bar también facilita ingresos para su mantenimiento.

En el centro participa todo aquel que tenga algo que aportar y que tenga muy claro que el colectivo asociativo no está en función de intereses individuales. Arraigado en un vecindario multicultural y multiétnico, el programa de cada día se va comunicando en una pizarra grande ofreciéndose desde clases de chino, talleres teatrales, performances, cineforums y conferencias. La remuneración por la prestación de servicios es reversible a la recepción correspondiente de otros según al tiempo empleado.

La Tabacalera se organiza como la Casa Invisible, por medio de formas asamblearias periódicas y abiertas, tanto en su espacio general como en los espacios, proyectos y áreas específicas de actividad o gestión con comisiones propias.

El Solar de la Puri. Barcelona

Más que un centro social autogestionado podría considerarse un espacio comunitario. Situado en el barrio barcelonés de Poble-sec, se trata de un solar ubicado en un descampado, fruto de la demolición de tres edificios. La plataforma Som Paral·lel reaccionó frente un proceso de gentrificación depredador que dejó este espacio en una atroz desolación intentando llevar a cabo acciones de revitalización. Desde 2014 activistas, artistas y vecinos han orientado su trabajo a la creación de un lugar que posibilite nuevas interacciones con la calle e implique el desarrollo colaborativo de distintos recursos. Se ha pretendido activar la sensibilidad de los vecinos por el cuidado de la naturaleza y el mantenimiento del solar inaugurándose después un cine de verano y el lanzamiento de «VeCines», creación

visual colectiva a través de una serie de retratos de la vida cotidiana del lugar.

3.1.2. Locales y azoteas

Más allá de espacios industriales y centros sociales autogestionados, gestores culturales, asociaciones de artistas y profesionales creativos independientes siguen encontrado en locales su *modus operandi* estando en contacto con los movimientos sociales, conectando con sus inquietudes, reivindicaciones y ofreciendo programación cultural.

Sarean. Bilbao

Aunque este proyecto no surge a raíz de la crisis, cómo la mayoría de los casos expuestos sino retrocede años atrás en el tiempo, conviene exponerlo por la manera en la que



ha evolucionado. Sarean es un espacio de encuentro vecinal ubicado en el barrio de S. Francisco-Bilbao la Vieja-Zabala cuya titularidad pertenece a «Viviendas Municipales» y su uso está cedido a la «Asociación cultural, Espacio Plaza» que lo gestiona desde el año 2008.

Su andadura ha sido fruto de la comunicación entre numerosos agentes creativos y solidarios presentes del barrio aportando una programación cultural permanente y participada en artes plásticas, escénicas, música, gastronomía, cine o poesía. A su vez se ha generado red de intercambio entre asociaciones culturales, proyectos sociales, artesanos y artistas a fin de impulsar dinámicas más potentes de cooperación y mutualismo basándose en una herramienta de servicios, espacios y recursos compartidos.

Todas las actividades son de acceso libre y se aplica el precio libre como forma de generar una reflexión sobre el valor de la cultura y de mejorar las condiciones de los artistas.

Sarean plantea un modelo de colaboración entre lo público, lo comunitario y lo privado. La Asociación Cultural Espacio Plaza es quien impulsa y coordina el proyecto. Dispone de una cafetería cuya explotación hostelera la realiza una empresa local a través de un convenio. El 10% de sus ingresos se destinan a la asociación que además se nutre de las cuotas de los socios individuales e institucionales y ayudas municipales, forales y del gobierno vasco.

El Quirófano. Operaciones artísticas. Murcia

Nacido en 2012 se define como una estructura de acción cultural que va nutriéndose, tanto de sus distintas facetas como de todos sus integrantes, donde convergen espacio, concepto y forma, con el fin de ofertar a la sociedad un complejo global de las artes contemporáneas.

Recuerda más a un modelo privado cultural que asociativo y organiza su *modus operandi* en producción de contenidos, formación, investigación+desarrollo, laboratorios y programación cultural vinculada a la experimentación artística y de vanguardia.

Uno de los eventos de mayor transcendencia en los que interviene es el Festival Decorrido de Agitación Escénica. Un maratón de artes escénicas, audiovisuales y obras en espacios culturales independientes y autogestionados de Murcia.

El patrocinio de Decorrido procede principalmente de tres empresas si bien interviene la colaboración y aportación de varias instituciones como la del Ayuntamiento o la Universidad de Murcia.

El sistema colaborativo ha llevado al Quirófano a repensar un modelo de intercambio de servicios llamado

Crédito Q; una cartilla de cartón más allá del condicionamiento del dinero que viene a revalorar los recursos humanos de sus socios.

Redetejas. Sevilla

Supone una nueva concepción de las azoteas como espacios culturales en red. Proyecto sin ánimo de lucro y abierto a la participación, fue impulsado en el año 2012 por la Matraka, empresa de gestión cultural. Su financiación en principio pública-privada fue abriéndose a otros mecanismos de financiación como el *crowdfunding*.

Son los ciudadanos quienes deciden cuándo, cómo y qué actividades desean disfrutar a través de tres grupos: los anfitriones o vecinos que abren sus azoteas, los invitados, artistas y grupos motores como colectivos, asociaciones o empresas. La participación es gratuita y los usuarios registrados pueden obtener información útil sobre cómo organizar micro actividades culturales, acceder a los contenidos legales del proyecto, descargar la señalética y relacionarse con otros usuarios.

En cada ciudad se organizan los llamados grupos motores encargándose La Matraka de poner en contacto a estos grupos con los artistas, y con los anfitriones de azoteas o terrazas. La ubicación de las azoteas de la red de tejas es secreta, y sólo la conocen las personas que han reservado su entrada a través de la plataforma de inscripción a Internet. La Matraka no cobra ningún canon a los grupos motores ya que son éstos como organizadores los que deciden cómo gestionar los beneficios, si es que los hay. Sobre ellos y los anfitriones recae la responsabilidad de la programación y la seguridad de cada evento, debiéndose seguir unas normas acordadas en un manual de buen uso para evitar molestias a vecinos.

Si las primeras actividades tuvieron lugar en Sevilla, la red se ha ido ampliando cada vez más a otras ciudades españolas, latinoamericanas y norteafricanas. El proyecto está registrado en Creative Commons lo que significa que cualquier persona interesada, sea un particular, una empresa o un colectivo, puede utilizarlo a copiarlo o adaptarlo, siempre que se mantenga la filosofía original.

Las azoteas adscritas ofrecen intermitentemente desde 2013 eventos de microteatro, microdanza y microconciertos acogiendo un aforo limitado (entre 60 y 120 personas dependiendo de las dimensiones).

3.1.3. Espacios nómadas

La crisis condiciona al nomadismo de diferentes proyectos pero en otros casos la itinerancia se convierte en un rasgo característico de su identidad de los mismos.

En Granada, TRN se presenta como un lugar híbrido en red para la experimentación, difusión y debate de las prácticas artísticas contemporáneas. Aunque en un principio ocupó una casa en alquiler en el barrio de la Chana, TRN aspira a convertirse un espacio flexible y nómada siendo la mutabilidad, signo distintivo. Iniciativa independiente y asociativa sin ánimo de lucro, sobrevive con donaciones y en su programación también han tenido cabida otras disciplinas como la música, la poesía o la arquitectura.

El Campo Unificado (Castellar de la Frontera, Cádiz) aparece como colectivo de artistas autogestionado y espacio artístico nómada independiente centrado en los aspectos experimentales del sonido, el vídeo y el arte de la performance.

Instaló su primera sede en un complejo tradicional rodeado de arrozales de Indonesia; posteriormente se trasladó a una cueva en Granada para finalmente establecerse en un antiguo edificio del Albayzín, donde se llevó a cabo una residencia artística durante tres años. En 2017 se inauguró su tercer programa de residencia artística en la que cuatro artistas internacionales coincidieron en una posada medieval del parque natural de Los Alcornocales (Castellar de la Frontera, Cádiz).

3.2. Nuevos formatos. La expansión de lo «micro»

En Madrid, el proyecto «Microteatro Por Dinero» empezó en el 2009 cuando el actor Miguel Alcantud acondicionó un prostíbulo abandonado y programó en cada una de las habitaciones, microobras sobre la prostitución de menos de quince minutos para menos de quince espectadores.

Cuando el lupanar fue derribado, compró una anti-gua carnicería. En la planta de arriba abrió un bar que sostiene el proyecto y en el sótano, un espacio con cinco salas de programación permanente de microdanza, micromusicales y microexposiciones. La iniciativa contó inicialmente con unos veinte socios y sin ningún tipo de subvenciones. Del precio de las entradas cada sala recibe un tanto por ciento.

Buena parte del éxito de muchas iniciativas independientes se basa precisamente en su capacidad de sintonizar con las inquietudes de un público que quiere verse sorprendido, ya habituado a la rutina de teatros y salas convencionales. (2)

El fenómeno ha crecido como la espuma en Madrid y en el año 2015 se localizaban más de 150 salas de pequeño formato con multitud de funciones durante los fines de semana. Pero la situación de muchas compañías se traduce en bajísimos honorarios sin alta en la seguridad social que en algunos casos ha desembocado en cierre ante la dependencia de la taquilla y la ausencia de subvenciones.

En Málaga, el formato de Madrid se exportó en 2014 a un local de cuatro salas en sesión continua con representaciones de quince minutos para quince espectadores y que se autogestiona no sólo por la taquilla sino por el gastrobar y otras actividades culturales complementarias. También cuenta con el apoyo de la Fundación Unicaja cuya entidad cede su sala para actuaciones que también han pasado por el Museo Ruso o el Centro Pompidou.

Mientras se cierran locales y otros sobreviven a duras penas, este formato surgido por la adaptación de la escena a los tiempos de crisis empieza a ser acogido por instituciones culturales y con mejor suerte hasta promovida pero de manera temporal. En Zamora la concejalía de cultura ha presentado cinco ediciones de microteatro no en establecimientos reducidos sino al aire libre, mientras que en Madrid, Cronoteatro da nombre desde 2014 a un festival de teatro breve con piezas de dos a cinco minutos que se desarrolla en el interior de los vagones y en los andenes de estaciones de metro.

Pero el microteatro también puede mostrar su faceta de manera itinerante. La compañía Corto Circuito, de Córdoba limita sus sesiones a veinte espectadores con dos pases por noche. Una actriz guía el camino entre tres espacios diferentes en la ciudad: tiendas de bicicletas, bares, asociaciones. En vez de precio de taquilla el espectador paga la entrada en concepto de donativo.

Como se ha venido exponiendo, los nuevos microespacios escénicos tienden a ser polivalentes de manera que algunos microteatros, locales y calles acogen exposiciones de bajo coste y reducido formato, llegando incluso a pisos y domicilios particulares.

En 2013 durante tres días se plantearon en Barcelona propuestas artísticas contemporáneas como exposiciones, perfo-mances así como acciones en talleres y en pisos particulares a través de un festival llamado Plaga. Iniciativa de Supterranis, un colectivo abierto y heterogéneo cuyos miembros se dedican al arte desde varias facetas: creación, teoría, gestión o educación, ha venido prolongando este ciclo hasta 2015.

The Green Parrot, también en Barcelona, partió de la idea de dos comisarios. En el año 2014 consiguieron un piso cedido temporalmente a cambio de dinamizarlo como sala de exposiciones, junto a charlas y presentaciones, intentando que cada proyecto se autofinanciara mediante la venta de una edición de artista en cada muestra.

Pero sólo se mantuvo esta faceta dos años porque para subsistir, Green Parrot comenzó una segunda etapa en 2016 como proyecto residente de la Fundació Antoni Tàpies.

No se sabe bien si organizar conciertos y actos en habitaciones secretas se trata de una estrategia de marketing o un movimiento global. Sofar Sounds, plantea cada sesión en una ciudad diferente con el objetivo de elegir espacios de unos 40-50 ms2 a fin de generar una atmósfera íntima y fascinante. Sus asistentes deben darse de alta en una plataforma digital con la posibilidad de aportar infraestructura básica, como micrófonos, cámaras, focos o sillas siendo una oportunidad fácil de lanzamiento de artistas noveles.

Live in the living room, una plataforma similar, parece la más veterana. Nació antes de la crisis en Holanda, se extendió por Alemania y llegó algo tarde a España. Consistía en que una persona convertía el salón de su casa en una improvisada y fugaz sala de microconciertos acústicos sin micrófonos ni amplificadores. El evento se anunciaba en la red ahora inoperativa donde se registraban los usuarios.

Desde 2015 la plataforma meetup en Madrid sigue su senda con más de dos mil usuarios y pone muy pocas entradas a la venta dada la limitación del aforo máximo a cincuenta personas. Los músicos renuncian sus honorarios habituales para poder tocar frente a un público reducido siendo una opción de lanzamiento y promoción para artistas noveles. Las entradas se destinan al organizador y al anfitrión si bien se aceptan donaciones para los artistas.

Por otro lado, el formato colaborativo de microconciertos en azoteas que diseñó La Matraka, fue reproducido dos años después por una marca comercial, bajo el slogan «43 Live de Roof». En cuatro ediciones entre 2014-2017 los músicos y grupos más célebres del panorama español, dieron conciertos en azoteas de conocidos hoteles y restaurantes de la península con aforos muy limitados.

Si el tiempo acorta el formato de representaciones teatrales y musicales, también las visitas a museos privados. En Barcelona, «El museo de las ideas y los inventos» (Miba) surgido en el año 2011, implantó una nueva modalidad de acceso. Las tarifas aplicadas dependían del tiempo de permanencia en la sala por minuto, emulando el funcionamiento de los aparcamientos. En 2017 el Miba cerró sus puertas convirtiendo su colección en itinerante a través de workshops para empresas y talleres en centros educativos.

3.3. Relaciones y redes

Con otros formatos y espacios las experiencias de gestión colaborativa obligan a tender relaciones interdisciplinares de efecto multiplicador. La verticalidad de las políticas locales públicas empieza tímidamente a desdibujarse en pro de los proyectos autogestionados por artistas, gestores culturales, co-

lectivos y ciudadanos que accionan y promueven cultura en su entorno inmediato. Emergen por tanto propuestas e iniciativas marcadas por la diversidad conceptual, jurídica, y asociativa basada en la participación o colaboración entre estos actores como herramienta de fortalecimiento de lo común.

Los proyectos colaborativos autogestionados interdisciplinares e interartísticos generan redes regionales como «Arrejun-tándonos» en Extremadura.

A nivel nacional, el «Cubo Verde» aglutina iniciativas de arte vinculadas a entornos rurales promoviendo el encuentro y el intercambio de conocimientos entre las diversas experiencias de estos espacios de creación. Residencias de artistas, exposiciones, o proyectos de agroecología, cuestionan y promueven maneras alternativas de pertenecer al hábitat a través de las prácticas artísticas.

Otras iniciativas culturales singulares, próximas y participativas realizadas en espacios escénicos poco convencionales, se reúnen para reflexionar sobre este nuevo modus operandi en la «Red Xas». Una red integrada por proyectos independientes de microteatro, festivales y microconciertos de Cataluña, Baleares, Valencia, Aragón y Andalucía que surgió dentro del marco de la crisis para intentar abrir puertas a nuevos espacios y novedosas formas de trabajar la cultura.

4. Conclusiones

El deterioro irreversible del apoyo, la subvención e inversión de la cultura en España en los últimos años, los drásticos recortes presupuestarios y la subida del IVA cultural a un 21% ha asfixiando a creadores y a empresas haciéndola desplomar en multitud de regiones y municipios. Asistimos por tanto a una irresolución de problemas enquistados de hace décadas y al estallido de una crisis sistémica sin precedentes que nos conduce a un escenario donde prima la confusión y se vislumbran paradigmas poco claros.

Si lo público va quedando en un segundo plano des- empeñando labor administrativa, deja un gran hueco que se inunda de nuevos espacios, formatos culturales y un panorama híbrido de proyectos e iniciativas que complementan e incluso asumen tareas que debería cubrir el estado de bienestar. Experiencias cuyos rasgos podemos sintetizar de la siguiente manera:

- Insostenibilidad económica a medio plazo. Grado de permanencia de la programación. Algunos proyectos resultan insostenibles a medio y largo plazo. Independientes y con aspiraciones autosuficientes, recurren a la recaudación

en taquilla, aportaciones de asociados, donativos y también al *crowdfunding* y *crowdsourcing*. Se ha demostrado que los dos últimos modos de financiación se agotan y no pueden sustituir las ayudas públicas o formas de apoyo estatal a la cultura. Las iniciativas estudiadas que han tenido más recorrido son las que han recurrido a múltiples formas de obtener ingresos. Con la pérdida de recursos, la programación se hace intermitente, se acorta, silencia, hasta desaparecer y poner fin.

- Formas jurídicas mixtas
En los casos analizados se detecta predominio y proliferación de estructuras asociativas ya sean vecinales, culturales y socioculturales que suelen ofrecer un mayor grado de adaptación a las formas jurídicas público-privadas.
- Flexibilidad y adaptación a nuevos espacios, itinerancia y nomadismo
Espacios industriales en desuso acogen iniciativas independientes de colectivos vecinales, artísticos, o profesionales que lo ponen en valor. De este modo pactan con sus titulares, la cesión del uso, salvándolo así de la especulación, protegiendo sus valores patrimoniales y convirtiéndose en centros culturales de referencia.
Azoteas, comercios, locales, etc., acogen también los nuevos formatos de microteatro, microexposiciones y conciertos. A veces, su propia insostenibilidad los hacen migrar de sede, ciudad, país incluso hasta llegar a carecer ámbito físico.
- Nuevos formatos independientes crean tendencia y sirven de paradigma a instituciones
Si la microescena ha supuesto una revolución en el arte dramático no deja de ser síntoma de la precarización escénica y cultural. Sin embargo el formato no ha tardado en replicarse en ciclos promovidos por instituciones públicas llegando a la universidad, a la calle y a espacios municipales. Igual ha ocurrido con los microconciertos en azoteas particulares que de ser iniciativas independientes, sin ánimo de lucro para apoyar a artistas noveles se han extendido a azoteas de prestigiosos hoteles de diferentes ciudades españolas

que acogen ciclos de los músicos y grupos más célebres del panorama nacional.

- Hacia políticas culturales locales menos encorse-tadas y verticales
La verticalidad de las políticas culturales de proximidad empieza a desconfigurarse emulando a los sistemas participados de programación propios de los proyectos autogestionados. Se dan ya casos en los que programadores municipales, antes árbitros de la mediación con artistas, asociaciones, colectivos, gestores actúan ahora como agentes facilitadores de la cultura en su entorno más inmediato brindando apoyo técnico o material.
- La gobernanza cultural
La horizontalidad de la gestión comunitaria y asamblearia de iniciativas autogestionadas permite ampliar espectros, prácticas, lenguajes a pesar de la precarización que puede suponer la independencia y la autosuficiencia. Aportan, frescura, espontaneidad, reflexión, dinamismo, innovación, interacción facilitando la pluralidad, el consenso y la inclusión de diferentes peticiones y demandas ciudadanas.
- La territorialidad como reto
Trabajar en la proximidad puede obcecar hasta no distinguir si en un radio de acción más alejado pueden existir iniciativas similares. Aunque se empiezan a crear algunas redes nacionales de proyectos colaborativos independientes, no dejan de ser instrumentos virtuales, débiles y ocasionales al margen de las políticas públicas. Las administraciones deberían observar y apoyar dichas manifestaciones que más pronto que tarde se multiplicarán y convivirán constituyendo un ecosistema cultural diverso y plural frente a la oferta pública convencional en formatos y espacios habituales. Una visión corporativista más amplia de estas iniciativas y una territorialidad más extensiva las fortalecería y enriquecería garantizando su permanencia y sostenibilidad.

Notas

- (1) BIEL IBÁÑEZ P. (2013). «El patrimonio industrial y los nuevos modelos de gestión cultural». *Artigrama*, nº 28, pp. 55-82.
- (2) FOUCE, H. y DURÁN,G. (2016). «Participación ciudadana y autogestión cultural» en *Informe sobre el estado de la cultura en España*, Fundación Alternativas, pp. 138-145.

Bibliografía

A.A. V.V. (2016). «Cultura y crisis. Paisajes tras la tormenta». *Galde*, nº 15.

BIEL IBÁÑEZ, P. (2013). «El patrimonio industrial y los nuevos modelos de gestión cultural». *Artigrama*, nº 28, pp. 55-82.

BUSTAMANTE RAMÍREZ, E. (2013). *España: La cultura en tiempos de crisis. Fuentes financieras y políticas públicas*. Fundación Alternativas. Documento de Trabajo 12.

BUSTAMANTE RAMÍREZ, E. (coord.) (2016). *Informe sobre el estado de la cultura en España 2016. La cultura como motor del cambio*. Fundación Alternativas.

BUSTAMANTE RAMÍREZ, E. y RUEDA, F. (coords.) (2014). *Informe sobre el estado de la cultura en España 2016. La salida digital*. Fundación Alternativas.

CAPARRÓS, S. *et al.*, (2013). *Experiencias de crowdfunding en el Estado español y Cataluña. Principales características, retos y obstáculos*, Barcelona, Editorial X.net.

CASADO, D. «Vida y muerte del Patio Maravillas, el movimiento social más influyente de Madrid». *Somos Malasana*. 10 de julio de 2017. <<https://somosmalasana.elpedriodico.com/vida-y-muerte-del-patio-maravillas-el-movimiento-social-mas-influyente-del-madrid-actual/>> (fecha de consulta: 22-08-2018).

DELGADO BERROCAL, S. (2011). «Arquitectura expandida. Tabacalera. Dotación pública autogestionada». *Axa. Revista de Arte y Arquitectura*, nº 1.

GARCÍA, A. «Autogestión y vanguardia en Atocha». *El País*. 7 de Junio de 2013. <https://elpais.com/ccaa/2013/06/06/madrid/1370548146_348784.html> (fecha de consulta: 20-07-2018).

ESPEJO, B. «Aire fresco para los nuevos espacios». *El Cultural*. 25 de abril de 2014 <https://www.elcultural.com/articulo_imp.aspx?id=34533> (fecha de consulta: 13-08-2018).

FERNÁNDEZ LEÓN,J. (2010). *Nuevos centros culturales para el siglo XXI en España. Consenso y conflicto*, Bólit, Centro de Arte Contemporáneo Girona-CAAC Centro Andaluz de Arte.

FOUCE, H. y A. DURÁN G. (2016). «Participación ciudadana y autogestión cultural» en *Informe sobre el estado de la cultura en España 2016. La cultura como motor del cambio*, Fundación Alternativas.

HUERTAS, R. «Se buscan ‘micromecenas’ para un gran microteatro». *El País* 8 de febrero 2012 http://cultura.elpais.com/cultura/2012/02/08/actualidad/1328723575_855849.html> (fecha de consulta: 3-08-2018).

MARTÍ FONT, J. M. «Fábricas que producen arte y transforman la ciudad». *La Vanguardia*. 29 de octubre de 2014 <<https://www.lavanguardia.com/cultura/20141029/54418374681/fabricas-producen-arte-transforman-ciudad.html>> (fecha de consulta: 19-04-2018).

MINISTERIO DE CULTURA. Gobierno de España (2011). Anuario de Estadísticas Culturales.

MINISTERIO DE CULTURA. Gobierno de España (2017). Anuario de Estadísticas Culturales.

RUBIO-AROSTEGUI, J. A. y RIUS-ULLDEMO-LINS, J. (2016). «El diagnóstico de la crisis de la cultura en España: del recorte público a la crisis sistémica». *Arte, Individuo y Sociedad*, nº 28(1), pp. 41-57.

SANTOS, A. «El mejor microteatro se representa bajo tierra». *El País*. 25 de abril de 2017 <https://elpais.com/ccaa/2017/04/24/madrid/1493041503_387228.html> (fecha de consulta: 01-08-2018).

SENABRE D. y HOLST, J. (2017). «Centros participativos y Comunes urbanos en las políticas culturales de Zaragoza». *Clivatge*, nº 5, pp. 134-169.

SUBIRATS, J. (2015). «Crisis económica, estado de bienestar, gobernanza e innovación social. Los debates en torno a la sostenibilidad de las políticas de bienestar en el cambio de época». II Conferencia de Cultura. Iruña-Pamplona, 5-6 marzo 2015.

Fecha de aceptación: 03/09/2018

AUTORA

Ruth Mayoral López

ADSCRIPCIÓN PROFESIONAL

Socióloga Urbana y Gestora Cultural

TÍTULO

Intrusos del espacio y el tiempo

CORREO-E

mayoral.ruth@gmail.com

RESUMEN

Entre los días 24 y 27 de mayo de 2018, tuvo lugar la 85 Conferencia de la red Trans Europe Halles en las instalaciones de uno de sus miembros, el proyecto ZAWP, en Bilbao. De acuerdo a la filosofía de ZAWP, la conferencia llevó por título: Mientras Tanto. Space-Time intruders.

PALABRAS CLAVE

Red Trans Europe Halles; proyecto ZAWP; Bilbao.

AUTHOR

Ruth Mayoral López

PROFESSIONAL AFFILIATION

Socióloga Urbana y Gestora Cultural

TITLE

Space-time intruders

E-MAIL

mayoral.ruth@gmail.com

ABSTRACT

Between the 24th and 27th of May 2018, the 85 Trans Europe Halles Network Conference was held at the premises of one of its members, the ZAWP project, in Bilbao. In accordance with the philosophy of ZAWP, the title chosen for the conference was Mientras Tanto [Meanwhile]. Space-Time intruders.

KEYWORDS

Trans Europe Halles Network; ZAWP project; Bilbao.

Fecha de registro: 18/10/2018

Fecha de aceptación: 27/10/2018

Intrusos del espacio y el tiempo

Ruth Mayoral López

Sobre Trans Europe Halles y la 85 TEH Conference «Mientras Tanto. Space-Time intruders»

Trans Europe Halls es una red europea de centros culturales, ya más de cien, que están a la vanguardia de la reutilización de edificios industriales para las artes, la cultura y el activismo desde 1983. La red tiene como principal objetivo fortalecer el desarrollo sostenible de los centros culturales no gubernamentales y fomentar nuevas iniciativas. En términos generales, podemos decir que algo más del 90% de sus socios o miembros se localizan en el entorno urbano, en el 82% de los casos su estructura no tiene ánimo de lucro y el 75% de sus ingresos los generan a través de su propia actividad (frente a un 25% basado en apoyos públicos y privados).

En lo que se refiere al impacto más inmediato de estos centros, y sólo por remarcar algunas cifras anuales, producen más de 18.000 eventos, atraen a más de 4.5 millones de visitantes, acogen a más de 1.500 organizaciones en sus espacios e impactan con un volumen económico superior a los 63 millones de euros. Sólo ZAWP por su parte genera más de 800 actividades al año, acoge 22 pequeñas organizaciones y atrae a más de 30.000 personas. No olvidemos que estas son

las realidades de tan sólo cien de estos espacios reconvertidos para el arte y la cultura y, por tanto, la realidad cuantitativa a nivel global de estos ecosistemas recuperados es muy superior a lo que esta mirada parcial representa. No son en este caso los que quisiera subrayar como factores más relevantes, sino la manera en la que estos centros se han consolidado como interfaz entre instituciones, colectivos artísticos, vecinos, empresas y que, en algunos casos, han desempeñado un papel destacado en el «qué» y el «cómo» de los planes urbanísticos que se habían diseñado para los barrios en los que se localizan a partir de su intervención en el «mientras tanto» urbano.

Esta indiscutible importancia fue la que nos llevó al título de la que sería la 85 conferencia de la Red Trans Europe Halles: «Mientras Tanto. Space-time intruders». Elegir «Mientras Tanto», en español, como título principal a un congreso europeo fue motivado por la necesidad de poner énfasis en un fenómeno que, pese a que en otros países ya tiene un gran recorrido e incluso una regulación propia, en España es emergente y, sobre todo, invisible. Si bien ya comienza a hablarse de ese *mientras tanto*, no podemos tampoco olvidar hablar de esos *space-time intruders* o intrusos del espacio-tiempo. A partir de la denominación *intruder*, no tenía-

mos mayor ambición que la de representar lo que el propio diccionario de la Real Academia de la Lengua define como intruso o intrusa¹: aquella persona que no es invitada, quien entra sin autorización o aquel que se relaciona con personas de condición superior. Los gestores y gestoras de estos centros culturales son todas estas cosas en un momento u otro de su recorrido. En términos más poéticos, también es intruso el frío, que entra cuando se abre la puerta, y el calor de un repentino rayo de sol, también lo es el amor a primera vista. Es seguro que un acto de intrusismo puede cambiar la dirección de todas las cosas. Como dice Luciano Concheiro, «una auténtica revolución ya no es simplemente cambiar el mundo, sino también y sobre todo cambiar el tiempo» (CONCHEIRO, 2016)².

Muchos de estos intrusos e intrusas se encontraron en mayo en ZAWP para compartir experiencias y abordar la naturaleza transitoria de muchos de sus centros culturales y proyectos y para tratar de poner en valor el «mientras tanto» como el único momento real que existe: el presente, un presente que no es una fotografía ni un elemento estático, sino un presente que se mueve hacia el futuro más o menos planificado.

El programa del congreso utilizó entonces los conceptos de «mientas tanto» y de *space-time intruders* como ejes transversales en torno a los que hablar de inquietudes comunes a los centros culturales, desde herramientas desarrolladas en el marco de la Red, proyectos concretos de sus miembros o modelos de gobernanza, hasta el papel de los centros culturales en el favorecimiento de la participación ciudadana en la planificación urbana o en la acogida de aquellas personas refugiadas cuyo mientras tanto es inherente a lo vital.

Sobre la isla de Zorrotzaurre y el movimiento ZAWP

De un año a esta parte, el último mes con más fuerza, los medios de comunicación repiten una y otra vez los nombres de la Ribera de Deusto y Zorrotzaurre bajo titulares sobre el «Manhattan bilbaíno», la futura isla del conocimiento, inversión para la nueva industria en Zorrotzaurre... Hasta hace muy poco los titulares tenían que ver con vandalismo y atracos, incendios y coacciones, ocupación y desalojos.... Imágenes muy contrarias, y muy poco inocentes, proyectadas por los medios de comunicación. Noticias que no siempre atienden a la mezcla de sensaciones y hechos que se producen y se respiran en el barrio, a la convivencia real.

La misma prensa local, e incluso nacional, ya se hace eco de esta última gran intervención urbanística, la de Zo-

rrotzaurre, que ha tenido como hecho destacado el corte de la península y su conversión en isla en este mes de octubre. Más allá de este hecho, los elementos más destacados en términos de gestión de la reconversión son la existencia de suelos contaminados, la multitud de propietarios de terreno (más de 250) y de industria existente (más de 90 fábricas), la falta de infraestructuras y la configuración de la zona: 2.5 kilómetros de largo y entre 198 y 270 metros de ancho; 839 mil metros cuadrados, más del doble de Abandoibarra, la que se ha entendido como piedra angular de la gran transformación de Bilbao. Los nombres de grandes arquitectos de Abandoibarra en los periódicos de entonces han sido sustituidos por nombres de universidades y escuelas privadas en Zorrotzaurre en los periódicos de ahora.

En este contexto de transformación, nace la sede de esta 85 conferencia, ZAWP, hace hoy ya diez años, cuyas siglas resumen Zorrotzaurre Art Work in Progress, un proyecto iniciado por la Asociación Cultural Haceria Arteak en 2008 para afrontar el *mientras tanto* del plan urbanístico aprobado para los barrios de la Ribera de Deusto y Zorrotzaurre. ZAWP es hoy un movimiento consolidado de muchas personas que trabaja en la revitalización social, económica y cultural del barrio a través de la creación, la intervención y la puesta en valor de la memoria.

El espíritu nómada de ZAWP, muy relacionada con ese discurso del «mientras tanto», es hoy más evidente que nunca: su ecosistema físico, sus pabellones, se encuentran en la Fase 1 de urbanización del plan urbanístico de Zorrotzaurre, por lo que su demolición es inminente. Frente a este hecho, ya están iniciando su transición a otros espacios vacíos en la Fase 2 de urbanización, una fase que les permite otros diez años, como poco, de actividad dinamizando el barrio.

Ligada al territorio y a su proceso de transformación, la iniciativa ZAWP es parte de la respuesta a un problema de la ciudad y, en tanto que respuesta, desaparecerá al mismo tiempo que desaparezca la cuestión por la que surgió (o se transformará en otra cosa). Se trata de una iniciativa pensada para la temporalidad de este proceso y cuyo objetivo no es otro que dinamizar un pequeño barrio aislado del resto de la ciudad en el que sus 400 vecinos de siempre conviven con nuevos vecinos venidos de otros países, fábricas vacías, excavadoras y grandes planes para un futuro muy próximo que hacen poco pie en la realidad diaria del barrio.

Sobre la filosofía del «Mientras Tanto»

No todos los centros culturales que un día fueron fábricas, hospitales o iglesias comparten la filosofía del «Mien-

ZAWP es hoy un movimiento consolidado de muchas personas que trabaja en la revitalización social, económica y cultural del barrio a través de la creación, la intervención y la puesta en valor de la memoria.

tras Tanto». Una gran mayoría tienen como objetivo establecerse en el tiempo y el espacio y sus propuestas tienen que ver con la creación, la promoción cultural o la exhibición artística, habitualmente con un marcado carácter social. La filosofía y discurso del *Meanwhile* o «Mientras Tanto» es compartida por docenas de organizaciones y espacios que hacen *camino al andar*³. Proyectos y movimientos colectivos que nacen con la vocación de desaparecer tarde o temprano, cuyo éxito no está basado en que sobrevivan en el tiempo sino en el impacto que generen en su transcurrir.

Como en la transformación urbana basada en grandes firmas de arquitectura, los edificios suelen ser también el elemento del que todo parte en el caso de los ecosistemas recuperados, tengan vocación de temporalidad («mientras tanto») o de permanencia. Evidentemente, la perspectiva del reaprovechamiento de espacios es diametralmente opuesta a la de las construcciones estrella. Sin embargo, es habitual que compartan ese factor de «continente antes que contenido», al menos en términos específicos dentro de los ámbitos socio-cultural o de las llamadas industrias creativas en los que suelen estar insertos. En el caso de las iniciativas del «mientras

tanto», uno de los factores más importantes es cómo llegar a ese deseado efecto de regeneración urbana sin ser excluyentes, sin privatizar a partir de una hostelería que no incluye a quienes no consumen o a través de *coworkings* destinados a sectores profesionales concretos. Las iniciativas del «mientras tanto» ponen en valor espacios deshabitados, infrautilizados, degradados o simplemente maltratados e incluso posicionan un barrio, como en el caso de Zorrotzaurre, como lugar de experimentación, como ecosistema creativo destacado o como destino de ocio cultural urbano pero, en este contexto, no sólo existen procesos artísticos sino también, y sobre todo, un fuerte proceso de transformación social de la transformación urbana, otra forma de hacer ciudad que trata de evitar la brecha habitual entro lo que un lugar fue y lo que un lugar será y que intenta favorecer la inteligencia ciudadana que, primero que todo, supone conocimiento lo cual conlleva información, reflexión crítica, experiencia. Y que, a su vez, implica lo ciudadano como la característica de lo colectivo, lo común y, con ello, la empatía, la consciencia colectiva, la comunidad. La inteligencia ciudadana como imaginación constructiva.

La característica del «mientras tanto» no ha de ser otra que adaptativa. Es decir, el proyecto, así como todas sus partes y actores, han de adaptarse a los nuevos contextos culturales, creativos, económicos y sociales, ser corresponsable, participativo y no avanzar en el camino individualmente ni reproduciendo estructuras *top-down*. El «mientras tanto», tal y como lo entendemos desde la cultura, evita el choque frontal y se conforma con la lógica neoliberal de nuestras formas de trabajo, consumo o planificación urbana. Pero esta filosofía no es ni mucho menos inocua, no es una forma de entretenerse mientras se espera a que ocurra lo que está ya planificado desde arriba, sino más bien una forma de *hackeo* desde dentro que acaba afectando desde la práctica a la orientación de los planes. Las iniciativas culturales pueden afectar al tráfico, a las dinámicas de los barrios y sus gentes, a los precios, al comercio local... pero no necesariamente en términos negativos, también pueden ser un elemento de presión colectiva. La filosofía del «mientras tanto» en un proyecto cultural tiene que ver con la gestión de la ciudad desde el enfoque de lo cotidiano, es decir, no puede colapsar un barrio de coches sino favorecer el carril-bici, no puede sustituir a la industria anterior sino trabajar con ella y, bajo ese mismo argumento, puede y debe afectar al desarrollo de un plan urbanístico. Evidentemente, cabe la duda de hasta dónde llega la capacidad de influencia de estas iniciativas, ya que su relación con las instituciones no es entre semejantes. En cualquier caso,

no por ello se puede dejar de insistir a las instituciones sobre el hecho de que las leyes que están escritas son una cosa y los derechos de los ciudadanos y ciudadanas son otra, de que se han de favorecer las condiciones adecuadas y el necesario equilibrio entre la industria cultural y el ecosistema cultural que, en definitiva, no es más que la diferencia entre tratar la cultura como valor de cambio o como bien de uso, entre la cultura como ocio y la cultura como proyecto a medio o largo plazo y relacionada con el favorecimiento de un pensamiento crítico. Esos grandes eventos culturales a los que se les atribuye un fuerte (y poco cuestionado) impacto en nuestras ciudades son el claro ejemplo de que la industria cultural existe y de que es deseable siempre que se desarrolle en las condiciones adecuadas y siempre que antes se garantice la otra cultura, la que trasciende a la industria y que se compone de muchos pequeños ecosistemas sostenibles con valor en el día a día.

Bien lo sabía Eduard Miralles, quien se encargó de abrir el 85 Congreso de Trans Europe Halles y ZAWP para fortuna de todos los presentes. Una de sus últimas intervenciones y que, una vez más, dejó patente la calidad de su discurso y de su persona. A él, y al impacto que ha producido en muchas de nosotras, dedico estas humildes líneas y me aprovecho de sus palabras, mucho más sabias que las mías, para acabar estos párrafos con una de las enseñanzas que nos dejó en ese mes de mayo:

«La relación entre ciudad y cultura puede volverse tóxica, a menos que se controle cuidadosamente. Las ciudades no sólo son organismos vivos, sino que también se puede postular la posesión de alma por parte de las ciudades. Las ciudades también se enferman y se utilizan recursos como la cultura para hacer

frente a estos problemas a veces de manera abusiva y generando otras patologías. Como toda medicina, la cultura como recurso tiene sus peligros por lo que debemos ir hacia una perspectiva homeopática».

Mucho de esto tiene ese «mientras tanto», un elemento que todo lo atraviesa y, al mismo tiempo, una herramienta muy poco efectista, tal vez demasiado poco. Una manera de hacer coherente con el tiempo en el que se produce, con el espacio en el que tiene lugar y con las personas que habitan ese espacio y ese tiempo.

Notas

(1) RAE intruso o intrusa: 1. adj. Que se ha introducido sin derecho. 2. adj. Detentador de algo alcanzado por intrusión. U. t. c. s. 3. adj. Que alterna con personas de condición superior a la suya.

(2) CONCEIRO, (2016). *Contra el tiempo. Filosofía práctica del instante*, Barcelona, Anagrama

(3) A. MACHADO, *Proverbios y Cantares*.

Enlaces de interés

Asociación Haceria Arteak: www.haceriaarteak.com
Zorrotzaurre Art Work in Progress: www.zawp.org
Trans Europe Halles Conference 85 «Mientras Tanto. Space-time Intruders». <https://teh85.zawp.org>
Trans Europe Halles: www.teh.net

RESEÑAS

La gestión de teatros: modelos y estrategias para equipamientos culturales

Lluís Bonet y Héctor Schargorodsky / 213

La rue del percebe de la cultura y la niebla de la cultura digital

Mery Cuesta / 213

El engaño de la gastronomía española: perversiones, mentiras y capital cultural

José Berasaluce / 213

Isla del Trocadero: catálogo de recursos culturales en un espacio ambiental de primer orden

Salarte / 213

Amaya Pedrero Santos

La gestión de teatros: modelos y estrategias para equipamientos culturales

Lluís Bonet
Héctor Schargorodsky

BONET, Lluís y SCHARGORODSKY, Héctor (2016). *La gestión de teatros: modelos y estrategias para equipamientos culturales*, Sant Celoni, Bissap Consulting S. L., Colección Quadernos de Cultura, nº 4, 231 págs.

Este libro plantea el proceso de gestión de equipamientos escénicos como una tarea compleja aunque apasionante en la que interactúan fundamentalmente tres proyectos: el proyecto artístico, el proyecto de producción y el proyecto de desarrollo territorial. En base a estos tres ejes y teniendo en cuenta las particularidades de cada espacio escénico, el modelo de gestión propuesto así como las estrategias de intervención, son fácilmente adaptables a cualquier realidad.

Los distintos capítulos del libro analizan cada uno de los procesos clásicos de gestión estratégica de organizaciones: recursos humanos, recursos financieros, comunicación y marketing, infraestructuras..., procesos necesarios para la buena implementación de los tres proyectos antes mencionados (artístico, producción y desarrollo territorial). El último capítulo, a modo de epílogo, insiste en las actitudes, habilidades y conocimientos que debe tener el equipo de profesionales al frente de un espacio escénico, así como en la impor-

tancia de sostener una mirada amplia sobre el conjunto de aspectos que influyen y determinan el éxito y provecho de un teatro.

A lo largo de la obra se suceden las citas y comentarios de treinta responsables de teatros públicos, comerciales e independientes así como de expertos del mercado escénico de distintos países latinos de América y Europa, que bajo una mirada crítica y un enfoque científico aportan interesantes reflexiones profesionales resultado de años de experiencia en el ejercicio de la profesión.

CUESTA, Mery (2015), *La rue del percebe de la cultura y la niebla de la cultura digital*, Bilbao, Consonni, 138 págs.

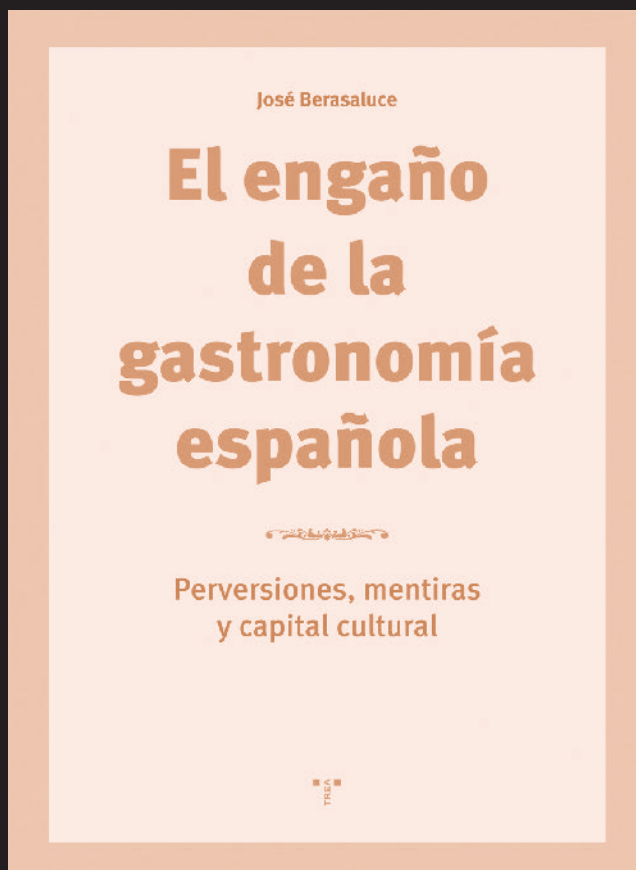
Brillante y ameno ensayo acerca de los diferentes fenómenos que rodean el consumo cultural en este incierto e inconsistente entorno digital en el que nos movemos. Para Mery Cuesta (Bilbao, 1975), la sensación que tenemos de autonomía y libertad de comunicación en Internet no es más que un espejismo, una gran mentira construida según las reglas del capitalismo que manipula nuestro comportamiento en base a parámetros de rentabilidad económica.

Sirviéndose de dos elementos sin relación aparente - la niebla como sinonimia de inconsistencia y la 13 Rue del Percebe del dibujante Paco Ibáñez - la autora nos envuelve en metáforas, conocimientos y vivencias para guiarnos en un entretenido recorrido por las principales manifestaciones culturales del siglo XX, hasta llegar al territorio desconocido y nebuloso que es la cultura digital.

Como si del edificio de la Rue del Percebe se tratara, las manifestaciones culturales quedan bien definidas en

los distintos pisos. En el bajo la cultura popular, asentada en nuestro inconsciente y soportando el peso del edificio. Al margen de ella se manifiestan otras expresiones culturales, como la cultura bizarra (o desechos considerados de mal gusto), las subculturas (como formas de resistencia) y los túneles del *underground* (contracultura), protagonistas de momentos, ahora de gloria ahora de disolución sin remedio, en el entorno nebuloso de la cultura digital. Ocupa el piso intermedio la cultura oficial, la que promueven las instituciones según el color político de la época. Y en el exclusivo ático del edificio, la alta cultura y sus expresiones elitistas e inaccesibles para el común de los mortales.

Utilizando el lenguaje visual del cómic, la autora apoya sus conocimientos en dibujos y viñetas satíricas que transmiten con precisión una de las principales ideas de este ensayo: nos encontramos inmersos en la confusión que caracteriza a la cultura digital mientras en nuestras cabezas sigue omnipresente el patrón de ordenación clásico de la cultura.



BERASALUCE, José (2018), *El engaño de la gastronomía española: perversiones, mentiras y capital cultural*, Gijón, Ediciones Trea, 127 págs.

Excelente ensayo del historiador gaditano José Berasaluce (Cádiz, 1970) acerca del hecho gastronómico y sus mentiras. Un relato valiente y controvertido apoyado en innumerables recursos y referencias intelectuales, literarias, filosóficas y culturales que sirven para contextualizar las miserias del discurso gastronómico contemporáneo.

Carente de un planteamiento de base, sin preguntas incómodas, sin debate y sin la mínima voluntad de reflexión, el sector de la gastronomía en nuestro país se encuentra sumido en una tremenda crisis de valores.

Asistimos atónitos al boom mediático de la gastronomía española. Los mass media llenan sus programaciones de concursos y programas de cocina de dudosa calidad; chefs con importantes carencias intelectuales elevados a la categoría de ídolos exponen sus vanidades culinarias en restaurantes «de vanguardia» reservados a la élite; las escuelas forman a sus alumnos en base a criterios únicos de éxito y prestigio;

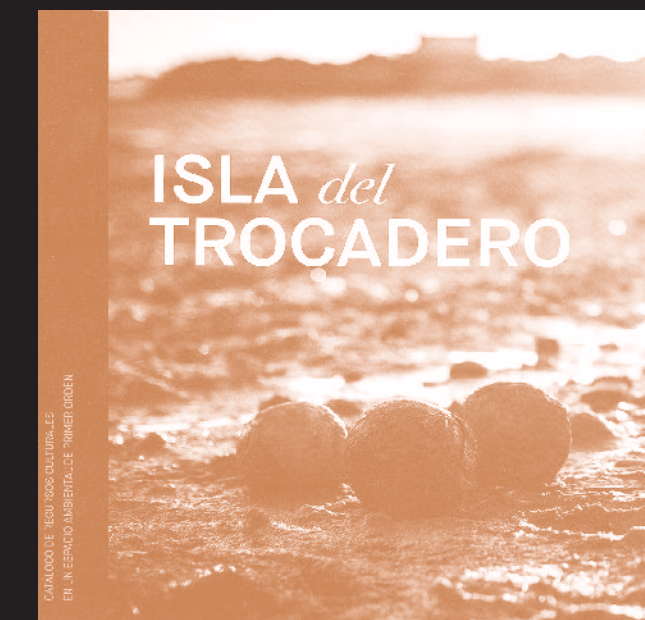
como consumidores somos meros espectadores sin capacidad de reflexión ni espíritu crítico. Y todo ello bajo la adulatora mirada de periodistas y críticos gastronómicos patrocinados por los intereses del mercado y cómplices del desastre al que se encamina el sector.

Para Berasaluce el panorama gastronómico actual es desolador, pero evitable. Partiendo de la premisa del enorme capital cultural que poseemos en nuestro país, se suceden a lo largo de este estudio diferentes propuestas para la transición del modelo actual a otro menos frívolo y más solidario, mediante la incorporación a la cocina de equipos multidisciplinares de personas (escritores, artistas, poetas, historiadores...) que desarrollen nuevos formatos gastronómicos basados en el conocimiento, el arte y la cultura.

SALARTE (2017), *Isla del Trocadero: catálogo de recursos culturales en un espacio ambiental de primer orden*, Cádiz, Fundación Provincial de Cultura, Diputación Provincial, 286 págs.

Minucioso trabajo de descripción y catalogación de los recursos culturales que conforman uno de los lugares más bellos y singulares de la Bahía de Cádiz, la Isla del Trocadero, un espacio natural que a pesar de gozar de la máxima protección legal y de haber sido objeto de distintas intervenciones de conservación, ha venido sufriendo a lo largo de los años un continuo deterioro a consecuencia de los vientos y las mareas.

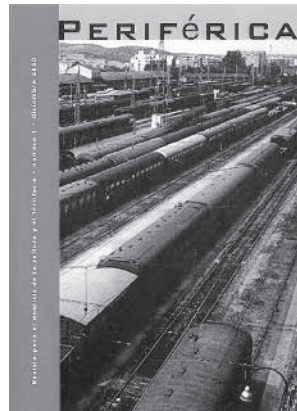
El estudio comienza con una introducción histórica y ambiental a la Isla del Trocadero. Sus primeros ocupantes en época romana y el devenir de sus usos a lo largo de los siglos la convierten, gracias a su situación geográfica, en un espacio protagonista para la industria naval, militar y comercial de nuestra provincia, especialmente durante los siglos XVIII y XIX. Pero la Isla del Trocadero es también un entorno de gran riqueza medioambiental en el que fortificaciones, diques, baterías y restos navales perviven entre salinas y es-



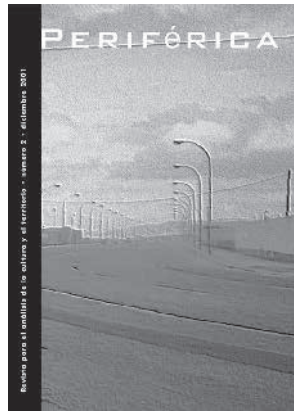
teros, hogar de numerosos invertebrados marinos y espacio de nidificación de aves como la espátula europea o el águila pescadora.

El grueso del trabajo lo conforman cincuenta fichas que describen de manera detallada cada una de las infraestructuras, edificios y elementos de la Isla del Trocadero, su localización geográfica mediante coordenadas, una descripción detallada del recurso, su estado de conservación, su valor turístico y propuestas concretas de protección para cada uno de ellos. Cada ficha incorpora fotografías del elemento descrito así como planos de carácter histórico.

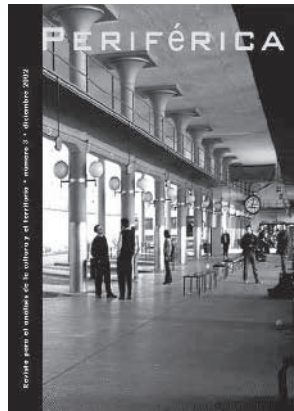
Este trabajo ha sido coordinado por la organización sin ánimo de lucro SALARTE (Fondo para la Custodia y Recuperación de la Marisma Salinera) y ve la luz en forma de publicación impresa gracias a la financiación de la Diputación Provincial de Cádiz a través del programa *Frontera Sur* de la Fundación Provincial de Cultura.



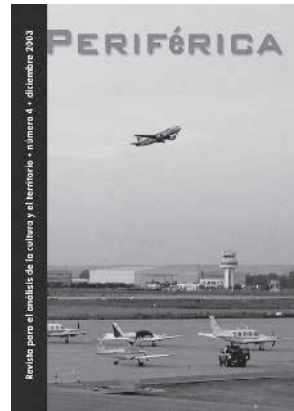
1 Diciembre
2000



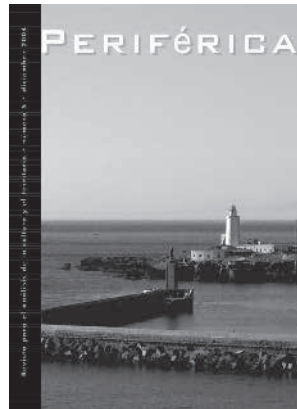
2 Diciembre
2001



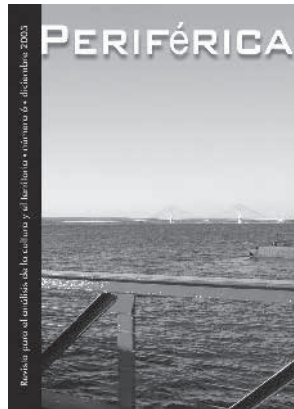
3 Diciembre
2002



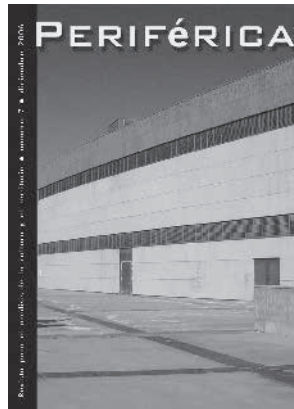
4 Diciembre
2003



5 Diciembre
2004



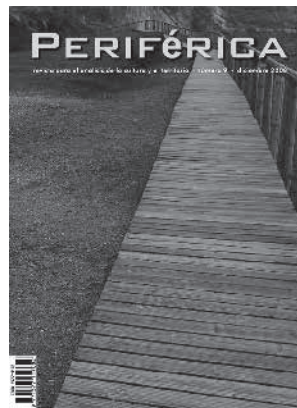
6 Diciembre
2005



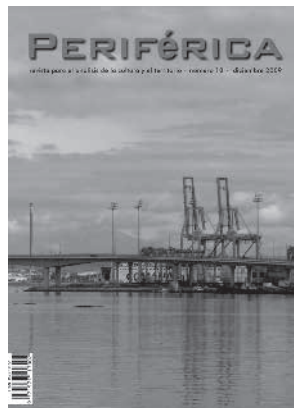
7 Diciembre
2006



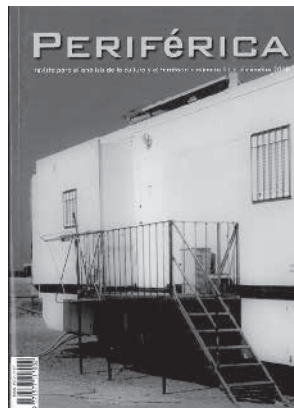
8 Diciembre
2007



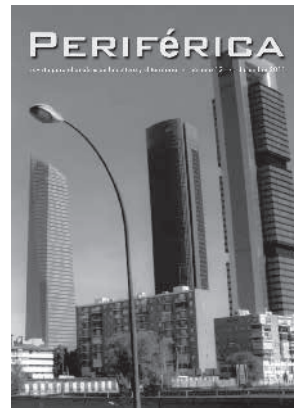
9 Diciembre
2008



10 Diciembre
2009

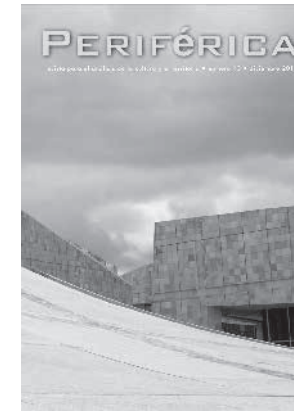


11 Diciembre
2010



12 Diciembre
2011

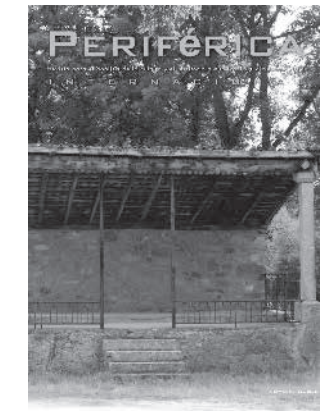
NÚMEROS PUBLICADOS



13 Diciembre
2012



14 Diciembre
2013



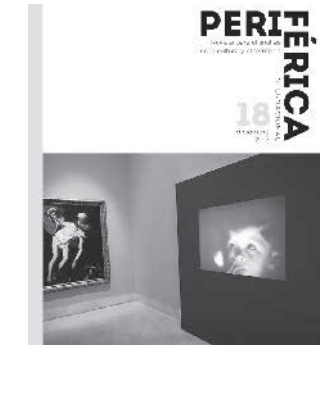
15 Diciembre
2014



16 Diciembre
2015



17 Diciembre
2016



18 Diciembre
2017

Todos los números publicados se pueden consultar online en la siguiente dirección:
<https://revistas.uca.es/index.php/periferica/issue/archive>

EDITORIAL
TEMAS

- Crónicas del futuro imperfecto. *Fernando de la Riva*.
- Entrando en el nuevo milenio. *Mikel Etxebarria Etxeita*.
- Empresa y gestión cultural. Una pareja de hecho. *Roberto Gómez de la Iglesia*.
- El paso del academicismo a la cultura de masas. Los museos se van a la calle. *Juan Carlos Rico*.
- La función de los agentes culturales. Nuevos escenarios para la reflexión. *Alfons Martinell Sempere*.

EXPERIENCIAS

- Mi experiencia al frente de la Galería del Museo Cruz Herrera. *Manuel Alés Gómez*.
- Contando un sueño. *Juan María García Campal*.
- El Centro Municipal del Patrimonio Histórico de El Puerto de Santa María. *Mercedes García Pazos*.
- El caso de la Comarca de Sierra Morena Occidental. *Antonio F. Tristancho*.
- La Gestión Cultural a través de un Centro Cívico. *Mª Isabel Sagrera Pérez*.
- La experiencia discográfica y editorial de Acuarela. *Jesús Llorente Sanjuán*.
- Jimena de la Frontera, de lo único a lo auténtico. *Ildefonso S. Gómez Ramos*.
- La segunda época de la revista Caleta. *José Manuel García Gil*.
- La escena alternativa de los editores independientes. *Uberto Stabile*.

RESEÑAS DE LIBROS

- Cultura y ciudad, de Iñaki López de Aguileta.
 - Sueño e Identidades, de W. AA.
 - Guía Profesional del Jazz en España, de Fundación Autor y Cuadernos de Jazz.
 - Los Centros Cívicos ante el nuevo milenio, de Roberto San Salvador y otros.
 - Informe SGAE sobre hábitos de consumo cultural, de Fundación Autor.
 - Montaje de Exposiciones, de Juan Carlos Rico.
 - Gestión, producción y marketing teatral, de Teresa Valentín y Grego Navarro.
 - La industria de la cultura y el ocio en España, de María Isabel García García y otros.
 - Patrimonio etnológico del Instituto Andaluz, de Patrimonio Histórico.
 - Nuevos espacios para la cultura en Europa, de Enric Franch.
- RESEÑAS DE REVISTAS**
- Banda Aparte. Clarín.
- RESEÑAS DE WEBS**
- Centro de Documentación Musical de Andalucía. Hangar.
- Reseñas de asociaciones
- CRAC, Centro de Recursos para la Asociaciones de Cádiz y Bahía.

- GECA, Asociación de Gestores Culturales de Andalucía.
- JAMBA, Asociación de Jazz

EDITORIAL
TEMAS

- Más promesas y menos obras... Por unas políticas culturales preformati-vas. *Eduard Miralles*.
- Los otros. *David Hernández Montesinos*.
- Planificar y evaluar: dos fases indisociables de la gestión cultural. *Lluís Bonet*.
- Las Casas de Cultura. Equipamientos Culturales de Proximidad en Espa-ña en el Siglo XX. *Chus Cantero*

EXPERIENCIAS

- 16 años en la ruta del rock’n’roll. *Ignacio Juliá*.
- 10 años de Extensión Universitaria en la Universitat Jaume I. *Angels López Sierra y Albert López Monfort*.
- Histórico Municipal de Villamartín: un museo comarcal para el siglo XXI. *José María Gutiérrez López*.
- La Universidad Trashumante (Argentina). *Tato Iglesias*.
- La Red de Promotores Culturales de Latinoamérica y el Caribe. *Octavio Arbeláez Tobón*.
- QUAM: Quincena de Arte de Montesquieu. *Anna Palomo*.
- Frontera Sur: un proyecto colectivo al filo del milenio. *Alejandro Luque*.

RESEÑAS DE LIBROS

- Almanaque. Franquismo Pop, de Reservoir Books.
- Los proyectos, de Carlos Paredes y Fernando de la Riva.
- Perico “el del Lunar”, de José Manuel Gamboa.
- Coerción. Por qué hacemos caso a lo que nos dicen, de Douglas Rushkoff.
- Libertad de exposición, de Francisco Calvo Serraller.
- Movimientos artísticos desde 1945, de Edward Lucie-Smith.
- Gestión de Proyectos Culturales, de W. AA.
- Mi vida en el arte, de Konstantin Stanislavski.
- ¿Nuevas dramaturgias?, de María José Ragué-Arias.
- Bendita locura, de José Ángel González Balsa.
- Y yo caí... enamorado de la moda juvenil, de Carlos José Ríos.
- Apocalypse Show, de Raúl Rodríguez Ferrándiz.
- De la Historieta y su uso (1873-2000), de Jesús Cuadrado.

RESEÑAS DE REVISTAS

- Cuadernos de Jazz y Más Jazz. Yellow Kid. PH.

RESEÑAS DE WEBS

- Clubcultura.com. Galería Milagros L. Delicado. W3art.

RESEÑAS DE ASOCIACIONES

- Associació de Professionals de la Gestió Cultural de Catalunya.
- Federación Andaluza de Teatro Aficionado.
- ERA. Laboratorio de Arqueología Experimental.

EDITORIAL
IDEAS

- Alineación y ensimismamiento. *José María Parreño*.
- Poder cultural. Poder local. *Consejo Científico Revista PERIFÉRICA*.

TEMAS

- Se acabó la diversión. La cultura crea y sostiene ciudadanía. *Toni Puig*
- La gestión del intercambio en las artes. Una revisión de las principales aportaciones. *Manuel Cuadrado*.
- Retos del patrimonio en el siglo XXI: Gestión creativa y desarrollo territorial. *Jordi Padró y Manel Miró*.
- Culture et économie. *Xavier Greffe*.
- Manuel Alés, In memoriam: Mi experiencia al frente de la Galería del Museo Cruz Herrera.

EXPERIENCIAS

- La actividad de la FEMP en el campo de la cultura local. *Yolanda Barcina*.
- Una década de extensión cultural. *Pablo Sanpedro*.
- Festival Internacional Espárrago. *Francis Cuberos*.
- Hay otros festivales pero están en éste. *Pepe Colubi*.
- En la encrucijada de dos siglos y milenios. *Lecsy Tejeda*.
- El Aula de Literatura José Cadalso. *Juan G. Macías*.
- La aventura de leer. *Elisenda Figueras*.
- Por el camino del Arte hacia el placer de leer. *Mayra Navarro*.
- Une expérience culture et économie: Saint-Malo. *Loïc Fremont*.
- Centro Andaluz de Documentación e Información Cinematográfica. *Federación Andaluza de Cine-Clubs*.
- El nuevo papel de la cultura en la definición de objetivos y estrategias en las ciudades. *Casto Sánchez*.
- La música en el Cádiz de los 60. *José María Santamaría*.

RESEÑAS DE LIBROS

- Del amanecer a la decadencia, de Jacques Barzun.
- Público y privado en la gestión cultural, de Roberto Gómez de la Iglesia.
- The Penguin Guide to Jazz on CD, de Rochard Cook y Brian Morton.
- Loops. Una historia de la música electrónica, de Javier Blánquez y Omar Morera.
- La regulación de la red, de Santiago Muñoz Machado.
- Gestión del patrimonio cultural, de Josep Ballart y Jordi Juan i Tresseras.
- Diseño y elaboración de proyectos de cooperación cultural, de Alfons Martinell Sempere.
- Visiones del sector cultural en Centroamérica, de W. AA.
- El consumo de servicios culturales, de Manuel Cuadrado García y Gloria Berenguer Contri.
- André Malraux, una vida, de Olivier Todd.
- L’emploi culturel a l’age numérique, de Xavier Greffe.

RESEÑAS DE REVISTAS

- Rock de Lux. Letras Libres. Ubi Sunt?

RESEÑAS DE WEBS

- Galería Benot. Gestión Cultural.org.

RESEÑAS DE ASOCIACIONES Y EMPRESAS

- Oikós. Xabide. GESCCAN. AGCEX.

DOCUMENTOS

- Pautas para la cooperación institucional en materia de cultura. Comisión de Cultura de la FEMP.

EDITORIAL

IDEAS

- Cultura y política: algunas leyes (de Murphy). *Lalia González-Santiago*.

TEMAS

- Obra Social/Cultural. Historia y desarrollo. Cajas de Ahorro de Andalucía. *Chus Cantero*.
- Museos y Centros de Arte Contemporáneo en España. Paradoja y conte-nido. *Manuel Caballero*.
- ¿Es posible evaluar la política cultural? Albert de Gregorio.
- Marketing y Cultura: dos campos aprendiendo a convivir. *Ximena Varela*.
- Ciudad Bahía, entre la entelequia y la pragmática. *Esteban Ruíz*.
- Avelino Hernández, In memoriam. *Francisco Gómez*.

EXPERIENCIAS

- La Guía de estándares de los equipamientos culturales en España. *Pilar Aldanondo*.
- Museo “El Dique”. *José María Molina*.
- Que 20 años no es nada... (una experiencia para la promoción del teatro andaluz). *Manolo Pérez*.
- Green Ufos. Una breve historia. *Rafael López*.
- Gijón es una fiesta. *Rafael Marín*.
- La recuperación del legado de la Tía Norica de Cádiz: veinte años des-pués (1984-2004). *Désirée Ortega*.
- Zemos 98: Proyectando desde el suelo (tercera parte). *Pedro Jiménez*.
- Rehabilitación del antiguo Cabildo para Biblioteca Pública de Sanlúcar. *Rafael González*.
- Bibliópolis: el nacimiento de una editorial independiente. *Luis G. Prado*.
- Interpretar patrimonio con teatro. *Pedro J. González*.
- Simplemente Javier. *Alejandro Pérez*.

RESEÑAS DE LIBROS

- La financiación de la cultura y de las artes, de E. Harvey.
- Comunicación y cultura en la era digital, de Enrique Bustamante.
- Hacia un nuevo sistema mundial de comunicación, de Enrique Bustamante.
- Creación colectiva, de David Casacuberta.
- La distribución de música en Internet, de A. Rebollo.

- Industrias culturales, de H. Schargorodsky.
- La función social del patrimonio histórico, de J. García y M. Poyato.
- Términos críticos de sociología de la cultura, de C. Altamirano.

RESEÑAS DE REVISTAS

- Parabólica. Cuadernos de Economía de la Cultura.

RESEÑAS DE WEBS

- On the move. Acronim. Arreguias. Ars Virtual. Festivales.

PORTAFOLIO

- Dibujos de José Pérez Olivares.

Nº 5 · Diciembre 2004

EDITORIAL

In memoriam: Eduard Delgado. *José Luis Ben Andrés*.

IDEAS

- Mens sana in corpore tullido. *Oriol Rossell*.
- A la búsqueda de un público. *José Manuel Benítez Ariza*.
- Una lectura del Quijote. *Eduard Miralles*.

TEMAS

- Unas notas sobre la gestión de la cultura y la innovación cultural. *José Luis González Quirós*.
- La protección del Patrimonio a través del porcentaje cultural. *Luis Miguel Arroyo Yanes*.
- La excepción cultural francesa: estereotipo, confusiones, estrategias. *Ferdinand Richard*.
- Aspectos genéricos y conceptuales sobre Planificación Estratégica y Gestión Cultural. *Ángel Mestres*.
- EXPERIENCIAS**
- Patrimonio Cultural Universitario. *María Marco Such*.
- La Méthode des nouveaux commanditaires. *Cécile Bourne*.
- Houston Party Records. *Jaime Hernández*.
- La Cámara Oscura de la Torre Tavira. *Equipo Torre Tavira*.
- Centro de Exposiciones y Estudios de las Colonizaciones de Guadalcaín. *Julián Oslé Muñoz*.
- Neilson Gallery en Grazalema. *Jack Neilson*.
- Primer año académico del Máster en Gestión Cultural de las Universidades de Granada y Sevilla.
- Victor Fernández Salinas y Rafael López Guzmán.

- Un sistema normalizado de indicadores de gestión aplicable a los Ayuntamientos andaluces. *Antonio M. López Hernández, Andrés Navarro Galera y David Ortiz Rodríguez*.
- La Escuela de Cine de Puerto Real. *José Manuel Tenorio Mariscal*.
- Políticas Culturales Municipales en Carmona. *Carlos Romero Moragas*.
- Cádiz.Doc, Documentales en Red. *Cádiz.Doc*.
- El Museo Taurino de la Diputación de Valencia. *Francesc Cabañés Martínez*.
- Paralelo 36. *Zip producciones*.

RESEÑAS DE LIBROS

- Repensar la cultura, de José Luis González Quirós.
- Gestión de Salas y espacios escénicos, de Miguel Ángel Pérez Martín.
- Cultura y Televisión, de Francisco Rodríguez Pastoriza.
- Casos de Turismo Cultural, de Josep Font Sentias.
- Gestión del Marketing Social, de Antonio Leal Jiménez.
- Diseño y evaluación de Proyectos Culturales, de David Roselló Cerezuela.
- Marketing Cultural, de María José Quero Gervilla.

RESEÑAS DE REVISTAS

- Cultura Moderna. La vaca de muchos colores. Ajoblanco. Reseña. Revis-ta de Historia de El Puerto.

RESEÑAS DE ASOCIACIONES

- Centro de Documentación Audiovisual de Jerez.

DOCUMENTOS

- Agenda 21 de la Cultura. Vigía: Observatorio Cultural de la Provincia de Cádiz. *José Luis Ben Andrés*.

PORTAFOLIOS

- Dibujos de Fritz (Ricardo Olivera).

Nº 6 · Diciembre 2005

EDITORIAL

FUERA DE CONTEXTO

- Entrevista a Bertrand Tavernier. El País Semanal.
- Roberto Bolaño. Ed. Anagrama.

IDEAS

- La gestión de las ruinas. *Antonio Orejudo*.
- Los deberes de la Cultura. *Elena Angulo Aramburu*.

TEMAS

- El Ministerio de Cultura y la política cultural en Francia. *Enmanuel Négrier*.
- La gestión cultural en el espacio europeo de educación superior. *Antonio Ariño*.
- Las misiones pedagógicas. *Felipe Barbosa Illescas*.
- Cultura y nuevas tecnologías: ¿Hacia unas políticas e-culturales? *Santi Martínez Illa y Roser Mendoza*.
- Equipamientos culturales de proximidad en España en el siglo XX. Los Teleclubs. *Chus Cantero*.
- La cultura comprometida: los derechos y deberes culturales. *Annamari Laaksonen*.

EXPERIENCIAS

- Proyecto UNÍA, arte y pensamiento. *Isabel Ojeda*.
- ¿Quién necesita a Mozart? *Jorge Portillo*.
- Nueva algarabía. *Juan José Sánchez Sandoval*.
- El trabajo del comisario de exposiciones. *Juan Ramón Barbancho*.
- La situación de los intercambios culturales en el Mediterráneo Occiden-tal. *Ferdinand Richard*.
- La costumbre de leer. *Fernando Domínguez Bellido, Josefa Parra Ramos y Ricardo Rodríguez Gómez*.

- Freek. *Tali Carreto*.
- Experiencias educativas a partir de la palabra poética. *Miguel Ángel García Argüez*.
- En un banco del jardín. *Rocío Gujallo Millón*.
- Balance de resultados del proyecto Cultur*At. *Julián Jiménez López*.
- El Club de lectura de la Biblioteca Pública Provincial de Cádiz. *Mª José Vaquero Vilas*.
- El caso del Aula Gerión en Sanlúcar de Barrameda. *Ana Gómez Díaz-Franzón*.

RESEÑAS DE LIBROS

- La Red es de todos, de Víctor Marí Sáez.
- Funky Business, de Jonas Ridderstrale y Kjell Nordström.
- Crónicas, de Bob Dylan.
- Free Culture, de Lawrwnce Lessig.
- Manual de Economía, de Cultura de Ruth Towse.
- El Proceso Cultural, de Joaquín Herrera Flores.
- Se acabó la diversión, de Ton i Puig.
- Industrias culturales y desarrollo sustentable, de W. AA.
- La cultura en la era de la incertidumbre, de Ferrán Mascarell.

RESEÑAS DE REVISTAS

- Cultura Moderna

DOCUMENTOS

- Declaración de Madrid. Encuentro Mundial de Ministros de Cultura a favor de la diversidad cultural.

PORTFOLIO

- Dibujos de Manuel Rey Piulestán.

Nº 7 · Diciembre 2006

EDITORIAL

FUERA DE CONTEXTO

- El mercado influye...
- Durante este verano...

IDEAS

- Patrimonio histórico y turismo: un binomio positivo pero insuficiente. *Javier Maldonado Rosso*.
- El Flamenco: un patrimonio patrimonializado. *Enrique Linera*.
- TEMAS**
- Una ley en discordia. *Blas Fernández*.
- Propiedad intelectual y sociedad de la información. *José Justo Megías*.
- Nociones básicas en materia de propiedad intelectual. *Mª Paz Sánchez González*.
- Revistas culturales gratuitas. *Pedro M. Geraldía Sánchez*.
- La cultura comprometida: los derechos y deberes culturales. *Annamari Laaksonen*.

- Una introducción a la convención UNESCO sobre la diversidad cultural. *Luis Miguel Arroyo Yanes*.

- Medir la cultura: una tarea inacabada. *Salvador Carrasco Arroyo*.
- Nueva legislación y nuevas formas de organización en los museos de Andalucía. *Victoria Usero Piernas*
- EXPERIENCIAS**
- ATALAYA, Observatorio universitario andaluz de la cultura. *Enrique del Álamo Núñez*.
- El papel cultural de las librerías. *Pere Duch*.
- Breve visión del asociacionismo universitario: el caso de Ubi Sunt? *Santia-go Moreno Tello*.
- La cooperación cultural en mi punto de mira. *Ángeles Peña*.
- Cultura participativa: la experiencia del Círculo de Bellas Artes de Ciudad Real como Consejo Sectorial de Asociaciones Culturales. *Alberto Muñoz Arenas*.
- El club de lectura de la Universidad de Cádiz. *José Fernando Piñeiro Área*.
- Jornadas de Danza en la Universidad de Cádiz. *Carmen Padilla Moledo*.
- La FábriKa: Cultura autogestionada. *La Asamblea de La FábriKa*.
- Música instantánea. *Willy Sánchez de Cos*.
- Y van para treinta años: Renacimiento, una editorial “literaria”. *José Manuel Benítez Ariza*.
- Cambalache Jazz Club: los primeros 20 años. *José Luis García*.
- Proyecto HUMAN: el valor de las Humanidades. *Joaquín Moreno, Alejandra Brome, Javier Grimaldi*.

RESEÑAS DE LIBROS

- Casos de turismo cultural, de Josep Font Sentias (Coord.)
- El proyecto Benzú, de José Ramos Muñoz.
- El Flamenco en Cádiz, de Catalina León Benítez.
- El periodismo cultural, de Francisco Pastoriza Rodríguez.
- Marketing del patrimonio cultural, de Carmen Camarero y María José Garrido.
- Cuadernos de Investigación de Vigía, de la Fundación Provincial de Cultura de Cádiz.
- El Templo del Saber, de José Luis González Quirós.
- Re-imagina!, de Thomas J. Peters.
- RESEÑAS DE REVISTAS**
- Ábaco. Pensar Iberoamérica.
- RESEÑAS DE ASOCIACIONES**
- Asociación Qultura. Asociación Bahía de Puerto Real.
- RESEÑAS DE AUDIOVISUALES**
- Cambalache Jazz Club.

DOCUMENTOS

- Convención sobre la protección y promoción de la diversidad de las expresiones culturales.

Nº 8 · Diciembre 2007

EDITORIAL

FUERA DE CONTEXTO

- Pocos parecen advertir...
- Los museos deben...

IDEAS

- Una ciudadanía responsable en el contexto de la globalización. *Jacinto M. Porro Gutiérrez.*

TEMAS

- Regreso al Futuro Imperfecto. *Fernando de la Riva.*
- Las últimas tendencias en la creación de Museos. *Florencia Torrego Serrano.*
- Nociones básicas en materia de propiedad intelectual. *Mª Paz Sánchez González.*
- Museos y centros de interpretación en el ámbito rural. *José Manuel Castaño Blanco.*
- Las exposiciones temporales y el turismo cultural. *Cristina Giménez Raurell y Trinidad Vacas Guerrero.*
- Gestión de portales de museo. *C. Carreras y P. Báscones.*
- Equipamientos culturales de proximidad en España en el siglo XX. *Chus Cantero.*
- Introducción al Copyleft. *Javier de la Cueva González-Cotera.*
- El Reconocimiento de las Redes en el Campo Cultural. *Aleksandra Uzelać.*
- Las actividades de investigación en la Fundación Autor. *Rubén Gutiérrez del Castillo.*

EXPERIENCIAS

- Ladinamo: Cinco años pidiendo más gasolina. *Victor Lenore.*
- Las Cartas de Servicios como elementos facilitadores de una nueva cultura del servicio público. *Rosa Gómez, Fº Daniel Moral y Manuel Torralba.*
- La coral polifónica Canticum Novum. *Laura Triviño Cabrera.*
- Interea, un proyecto interuniversitario y de colaboración interinstitucional en Galicia. *Héctor M. Pose.*
- Grupo UCAdanza. *Carmen Padilla Moledo.*
- Organización y funcionamiento de un centro cultural universitario. *Alfredo Luna Briceño.*
- V Campus Euroamericano de la Cultura. Almada, Portugal. Mayo de 2007. *Mar Hidalgo.*
- Amigos de la Música Bahía de Cádiz. *María José Martínez.*
- Los valores que representan las independientes. *Mario Pacheco.*

RESEÑAS DE LIBROS

- Copyleft. Manual de uso, de VV.AA.
- Los nuevos centros culturales en Europa, de Roberto Gómez de la Iglesia (editor).
- Memoria 2006 de la Confederación de cajas de ahorros.
- La sociedad de la Cultura, de Arturo Rodríguez Morató.

RESEÑAS DE AUDIOVISUALES

- La liga de los olvidados, de José Luis Tirado.

RESEÑAS DE REVISTAS

- Mellotron nº3.

RESEÑAS DE WEBS

- 10 en Cultura.

MANIFIESTO

- Por una nueva cultura del territorio.

DOCUMENTOS

- Documento cero del sector del arte Contemporáneo: Buenas prácticas en museos y centros del arte

Nº 9 · Diciembre 2008

EDITORIAL

FUERA DE CONTEXTO

IDEAS

- Crónicas de la derrota: la vista del águila. *Manuel J. Ruiz Torres.*

TEMAS

- Niveles de discurso de la política cultural y sus interacciones en la construcción de la realidad artística y cultural. *Juan Arturo Rubio Aróstegui.*
- Políticas culturales y biblioteca pública del siglo XXI. Conversaciones sobre algunos temas relevantes. *Juanjo Arranz, Óscar Carreño y Ferrán Farré.*
- La creación fotográfica española en el seno de las libertades políticas y la tolerancia ideológica: un camino despejado hacia el progreso cultural. *Jesús Micó Palero.*
- Las Universidades Populares: educando por una sociedad más justa. *Felipe Barbosa Illescas.*
- La construcción del Sistema de indicadores para la evaluación de las políticas culturales locales desarrollado por la FEMP: historia de un proceso de cooperación. *Juana Escudero Méndez.*
- ¿Qué buscamos cuando buscamos cultura? *Fernando Vicario.*
- Disonancias, nuevos territorios para el arte. *Roberto Cómez de la Iglesia.*
- Agentes culturales de carácter asociativo: La Biblioteca de la Esperanza de la Asociación de Vecinos 1º de Mayo de El Cerro del Moro (Cádiz), 1997-2006. *Santiago Moreno Tello.*

EXPERIENCIAS

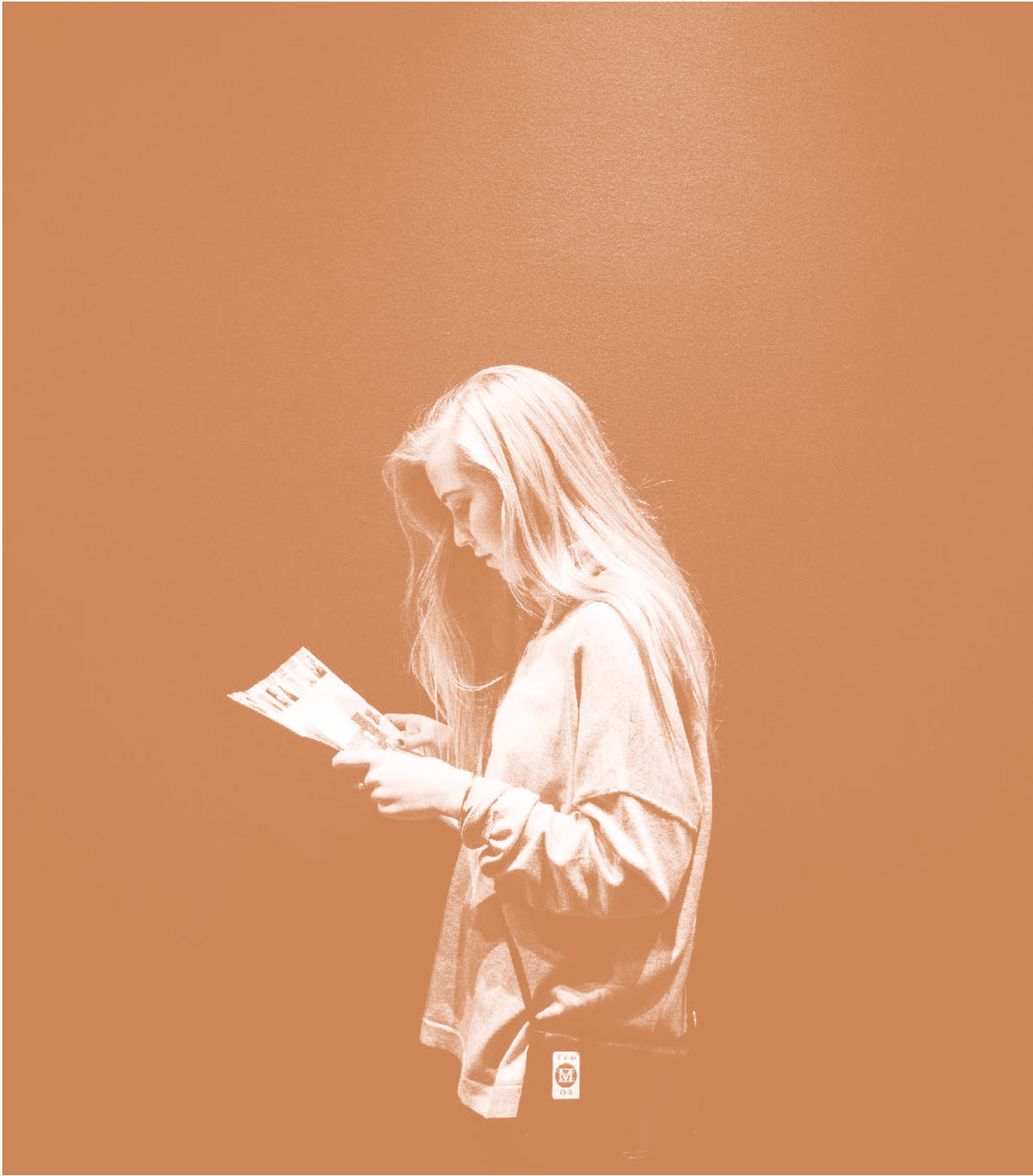
- Cuando la literatura sale a jugar a la calle (Spoken Word). *Silvia Grijalva.*
- Proyecto Cultural El Sitio. Incuba - Guatemala, Incubadora Cultural de Desarrollo Comunitario y Empresarial. La Antigua Guatemala, Guatemala, CA.
- Máster en Gestión Cultural. La experiencia del alumnado. Inmaculada Vilches, Eva Ponga, Nani Soriano.
- Camaleón. La Agenda Cultural de la provincia de Cádiz. *José Fernando Piñeiro Area.*

ANTENAS

- GALICIA / El año cultural en Galicia. *Héctor M. Pose.*
- EUSKADI / Los equipamientos dominan el panorama. *Mikel Etxebarria Etxeita.*
- MADRID / Alientos por desalientos. *Juana Escudero Méndez.*

RESEÑAS DE LIBROS

- Reseñas del CERC.
- Cutura i estratègia de ciutat, de Félix Manito.



- Las Asociaciones Culturales en España, de V.V.A.A.
- Creative Economy, Report 2008.
- Música y sociedad, de Jaime Hormigos Ruiz.
- Equipamientos municipales de proximidad, de V.V.A.A.
- Gestión Cultural, estudios de caso, de A. Colombo y D. Roselló.
- Les Activités Culturelles.
- The social impact of the arts: an intellectual history, de E. Belfiore y O. Benett.
- Imagine... no copyrighth, de J. Smiers y M. Van Schijndel.
- Sociedad interconectada, cultura desconectada, de F. R. Contreras.
- El acceso al patrimonio cultural: retos y debates, de V.V.A.A.
- Reseñas de autor.
- La caja de cristal. Un nuevo modelo de Museo. Los autores
- Equipamientos municipales de proximidad. Mikel Etxebarría Etxeita.

DOCUMENTOS

- Ley 14/2007 de 26 de noviembre de Patrimonio Histórico de Andalucía. *Victoria Usero Piernas*.

Nº 10 · Diciembre 2009

EDITORIAL

FUERA DE CONTEXTO

IDEAS

- Tiempo para consumir cultura. *Jacinto M. Porro Gutiérrez*.

TEMAS

- La Planificación Cultural en España, 1930-1990. *Jesús Cantero*.
- La competencia cultural artística en la educación obligatoria y en la formación inicial del profesorado. *Andrea Giraldez Hayes*.
- El P2P o la democratización de la cultura. *Javier Lorente Fontaneda*.
- El periodismo musical en la era del clic, el blog y el link. *Nando Cruz*.

MONOGRÁFICO «USOS, HÁBITOS Y DEMANDAS CULTURALES DE LAS UNIVERSIDADES ANDALUZAS»

- Introducción gráfica: En qué se parecen y en qué se diferencian. *Ángel Cazorla*.
 - ¿Para qué sirven los estudios de usos, hábitos y demandas culturales en la práctica profesional? *Daniel Mantero Vázquez*.
 - Investigación cualitativa y cuantitativa: Los estudios de usos y motivaciones culturales por cantes de ida y vuelta. *Pedro Jesús Luque Ramos, Antonio Palomo Monereo y Manuel Pulido Martos*.
 - El consumo de cine y teatro de los municipios andaluces con campus universitario. *Jesús Sabariego*.
 - Usos y hábitos de lectura en torno a la Universidad de Andalucía. *Clementina Rodríguez Legido*.
- #### EXPERIENCIAS
- Córdoba, como territorio y reto cultural. Luces y sombras. *Virginia Luque Gallegos*.
 - La territorialidad de la Casa Invisible. *Eduardo Serrano Muñoz*.

- Indigestió: buscando otro modo de pensar la música. *Jordi Oliveras*.
- Photoimagen, un evento y ahora un centro de la imagen. Fundación Imagen 83.
- Proyecto cultural El Sitio. *Enrique Matheu Recinos*.
- Arte y expresión con mujeres privadas de libertad. *Ana Luz Castillo y Andrea Barrios, Colectivo Artesana*.
- Educación Expandida: la Red como fuente de conocimientos. *Rubén Díaz*.
- Una experiencia de cultura y participación. U.P.M. de Jaén. *Angel Cagigas*.
- Librocasión Solidaria. *Sara María Castelló Gaona*.

ANTENAS

- EUSKADI / Tiempos de cambio en Euskadi. *Mikel Etxebarría Etxeita*.

RESEÑAS DE LIBROS

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

Nº 11 · Diciembre 2010

EDITORIAL

FUERA DE CONTEXTO

IDEAS

- Huida hacia adelante. Legado y cambio virtual en la cultura contemporánea. *Pedro A. Vives*.

TEMAS

- La comunicación desubicada y las reubicaciones de la comunicación en la cultura. *Victor Manuel Marí*.
- Los derechos de autor en la exhibición de dramáticos. *Juan Antonio Estrada*.
- La cultura obrera en la provincia de Cádiz. *Felipe Barbosa Illescas*.
- Las cartas están echadas. El futuro del teatro andaluz sobre la mesa. *Nines Carrascal*.

- Consejos de Cultura en las Comunidades Autónomas. *Mikel Etxebarria Etxeita*.
 - ¿Qué hay más allá de la ciudad creativa? *Ángel Mestres Vila*.
 - Redes distribuidas, nuevos mapas para una cultura atópica. *José Ramón Insa Alba*.
- #### EXPERIENCIAS
- Arte y discapacidad. Una realidad oculta, un descubrimiento emergente. *Pablo Navarro*.
 - El agente cultural y social La Marabunta. *Santiago Moreno Tello*.
 - El arte en la educación de los menores de Tánger. *Mar Hidalgo*.
 - Periféricos. Arte Contemporáneo en la provincia de Córdoba. *Javier Flores*.
 - Pa[i]saje del retroprogreso. Dossier Bahía de Algeciras. *Santi Erasó*.

RESEÑAS DE LIBROS

- Diversidad y política cultural: la ciudad como escenario de innovación y de oportunidades.
- Prácticas culturales en España: desde los años sesenta hasta la actualidad.
- Making culture accessible: acces, participation and cultural provision in the context of cultural rights in Europe.
- Mercados culturales: doce estudios de marketing.
- Estudio sobre políticas de apoyo a la creación.
- El Espectador emancipado.
- Culture and class.
- Cultural expression, creativity and innovation
- Observatorios culturales: creación de mapas de infraestructuras y eventos.
- París - Nueva York - París: viaje al mundo de las artes y de las imágenes.

RESEÑAS DE AUTOR

- In-fusiones de jazz. *Adolfo Luján*.

EVENTOS

- 10.000 francos de recompensa (el museo de arte contemporáneo vivo o muerto).

Nº 12 · Diciembre 2011

EDITORIAL

FUERA DE CONTEXTO

MONOGRÁFICOS

Cartografías culturales

- La cartografía cultural como instrumento para la planificación y gestión cultural. Una perspectiva geográfica. *Manuel Arcila Garrido y José Antonio López Sánchez*.
- Cartografías culturales: mapeo y acción cultural. *Santi Martínez Illa y Roser Mendoza Hernández*.
- Guía de recursos culturales de la provincia de Sevilla. *Jesús Cantero Martínez*.
- El mapa cultural de la provincia de Valencia. *José Luis Pinotti Baldrich y Tamara Martínez López*.
- Crónica de la cartografía cultural de Chile: 14 años después. *Mª Paulina Soto Labbé*.

Impacto de los grandes eventos en las ciudades

- La influencia de un proyecto cultural en su entorno: Bienal de flamenco. *A. Domingo González Lavado*.
- Cádiz 2012: lecciones de buenas prácticas. *José Ruiz Navarro*.

TEMAS

- La gestión de públicos culturales en una sociedad tecnológica. *Jaume Colomer*.
 - Atrapado por la música y la escritura. *Jesús Llorente*.
- #### EXPERIENCIAS
- Horizontes compartidos. India en las Bienales de La Habana. *Margarita González Lorente y Carlos Garrido Castellano*.
 - La cárcel en pañales. Una bebeteca multicultural en prisión. *Amaya Pedrero Santos*.
 - Proyecto «Tecnología, información y conocimiento en el tercer sector para la cooperación cultural en el Estrecho» (TIC-TS). *Elena Revuelta de Pablos*.
 - El centro de interpretación de La Caleta de Cádiz; interpretar la interpretación. *Pablo Wait Becerra*.

ANTENAS

- Euskadi / Es el tiempo de la política. *Mikel Etxebarría Etxeita*.

RESEÑAS DE LIBROS

- Acción cultural y desarrollo comunitario.
- Arte y eficiencia: el sector de la cultura visto desde la empresa.
- Las industrias creativas: amenazas sobre la cultura digital.
- Políticas para la creatividad: guía para el desarrollo de las industrias culturales y creativas.
- Economía creativa, desarrollo urbano y políticas públicas.
- Manual de marketing y comunicación cultural.
- Aforo completo. Cómo convertir los datos en audiencias.
- Economía de las industrias culturales en español.
- Estructuras de la comunicación y de la cultura: políticas para la era digital.
- Perspectivas: situación actual de la educación en los museos de artes visuales.

Nº 13 · Diciembre 2012

EDITORIAL

FUERA DE CONTEXTO

IN MEMORIAM

José Vidal Beneyto

Juana Escudero Méndez

IDEAS

- Canto en una lengua extraña. *Jabier Muguruza*.
- La disputa de las Humanidades y la invención de la industria cultural en el liberalismo avanzado. *Francisco Vázquez García*.
- ¿Dónde tocan los músicos? *Antonio Luque*.

TEMAS

- El 15-M y la crisis de la cultura consensual en España. *Amador Fernández-Savater*.

- Deconstrucción y políticas públicas de cultura. *José Ramón Insa Alba*.
- ... De aquellos polvos... *Javier Brun González*.
- La dimensión cultural de la universidad en el estado español. *Antonio Ariño Villarroya y Antonio Javier González Rueda*.
- La extensión de la cultura a través de las bibliotecas públicas y populares (1812-1939). Los viajes de inspección de Juan Vicens por las bibliotecas públicas andaluzas. *Felipe Barbosa Illescas*.

EXPERIENCIAS

- La planificación estratégica en la Consejería de Cultura de la Junta de Andalucía. 1985-2011. *Luis Ben Andrés*
- Una experiencia de autogestión cultural. La asociación ‘Luis de Eguilaz’ de Sanlúcar de Barrameda (Cádiz) y sus revistas Las Piletas (literaria) y Gárgoris (histórica). *Rafael Pablos Bermúdez, José Santiago Miranda y Manuel Parodi Álvarez*.
- Impacto económico de la Semana Santa en La Antigua Guatemala. *Mario García Lara*.

- Sant Josep, el espacio de borde como articulador entre la ciudad formal y la informal. *Patricia López-Goyburu*.
- Centros de interpretación en la provincia de Cádiz. Hacia un modelo de gestión del desarrollo en el territorio. *Virginia Luque Gallegos*.
- El patrimonio afrocolombiano como locomotora del desarrollo. El caso de la música del pacífico en Santiago de Cali. *Sigrid Yanara Palacios Castillo*.

ANTENAS

- Euskadi / Fin de un ciclo. *Mikel Etxebarría Etxeita*.

Nº 14 · Diciembre 2013

EDITORIAL

FUERA DE CONTEXTO

IN MEMORIAM

- Eduard Delgado, diez años de ausencia.
- Ciudad y espacio cultural. Eduard Delgado.

IDEAS

- La alternativa del mecenazgo.
- ¿Hermanos, cuándo fue que se comenzó a joder aquello de entender la cultura como servicio público en España? *Eduard Miralles*.
- Los costes del mecenazgo. *Rubén Gutiérrez del Castillo*.
- Mecenazgo en cultura: ¿Oasis o espejismo? *Mikel Etxebarría Etxeita*.

ENTREVISTA

- Enrique Bustamante Ramírez a cargo de Daniel Heredia.

TEMAS

Monográfico: Observatorios culturales

- Introducción. *Ana Luz Castillo Barrios*.
- Observatorios Culturales. *Mercedes Giovinazzo Marín*.
- Utilidades de los Observatorios Culturales, la perspectiva práctica de los pararrayos. *José Luis Ben Andrés*.
- Observa-re-Labo-ra-re. *Salvador Carrasco-Arroyo*

y *Vicente Coll-Serrano*.

- Observatorio Iberoamericano de Cultura, un complejo pasado y un futuro no menos complicado. *Fernando Vicario Leal*.
- Un ejercicio de prospectiva en torno a los Observatorios Culturales: Hacia la evaluación de la vitalidad cultural. *Raúl Abeledo Sanchís*.
- Observatorio de la Diversidad Cultural en Colombia. *Belén Lorente Molina*, *Edgar Alberto Novoa Torres y Carlos Vladimir Zambrano*.
- Listado de Observatorios Culturales.

TEMAS

- Música, industria y promoción: ¿cómo ha cambiado el marketing musical? *David Andrés Martín*.
- Nueva música: 1913-2013. *Francisco Ramos Núñez*.
- Hacia nuevos modelos de financiación cultural. ¿Renovar el mecenazgo? *Pau Rausell Köster, Julio Montagut Marqués y Tomás Múnyana Beltrán*.
- Cultura de paz y gestión cultural. *Carlos Vladimir Zambrano Rodríguez*.

EXPERIENCIAS

- Planetacádiz. Plan C. Cádiz como ciudad educadora. *Francisco Cano López*.
- Las artes escénicas en Guatemala. Un estudio sobre empleo, realidades y necesidades del sector. *Ana Luz Castillo Barrios*.
- Cátedra Medellín-Barcelona: un proyecto de cooperación ciudad-ciudad desde la sociedad civil. *Félix Manito Lorite*.
- Asuntos interculturales de España y Kazajstán ante los ojos del estu-dian-te. *Parmanova Bakyt y L. A. Bimendieva*.

ENCUESTA

- ¿Qué fue de...? La Cooperación Cultural al Desarrollo.

ANTENAS

- Tiempo de impasse. *Mikel Etxebarría Etxeita*.

Nº 15 · Diciembre 2014

EDITORIAL

FUERA DE CONTEXTO

IDEAS

- Pasado sin futuro & Futuro sin pasado. *Eduardo Subirats*.

ENTREVISTA

- Una conversación con Alfons Martinell. *Eduard Miralles i Ventimilla*.

TEMAS

- Las políticas de lo público en el arte. *Jorge Luis Marzo Pérez*.
- Lo público y la fotografía. Una reflexión sobre el campo fotográfico. *Alberto Martín Expósito*.
- Hacia una arquitectura posible de los derechos culturales en Iberoamérica: el caso de una Canasta Básica de Consumo Cultural para Chile. *Tomás Peters Núñez*.
- Participación ciudadana y regeneración política: Juego de Tronos. *Enrique Bueres Álvarez*.
- La formación de gestores culturales en España. Una tarea inacabada, balance del VII Seminario Internacional del Observatorio Cultural del Proyecto Atalaya. *Ana Luz Castillo Barrios*.

- Cultura en Cádiz durante la transición, 1976-1979. *Enrique del Álamo Núñez*.
- Los medios públicos locales en Andalucía como termómetros de la cali-dad democrática. *Víctor Manuel Marí Sáez, Belén Macías Varela, Francisco Cañete Sainz y Gonzalo Ceballos Castro*.

MONOGRÁFICOS

La gestión cultural en América Latina

- Introducción. Monográfico la Gestión Cultural en América Latina. Protagonizar el futuro. *José Luis Ben Andrés*.
- El «estado del arte» en Chile. *Bárbara Negrón Marambio*.
- Migraciones, gestión cultural e inclusión social en Costa Rica. *Freddy Mauricio Montero Mora*.
- Guatemala: «La cultura, motor de su desarrollo integral». *Max Araújo*.
- Política y cultura en Medellín «modelo para des-armar». *Octavio Arbeláez Tobón*.

- Territorio e identidad en la Argentina. Dos elementos valiosos del diseño y la gestión de las políticas culturales. *M. Victoria Alcaraz*.
- Retos de la política cultural en México. *Alfonso Castellanos Ribot*.
- La Agenda pendiente de la economía creativa en Brasil - eppur si muove. *Ana Carla Fonseca Reis*.

- Retos para la gestión cultural, en América Latina. *Carlos Javier Villaseñor Anaya*.

- Currículum de los Autores del Monográfico.

Monográfico sobre derechos culturales

- Los derechos culturales en clave política y perspectiva social. Transcripción de la conferencia de Josep Ramoneda.
- Las libertades y los derechos relativos al acceso y a la participación en la vida cultural. *Luis Miguel Arroyo Yanes*.
- Observaciones sobre el derecho al patrimonio cultural como derecho huma-no. *Luis Pérez-Prat Durbán*.
- Administración pública, propiedad intelectual e internet. *Manuel Rodríguez Portugués*.
- El ciudadano ante el patrimonio cultural: algunas reflexiones en torno al alcance de su posición jurídica activa a la luz del régimen jurídico previsto para su protección. *Leonardo J. SánchezMesa Martínez*.
- El audiovisual y los derechos culturales. *M. Jesús Rozados Oliva*.

EXPERIENCIAS

- De la cata como una de las Bellas Artes. *F. Vázquez García*.
- Aproximación a una metodología de evaluación de calidad en centros de interpretación. *Virginia Luque Gallegos*.
- Gente de la UFCA. *Colectivo Fotográfico UFCA*.
- Videojuegos educativos y gestión cultural. *Eloísa del Alisal y Abraham Martínez*.

EXPERIENCIAS DE WORKSHOPS DE ECONOMÍA Y GESTIÓN DE LA CULTURA

- Turismo cultural y desarrollo regional: la metrópolis como referencia. *Diomira Maria Cicci Pinto Faria*.

- De vueltas con la creatividad: una propuesta de medición para el caso español. José Luis Martín. *Navarro, María Luisa Palma Martos y María Inmacu-lada Martínez Camacho*.
- Problemática y acciones de marketing en el sector de las artes escénicas de la Comunidad Valenciana. *Manuel Cuadrado García, Gloria Berenguer Contrí, Mª José Miquel Romero y Carmen Pérez Cabañero*.

Nº 16 · Diciembre 2015

EDITORIAL

IDEAS

- Sigue vivo.

A propósito del 25 aniversario de La política cultural, qué es y para qué sirve de Emiliano Fernández Prado, *Jorge Fernández León*.

TEMAS

- Por qué la derecha está ganando la batalla de la música popular? Pop, política y la importancia del lazo social. *Víctor Lenore*.
- La época que escribe. Literatura (y) política en las redes. *Remedios Zafra Alcaraz*.
- Apuntes para un Manual de buenas prácticas para la participación ciudadana en la gestión del patrimonio cultural en Andalucía. *Aurora Arjones Fernández*.
- Cultura y Desarrollo Sostenible. *Virginia Luque Gallegos*.
- Aproximación a la memoria del cineclubismo: del Cineclub Iuventus al Ci-neclub Universitario, Cádiz (1963-1993). 30 años despertando la conciencia crítica a través del cine. *Felipe Barbosa Illescas y Enrique del Álamo Núñez*.
- La memoria como fermento o el libro-álbum como acta de una labor deportiva. Tres ejemplos. *Héctor Pose Porto*.

EXPERIENCIAS

- Reflexiones a propósito de una temporada en los Estados Unidos. *Carlos Javier Villaseñor Anaya*.
- Acción social por la música: «El Sistema» en Nueva York. *Álvaro F. Rodas Núñez*.
- El reto de la participación en cultura. *Mikel Etxebarria Etxeita*.
- O SESC em São Paulo: vocação educativa e transversalidade. *Daniilo Santos de Miranda*.

RESEÑAS

- Un manual de gestión cultural ampliado y mejorado.
- El futuro de los Centros Culturales en la Europa Creativa. Reflexiones desde Camargo. Una experiencia booksprint, *Mikel Etxebarria Etxeita*.

Nº 17 · Diciembre 2016

EDITORIAL

FUERA DE CONTEXTO

IDEAS

- Las paradojas de la cultura crítica. Las clases creativas como intelectuali-dad orgánica del capitalismo postfordista. César Rendueles

CRÓNICAS

• Añón del Moncayo. Reflexiones sin onomatopeyas sobre la gestión de la cultura. Luis Ben (relator).

TEMAS

- Cultura e política cultural: cinco desafíos para a década / *Cultura y política cultural: cinco desafios para una década*. Teixeira Coelho.
 - Machismo, racismo, clasismo y cosmopaletismo, los cuatro jinetes del pe-riodismo musical / *Sexism, racism, classism and cosmopaletismo, the four horsemen of the journalism musical*. Fernando Cruz.
 - El valor de la obra cultural y patrimonial de las cajas de ahorro / *The value of cultural and heritage activities of savings banks*. Anna Villarroya.
 - Una economía cultural de la cultura / *A cultural Economy of the Culture*. Jaron Rowan.
 - Gustos musicales de la población andaluza: abordando el análisis desde el plano meso-sociológico / *Musical tastes of the andalucian poblation: coming up to the analysis from the mesosociological plane*. Rosalía Martínez García y Jesús Moreno García.
 - Museología para la innovación social: una experiencia de regeneración territorial en la periferia europea / *Museology for social innovation: an experience of territorial regeneration in the periphery of Europe*. Marta Rey-García, Noelia Salido-Andrés, María José Sanzo Pérez, Luis Ignacio Álvarez González.
 - Grandes momentos del cine en San Fernando / *Great moments of cinema in San Fernando*. Rafael Garófano Sánchez.
- MONOGRÁFICO: LA GESTIÓN CULTURAL EN MÉXICO**
- Introducción / *Introduction*. Periférica Internacional.
 - Editorial / *Editorial*. Ahtziri E. Molina Roldán y José Luis Mariscal Orozco.
 - Formación e investigación de la gestión cultural en México: Balance y perspectivas / *Education and research about Cultural Management in Mexico: Balance and Prospects*. José Luis Mariscal Orozco.
 - La Gestión Cultural Universitaria en México hoy, entre la atención a es-tudiantes y el mercado cultural / *University’s cultural management in Mexico to-day, between attending the students and the cultural market*. Ahtziri Molina Roldán.
 - Nuevas formas de producir, circular, consumir y rentabilizar la cultura: los contenidos culturales envasados y una mirada desde el caso mexicano / *New ways of producing, circulating, consuming and making the most of culture: packaged cultural content with a look at the case of Mexico*. Rodrigo González Reyes.
 - Economía y Cultura en México. Apuntes de una agenda en construcción / *Economy and Culture in Mexico. Notes of an agenda under construction*. Marissa Reyes Godínez.
 - Hacia una perspectiva del actor múltiple de la cultura en la construcción de paz y la gestión cultural / *A multi-actor perspective of culture in peacebuilding and cultural practices*. Jorge Linares Ortiz
 - Aproximaciones sobre asociatividad cultural en México / *Approaches on partnership networks in culture in Mexico*. Alejandrina Pacheco García y Alba Iris Velasco Olvera.

- Derechos culturales y ciudadanía. Una reflexión desde la condición mexicana / *Cultural rights and citizenship. A reflection from the Mexican condition*. Eduardo Nivón Bolán.
- Cambios recientes en la institucionalidad cultural de México, un proyecto en redefinición / *Recent changes in the cultural institutions of Mexico, a project redefinition*. Carlos Javier Villaseñor Anaya.

EXPERIENCIAS

- La Térmica de Málaga. Un proyecto de cultura contemporánea apegado al territorio / *The Térmica in Malaga. A contemporary cultural project strongly linked to the region*. Antonio Navajas Rey.

ÓPERA PRIMA

- La (in)esperada gentrificación cultural. El caso Barcelona / *The (un)expec-ted cultural gentrification. The case of Barcelona*. Fátima Vila Márquez.
- Carnaval de Cádiz y cine, una relación recíproca / *Cadiz carnival and film, a reciprocal relationship*. Ignacio Sacaluga Rodríguez y Álvaro Pérez García.

RESEÑAS

ÍNDICES

Nº 18 · Diciembre 2017

EDITORIAL

ENTREVISTA

- Entrevista a Santiago Eraso, Daniel Heredia

CRÓNICA

- Universidad y cultura: balance de una relación. Relato del seminario de verano del Observatorio Cultural del Proyecto Atalaya, Manuel J. Parodi Álvarez (relator)

MONOGRÁFICO

- Ideas, la cultura en el siglo XXI. Incertidumbres frente a certezas (ade-lanto editorial del Manual Atalaya de Gestión Cultural) · Introducción • La difícil relación entre educación y cultura. ¿Un divorcio inevitable y per-manente? / *The difficult relationship between education and culture. An unavoidable and permanent separation?*, Gemma Carbó Ribugent
- Desigualdad, ¿existe alguna posibilidad de conseguir niveles de igualdad aceptables? / *Inequality. Is it at all possible to achieve acceptable levels of cultural equality?*, Modesto Gayo
- Desenredando la economía de la cultura / *Untangling the economy from culture*, Ramón Zallo Elguezabal
- Las industrias culturales y creativas / *Cultural and creative industries*, Enrique Bustamante Ramírez
- *A moldura decisiva. Arte e tecnologia no século XXI*, Teixeira Coelho / El marco decisivo. Arte y tecnología en el siglo XXI, Teixeira Coelho
- ¿Quiénes son los gestores artísticos? Una investigación sociológica sobre el caso francés, Vincent Dubois / *Who are the Arts Managers? A Sociological Research on the French Case*, Vincent Dubois
- Lo que saben de las imágenes. Fotografía y medio digital / *What pictures tell us. Photography and digital media*, Alberto Martín Expósito

TEMAS

- ¿Para qué sirve la longitud del brazo? Una aproximación al origen de las políticas culturales en el mundo anglosajón / *Why ‘arm’s length’? Examining the origins of Anglosaxon cultural policies*, Jorge Fernández de León
- Políticas culturales en los ayuntamientos del cambio. ¿Hacia unas polí-ticas públicas de lo común? / *Cultural policies in the new wave of town councils. Are we moving towards making common policies public?*, Nicolás Barbieri
- Retrato del artista rock: Tres aproximaciones. Miradas de cine sobre The Rolling Stones, The Clash y Nick Cave / *A portrait of the artist as a rock star: Three approaches. The movies of The Rolling Stones, The Clash and Nick Cave*, Eduardo Guillot
- De lo que los objetos cuentan o la ciudad interpretada / *What objects tell us or the city interpreted*, José Ramón Barros Caneda

ÓPERA PRIMA

- La expansión urbanística de Vietnam vista por artistas. Perspectivas inter-generacionales / *Vietnam’s Urban Expansion as Seen by Artists: Intergenerational Perspectives*, Cristina Nualart

EXPERIENCIAS

- Reflexionando sobre el Plan Nacional de Patrimonio Industrial: expe-riencias y expectativas para la educación en competencias en Andalucía / *Reflecting on the National Plan for Industrial Patrimony: experiences and expectations for skillbased education in Andalusia*, Aurora Arjones Fernández

NORMAS DE PUBLICACIÓN Y DE EDICIÓN

NÚMEROS PUBLICADOS

DECLARACIÓN

ÉTICA Y DE BUENAS PRÁCTICAS

PERIFÉRICA Internacional es una publicación dirigida a comunicar y compartir visiones sobre el fenómeno sociocultural, a través de aportaciones de especialistas en el mundo de la gestión, creación e investigación cultural (sección Temas y Monográfico), así como publicación de investigaciones y trabajos de convocatoria abierta (Opera Prima y Experiencias).

El Consejo Asesor y Equipo Editorial del PERIFÉRICA Internacional apuesta por el compromiso ético, por lo que adopta como referencia el Código de Conducta que, para editores de revistas científicas, ha establecido el Comité de Ética de Publicaciones, del Committee on Publication Ethics (COPE).

Igualmente, en el desarrollo de sus funciones, los miembros de la Universidad de Cádiz que participan en PERIFÉRICA Internacional, como miembro de cualquiera de sus estamentos, revisores o autores, atenderán a lo recogido en el Código Ético de la Universidad de Cádiz (Código Peñalver).

Compromiso ético del Consejo Asesor y Equipo Editorial de PERIFÉRICA Internacional

Se definen como obligaciones y responsabilidades generales de los miembros del Consejo Asesor y Equipo Editorial de PERIFÉRICA Internacional, los siguientes:

- Atender en todo momento las demandas y necesidades de los lectores y autores.
- Apostar por la mejora continua de la revista.
- Velar por la calidad de los contenidos publicados en la revista.
- Defender la libertad de expresión y la pluralidad de las publicaciones.
- Mantener la integridad académica de su contenido.
- Aceptar, en su caso, la publicación de correcciones, aclaraciones, retractaciones y/o disculpas por errores voluntarios o involuntarios que pudieran cometerse.

Compromiso ético de PERIFÉRICA Internacional con sus lectores/as

PERIFÉRICA Internacional se compromete a establecer un canal de comunicación fluido y accesible donde los lectores puedan solicitar información, aclaración o presentar una reclamación. Dicho canal se hará visible en la plataforma online de la revista. Los lectores tendrán derecho a estar informados sobre aspectos de financiación de la revista.

Compromiso ético de PERIFÉRICA Internacional con los/las autores/as

PERIFÉRICA Internacional se comprometa a asegurar la calidad del material que publica, atendiendo y haciendo cumplir las normas de la revista y sus diferentes secciones. Se compromete a hacer pública las normas de publicación y normas de edición, a través de las Directrices para autores. Las decisiones de los editores para aceptar o rechazar un documento para su publicación se basarán en la originalidad, claridad expositiva, importancia de la aportación del estudio y en la idoneidad del mismo en relación a la línea editorial de la revista. Para las secciones de Opera Prima y Experiencias (sometidos a revisión por pares), PERIFÉRICA Internacional se compromete a la asignación de revisores de reconocido prestigio y reconoce el derecho de los autores/as a estar informados sobre todos los pasos del proceso de revisión, incluido el derecho a apelar contra las decisiones editoriales.

PERIFÉRICA Internacional se compromete a mantener actualizados en su página web todas las directrices para los autores, modalidades de envío, los avisos de derechos de autor/a y la declaración de privacidad de los mismos.

La presente Declaración ética y de buenas prácticas podrá actualizarse regularmente y se publicará a través de un vínculo directo dentro del apartado Políticas de la revista.

Los cambios de composición del Consejo Asesor o Equipo editorial no afectarán a las decisiones ya tomadas salvo casos debidamente justificados.

NORMAS DE PUBLICACIÓN Y EDICIÓN

DE PUBLICACIÓN

1. *Periférica* admite trabajos originales redactados en castellano, inglés, francés o portugués, que se atengan a la línea editorial de la revista expuesta en la presentación. Los originales se presentarán a través del siguiente enlace <http://revistas.uca.es/index.php/periferica/loginpresos> a doble espacio, letra Garamond, cuerpo 12. Para cualquier duda puede enviarse un correo a la siguiente dirección: periferica@uca.es

2. Cada artículo deberá tener, igualmente, un breve resumen en castellano e inglés, el título del artículo traducido al inglés, una serie de palabras claves también en los dos idiomas y la fecha de envío del trabajo.

3. Se deberá indicar con claridad a lo largo del texto la colocación de cuadros, fotografías e ilustraciones. Todas las imágenes se adjuntarán en formato digital con calidad para ser reproducidas e irán identificadas con sus correspondientes pies. La revista *Periférica* entiende que los autores tienen los derechos pertinentes para la publicación de las imágenes que proporcionan.

4. *Periférica* tiene por objetivo publicar dos tipos de artículos. Los trabajos encuadrados en la sección Temas y Monográfico serán encargados a especialistas en temas monográficos sin necesidad de sometimiento a sistema de revisión. Los trabajos presentados a la sección de Experiencias y Ópera Prima -de convocatoria abierta- han de ser propuestas originales, por lo que aquellos artículos recibidos que estén en proceso de aprobación por parte de otra revista serán rechazados. Los artículos presentados a Experiencias y Ópera Prima serán sometidos al sistema de evaluación externa por pares (doble ciego).

Los autores serán informados de la evaluación por los responsables de la revista. La revista no está obligada a devolver los originales, ya sean los trabajos admitidos o rechazados para su publicación.

5. *Periférica* se publica con una licencia de Reconocimiento-NoComercial-SinObra-Derivada 2.5 de Creative Commons, cuyo texto completo se puede consultar en creativecommons.org por lo que se permite la copia, distribución y comunicación pública de los trabajos siempre y cuando se cite al autor del texto y a *Periférica*, pero no se pueden hacer usos comerciales ni obra derivada. Los contenidos de la revista serán liberados y colocados en internet para su libre descarga coincidiendo con la aparición del mismo en la periodicidad declarada (sin embargos).

DE EDICIÓN

1. Las notas bibliográficas se colocarán al final del texto siguiendo el siguiente modelo abreviado: apellidos del autor en mayúsculas, coma, inicial del nombre en mayúscula, punto, año de la publicación entre paréntesis, dos puntos, y páginas de donde se toma la cita. En el cuerpo de texto las llamadas a las notas deberán ir con números y entre paréntesis.

2. Tras las notas, se desarrollará la bibliografía citada, siguiendo los siguientes modelos:

-Citas de libros: apellidos e inicial del autor en mayúsculas, punto, año entre paréntesis, dos puntos, título del libro en cursiva, coma, ciudad de publicación, coma, editorial y páginas citadas precedidas de la abreviatura págs.

Ejemplo: COHEN, A. (1984): Herbert Bayer, Cambridge, MIT Press, págs. 40-41.

-Citas de artículos: apellidos e inicial del autor en mayúsculas, punto, año entre paréntesis, dos puntos, título del artículo entre comillas, punto, nombre de la revista en cursiva, número del volumen precedido por la abreviatura n.º, coma y páginas del artículo precedidas de la abreviatura págs.

Ejemplo: COLL, C. (2004): “Psicología de la educación y prácticas educativas mediadas por las tecnologías de la información y la comunicación”. Sinéctica, n.º 25, págs. 1-25.

-Citas de trabajos en obras de conjunto: apellidos e inicial del autor en mayúsculas, punto, año entre paréntesis, dos puntos, título del capítulo entre comillas,

“en”, nombre del editor con la inicial del nombre seguida de los apellidos en minúscula, “(ed.)”, título del volumen en cursiva, coma, ciudad de publicación, coma, editorial y páginas del capítulo precedidas de la abreviatura págs.

Ejemplo: COLL, C. (2004): “Psicología de la educación y prácticas educativas mediadas por las tecnologías de la información y la comunicación” en C. López (ed.), La enseñanza, Madrid, Alianza, págs. 1-25.

- Citas de documentos electrónicos: apellidos e inicial del autor en mayúsculas, punto, año entre paréntesis, dos puntos, título del trabajo en cursiva, ciudad de publicación, editorial -si la hubiera-, fecha de consulta, url.

Ejemplo: TRÉNEL, M. (2004): Measuring the quality of online deliberation. Coding scheme 2.4 [en línea], Berlín, Social Research Center, fecha de consulta: 06/06/2005, http://www.wz-berlin.de/quod_2_4.pdf

