LA CULTURA EN LA PROVINCIA DE MÁLAGA

DICTAMEN

Septiembre 2010

MADECA

Índice

1. **Introducción.**
2. **Objetivos.**
   - **2.1. General.**
   - **2.2. Específicos.**

3.- Marco Teórico.
- **3.1. Cultura, Creatividad y Política.**
  - **3.1.1. Creatividad para el dialogo social y multicultural.**
  - **3.1.2. industrias creativas.**
  - **3.1.3. Creatividad y consumo.**
- **3.2. Política Cultural.**
  - **3.2.1.Papel del Estado hoy en día ante la cultura.**
  - **3.2.2. Formas de intervención estatal.**
  - **3.2.3.Criterios para el diseño de Políticas Culturales.**
- **3.3. Agentes Culturales: Tipos y Características.**
- **3.4. Competencias de las Administraciones Públicas en cultura.**
  - **3.4.1 La Cultura en la integración Europea.**
  - **3.4.2 La Cultura en la Constitución Española. Competencias ministeriales.**
  - **3.4.3. Competencias de la Comunidad Autónoma Andaluza en cultura.**
  - **3.4.4. Competencias de las entidades locales en cultura.**

4.- Málaga provincia cultural.

5.- Análisis DAFO de la Gestión Cultural desarrollada en la provincia de Málaga.
- **5.1. Debilidades**
- **5.2 Fortalezas**
- **5.3 Amenazas**
- **5.4 Oportunidades**
- **5.5 Conclusiones**

6.- Objetivos Estratégicos.

7.- Propuestas de actuación.

8.- Bibliografía.

1. INTRODUCCIÓN

Reflexionar en profundidad para determinar el modelo de desarrollo que se desea para la actividad cultural en la provincia de Málaga, se convierte en la necesidad de estudio de este informe.

Existe una relación directa entre cultura y desarrollo. Mientras que el desarrollo se desprende de su simple asimilación al crecimiento económico, la cultura aporta al desarrollo identidades, diversidad e interculturalidad.

Una de las áreas más dinámicas de la cultura es el de las industrias culturales. La economía creativa, representa un sector que crece de manera sostenida, aunque sin duda el momento que vivimos de incertidumbre económica les está afectando sin poder calibrar en estos momentos sus consecuencias a medio plazo.

Las industrias culturales y creativas, ejercen su influencia en los procesos de desarrollo mostrando las posibilidades que tienen los territorios de fortalecer y redistribuir sus ingresos, a través de políticas públicas y planes concretos. Éstas generan rentabilidad y empleo, resaltan la creatividad local y encuentran fortalezas en las culturas locales.

Los productos culturales son mucho más que mercancías, son soporte de cohesión social y democracia, por este motivo los poderes públicos los recogen como un derecho de la ciudadanía.

El fundamento de la política cultural es el reconocimiento del derecho a la cultura, tomando como base la Declaración de los Derechos Humanos y en el Estado Español, la Constitución de 1978, que reconoce tal derecho.

En la Conferencia Intergubernamental sobre Políticas Culturales[1] para el Desarrollo, celebrada en Estocolmo el 30 de marzo de 1998, se reafirman los principios fundamentales de la Declaración de México sobre Políticas Culturales[2], de agosto de 1982, en la que la cultura quedaba definida como el "conjunto de rasgos distintivos, espirituales y materiales, intelectuales y afectivos que caracterizan una sociedad o un grupo social". Ella engloba, además de las artes y las letras, los modos de vida, los derechos fundamentales del ser humano, los sistemas de valores, las tradiciones y la creencias". De ella extraemos dos ideas que se han considerado premisas de cara a desarrollar el informe que nos ocupa:

[1] UNESCO: Conferencia Intergubernamental sobre políticas culturales para el Desarrollo. Estocolmo (1998).
[2] UNESCO: Conferencia Mundial sobre Políticas Culturales. México (1982).

- Incumbe a los poderes públicos encauzar la actividad creadora con miras a acrecentar la autonomía y la participación de los ciudadanos, a fin de fortalecer la democracia, construir y administrar mejor las ciudades y revitalizar las comunidades rurales.

- Es responsabilidad de los gobiernos suscitar condiciones propicias para que los artistas, los empresarios culturales y los ciudadanos puedan reflexionar, actuar y trabajar de manera creativa.

Estas consideraciones centran la idea básica de cualquier política cultural. En primer lugar, la cultura es un derecho de los ciudadanos, y en segundo lugar las políticas culturales deben propiciar la creatividad y la participación.

Además incumbe a los poderes públicos equilibrar las diferencias que puedan producirse entre las zonas urbanas y rurales y garantizar una real democracia tanto dentro como fuera de las instituciones, que facilite el acceso a la cultura, su disfrute y creación.

Por otro lado, definir y aplicar una política cultural eficaz, según la UNESCO[3] implica encontrar nuevos métodos para mantener la cohesión en sociedades multiétnicas basadas en el pluralismo. La política cultural precisa de nuevos medios para estimular la creatividad en el campo de la política, de la tecnología, de la industria y del comercio, de la educación, de las artes y del desarrollo social y comunitario. La política cultural significa también atribuir nuevas funciones a los medios de comunicación para que contribuyan a reducir la distancia entre los "pudientes" y los "desheredados". Además es preciso que adopte la perspectiva de género y proceder a una redistribución de los recursos y del poder entre hombres y mujeres. La política cultural incluye también la idea de ofrecer funciones más importantes a los jóvenes, que son portadores de lo que será la cultura en las siguientes generaciones…

Para ello, se están poniendo en marcha observatorios culturales que pretenden conocer lo que se hace y hacer un seguimiento para garantizar la aplicación de estas u otras medidas a nivel europeo, estatal autonómico ó local, ya que "la creatividad cultural es considerada como una fuente de progreso humano y de diversidad cultural; al ser un tesoro de la humanidad, resulta esencial para su desarrollo"[4]..."por ello, debemos facultar a cada individuo y a cada comunidad para aprovechar su creatividad y para que encuentren y consoliden maneras de vivir con otros, facilitando un desarrollo humano auténtico y la transición hacia una cultura de paz y de no-violencia"[5]

Sabemos que sistematizar las experiencias es un trabajo añadido que en muy pocas ocasiones se realiza, salvo que haya una petición expresa o un encargo profesional externo. La gestión diaria estresa lo suficiente como para además pararse a pensar el por qué se hace así y no de otra manera, o el para qué lo estamos haciendo. Este trabajo

[3] UNESCO/ Consejo de Europa, *Questionnaire of the Public Financing of Cultural Activities in Europe* (provisional), 1994; Australia Bureau of Statistics, 1994; Banco Mundial, 1994.
[4] Principio nº6 de la Conferencia Intergubernamental sobre Políticas culturales para el desarrollo. UNESCO. Plan de acción sobre Políticas par el desarrollo.
[5] Principio nº 12 de la Conferencia Intergubernamental sobre Políticas culturales para el desarrollo. UNESCO. Plan de acción sobre Políticas para el desarrollo.

atropellado o de "salto de mata" a lo único que conduce es a la indefinición de política cultural, o al menos al desconocimiento explícito de ella, ya que la improvisación es contraria a la planificación. Es por ello que se realiza este informe, considerándolo el germen de por dónde orientar un plan estratégico futuro de la cultura en la provincia de Málaga.

La puesta en marcha de políticas públicas culturales en España es muy reciente, teniendo en cuenta el período de cuarenta años de dictadura que fulminó las iniciativas culturales iniciadas en las Repúblicas anteriores y acabó con el gran movimiento cultural de principios del siglo XX, provocando la emigración de pensadores y artistas.

Estos antecedentes históricos más próximos, así como la necesidad de realizar una rápida adaptación a los cambios sociales desde posiciones de desventaja respecto a otros países europeos que se desarrollaron más lentamente, según Martinell[6], podrían ser la causa de la escasa elaboración de políticas culturales en las administraciones públicas españolas, realizando actividades, en muchos casos, por inercias que obtienen resultados inmediatos, más que por iniciativas que repercutan, culturalmente hablando, a medio-largo plazo.

Por otro lado, existe un sentimiento muy generalizado de que la cultura se justifica socialmente por sí misma, y, por esta razón, no disponemos de estudios profundos sobre el impacto del sector cultural. En octubre del año 2002, Lucca Dal Pozzolo[7], director del *Observatorio Culturales del Piemonte*, expresaba en una ponencia, "las dificultades metodológicas de la investigación en el campo de la cultura, dado los perfiles difusos, poco delimitados de la materia, que dificultan una visión global y estructurada de los sistemas, proponiendo adoptar una nueva perspectiva en la que poder reconstruir los diversos componentes de la realidad cultural, uniendo los puntos detectados para mostrar la evidencia de una forma global que posibilite su comprensión y su posterior transformación en herramientas para el diseño, la planificación, gestión y evaluación de políticas culturales".

Es entonces, cuando evidenciamos una fragilidad en las políticas culturales y en sus agentes y la necesidad de una nueva generación de las mismas centradas en un mayor rigor y justificación de sus propuestas.

Conocer el territorio, facilitar la participación y la formación cultural, serán factores claves que permitirán la implantación de políticas culturales más elaboradas, centradas en las potencialidades reales, o el desarrollo de nuevas, pero con una gran dosis de adecuación y realismo. Además de propiciar el paso de las políticas "activistas" como respuesta primaria e inmediata a algunas demandas puntuales, a unas políticas de "opción" que se concretan en proyectos a medio y largo plazo y que conllevan la implicación de la cultura con otros sectores sociales, tal y como argumenta Martinell.[8]

---

[6] Martinell, A: "Gestión Cultural", Pérez Serrano, G., *Administraciones Públicas y movimientos sociales.* Sevilla, Consejería de Relaciones con el Parlamento (1999), p. 106.
[7] Dal Pozzolo, L.: *Rèseaux, systémes, milieux: les defis de l´analyse et de l´évaluation*. Coloquio Internacional de Estadísticas Culturales, Montreal (2002).
[8] Martinell, A: "Gestión Cultural", Pérez Serrano, G., *Administraciones Públicas y movimientos sociales.* Sevilla, Consejería de Relaciones con el Parlamento (1999), p. 120.

2. OBJETIVOS

2.1 Objetivo General

Analizar la gestión cultural desarrollada a nivel provincial y realizar propuestas para el diseño de un futuro plan estratégico, haciendo hincapié en cada una de las subáreas: literatura, música, artes visuales, cine, teatro y comunicación, con el objeto de que puedan diseñarse propuestas creativas que propicien y mejoren la articulación, comunicación y participación de los distintos agentes culturales de la provincia de Málaga en las programaciones culturales que se pongan en marcha.

2.2 Objetivos Específicos

- Sistematizar las actuaciones en gestión cultural, en la provincia de Málaga, por subáreas (música, artes escénicas, cine, artes plásticas, literatura, formación cultural y comunicación), atribuyendo a quién compete cada una de ellas, lo cual nos permitirá establecer un mapa de la gestión cultural en la provincia.

- Realizar un análisis de la gestión cultural desarrollada, utilizando como instrumento el DAFO, que nos servirá para maximizar Fortalezas y Oportunidades y minimizar Debilidades y Amenazas.

- Proponer estrategias y líneas de actuación políticas y técnicas que faciliten la participación de otros agentes en las programaciones culturales a nivel provincial.

3. MARCO TEÓRICO

Para fundamentar nuestro trabajo, hemos seleccionado una serie de conceptos que consideramos indispensables para describir la gestión cultural en la provincia de Málaga.

3.1. Cultura, Creatividad y Política

3.1.1. Creatividad para el diálogo social y multicultural.

Para muchos autores (y gestores) como Fernando Cembranos[9] en sus *Juegos de Sentidos,* publicado en 1997, existe un proceso por el cual la creatividad como nombre se sitúa cada vez más en el ámbito del mercado y de lo privado y menos en el colectivo, social o público. Lo "creativo" pertenece al mercado, los "creativos, también". Es difícil imaginarse asociar la palabra creatividad con la palabra política, si no, pensemos en frases como "feminismo creativo", "creatividad y sindicalismo", "pueblo creativo". Sin embargo, cada vez más se está produciendo una asociación entre creatividad y política, superando el plano exclusivamente individual y otorgándole a la creatividad una vertiente más social, ligada a la resolución de necesidades humanas, vinculada al proceso general de la inteligencia, buscando una dimensión ética de la creatividad, crear para mejorar, para sobrevivir, crear para la colectividad.

[9] Cembranos, F. : *Juegos de Sentidos*. Madrid. Popular. (1997)

Decía Ilya Prigogine, Premio Nobel y miembro de la Comisión Mundial de Naciones Unidas para la Cultura y el Desarrollo, que el siglo XX ha transformado a "un mundo finito de verdades en un mundo de infinita duda e incertidumbre". Para aprender a vivir con la incertidumbre, Lourdes Arizpe[10] comenta que es necesario cultivar la creatividad humana –y recuperar el sentido original de "cultura" en tanto que acción de cultivar– para que los individuos, las comunidades y las sociedades puedan adaptarse con imaginación y capacidad de innovación a la nueva era global.

La Comisión de Cultura y Desarrollo, en su informe *Nuestra Diversidad Creativa*[11], no se refiere exclusivamente a la creatividad necesaria para la producción individual de un objeto al que se atribuye un valor estético (un objeto de arte) sino a la creatividad necesaria para inventar nuevas formas de organizarse en sociedad y crear nuevos sentidos. Aunque no se debe idealizar a las culturas, pues sabemos que la creatividad está circunscrita a una sociedad con determinadas instituciones, valores y limitaciones políticas.

Por esta razón, el Plan de Acción de la Conferencia Intergubernamental de Políticas Culturales[12] en Estocolmo, Suecia, de marzo de 1998, hizo hincapié en la necesidad de ampliar el marco de acción de las políticas culturales, interaccionando con políticas sociales y económicas, al tiempo que se promueve la creatividad y la participación en la vida cultural, que refuerce la libertad de creación y la convivencia entre culturas.

Más recientemente, en la Conferencia General de Naciones Unidas[13], en noviembre de 2000, treinta y cinco Ministros de Cultura se pronunciaron sobre la necesidad de proteger la diversidad cultural en un mundo globalizado, asegurando que los bienes con contenido cultural obtengan un trato especial en el mercado internacional.

Hay que desechar la metáfora que nos legó la antropología, que tuvo su razón de ser intelectual y política en el siglo XIX, que describe al mundo como un "mosaico de culturas". Esta horizontalidad y yuxtaposición no corresponde ya a un mundo de telecomunicaciones instantáneas, de migraciones y de transición cultural.

Por ello mismo, no puede pensarse que una integración regional sea posible desatendiendo los demás niveles de re-integración cultural. Por ejemplo, las demandas gitanas, la reivindicación de formas culturales islámicas, de países del este, de América del Sur…, las nuevas culturas urbanas que están inventando los jóvenes…

Esta tarea de reinventar el papel del Estado y de la sociedad civil, transformar las instituciones, crear consensos y coordinar a los diversos actores participantes en la mediación cultural, tiene al menos dos aspectos diferenciados, según Arizpe:

---

[10] Arizpe, L. Informe para la creación de la Comisión Mundial de Naciones Unidas para la Cultura y el Desarrollo, en calidad de Subdirectora General para la Cultura de la UNESCO (1992).

[11] Pérez de Cuellar et al. 1997. Comisión Mundial de Cultura y Desarrollo. *Nuestra Diversidad Creativa* (1996). México. Fondo de Cultura Económica.

[12] Cumbre Intergubernamental sobre políticas culturales al servicio del desarrollo. Suecia (1998).

[13] Creación de la red internacional para la diversidad cultural (2000).
Declaración sobre la Diversidad Cultural, Consejo de Europa (2000).
Declaración sobre la Diversidad Cultural, UNESCO (2001).
Alianza Mundial sobre la diversidad cultural UNESCO (2003).
Proclamación del 21 de mayo "Día Mundial de la diversidad cultural para el diálogo y el desarrollo".

1. El primero de ellos trata la necesidad de crear nuevas legislaciones, instituciones y mecanismos de organización de la vida pública nacional vinculados al *pluralismo cultural*; a las formas peculiares de multietnicidad y multiculturalismo del continente.

2. El segundo se refiere a las cuestiones de gobernabilidad y a fórmulas tales como delegación, descentralización o empoderamiento.

La mejor manera de dar espacio a la diversidad étnica es dar espacio a los movimientos sociales, grupos artísticos, radios y televisiones independientes, sindicatos, grupos étnicos, asociaciones de consumidores, etc., en el convencimiento de que únicamente la multiplicación de actores puede favorecer el desarrollo cultural democrático y la representación de múltiples identidades.

Nunca ha sido tan necesario como ahora elaborar políticas que fomenten la convivencia democrática interétnica. En algunos países, ciertos grupos están regresando a culturas localistas y a fundamentalismos religiosos, mientras que otros exigen por la violencia las promesas incumplidas del desarrollo.

El *Informe Mundial de Cultura* que publica la Unesco[14] propone fórmulas para la gobernabilidad como la descentralización, el empoderamiento o la extensión de derechos ciudadanos para incorporar sectores excluidos de la esfera política y del intercambio de posiciones para garantizar mayor gobernabilidad y continuidad institucional.

La democracia se fortalece cuando se dan ciertas condiciones culturales. Pero es a través de la creación de instituciones democráticas como se construye una cultura más participativa que, a su vez, contribuye a consolidar la democracia. Esencialmente, la relación de causalidad parte de las instituciones sociales y políticas para ir hacia los valores y las prácticas políticas.

El remedio de la etnicidad separatista y exclusivista es la etnicidad multicultural. El diálogo intercultural se convierte en un instrumento fundamental de acción política, que debe utilizarse en función de las formas locales de gestión y organización.

Las autoridades municipales pueden favorecer la paz y la prosperidad en sus municipios prestando más apoyo a las iniciativas locales. Además de proveer los servicios indispensables de sanidad, educación, vivienda, suministro de agua y saneamiento, pueden estimular nuevas formas de expresión artística que darán un mayor dinamismo al diálogo entre lo local y lo mundial. Dondequiera que se encuentren, los artistas tratan de expresar su personalidad y su cultura y, haciéndolo así, crean tendencias mundiales. El nuevo asiento de la creación artística es ahora el mercado mundial. Los responsables políticos deben velar para que los artistas puedan estar presentes en los mercados mundiales de expansión.

Sin duda hacer políticas creativas es complejo, pero la complejidad y la diversidad es de las pocas cosas que pueden hacer daño a la lógica simple del capital, siguiendo palabras de Cembrano, “el capital ha cogido la complejidad y la ha puesto al servicio de la

[14] UNESCO. *Informe Mundial de la Cultura*. Fundación Santa María. Madrid. (2000).

simplicidad: acumular beneficios a corto plazo. Y para ello destruye la complejidad de la que depende la supervivencia a largo plazo".

Reivindicar lo diverso, oponerse a la homogeneización, a la usurpación de los espacios de decisión es desarrollar la "creatividad social" y bajo nuestro punto de vista, desarrollar una política creativa.

Como es bien sabido, la provincia de Málaga concentra el mayor porcentaje de población extranjera residente en Andalucía, compuesta en su mayoría por ciudadanos procedentes del norte de Europa, seguidos por originarios de países de América, África y del resto de Europa y Asia. Este fenómeno que tradicionalmente ha determinado el carácter multicultural y cosmopolita de la población malagueña, acrecentado en los últimos años como consecuencia de los flujos migratorios, no ha tenido su reflejo, salvo raras excepciones, en las políticas culturales desarrolladas en nuestra provincia por los poderes públicos.
En consecuencia, esas otras culturas que cohabitan con nosotros, raramente participan (salvando lo festivo) en la actividad cultural de nuestros pueblos. Y, por lo general, son los grandes ausentes de las programaciones culturales de nuestros municipios. Los gestores no se dirigen a estas poblaciones como público objetivo, ni se han encontrado fórmulas para su integración. Por tanto, es imprescindible que desde las administraciones públicas se diseñen nuevas políticas culturales que, desde la interculturalidad, tengan en cuenta el carácter enrriquecedor, innovador e integrador de las diversas culturas que componen el territorio.

3.1.2. Industrias Creativas y Tipología

El término industria cultural se refiere a aquellas industrias que combinan la creación, la producción y la comercialización de contenidos creativos que sean intangibles y de naturaleza cultural. Estos contenidos están normalmente protegidos por "copyright" y pueden tomar la forma de un bien o servicio.

El término industria creativa supone un conjunto más amplio de actividades que incluye a las industrias culturales más toda producción artística o cultural, ya sean espectáculos o bienes producidos individualmente. Las industrias creativas son aquellas en las que el producto o servicio contiene un elemento artístico o creativo substancial, incluyendo sectores como la arquitectura y publicidad.

El término "industria creativa" e "industria cultural" se usan a veces como sinónimos. En otras, se argumenta que la industria cultural es de hecho una especialización de la industria creativa, pues algunas disciplinas de la industria creativa -como el diseño gráfico aplicado a la comunicación de empresas o la publicidad- no pueden considerarse cultura. Nosotros trabajaremos en este informe desde esta precisión, aunque sin olvidar que las fronteras resultan muy difciles de establecer: no podemos olvidar que dentro de la industria muchos creadores simultanean el trabajo más comercial y el cultural: artistas digitales que diseñan "websites" para empresas, directores de cine que trabajan para agencias de publicidad…

A partir de está discusión sobre los límites de la industria creativa y su relación con lo cultural, así como de la definición de industria cultural de la UNESCO, podríamos decir

que una industria cultural es cualquier entidad con la misión de crear, producir y distribuir eventos, bienes, productos y servicios culturales, considerando importante que estén protegidos por leyes de propiedad intelectual y "copyright", aunque tampoco lo considera imprescindible.

Lo cierto es que buena parte de las industrias culturales siguen trabajando con el modelo de propiedad intelectual, aunque las más basadas en las tecnologías de la información tienden a buscar modelos alternativos. Es muy importante no confundir estos modelos alternativos con piratería y otras violaciones de la propiedad intelectual. Así, un modelo de negocio basado en licencias "Creative Commons" no viola la propiedad intelectual de ningún artista, sino que ofrece una alternativa para aquellos autores que quieran licenciar sus contenidos de forma más libre, permitiendo la reutilización de sus creaciones en obras ajenas.

El día 27 de abril de 2010 fue la fecha de publicación del esperado Libro Verde de las Industrias Culturales y Creativas de la Comisión Europea, finalmente denominado *Liberando todo el potencial de las industrias creativas y culturales europeas*.

La Comisión pretende con este Libro Verde dar respuesta a tres de los objetivos que se ha fijado la Unión Europea en la Estrategia Europa 2020: la investigación y la innovación, la educación y el empleo, que junto con el cambio climático, la energía y la lucha contra la pobreza marcarán la pauta del proceso europeo y de los objetivos nacionales en los próximos diez años.

El Libro Verde contribuirá a construir la agenda europea en torno a la competitividad y la creatividad, para potenciar a los profesionales y empresas de la cultura como catalizadores de riqueza, y para reforzar la percepción social sobre el papel de la creación, la producción y el patrimonio cultural como elementos motor de la sociedad contemporánea.

A su vez la Comisión Europea aprovecha la publicación del libro para abrir un periodo de consulta pública sobre el futuro de las industrias culturales y creativas que se cerrará el 30 de julio de 2010.

"Las industrias culturales y creativas de Europa no son solamente esenciales para la diversidad cultural en nuestro continente, sino que son, además, uno de nuestros sectores económicos más dinámicos. Deben desempeñar un importante papel para ayudar a Europa a salir de la crisis", ha declarado Androulla Vassiliou, Comisaria Europea de Educación, Cultura, Multilingüismo y Juventud.

Este sector, proporciona empleos de calidad a cinco millones de personas en la UE, representando el 2,6 % del PIB europeo, que es una cifra superior a la que alcanzan muchas industrias manufactureras. Asimismo, las industrias culturales y creativas están creciendo más rápidamente que la mayoría de los otros sectores de la economía.

La digitalización y la globalización están creando nuevas oportunidades de mercado, en especial para las pequeñas empresas. Pero, en muchos casos, estas empresas se enfrentan a obstáculos para hacer realidad su pleno potencial.

Esta consulta pública alentará a las partes interesadas y a otros sectores a interrogarse sobre cuestiones como las siguientes:

- ¿Cómo podemos facilitar el acceso a la financiación para las microempresas y las pequeñas empresas que no poseen más que su creatividad?
- ¿Cómo puede la UE ayudar a conseguir que exista una adecuada combinación de competencias creativas y de gestión en estos sectores?
- ¿Cómo podemos alentar una mayor innovación y experimentación, con un uso más amplio de las tecnologías de la información y la comunicación?

Las industrias culturales y creativas también pueden tener efectos indirectos beneficiosos en una amplia serie de otras empresas y en el conjunto de la sociedad. Los diseñadores, por ejemplo, se han convertido progresivamente en una parte esencial del equipo de gestión de muchas grandes empresas.

En cuanto a la tipología de las industrias culturales, siguiendo de nuevo la clasificación del Departamento de Cultura, Medios y Deportes del Reino Unido, se establecen once tipos de industrias creativas relacionadas con el mundo de la cultura:

- Publicidad; Arquitectura; Antigüedades (incluyendo restauración); Artesanía; Diseño gráfico y de interiores; Diseño de moda; Cine, video y fotografía; Software, juegos por ordenador y edición electrónica; Música, artes visuales y escénicas; Televisión y Radio.

Todas estas tipologías se benefician actualmente de la inclusión de las nuevas tecnologías en los procesos de creación, producción y difusión. Para algunas disciplinas como música o artes visuales las TIC son absolutamente insustituibles, pero incluso en negocios más asociados a la producción y distribución de objetos físicos como moda o artesanía, ordenadores y procesamiento digital adquieren cada vez más importancia.

Disponemos de una red social distribuida para las industrias creativas, en un contexto de tecnologías de la información cuando a partir de una determinada aplicación digital somos capaces de establecer un sistema simple y funcional a partir del cual diversas personas pueden:

a) Desarrollar conjuntamente proyectos culturales y artísticos, de autoría compartida

b) Compartir recursos culturales y artísticos creados por los propios usuarios.

c) Facilitar la customización detallada de productos a partir de los intereses y deseos de los usuarios.

d) Permitir la distribución de productos culturales, sin necesidad de soporte físico, recibiendo los usuarios directamente un fichero digital descargable en su ordenador.

e) La creación y mantenimiento de comunidades virtuales, en las que sus usuarios interaccionan en relación a una serie de temas específicos.

Gracias a estos principios las industrias culturales pueden beneficiarse de diferentes maneras participando en redes sociales distribuidas. Desde la perspectiva de la gestión, la industria creativa que se apoya en redes culturales distribuidas puede reducir gastos

de producción, diseño y marketing, al mismo tiempo que innova en estos procesos a partir de ideas como el efecto red, economía de la atención, etc.

En cuanto al producto final, las redes sociales distribuidas permiten plantearse la creación de productos personalizados en los que el usuario decide contenidos, aspecto y estructura de un producto, diseñando así su propia camiseta, revista, libro o incluso mueble.

Las empresas creativo-culturales en la provincia de Málaga cuentan con el apoyo de *Proyecto Lunar*, dependiente de la Consejería de Economía, Innovación y Ciencia y de la Consejería de Empleo de la Junta de Andalucía, cuyo objetivo es asesorar a empresarios creativos que necesiten hacer más competitivas sus empresas a través de la innovación. Su ámbito de actuación se centra fundamentalmente en nucleos poblacionales urbanos, desarrollándose una adaptación del mismo para el medio rural con el nombre de *Proyecto Agrolunar*.
Asimismo, la Consejería de Cultura a través de la Dirección General de Innovación e Industrias Culturales (antes, Industrias Culturales y Artes Escénicas), continúa con el proyecto de impulsar el potencial emprendedor que existe en la industria creativo-cultural andaluza, un sector considerado estratégico para el desarrollo del nuevo modelo productivo de la región.

La Fábrica de Ideas, la primera incubadora de empresas creativo-culturales de la provincia de Málaga, se enmarca dentro del Proyecto Lunar y entra en funcionamiento como centro de innovación empresarial. Su objetivo es proporcionar a los emprendedores alojamiento empresarial y redes creativas de contactos, con las que poder ampliar su abanico de oportunidades.

Así, es frecuente que surjan posibilidades de inversión y crédito a través de contactos específicos en el mercado local, nacional e internacional. Del mismo modo, la *Fábrica de Ideas* presta asesoramiento para que las empresas presenten sus proyectos y planes de negocio ante posibles inversores y entidades de crédito.

Según nos informan desde *Proyecto Lunar Málaga*, antes de iniciar su andadura se llevó a cabo un estudio de prospección que tenía como objetivo realizar una "fotografía del presente", una "fotografía rápida" del territorio de actuación. El trabajo se centró en la identificación de aglomeraciones económicas especializadas, durante los meses de enero a mayo de 2008. El estudio se ejecutó de la manera más completa posible, teniendo en cuenta la perspectiva política, social, cultural, económica, sectorial y emprendedora para determinar qué zona era la mas adecuada para actuar, si existía o no concentración o dispersión de empresas, su grado de competitividad, innovación, nivel de emprendimiento, etc. Así como los sectores emergentes y un análisis DAFO.

Se registraron 262 empresas de base creativo-cultural. Entre los sectores que se contemplaron para la realización del estudio, y que están considerados como público objetivo de *Proyecto Lunar Málaga* se encuentran los siguientes: Artes Plásticas, Artes Escénicas (Teatro y Danza), Edición y Mundo del Libro, Artes Musicales (bandas, sellos discográficos, etc.), Arquitectura, Patrimonio (gestión, promoción), Creatividad y Diseño (gráfico, "web", de moda, industrial), Artes Audiovisuales (TV, Radio, productoras, "service"), Desarrollo de "Software" y Nuevas Tecnologías aplicadas a la

ICC, Comunicación y Publicidad, Gestión y programación cultural, Gastronomía creativa, Antropología/Etnología.

Actualmente la *Fábrica de Ideas* da alojamiento a cuatro empresas del sector, mientras que presta servicios de incubación externa a otros 18 proyectos empresariales. En sus tres años de funcionamiento, el programa, gestionado por *Andalucía Emprende*, ha impulsado la creación de 144 empresas de este sector, que han generado 293 empleos, 34 de ellas en Málaga, más un cómputo de 250 proyectos adheridos.

Según datos aportados por la responsable de *Proyecto Lunar en Málaga*, se ha producido un cambio vertiginoso en los últimos años que vincula las industrias creativo-culturales de la provincia a sectores como el turismo cultural, la música y la danza o el audiovisual en las zonas de mayor proyección económica (Marbella, Ronda, Axarquía, Antequera, Álora, Coín, Ojén).

Finalmente, *La biblioteca de experiencias y proyectos empresariales*, dentro de la misma Consejería, es un banco de experiencias y proyectos exitosos que puede dar ideas para la generación de un nuevo proyecto o para la mejora del existente.

3.1.3. Creatividad y consumo

Néstor García Canclini, en su libro *Consumidores y ciudadanos*, escribió que el consumo es "el conjunto de procesos socioculturales en que se realizan la apropiación y los usos de los productos".

Los consumidores suelen ser indagados sobre sus actos sin consultarles directamente y casi al instante, los anunciantes o los productores pueden conocer las variaciones del gusto de la gente. Y lo que es aún más sorprendente: pueden diseñar los contenidos de acuerdo a estos "test" electrónicos del gusto.

Hablar de consumo cultural no es solamente saber cuánta televisión ven los ciudadanos, qué libros leen o qué música prefieren, sino, sobre todo, explorar las relaciones que establecen con el mundo que les rodea, los usos que hacen de los bienes de la cultura, las conexiones que generan entre los productos culturales que disfrutan, los nuevos lenguajes y la forma de abordarlos que experimentan a diario cuando se sientan frente a un ordenador y navegan por internet.

El consumo cultural, más que hablar de películas o de páginas web, lo que muestra es en qué tipo de sociedad vivimos, cuáles son sus estéticas y sensibilidades predominantes, cómo se construyen imaginarios e identidades generacionales.

Los niños y los jóvenes son los grandes consumidores culturales. Esta realidad es fundamental para proponer procesos de desarrollo que los tengan como sujetos centrales.

Para la provincia de Málaga contamos con dos estudios en este sentido: el primero, publicado en el número 10 de la revista *Observando* (2003) por la Sociedad de Planificación y Desarrollo, SOPDE S.A., empresa pública dependiente de la Diputación Provincial de Málaga; y el segundo, elaborado a finales de 2005, año en el que los

Vicerrectorados de Extensión Universitaria de las Universidades Andaluzas ponen en marcha el *Proyecto Atalaya*, con el respaldo financiero y técnico de la Dirección General de Universidades de la Consejería de Innovación, Ciencia y Empresa de la Junta de Andalucía, sobre usos, hábitos y demandas culturales de los municipios andaluces con campus universitario.

Los datos que se desprenden de forma comparativa son los siguientes:

Hábitos de lectura

Existen porcentajes contradictorios en ambas investigaciones. Mientras que en el primer estudio se afirma que el 60% de la población malagueña lee libros no relacionados con su profesión o estudios, bien de forma continua o esporádica, en el estudio *Atalaya* se nos dice que "el escaso gusto por la lectura se resume en que el 62,6% no lee nunca o casi nunca libros no profesionales". Además, la lectura profesional es minoritaria.

Entre los activos, el porcentaje de quienes nunca leen libros y revistas profesionales es del 87,11%, y éste baja hasta el 83,8% entre los inactivos. En otras palabras, las lecturas profesionales de los malagueños no responden a una motivación laboral. Se deduce, por tanto, que en la provincia de Málaga cuatro de cada diez habitantes reconocen no leer nunca.

En función del género, las mujeres son las que presentan un mayor hábito de lectura (61,6%), siendo la diferencia respecto al de los hombres de 3,3 puntos. En cuanto a la edad, ambos estudios coinciden en que éste es inversamente proporcional a la edad. No hay ninguna circunstancia que explique el por qué los jóvenes de 18 a 29 años leen bastante menos que los mayores de 30 a 64 años. Para ellos la lectura no parece objeto de diversión y placer, al menos no en la misma medida que para el resto.

Entre las lecturas favoritas se cuenta la novela histórica, destacada con el 25,2% de lectores, seguida de la novela policíaca (11,8%), la literatura española moderna (9,5%), los best-seller (9,2%) y las biografías (8,5%). Los demás géneros son minoritarios, con la única excepción de la literatura clásica (4,9%).

Otro dato a considerar, según el primer estudio, es que aun existen diferencias entre zonas de la provincia respecto al hábito de lectura. Así, mientras Málaga capital registra el mayor porcentaje de personas que declaran leer (65,6%), y la Costa del Sol es la zona en la que mayor cuota de población lee todos o casi todos los días (39,4%), en el interior el promedio es prácticamente equitativo entre los que leen y los que no, con porcentajes muy cercanos a la media nacional.

En cuanto a la **frecuencia con la que se acude a bibliotecas y hemerotecas** (o a salas de consulta y lectura), el 85,5% declara no acudir nunca o casi nunca a bibliotecas. De las diferentes segmentaciones, la "más positiva" corresponde a Málaga capital, con el 81,1%. Con este dato no se evidencia la falta de infraestructuras en este sentido, sino más bien un hábito desarraigado, ya que la población malagueña sí que lee, pero lo hace preferentemente en su casa. En este sentido existen coincidencias con el segundo estudio que arroja el siguiente dato: el 92,1% de los malagueños no acude a una biblioteca nunca o casi nunca, el 2% con una frecuencia menor que mensual, el 2,2% alguna vez al mes, y el 3,5% lo hace semanalmente.

Teatro

En cuanto al **grado de interés** que suscita el teatro entre la población, en una escala del 1 al 10, la nota media resultante en la provincia de Málaga asciende a **5,79**. Según las segmentaciones realizadas, señalar que a las mujeres (6,27) les interesa más que a los hombres, al igual que ocurre con los jóvenes (5,97) frente a los de más edad, así como a los ciudadanos de Málaga capital (6,36).

En cuanto a la **frecuencia** con la que acuden al teatro (de aquellos que declaran mostrar interés), hay que destacar que cerca del 60% de los malagueños y malagueñas no van al teatro, siendo esta cifra más elevada en el estudio *Atalaya* que afrima que el 82,2% de los encuestados no asiste nunca o casi nunca al teatro.

En función de las segmentaciones realizadas, de nuevo las ciudadanas malagueñas, y los habitantes de la capital obtienen los mejores valores, mientras que los habitantes del interior son los que registran una menor asistencia a este tipo de actividad cultural, en parte debido a la lógica menor oferta en sus respectivas zonas.

Música

En cuanto al **hábito de escuchar música**, la población malagueña se sitúa por encima del 80%; el dato aportado por el segundo estudio es que el 71,8% de los encuestados escucha música a diario.

Son los jóvenes malagueños los que en un 90% declaran escuchar música, frente a los ciudadanos de más edad, que no llegan al 74%.
Respecto al **medio preferido para escuchar música**, es la **radio** el medio más valorado, así lo asegura el 57,5% de la población, seguido del **equipo de música** (cadena musical) con un 14,5% y del **PC** (ordenador), con un 8,5%. Destacar que el siguiente medio ya es el **mp3**, por encima incluso de los "walkman" y de otros sistemas.

En cuanto a la segmentación de esta variable, apuntar solamente que los jóvenes usan menos la TV y el equipo de música, a favor del "walkman", mp3 y PC, justamente al contrario de lo que ocurre con los ciudadanos del interior de la provincia.

En cuanto al **grado de conocimiento** del flamenco por parte de la población, la nota media (igualmente en una escala del 1 al 10) se sitúa en el **4,60**. De estos resultados, destacar que son los ciudadanos de Málaga capital los que manifiestan un mayor interés y conocimiento respecto al flamenco. El resto de segmentos se encuentran muy cercanos a la media provincial.

En cuanto a la **asistencia a conciertos o actuaciones flamencas**, un tercio de la población malagueña manifiesta haber acudido a un evento de flamenco, frente a dos tercios que declaran lo contrario. Incluso, hay que mencionar que el 5,2% asiste tres o más veces al año, lo cual se considera un valor importante y que justifica la creciente demanda que tienen las actuaciones flamencas por parte de los malagueños y malagueñas. Los hombres (37,7%) y los habitantes del interior (36,9%) son los que tienen porcentajes de asistencia más elevados, también justificado por la mayor oferta

existente en el interior de la provincia, no solo en festivales puntuales, sino también en las ferias y fiestas patronales, o por eventos organizados por las peñas locales, etc.

El estudio *Atalaya*, aporta el dato de que dónde menos se escucha música es en conciertos (0,9%). Ante la pregunta por la asistencia a conciertos de pop/rock, jazz, flamenco, otro folclore, clásica, ópera, zarzuela y ballet/danza. Sorprende la posición del hip hop, un punto por encima del rock internacional y uno por debajo de rock nacional. El pop, nacional e internacional, gusta en general (gusto mayoritario), pero más entre las mujeres que entre los hombres; el flamenco y la canción melódica gustan más a las mujeres y a los mayores; la canción popular gusta más a los varones y a los más jóvenes; la clásica, a los mayores y con mayor nivel de estudios; el rock, nacional e internacional, a los varones; y el hip hop, el género con un perfil de aficionados más definido, gusta a los varones más jóvenes.

Cine

Bajo esta variable se han recogido dos cuestiones con un amplio calado en las sociedades modernas: el **hábito de asistencia al cine** (salas de proyecciones comerciales), y la **frecuencia de uso de reproductores de vídeo** (VHS o DVD) para ver cine en casa.

En la primera variable, en la provincia de Málaga el hábito de asistencia al cine es de un 36,2%. Los datos son similares al segundo estudio que afirma que "deben verse más películas que nunca, pero se va menos al cine que nunca". El 46,5% no va al cine nunca, alguna vez al año lo hace un 23,3%, el 1,2% lo hace semanalmente.

El grupo que se considera como 'mejor cliente' (acude al cine al menos una vez al mes), lo ostentan los jóvenes: el 63% de ellos tienen como mínimo esa frecuencia. Y, por el contrario, los 'peores clientes' (que no van o lo hacen muy esporádicamente) son los mayores y los habitantes del interior de la provincia.

Por otro lado, respecto a la **frecuencia de uso de reproductores de vídeo** (VHS o DVD) para ver el denominado *cine en casa*, hay que destacar que, por un lado, en la provincia de Málaga solamente el 12,6% no dispone de video o DVD y, por otro lado, el 53% afirma que al menos una vez al mes lo utiliza.

El primer estudio concluye que el cine está considerado como uno de los elementos de ocio/cultura con mayor penetración en la sociedad malagueña, a lo que hay que unir la importante dotación tanto de salas comerciales como de equipamientos en los hogares de la provincia. Sin embargo, la conclusión del segundo es que, "ir al cine es un ritual decadente, pues 7 de cada 10 películas se ven en los canales abiertos de televisión. No sumando 1/10 ninguna de las demás alternativas, entre las que salas de cine (0,92) y bajadas de internet y on line (0,85) son las más frecuentes.

Por último, la encuesta clasifica al cine por nacionalidad de producción y pregunta por la clase favorita (en respuesta múltiple). El cine (norte)americano suma un 85,1%, el español un 54,4% y el europeo un 27,4%. El cine norteamericano gusta a muchos y el español también. El cine español gusta menos a los jóvenes y más a los mayores y el norteamericano gusta algo más a los hombres que a las mujeres. El grupo de edad de 18

a 29 años acude más a salas de cine que los demás, siendo el grupo de 65 y más años el que menos visita las salas de cine. También los varones acuden más que las mujeres, pero la variable más influyente es el nivel de estudios, a mayor nivel de estudios, mayor asistencia a las salas.

Museos y monumentos

El **grado de interés** que declaran tener los malagueños y malagueñas, en una escala del 1 al 10, asciende a **6,40**. Hay que destacar que se trata de la mejor nota de todas las tipologías culturales valoradas, lo que indica a su vez la importancia que le es atribuida por la población de Málaga. Las mujeres y los habitantes de Málaga capital elevan la valoración a 6,72 y 6,77, respectivamente.

Por otro lado, y en cuanto a la **frecuencia de visita** de monumentos y museos, hay que precisar que el 55,1% de la población malagueña reconoce que suele visitar este tipo de recursos culturales. Se trata de una proporción interesante, puesto que algo más de la mitad de los habitantes de la provincia suelen acudir (con mayor o menor frecuencia) a museos o monumentos, lo cual invita a que sean contemplados estos recursos como interesantes a la hora de visitar tanto nuestros pueblos y ciudades como otras zonas.
En cuanto a las segmentaciones realizadas, destacar como positivo que un tercio de los habitantes de los municipios costeros visita monumentos o museos dos o más veces al año, y que los habitantes de Málaga capital son los que tienen más hábito (por encima del 60%). La población femenina malagueña también presenta un registro elevado (el 51% visita estos recursos al menos una vez al año).

Radio

Respecto al uso de la radio como medio de comunicación y entretenimiento, se han planteado dos cuestiones: el tiempo diario dedicado a escuchar la radio, y los tipos de programaciones preferidas por la población.

Según el primer estudio escucha la radio un 82,2%, diferenciándose del segundo que aporta el dato de que sólo el 55,4% lo hace a diario y un 31,7% no lo hace nunca o casi nunca. Es un hábito que mayoritariamente se tiene (a diario) o no se tiene (nunca) y es minoritariamente una práctica ocasional o regular.

Así, de los que declaran escuchar habitualmente la radio, en Málaga se obtiene un promedio diario de 177 minutos de audición (casi 3 horas). Los que más escuchan la radio son la población femenina (197 minutos) y los habitantes de Málaga capital (186 minutos diarios). Este dato se contrapone al que aparece en el segundo estudio en el que leemos que es mayor entre hombres que entre mujeres, pues no sólo entre ellos es mayor el porcentaje de audición diaria (62,6% por 49,1%), sino menor el de quienes nunca o casi nunca lo hacen (25,3% por 37,4%)

Ambos coinciden en que las programaciones más escuchadas en la provincia de Málaga son las noticias (55%), seguidas de la música (38,8%), los debates y los deportes, más valorados en el caso de la población masculina de Málaga (16,2%). La música desbanca a las noticias como primera tipología en el caso de los jóvenes malagueños, tanto en los municipios costeros como en los de interior, apareciendo dentro del ranking como tercera opción los programas de entretenimiento.

Televisión

Respecto al tiempo medio diario dedicado a ver TV, hay que señalar que en el caso de la provincia de Málaga asciende a 169 minutos. Según segmentos, los que más dedican tiempo a ver TV son los mayores (193 minutos al día) y los habitantes de los municipios costeros (185 minutos diarios).

Por otro lado, en cuanto a las programaciones de TV preferidas por la población malagueña, los resultados son prácticamente coincidentes: los tres tipos de programas preferidos son, por este orden: noticias, películas y series. Solamente en el caso de la población de mayor edad y en los habitantes del interior, aparece como tercera opción más valorada los programas de entretenimiento.

Del análisis se desprende, por tanto, que los hábitos y prácticas relacionados con la TV como medio de comunicación, no encuentran diferencias esenciales entre los propios habitantes de la provincia, ni diferencias significativas con el segundo estudio analizado.

El segundo estudio aborda en su investigación el **uso del ordenador, internet y teléfono móvil**

Disponen de PC en su residencia habitual el 51,5% de los encuestados. Con una mediana de edad de 41 años y un 17,3% de los encuestados con 65 y más años .

Pero hay más factores además de la edad que explican que casi la mitad de los encuestados disponga o no de PC en su residencia habitual. Cruzando el dato anterior con el grupo de edad se obtienen los siguientes resultados:

Que un tercio de los comprendidos entre los 18 y 29 años no disponga de PC en su domicilio es un dato de explicación compleja. La intuición conduce a relacionar la carencia con el nivel de renta. La correspondencia con el nivel de estudios es igualmente evidente, pues entre los que no tienen estudios sólo disponen de PC en su residencia habitual un 21,4%, un 38,9% entre quienes tienen estudios primarios, un 70,9% entre quienes tienen estudios medios y un 92,2% entre quienes tienen estudios universitarios.

El 89,5% de quienes disponen de PC en casa tienen contratado Internet y, entre estos, el servicio mayoritario es la tarifa plana (54,5%), aunque también son muchos los que disponen de tarifa plana y banda ancha (42,2%). El acceso a la red se realiza mayoritariamente desde casa (85,6%). Desde el trabajo es la segunda opción con un porcentaje de respuestas superior al cinco por ciento, 13,3%.

En cuanto a los datos demográficos, los hombres lo hacen más que las mujeres (53,7% por 40,2%), los universitarios (85,3%) más que los de estudios medios (67,2%) y éstos más que los de estudios primarios (29,2%). Al igual que ocurre con el nivel de estudios, la edad marca una correlación muy significativa, pues por grupos de edad los porcentajes de visitantes habituales son los siguientes:

El teléfono móvil lo poseen un 87,4%. Más los hombres que las mujeres y menos en los menores niveles de ingresos, pero las diferencias mayores las marca la mayor edad: 18-29 años, 98,1%; 30-49, 96,7%; 50-64, 85,9% y 65+, 52,8%.

Los usos mayoritarios lo ponen en evidencia, llamar y recibir llamadas (99,7%), enviar y recibir mensajes (71,7%), realizar fotos (28,9%) y escuchar música (8,8%). El gasto medio mensual es de 41,82 euros.

Grado de interés de otros eventos culturales

Como se puede apreciar, los más valorados son tanto los **eventos deportivos** como los **conciertos de música moderna**, circunstancia lógica al tratarse de eventos con mucha popularidad entre la población. De hecho, de los eventos incluidos, son los únicos que pasan del '5' como nota media. Por el contrario, la **ópera** y el **ballet** son los eventos menos valorados.

Valoración general de la oferta cultural malagueña

La nota media que la población malagueña asigna a la oferta cultural es de **6,31**. Las máximas puntuaciones según éstas corresponden a la población femenina (6,38), a los jóvenes (6,36) y a los residentes en Málaga capital (6,81), mientras que las peores notas son las de los hombres (6,23), la población mayor (6,26) y los habitantes de los municipios costeros (5,95). No obstante, se trata de desviaciones poco significativas respecto a la media global.

3.2. Política cultural

La acepción política cultural, compuesta por dos términos aparentemente contradictorios, apareció en los años 50, entendida como sinónimo de intervención de la sociedad política, de los agentes pertenecientes a cualquiera de sus niveles, con un mayor o menor nivel de autonomía o independencia, y en cualquiera de los ámbitos en que se desarrolla la cultura.

Durante siglos, cualquier planteamiento de los poderes públicos referido a la cultura, se ha limitado a dos tipos de actitudes, según Zallo, [15] el control político de las informaciones, ideas, opiniones y expresiones, esto es la censura en cualquiera de sus formas; y el mecenazgo y encargo de obras a los artistas. Ambas actitudes se han modificado notablemente en la actualidad, en primer lugar porque se han sumado otros objetivos que fundamentan las políticas culturales y en segundo lugar porque la censura en los países democráticos viene reguladas legalmente y se ciñe a aspectos morales y al control de la formación de la opinión pública con formas sofisticadas compatibles con el Estado de Derecho.

Hay que entender la política cultural como una acción surgida de las relaciones ideológicas sociales dominantes en cada momento histórico, correspondiendo, por tanto, a un proyecto político determinado y dominante. Las políticas culturales se remiten

[15] Zallo, R: *Industrias y Políticas Culturales en España y País Vasco*. Bilbao. Servicio Editorial de la Universidad del País Vasco. (1995)

también a un concepto históricamente cambiante de cultura que, además, es entendida de diferente forma por cada comunidad en razón de su universo simbólico y sus valores.

La intervención creciente de los poderes públicos en la vida ciudadana no es azarosa, sino que responde a la convergencia de diversas circunstancias, entre las que García Linaza [16] señala: el aumento de la complejidad de la vida social, la secularización de la sociedad, la pauperización creciente de amplios colectivos de la población, la difusión de tomas de postura cada vez más extendidas acerca de la injusticia provocada por las desigualdades y la pobreza, la elaboración de soportes científico-técnicos que faciliten la intervención del Estado… por tanto "al conjunto de acciones emprendidas por los poderes públicos, en algunos casos en colaboración con los privados, se denomina política cultural"…, "que se traduce en servicio público reconocido institucionalmente que pretende beneficiar al conjunto de la nación" y que viene legitimado social y políticamente desde diferentes perspectivas y actuaciones en la legislación, la atribución de competencias, la asignación de recursos, la habilitación de infraestructuras y equipamientos, la planificación y gestión cultural, etc.
La define García Canclini, [17] "como el conjunto de acciones que realizan diversos agentes para orientar el desarrollo simbólico y satisfacer las necesidades culturales de la población; lo que en un plano más práctico, supone que las políticas culturales no deberán ser formuladas por un solo agente, así éste sea el mercado, El Estado o la comunidad autogestionaria". En consecuencia, este concepto remite a las responsabilidades propias o compartidas que han de contraer los poderes públicos y la sociedad civil en su conjunto.

Los protagonistas de la cultura son la población, los artistas, los creadores, las asociaciones, las fundaciones con o sin ánimo de lucro, las industrias culturales, las redes ciudadanas; en definitiva, cada persona o grupo que se expresa desde su libertad y creatividad..., por lo que la intervención estatal -y sus diferentes administraciones- ha de renunciar al monopolio de la cultura y respetar su caracterización como un patrimonio de la sociedad civil.

Se admite así, que la existencia de una Administración Cultural es necesaria para satisfacer las necesidades culturales de la población, y que la cultura ha de tener en las inquietudes y actuaciones de los Estados Democráticos la misma consideración, tal y como argumenta Harvey[18], que cualquier otro ámbito de la actividad humana, como es el caso de la educación, la salud o el empleo.

Las diversas interpretaciones que se asocian a las "Políticas Culturales" tienen su refrendo en tendencias (modelos, paradigmas, enfoques…) que coexisten o pugnan por establecer su primacía en los escenarios institucionales del Estado y sus correspondientes Administraciones Públicas, contemplando formas bien distintas de tratar la cultura (oficial, de masas, popular, patrimonial…). La identidad y la diversidad cultural, la creación y la participación ciudadana, los equipamientos y sus utilidades, las metodologías, y sus aplicaciones a la planificación, administración y gestión, las industrias y los mercados culturales, el patrimonio y su conservación, los agentes profesionales y voluntarios, las prioridades en los ámbitos de actuación… configuran diferentes tipologías en base a las decisiones tomadas.

---

[16] García Linaza, A: *Los poderes Públicos y el bienestar social*. Documentación Social, 71(1998) pág. 147-158
[17] García Canclini, N: Políticas Culturales en América Latina. México. Grijalbo (1987)
[18] Harvey, E.: *Políticas Culturales en Iberoamérica y el Mundo*. Madrid. Tecnos. (1990)

Vemos por tanto que el objetivo de una política cultural es el de responder a las necesidades culturales de la población en un territorio concreto, mediante el empleo óptimo de los recursos materiales y humanos, de manera que permita la máxima participación de los individuos y los grupos en la vida cultural.

La política cultural concierne al patrimonio, la creación, la difusión, la animación, las enseñanzas artísticas... Además, desde el desarrollo masivo de las industrias culturales, también forman parte las condiciones de funcionamiento de la edición escrita y audiovisual, los medios como la radio, el cine, la televisión o Internet.

La definición de una política cultural correcta también ha de englobar elementos de cooperación cultural internacional, en la línea de propiciar elementos de solidaridad, por un lado y de pluralismo y multiculturalidad por otro.

Para seguir profundizando en este concepto de política cultural, a continuación se comentará el papel actual del Estado en la cultura, considerando las formas de intervención más usuales y elaborando unos criterios para el diseño de políticas culturales eficaces.

3.2.1. Papel del Estado hoy en día ante la cultura

López de Aguileta[19] argumenta que en la actualidad el Estado tiene necesariamente un papel subsidiario, por dos razones:

1.- Aunque la cultura siempre ha sido preocupación de los Estados en algún grado, la política cultural tal y como la conocemos hoy es un fenómeno bastante reciente. El ámbito cultural ha estado ligado tradicionalmente a la empresa privada, siendo relativamente cercana en el tiempo la actuación pública, tanto en lo referente a la reglamentación (1850) como, aún más, la intervención generalizada que no se produce en Europa hasta la Segunda Guerra Mundial.

2.- La subsidiaridad es un hecho, analizando el propio peso específico del Estado. Salvo en circunstancias muy concretas (como el antiguo sistema soviético), el volumen de la intervención estatal siempre es menor que el del propio mercado. La creciente importancia de las industrias culturales reduce considerablemente la función pública en la provisión de bienes culturales, y la inversión privada supera astronómicamente a la pública.

En cualquier caso, el punto clave en este debate es destacar que el Estado no puede aspirar a determinar, dirigir, controlar o tutelar la cultura de la población, aunque sí pueda y deba influir sobre ella; y que la cultura es un sector en el que interviene una pluralidad de agentes, por lo que la acción estatal interacciona con la iniciativa privada lucrativa (donde los medios de comunicación juegan un papel predominante) y con otros colectivos sin ánimo de lucro, teniendo siempre a la ciudadanía como destinataria, puesto que el consumo engloba prácticamente a toda la población.

[19] López de Aguileta, I: *Cultura y Ciudad. Manual de política cultural municipal*. Trea. Gijón. (2000)

La percepción de la cultura, como "innecesaria y prescindible" en un momento dado, va declinando gracias al aumento de la calidad de vida, el incremento del tiempo de ocio y el aumento del nivel educativo de la población. La cultura se vive como un derecho de todos y todas, por lo que la acción cultural deviene en un deber de la Administración que descubre su valor político ante el electorado.

Pero la acción estatal no se justifica sólo desde los ciudadanos sino desde la propia relevancia del sector. Además de su importancia económica, la cultura como patrimonio colectivo, herramienta clave de la identidad de los pueblos e instrumento de la reproducción social crea la necesidad de no abandonarla en manos privadas exclusivamente.

En un momento vital en el que todo parece estar copado por el mercado, según López de Aguileta[20], el papel del Estado es justamente limitar sus excesos y corregir sus deficiencias, defender del pluralismo frente al monopolio o auxiliar a la industria nacional poco competitiva; salvaguardar las formas tradicionales de la cultura; proteger culturas o grupos minoritarios; equilibrar las desigualdades de acceso a la cultura e información… Además, podríamos añadir la preservación de la identidad nacional; creación y mantenimiento de un patrimonio cultural; distribución social y geográfica equitativa; fomento de la cultura como elemento importante en la actividad económica…

Sin embargo, la crisis económica en la que nos encontramos, pone en duda el mantenimiento del Estado del bienestar y parece previsible que exista una mayor privatización, dada la imposibilidad de ofrecer servicios al mismo nivel que el resto de países europeos más avanzados.

3.2.2. Formas de Intervención Estatal

- Reglamentación y tutela: El Estado no actúa de forma directa, sino que se limita a asegurar un orden material y jurídico, así como la vigilancia de su cumplimiento.

- Indirecta, de promoción o fomento: Las fórmulas principales son los incentivos financieros directos (subvenciones, becas, premios), incentivos fiscales (exenciones) y los incentivos financieros indirectos (garantía de avales, reducción de tarifas, líneas de crédito subvencionada, uso de servicios o infraestructuras públicas…)

- Directa, mediante la creación de sus propios servicios públicos.

Sin duda, estos tipos de intervención se pueden dar en todo el proceso de la política cultural, como son: formación-creación-producción-distribución-consumo-conservación. No obstante, la intervención del Estado debería ser más directa cuanto más desprotegido esté el sector sobre el que se va a intervenir, así sería más prioritario por ejemplo en la actualidad intervenir en teatro o danza que en industrias culturales, donde el énfasis se ha de poner más en las normas e incentivos.

[20] López de Aguileta, I: *Cultura y Ciudad. Manual de política cultural municipal*. Trea. Gijón. (2000)

Además, la intervención ha de ser más directa cuanto más se descienda en el escalón del proceso cultural, esto es, cuanto más nos acerquemos al consumo y nos alejemos de la creación, y también cuanto más abajo nos encontremos en la jerarquía administrativa. A juicio de López de Aguileta, un ayuntamiento está más legitimado por su cercanía al ciudadano para prestar directamente un servicio público que un gobierno; de manera inversa, tanto la regulación marco como las grandes líneas de incentivos competen más a otras instituciones superiores que a las municipales.

3.2.3. Criterios para el diseño de políticas culturales

Un primer eje de discusión afecta a la dualidad Administración Cultural unificada (un ministerio de cultura o similar) o dispersa (dependiente de múltiples instancias administrativas). Aunque, realmente, en ningún país todos los asuntos de cultura corresponden en exclusiva a un único ministerio; en términos generales, la tradición intervencionista apuesta por una administración cultural completamente estructurada y jerarquizada, mientras que los países anglosajones optan por la dispersión. Un ejemplo de lo que decimos lo tenemos en Inglaterra, donde Patrimonio depende de Medio Ambiente; la radio y la televisión de Interior; el cine de Comercio; la educación artística de Educación, etc. (Fernández Prado)[21]. Por el contrario, Francia es el arquetipo de Administración unificada, siendo pionera de la creación, en 1959, del Ministerio de Asuntos Culturales, unificando competencias hasta entonces dispersas.

Dentro de las administraciones que apuestan por la unificación, se plantea un segundo debate sobre la conveniencia de que determinados asuntos culturales cabalguen en solitario o en compañía de otras materias. En este aspecto también cada país tiene su fórmula, encontrándose departamentos o ministerios autónomos de cultura y otros asociados a ministerios más amplios junto a Educación, Deportes, Medio Ambiente, Ciencia, etc. Posiblemente la asociación más frecuente sea la de Cultura con Educación, aunque en España, en varias comunidades autónomas, esté unida a Turismo, dada la importancia económica del sector.

Los defensores de la dispersión ministerial parten de la desconfianza hacia una excesiva intervención estatal en los asuntos culturales. A favor de la unificación está sin duda el argumento de que de esta manera se consigue un mayor protagonismo y medios para la acción, así como una mayor operatividad y capacidad de influencia, mientras que la dispersión resta posibilidades e impide una política global y coherente.[22]

La experiencia nos indica que aunque es más efectiva la concentración para dar respuesta a las necesidades reales, siempre complejas y cambiantes, también son necesarias las intervenciones interdepartamentales y los proyectos integrales de intervención.

El segundo punto de debate son **las áreas de actuación que debe atender la cultura.** Aunque patrimonio, teatro, audiovisual… parecen no tener discusión, sí la ofrecen otras áreas como los medios de comunicación y las actividades de promoción sociocultural y ocio. No es frecuente que la política de comunicación se incluya dentro de la política

[21] Fernández Prado, E. *La política cultural. Qué es y para qué sirve*. Gijón,Trea.1991
[22] Harvey, E.R. *Políticas Culturales en Iberoamérica y el mundo*, Madrid, Tecnos.1990

cultural, posiblemente debido a la diferenciación entre cultura de masas (popular) y cultura de élite.

Lo mismo podríamos decir de las actividades de animación sociocultural y ocio. La mayoría de las administraciones las tienen adscritas a Bienestar Social o Educación, vinculadas al trabajo en zonas marginales o con grupos minoritarios, cuando el objetivo de que todas las personas participen de la creación y el consumo cultural ha de dirigirse a toda la población. Además, generalmente han sido consideradas como "cultura inferior", tanto por la formación requerida para ejercer la profesión de animador sociocultural, como por los sueldos percibidos en comparación con los gestores culturales.

Un tercer eje de discusión gira en torno a la **centralización o descentralización de la cultura**, es decir en torno a la articulación competencial entre los distintos niveles administrativos: estatal, regional, local o municipal. Este debate supera el ámbito estrictamente cultural. Los fenómenos nacionalistas y las tensiones entre periferia y centro hacen de él una discusión política de primer orden.

En Europa contamos con modelos muy diferentes. Francia, por ejemplo, centra en la Administración estatal prácticamente todas las facetas de la acción cultural; en Alemania son los Estados Federados los depositarios de las competencias en educación y cultura, reservándose el Estado Federal un escaso papel; Suiza es otro ejemplo de administraciones regionales, en este caso cantonales. Por el contrario en Suecia son los municipios los principales agentes de la política cultural.

Según distintos autores, podemos dar razones de peso a favor de la descentralización, como son: facilitar la proximidad de la gestión, la atención a los intereses reales de los usuarios y la eficacia de los servicios[23]; y, asimismo, es una exigencia democrática, en tanto que garantiza nuevos cauces de participación y reconoce al territorio cultural y la valorización de la región como marco para facilitar la democracia cultural.[24]

Pero una excesiva descentralización también tendría sus inconvenientes: mayor burocratización, incremento del gasto administrativo… De tal manera que la atribución de poder a las colectividades locales no ha de servir para reproducir los errores del Estado central sino para garantizar unos mejores servicios a la población.

No hay herramientas neutrales de política pública y su selección y utilización dependerá de las tendencias y los criterios básicos de partida, pero, al mismo tiempo, disponer de criterios y no concretarlos con herramientas y medidas aplicables sería un ejercicio tan bello como estéril, argumenta Ramón Zallo[25]. Y en esta línea se ha realizado una revisión de los criterios que diferentes autores aportan para considerar una política cultural deseable, destacado los aportados por Ramón Zallo, López de Aguileta, o la

[23] Borja, J. *Descentralización del Estado y democracia local*, en J Borja (coor.): Manual de gestión Municipal democrática. Madrid, 1987, Instituto de Estudios de Administración Local, 21-36

[24] Bassand, M. *Cultura y regiones de Europa*. Barcelona, Oikos - Tau/Diputació de Barcelona, 1992

[25] Zallo, R. *Nuevas políticas para la diversidad: las culturas territoriales en riesgo por la globalización. Bilbao (2003)*

propia UNESCO, para elaborar finalmente unos criterios propios por considerarlos de gran utilidad de cara al análisis que nos ocupa.
Estos criterios, podrían resumirse en los siguientes:

- Una política cultural debe fijar **objetivos realistas** en base al conocimiento del territorio donde vaya a implantarse, atendiendo a sus necesidades, creando las estructuras que revitalicen las actividades culturales, partiendo y obteniendo los recursos adecuados para crear un medio humano favorable, que se ajuste a las evaluaciones realizadas.

- **Interrelacionada con otras políticas** de peso: económica, educativa, urbanística, turística, tecnológica. Y descentralizada, incidiendo dentro de sus competencias en toda la cadena de producción cultural (formación-creación-producción-distribución-consumo-conservación).

- **Democracia cultural**: empoderamiento individual y colectivo, acceso a la cultura, participación plena y activa, ciudadanía constructiva. Estableciendo un equilibrio entre democracia cultural y desarrollo regional. Creación de redes de comunicación cada vez más amplias (sociedad del conocimiento).

- **Pluralismo**: reconocimiento de la diversidad cultural y lingüística, derechos culturales, igualdad entre géneros, integración social. Refuerzo de la identidad, pero también favoreciendo el mestizaje y el diálogo entre culturas, para la coexistencia pacífica.

- **Creatividad**: innovación y resolución de los problemas, creatividad en el gobierno y en la toma de decisiones; potenciar a la comunidad artística dándole autonomía y protección a sus creaciones; fomentar la educación especializada; el equilibrio entre cultura y mercado; y la creatividad en la prestación del servicio público.

- **Crear nuevas alianzas financieras** con el sector privado y la sociedad civil, generando planes a medio y largo plazo, sin tanta dependencia del periodo electoral, sino de los planes estratégicos.

- Vincular la **animación sociocultural** a la acción cultural. No limitándose a la cultura espectáculo, sino poniéndo el acento en la formación.

- **Investigar:** mejorar el conocimiento del territorio permanentemente. Incorporar nuevas expresiones culturales que se alejan de la oficialidad. Ser motor de la modernidad sin olvidar lo tradicional. Apostar por las tecnologías para potenciar las relaciones y la comunicación.

Elaboración Propia[26]

[26] Monleón, E. *Gestión Cultural y creatividad: una experiencia del Área de Cultura de la Diputación de Málaga*. Suficiencia Investigadora, (2005)

Además de estos criterios para que una política cultural sea efectiva, es necesario que contemple diferentes **elementos técnicos adecuados**:

- **Recursos de tipo normativo** que en el caso español se concretan en los siguientes:

  - La propiedad intelectual.
  - Entidades culturales: Fundaciones y Asociaciones.
  - Financiación y fiscalidad cultural.
  - Legislación sectorial: aplicable a distintos sectores de la cultura como el libro y la edición, cine y audiovisuales, patrimonio histórico, sociedad de la información, etc.

- **Recursos políticos**, entre los que estarían: los de carácter simbólico-ideológico, los de capacidad de elaboración programática y los de agregación y movilización social.

- **Recursos cognitivos**, definidos en el doble sentido de capacidad técnica y operativa, y del grado de información que se dispone.

Recursos que en muchas ocasiones no se encuentran entre los postulados de las políticas culturales debido a la poca tradición de justificación técnica que se dispone y a la falta de una tipología generalizada de las necesidades culturales de la población. Además, generalmente, no se cuenta con estudios profundos sobre el impacto del sector cultural en relación con otros sectores.

Cuando reflexionamos acerca de los recursos cognitivos de las políticas culturales, evidenciamos la pobreza de datos estadísticos, investigación y conocimiento de la situación real del sector cultural. Pocos países disponen de información fiable sobre el porcentaje del Producto Interior Bruto (PIB)[27] que aporta la cultura directa o indirectamente, volumen de empleo en este sector, valores añadidos de los servicios y del patrimonio cultural a la industria del turismo y el ocio, etc.

Según la editorial del periódico *El País*, del 1 de mayo de 2010, la aportación de las actividades culturales al Producto Interior Bruto (PIB) español ronda el 3%. Si se añaden otras actividades vinculadas a la cultura, como el diseño, la publicidad y otras materias conexas, se elevaría al 4%, según se recoge en el último avance de la *Cuenta Satélite de la Cultura en España*, que mide el impacto económico de este sector en el conjunto de la economía española a través de indicadores económicos oficiales. El porcentaje, que ha venido oscilando entre el 3% y el 3,2% a lo largo de la última década, supone una cifra cercana a los 32.000 millones de euros, en términos absolutos.

La *Cuenta Satélite de la Cultura* proporciona información en el ámbito cultural y en el de las actividades vinculadas con la propiedad intelectual. Los sectores considerados dentro de este ámbito son: Patrimonio, Archivos y Bibliotecas, Libros y Prensa, Artes Plásticas, Artes Escénicas y Audiovisual. En cada uno de esos sectores se analizan las actividades distinguiendo diversas fases, en función de las distintas etapas de la cadena de producción: Creación, Producción, Fabricación, Difusión y Distribución, Actividades de Promoción y Regulación, Actividades Educativas y Auxiliares.

[27] Se calcula que en los países de la Unión Europea puede representar entre un 2 o un 3% del PIB

La evolución del PIB de las actividades culturales viene caracterizada por un continuo crecimiento en el periodo reseñado. El PIB estimado en 2000, 19.833 millones de euros, asciende hasta alcanzar los 31.146 millones en 2007, cifra en la que se ha mantenido en 2008 y 2009.

Por sectores, destaca el de Libros y Prensa, con una aportación al PIB respecto al conjunto de la economía del 1,3%, cifra que representa el 40,9% en el conjunto de actividades culturales. Le siguen por orden de importancia, Radio y Televisión (18,2%), Cine y Vídeo (10,6%) y Artes Plásticas (10,2%). Los restantes sectores tienen una participación inferior al 10%: Artes Escénicas (4,7%), Patrimonio (2,6%), Música grabada (2%) y Archivos y Bibliotecas (1,7%).

En términos macrosectoriales, el PIB cultural tiene un peso relativo superior al energético (2,7%) y similar al agrario (3,7%).

El empleo generado por la industria cultural se sitúa por encima de los 562.000, según datos de 2008. Según datos de Cultura, la crisis apenas ha afectado al sector. En 2000 el empleo era de 397.600 personas. El nivel educacional de los empelados es alto, con un 50% de universitarios y un 44% con educación secundaria. Un 22,2% son trabajadores no asalariados, es decir autónomos.

En resumen, se reclama por parte del sector cultural una mayor información sobre el contexto que envuelve los procesos de elaboración y la toma de decisiones, y una mayor capacidad de interlocución real con otras políticas. Estrategia necesaria para encontrar nuevas prácticas de integración de las políticas culturales en el conjunto de la acción pública.

Necesitamos reflexionar sobre el papel de los diferentes agentes, pero además, observamos confusiones entre fines y políticas en los diferentes agentes de la intervención social y las dificultades para encontrar nuevos acoplamientos a este contexto.

Las políticas de activismo y de crecimiento generalizado de estos últimos años han dado paso a unas políticas de gestión autónoma eficiente de los recursos, dada la importancia económica del sector, pero la situación de crisis económica actual hace necesario un cambio de actitud en relación a las posibles políticas culturales, y sobre todo una gran dosis de creatividad y competitividad de todos sus diferentes agentes.

La formación para una mayor profesionalización es fundamental y debe ser permanente, de tal manera que permita conseguir los objetivos que las instituciones u organizaciones culturales se propongan y sea extensible a todo el territorio.

A modo de conclusión, la puesta en marcha de políticas públicas culturales conllevan un alto grado de compromiso para la aplicación de los criterios establecidos, echando mano de las herramientas oportunas y de los recursos técnicos disponibles, de forma que sean compartidos y a ser posible consensuados. Por tanto, la coordinación político-técnica, si hablamos desde dentro de una administración pública, es fundamental para la consecución de los objetivos, debiendo existir además una influencia mutua. De igual forma ocurriría si hablamos de la relación de las administraciones públicas con fundaciones o empresas privadas.

Hemos vivido una evolución en la lógica dominante de cada modelo cultural. En el siglo XIX era patrimonialista y elitista, por lo que la democratización cultural supuso la difusión de la alta cultura y una apuesta por las Bellas Artes. A partir de los años sesenta se apuesta por lo sociocultural, tomando peso la cohesión social y la participación. A partir de los ochenta, prima el desarrollo económico y cultural y la importancia del pleno empleo, hasta llegar a finales de siglo XX y principios del XXI en los que se apunta hacia la diversidad cultural y creativa, la multiculturalidad y la cooperación cultural entre agentes culturales.

Nuestra consideración personal, es que la democratización de la cultura sigue siendo un objetivo incumplido respecto a amplios grupos sociales y que el empoderamiento o participación real de la sociedad civil aún es muy bajo, por lo que la democracia cultural sigue siendo un reto y objetivo importante dentro de las administraciones públicas; que la transformación cultural está marcada no desde el Ministerio de Cultura sino desde los mercados culturales en un gran número de veces, desplazando por tanto la cultura popular; que el mecenazgo es absolutamente imprescindible para determinadas actividades culturales, y que, salvo para grandes eventos, el apoyo de la empresa privada es muy escaso y lento; que se sigue potenciando la cultura espectáculo, vinculada a la política de prestigio de las ciudades, dedicándose poco esfuerzo económico a la base, a la educación permanente cultural.

La estratificación cultural no sólo no se suprime sino que se acrecienta conviviendo dos tipos de cultura, la cultura de masas con la cultura de élites, es decir una cultura de acceso económico y decodificación relativamente fácil, frente a una cultura cara y que requiere una formación previa. Además la instrumentalización política de los medios de comunicación, la emergencia de las televisiones privadas, el desarrollo de nuevos sistemas de comunicación y el cambio de los espacios comunicativos, suponen retos aún sin resolver.

En definitiva, no hemos superado absolutamente ninguno de los modelos, y todos y cada uno de ellos siguen presentando problemáticas que requieren de una gran creatividad para su resolución, la búsqueda de nuevas iniciativas y modelos de gestión que marquen políticas más cercanas a la cotidianidad y la realidad concreta del territorio.

3.3. Agentes culturales: Tipos y características

Los agentes culturales son aquellos que intervienen o pueden hacerlo en la creación, producción, distribución y consumo de todos los productos culturales.

Por agentes culturales entendemos por tanto al sector público o administración, entidades con fines lucrativos y entidades sin fines lucrativos. Veamos cada uno de ellos:

a) Sector público o administrativo:

- Niveles de agentes culturales:

  - Unión Europea.

- El Estado.
- Comunidades Autónomas.
- Diputaciones Provinciales.
- Ayuntamientos y Distritos.

- Características de la entidades públicas:

- Son un servicio público y han de garantizar unos mínimos.
- Tienen un territorio determinado.
- Actúan en períodos de cuatro años.
- La relación con el público es de administrador-administrado.

b) Sector privado, con ánimo de lucro.

Empresas de carácter cultural, cuyas características son:

- Nacen para hacer negocio.
- Actúan por voluntad propia.
- El objetivo principal es la rentabilidad, no tienen territorio fijo (o lo define el mercado)
- La relación con el público es de oyente.

c) Fundaciones y Asociaciones, sin ánimo de lucro.

Diferentes tipos: culturales, de vecinos, políticas, lúdicas, religiosas...

Características:

- Actúan por voluntad.
- El territorio es el que definan los asociados.
- Tienden a federarse para tener mayor fuerza.
- El objetivo es servir al socio y a los fines que persiguen.
- Los valores de la asociación son muy importantes para realizar una actividad.
- La relación es de asociación-socio.

Los productos culturales son la base del patrimonio cultural o la riqueza cultural. El sector público actúa sobre el más deficitario. El privado actúa exclusivamente por interés económico, lo hace en sectores de mayor beneficio y no renuncia al beneficio patrimonial.

Todo ello hace que los productos culturales se muevan en un mercado de la cultura, implicando:

- Múltiples y complicadas formas de gestión.
- Elevados costes de producción que aumentan para prestigio del creador.
- Dificultad de control.
- Problemas de evaluación.
- Elevados costes de personal.
- Sector de trabajo intensivo.

- Cambios constantes de la orientación de la demanda.
- Ilógica irracionalidad del mercado.

3.4. Competencias de las administraciones públicas en cultura

3.4.1. La Cultura en la integración Europea

Realmente no es hasta el *Tratado de Maastricht*, de 1992, (artículo 12 del título IX) cuando se reconoce la cultura como competencia comunitaria. Tanto porque se trata de un área sensible para los países miembros como por el enfoque económico de la Unión Europea, la cultura ha tardado en estar en la agenda comunitaria mientras que otros organismos como la UNESCO y el Consejo de Europa, realizaban una intervención significativa. Pero ya antes se habían emprendido iniciativas culturales, como el Programa de la Capitalidad Europea de la Cultura, que data de 1985.

Entre 1987 y 1992, además de la estructura (Comité de Asuntos Culturales, Consejo de Ministros de Cultura) se defienden los sectores prioritarios (audiovisual, mecenazgo, formación cultural y sector editorial), aunque los avances y acciones articuladas sólo se aprecian en el audiovisual, mientras que se introducen algunas acciones en otros sectores como el de Patrimonio.

La armonización en el campo cultural se dirigirá preferentemente a la fiscalidad, mecenazgo, IVA, derechos de autor y al derecho de seguimiento que los artistas deberán tener sobre las sucesivas reventas de sus obras, incluida en la Ley de Propiedad Intelectual española.

El *Tratado de Maastricht*, en 1992, supuso:

- La inclusión sistemática de la dimensión cultural en las políticas y programas comunitarios.
- Apoyo a redes culturales en el sentido de intercambios y cooperación entre profesionales.
- Intensificación del diálogo con colectividades nacionales, regionales y locales, respecto al fomento de la creación artística y cultural.
- Esfuerzo en traducción.
- Apoyo al sector patrimonial cultural, en el sentido de fomentar el conocimiento de la herencia cultural común.
- Medidas respecto al libro y la lectura.

Posteriormente, el art.151 del *Tratado de Ámsterdam* (1999) transformaría en obligación jurídica el respeto a la diversidad cultural en el marco de todas las políticas comunitarias. Gracias a esta nueva concepción de la cultura surgió una primera generación de programas destinados a fomentar la cooperación cultural entre los diferentes Estados Miembros:

- *Caleidoscopio*: Artes escénicas y plásticas.
- *Ariane*: Libro, lectura y traducción.
- *Rafael*: Patrimonio cultural.

- *Cultura 2000*: proyectos anuales y plurianuales de cooperación. Proyectos a terceros países y el libro, lectura y traducción.

El programa *Cultura (2007-2013),* con un presupuesto global de 400 millones de euros, está dirigido a intensificar y racionalizar la eficacia de las actividades en materia de cooperación en todos los sectores artísticos[28] y culturales, en el marco de un instrumento único de financiación y programación.

Tiene como objetivos:

- Contribuir al florecimiento de las culturas de los estados miembros.
- Respetar la diversidad cultural nacional y regional.
- Poner de relieve el patrimonio cultural común.

Dentro de la acción cultural de la Unión Europea destacaremos también dos iniciativas que se han consolidado en el panorama de la oferta cultural del continente, cuyos objetivos son poner de relieve el valor, la riqueza, la diversidad y las características comunes de las culturas europeas y contribuir a un mejor conocimiento entre los ciudadanos de la Unión Europea, como son: Las declaraciones de la *Ciudad Europea de la Cultura*[29] y *Mes Cultural Europeo*, manifestación similar, pero de menos duración y dirigida especialmente a los países de la Europa Central y Oriental.

Las industrias culturales de la UE –cinematográfica, audiovisual, editorial, musical y artística– son importantes fuentes de ingresos y empleo, con más de siete millones de trabajadores. Algunas de estas industrias cuentan con programas de ayuda para estimularlas a aprovechar las oportunidades que brindan el mercado único y las tecnologías digitales. La UE también procura crear un medio dinámico para ellas reduciendo la burocracia, facilitando el acceso a la financiación, contribuyendo a proyectos de investigación y fomentando la cooperación interior y exterior.

La Unión imprime asimismo una dimensión cultural a muchos otros ámbitos políticos como la educación –incluido el aprendizaje de idiomas–, la investigación científica, la ayuda a las tecnologías de la información y la comunicación y el desarrollo socioeconómico.

Por ejemplo, dentro de su política regional, la UE ofrece ayudas a conservatorios, auditorios y estudios de grabación. También ha financiado la restauración de teatros históricos, como el *Liceo* de Barcelona o la *Fenice* de Venecia, tras los respectivos incendios de 1994 y 1996.

En sus Directrices para el Fondo Regional, la Comisión Europea pide a los Estados miembros que fomenten el desarrollo cultural en las regiones más pobres para ayudarlas a afirmar su identidad, atraer el turismo y crear empleo en sectores como los servicios y medios de comunicación en línea.

---

[28] El sector audiovisual no se incluye en el programa 2000 sino en el programa Media II, al igual que la política audiovisual, las actividades de radiodifusión audiovisual y los fondos de garantía para el cine y la televisión.
[29] Decisión 1419/1999/CE del Parlamento Europeo y del Consejo, de 25 de mayo de 1999, relativa al establecimiento de una iniciativa comunitaria a favor de la manifestación "Ciudad Europea de la Cultura" para los años 2005 a 2019.

En estos últimos años se ha producido una especial atención hacia lo local como ámbito de articulación de las políticas culturales. Esta idea democratizadora de la cultura lleva implícita la necesidad de descentralización de la administración, y en este ámbito local es donde podemos observar las tendencias más novedosas de aplicación y uso de políticas culturales, que todo apunta pasen por la solución de necesidades en cuanto a la promoción y respeto de la identidad lingüística y cultural de cada uno, del patrimonio común de valores culturales y la identidad común europea. Por otra parte la protección de las minorías culturales tiene mayor importancia en la Unión ampliada.

3.4.2. La Cultura en la Constitución Española

La Constitución Española de 1978 podría definirse como socio-cultural por la importancia que le concede a la cultura y el bienestar social, Agustín Ruiz Robledo[30], constitucionalista, señala que en la Constitución vigente hay hasta 14 referencias a la cultura.

Nos encontramos con la primera referencia de reparto territorial de poder político. Observamos que ésta es clara en cuanto a instituciones y sectores de la cultura con tradición (museos, bibliotecas, enseñanza musical y patrimonio) pero es muy ambigua al hablar en general del fomento de la cultura. Ello acarrea serios conflictos competenciales y la confusión respecto a iniciativas sobre servicios públicos.

El **art. 149** define que **El Estado** tiene competencia en:

- Legislación sobre la propiedad intelectual e industrial.
- Fomento y coordinación general de la investigación científica y técnica.
- Defensa del patrimonio cultural, artístico y monumental español contra la exportación y la expoliación; museos, bibliotecas y archivos de titularidad estatal, sin perjuicio de su gestión por parte de las Comunidades Autónomas.

La Constitución expresa que "Las materias no atribuidas expresamente al Estado por esta Constitución podrán corresponder a las Comunidades Autónomas, en virtud de sus respectivos Estatutos". "La competencia sobre las materias que no se hayan asumido por los Estatutos de Autonomía corresponderá al Estado, cuyas normas prevalecerán, en caso de conflicto, sobre las de las Comunidades Autónomas en todo lo que no esté atribuido a la exclusiva competencia de éstas. El derecho Estatal será, en todo caso, supletorio del derecho de las Comunidades Autónomas".

Como podemos observar no existe un reparto rígido de competencias y además la cultura "viene a formar parte de la competencia propia o institucional de cualquier tipo de ente territorial", según el citado Ruiz Robledo, "ya que la cultura es la expresión inmediata de una comunidad, por tanto ambos niveles de administración pueden concurrir en estas materias. Esta solución, mala para la regulación del sector, se reproduce a medida que descendemos en el entramado político administrativo".

Las líneas de actuación del **Ministerio de Cultura** son:

[30] Ruiz Robledo, A: La Constitución Cultural Española. Instituto Andaluz de Administración PúblicaConsejería de gobernación y Justicia. Junta de Andalucía. Sevilla (1998)

- El reconocimiento de la diversidad cultural.
- El fortalecimiento de la cooperación.
- La consideración de la cultura como instrumento de desarrollo económico y de cohesión social.

Tiene **competencias** en:

- Archivos: Herramientas o sistemas informáticos, conservación y fomento del patrimonio documental español, difusión de sus archivos, formación y asistencia técnica, cooperación archivística nacional e internacional.
- Artes Escénicas y Música: música, danza, teatro, circo. Gestión directa de proyectos, colaboración con otras instituciones públicas y privadas, convocatorias de ayudas.
- Bibliotecas: Cooperación y coordinación bibliotecaria, modernización de servicios bibliotecarios, preservación y difusión de patrimonio bibliográfico español, creación y desarrollo de bibliotecas digitales.
- Cine y Audiovisuales: Fomento, promoción y ordenación de las actividades cinematográficas y audiovisuales españolas en sus tres aspectos: producción, distribución y exhibición. Difusión cinematográfica española en el exterior. Recuperación, restauración conservación y difusión del patrimonio cinematográfico, cooperación nacional (autonómica) e internacional.
- Cooperación Cultural: Internacional (bilateral, multilateral o institucional). Promoción y difusión de la cultura española. Formación de profesionales de la cultura. Cooperación y comunicación con las comunidades autónomas para potenciar la presencia del Ministerio de Cultura en distintos puntos del territorio nacional.
- Estadística: Información y asesoramiento mediante el programa 2000. Elaboración y difusión de datos estadísticos del sector cultural, indicadores de la economía del sector.
- Fundaciones: Establecimiento de medidas de calidad e información. Registro de fundaciones.
- Libro: Promoción del libro, la lectura y las letras españolas
- Museos: Impulso y consolidación de la red de museos estatales, adquisición, conservación, exhibición, investigación y comunicación de las colecciones de los museos. Promoción de los museos y actuaciones en sus infraestructuras. Cooperación con organismos competentes en materia de museos a nivel nacional (Comunidades Autónomas) e internacional.
- Patrimonio Histórico: Protección. Enriquecimiento de las colecciones estatales. Inversión. Coordinación y comunicación con las Comunidades Autónomas. Cooperación internacional y conservación y restauración.
- Promoción del Arte: Difusión de la cultura y del patrimonio cultural. Promoción de la creación artística. Formación en gestión de exposiciones. Colaboración con otras instituciones públicas y privadas, e información al ciudadano.
- Propiedad Intelectual: Actuaciones legislativas. Comunicación. Cooperación. Defensa y protección de la propiedad intelectual.
- Publicaciones, Información y Documentación: Difusión e información de las actividades del Ministerio y las investigaciones que desarrolla. Recopilación bibliográfica y documental sobre temas de ámbito cultural.

3.4.3. Competencias de la Comunidad Autónoma Andaluza

Las Comunidades Autónomas, una vez tienen las transferencias concedidas, adquieren la capacidad de legislar sobre las siguientes materias:

- Bienes de dominio público y patrimoniales.
- Artesanía.
- Fundaciones y asociaciones de carácter cultural y artístico que desarrollen sus funciones fundamentalmente en Andalucía.
- Promoción y fomento de la cultura en todas sus manifestaciones y expresiones.
- Patrimonio Histórico, Artístico, Monumental, Arqueológico y Científico.
- Archivos, Museos, Bibliotecas y demás colecciones de naturaleza análoga que no sean de titularidad estatal. Conservatorios y Centros de Bellas Artes de interés para la Comunidad Autónoma.
- Promoción de actividades y servicios para la juventud y la tercera edad.
- Deporte y Ocio.
- Publicidad y Espectáculos, sin perjuicio de las normas del Estado.

Luis Ben[31] nos hace reflexionar acerca de la expresión "promoción y fomento de la cultura", ya que en ella se encuentran casi todas las intervenciones culturales municipales, y añadiríamos, también, supramunicipales (teatro, música, cine, talleres, casas de cultura...). Resulta curioso observar cómo entre las instituciones básicas como son los museos y archivos se delimitan bien las competencias entre el ámbito estatal y el autonómico, pero cuando entramos en otros ámbitos nos introducimos en la confusión e indefinición. Porque, ¿qué es el fomento de la cultura?, ¿qué entendemos por promoción?

Desde la Consejería de Cultura de la Junta de Andalucía se han desarrollado en general políticas de patrimonio: Planes Generales de Patrimonio y Bienes Culturales y Conservación, recuperación y difusión. Los niveles competenciales están claros y los conflictos al igual que en otras políticas públicas vienen de la escasez de recursos o de las prioridades que se apliquen en la inversión o en la distribución territorial de los mismos. Los profesionales están muy reconocidos y articulados. Por el contrario, respecto a las políticas de fomento y promoción cultural, nos encontramos con una gran indefinición. Sirva como ejemplo los circuitos de teatro o de música, en los últimos veinte años hemos asistido a diferentes modelos para su puesta en marcha, lo mismo puede decirse de la ayuda a la producción o en la política de becas. La razón está en que nos movemos en un campo mucho menos regulado, donde la Ley no concreta qué hacer, cómo y a qué está obligada cada administración. Los profesionales están menos reconocidos y articulados, hablamos de animadores socioculturales y técnicos de actividades socioculturales o gestores culturales.

En cuanto a los Planes y Programas de la Junta de Andalucía, se concretan en los siguientes:

[31] Ben, L.: *Dosmil3 Estrategias. Proceso de Evaluación Institucional de la Política Cultural de Puerto Real.*Cádiz.Universidad de Cádiz (2003)

- I Plan de Servicios Bibliotecarios de Andalucía (2008-2011): Plan estratégico de impulso a la articulación del Sistema Andaluz de Bibliotecas y Centros de Documentación.
- Plan de Calidad de los Museos Andaluces: Instrumento diseñado para abordar la modernización de los museos de la región, y mejorar la calidad de sus programas y contenidos.
- Plan Estratégico para la Cultura en Andalucía (PECA) que fija las líneas maestras de la Consejería de Cultura para los próximos 4 años, diseñando y formulando la política cultural autonómica a medio y largo plazo.
- Plan de Lectura y de Bibliotecas Escolares en los Centros Educativos Públicos de Andalucía: Guía de recursos dirigidos a promover el uso de las bibliotecas escolares por parte de los alumnos de enseñanza obligatoria.

Desde el Instituto Andaluz de las Artes y las Letras, dependiente de la Consejería de Cultura, se apoya de igual forma a las Pymes. Tienen la consideración de Pymes de Industrias Culturales aquellas que se dediquen con carácter mercantil y lucrativo a la creación, producción, distribución o comercialización de productos y servicios culturales. Se consideran productos y servicios culturales los siguientes:

a. La cinematografía, las artes audiovisuales, multimedia y la industria de contenidos digitales.
b. Las artes escénicas y musicales, y las técnicas del espectáculo.
c. El flamenco.
d. Las artes plásticas, el diseño, la moda y la arquitectura.
e. Las ediciones literarias y fonográficas, en cualquier soporte o formato.
f. Las industrias relacionadas con la investigación, conservación, recuperación, difusión y promoción del patrimonio histórico y las actividades socioculturales.
g. Las que correspondan a cualquier otra manifestación de carácter cultural incluida dentro del ámbito de competencias de la Consejería de Cultura de la Junta de Andalucía.

Para el año 2009, la dotación presupuestaria fue de **10 millones de euros.**

Por otro lado, desde la Consejería de Economía, Innovación y Ciencia, la Dirección General de Economía Social y Emprendedores tiene atribuidas las competencias sobre investigación, difusión, formación, promoción y desarrollo de la cultura emprendedora y, en especial, de las empresas de economía social, microempresas y otras formas de autoempleo; la promoción, gestión y desarrollo de redes, infraestructuras, centros de emprendedores y escuelas de empresas; y las relativas a las cooperativas, sociedades laborales y sus asociaciones.

A través de *Andalucía Emprende* e *INVERCARIA* se ofrecen incentivos para estas empresas de base creativa y/o tecnológica, como son: *Melkart, Gaya y Cheque innovación*.

Melkart, en forma de créditos participativos a bajo interés.

Gaya es una línea de financiación a través de capital semilla diseñada para emprendedores sociales que poseen la visión, creatividad y determinación asociadas

tradicionalmente a los empresarios, pero además están comprometidos con la sociedad y desean ayudar a su desarrollo, sin ánimo de lucro.

Cheque innovación: Cheque a fondo perdido de hasta 9.000 euros para adquirir servicios de consultoría en innovación que les permitan mejorar su proceso productivo, contratar asistencia para desarrollar o fabricar un nuevo producto, utilizar el comercio electrónico, asesorarse para mejorar su actividad o elaborar un plan comercial o estrategia de marketing.

Proyecto Lunar y *Promálaga* son un modelo de innovación concebido y diseñado para aportar soluciones a los emprendedores de la Industria creativo cultural andaluza, pensado para las zonas urbanas.

Los programas de la Consejería de Cultura, por sectores, son los siguientes:

a) Artes escénicas

- Apoyo a la presencia de compañías andaluzas en ferias y festivales de artes escénicas.
- Muestra de Teatro Andaluz. Puerto de Santa María.
- Muestra de Danza de Andalucía (MUDA), la última celebrada en Málaga en febrero de 2010.
- Certamen Nacional Coreográfico y de Interpretación de Danza Clásica, Española y Contemporánea.
- Danza en los Museos. El programa se lleva a cabo anualmente en las sedes de los museos andaluces. La programación se realiza desde la Dirección General de Inovación e Industrias Culturales en coordinación con la Dirección General de Museos y Promoción del Arte.
- Danza en las universidades andaluzas.

Espacios escénicos, con una programación estable:

Teatro Alambra, en Granada; Teatro Cánovas, en Málaga; y Teatro Central, en Sevilla. Todos ellos centros dependientes del Instituto Andaluz de las Letras y las Artes.

Centro Andaluz de Danza

Su principal objetivo es la formación profesional de bailarines y bailarinas en las especialidades de danza contemporánea, clásica y española.

Centro Andaluz de Teatro

Las producciones del CAT recorren hoy regularmente la Comunidad Autónoma Andaluza, el Estado Español y algunos países europeos e iberoamericanos. El apoyo a la dramaturgia andaluza, las publicaciones, los encuentros internacionales, los grupos de investigación, las puestas en escena, han convertido al CAT en un centro dinámico, referencia del teatro hecho desde Andalucía.

Centro de Documentación de las Artes Escénicas de Andalucía

Conforma un patrimonio documental y bibliográfico de primer orden: 27.000 ejemplares en su biblioteca, 4.500 audiovisuales, más de 130.000 imágenes digitales sobre el teatro y la danza en Andalucía. Exposiciones, publicaciones y trabajos de investigación de primer orden que dan idea de su vitalidad y su integración en el medio escénico.

Escénica. Centro de Estudios Escénicos de Andalucía

Se estructura en dos programas: el Programa de Estudios Técnicos o Escénica Técnica y el Programa de Estudios Artísticos o Escénica Artística.

b) Cine y Artes Audiovisuales

La Consejería de Cultura trabaja desde el año 2000 para consolidar las estructuras empresariales y así alcanzar una producción audiovisual sostenible, de calidad y competitiva. El objetivo principal es potenciar la presencia de los productos andaluces fuera de nuestras fronteras, así como promover la formación en todos los ámbitos de actuación como eje de un sector audiovisual profesional y competitivo; igualmente se propone contribuir, a través de la cultura cinematográfica y audiovisual, al desarrollo de una sociedad andaluza moderna y plural, que concibe la diversidad y el mestizaje como un valor añadido a su riqueza socio-cultural. Para cumplir estos objetivos se han desarrollado las siguientes líneas de actuación:

Medidas de Apoyo e Incentivos: Ayudas directas al desarrollo de proyectos y a la producción de obras audiovisuales, incentivos para la coproducción y medidas de financiación acordes con la evolución del sector audiovisual.

Acciones de Promoción: Edición de catálogos y anuarios sobre la producción audiovisual andaluza, creación de un fondo de obras audiovisuales para su difusión en el exterior y promoción y comercialización de la producción andaluza mediante la asistencia a mercados, festivales, foros y encuentros entre profesionales.

Acciones de Formación: Colaboración con entidades públicas y privadas en acciones formativas para profesionales y fomento de la inserción laboral de las nuevas generaciones en el sector audiovisual.

Difusión: Fomento de una oferta cinematográfica cultural de calidad, complementaria a los circuitos comerciales, a través de los distintos programas de exhibición que se han puesto en marcha.

Cooperación: Ampliación de los acuerdos de colaboración con instituciones europeas, mediterráneas e iberoamericanas para el fomento del sector audiovisual andaluz.

c) Música

La política de la Dirección General de Innovación e Industrias Culturales en materia de Creación Contemporánea se expresa en el fomento de la creación, especialmente de compositores andaluces, y en la difusión de la creación musical de nuestros días, con especial atención a la realizada por autores e intérpretes andaluces, ofreciendo como

servicio público una programación de conciertos y actividades que sean reflejo de la diversidad y riqueza estética de la composición actual.

- Música Contemporánea:

    - Ciclo de Música Contemporánea de Sevilla y Granada.
    - Jornadas de Música Contemporánea de Córdoba.
    - Ciclo de Música Contemporánea de Málaga.

- Concurso Internacional de Miniaturas Electroacústicas.
- Programa Andaluz para Jóvenes Instrumentistas. Orquesta Joven de Andalucía.
- Curso de Composición de la Cátedra Manuel de Falla.
- Festival de Música Española de Cádiz.
- Festival de Músicas Urbanas de Huelva.
- Orquestas institucionales:

    - Orquesta Ciudad de Granada
    - Real Orquesta Sinfónica de Sevilla
    - Orquesta de Córdoba
    - Orquesta Filarmónica de Málaga

3.4.4. Competencias de Las Entidades Locales

La Constitución de 1978 incluye las Entidades Locales dentro de la estructura territorial del Estado, como escalón territorial inferior, tras el Estado mismo y las Comunidades Autónomas, al señalar en su art. 137 que: "El Estado se organiza territorialmente en municipios, provincias y en las Comunidades Autónomas que se constituyan. Todas estas entidades gozan de autonomía para la gestión de sus respectivos intereses".

Se inicia así una nueva etapa histórica, que culminará con la Ley de Bases de Régimen Local, de 1985, en la que se establece que el Municipio, para la gestión de sus intereses, puede promover toda clase de actividades y prestar cuántos servicios públicos contribuyan a satisfacer las necesidades y aspiraciones de la comunidad vecinal.

Asimismo, fija que el Municipio ejercerá, en todo caso, competencias en los términos de la legislación del Estado y de las Comunidades Autónomas, en las siguientes materias:

-Patrimonio Histórico-Artístico y

-Actividades o instalaciones culturales y deportivas, ocupación del tiempo libre y turismo.

-En el **art. 26.1**, se establece que los municipios con población superior a 5000 habitantes deberán prestar servicio de biblioteca pública.

La asistencia de las Diputaciones Provinciales a los Municipios, prevista en el **art. 36**, se dirigirá preferentemente al establecimiento y adecuada prestación de los servicios

públicos mínimos, así como la Garantía del desempeño en las Corporaciones municipales de las funciones públicas.

Las competencias delegadas se ejercen con arreglo a la legislación del Estado o de las Comunidades Autónomas correspondientes o, en su caso, la reglamentación apropiada por la Entidad Local delegante.

La ley 11/87, de 26 de Diciembre, regulaba las relaciones entre la Comunidad Autónoma de Andalucía y las Diputaciones Provinciales de su territorio, recogiendo en el **Capitulo IV de dicha ley** las competencias de las Diputaciones Provinciales en materia de cultura.

Se atribuía a las Diputaciones Provinciales la prestación subsidiaria de la municipal en materia de animación y promoción cultural, en los municipios menores de 20.000 habitantes. En los municipios de más de 20.000 habitantes, la competencia era ejercida en régimen de coordinación entre la Diputación Provincial correspondiente, los Ayuntamientos y la Junta de Andalucía.

El Parlamento de Andalucía, haciéndose eco de la Carta Europea de Autonomía Local, aprueba **La Ley 5/2010, de 11 de junio, de Autonomía Local de Andalucía,** que deroga **La ley 11/87, de 26 de Diciembre,** en la que se define como el derecho y la capacidad para la ordenación y gestión de una parte importante de los asuntos públicos bajo la propia responsabilidad y en beneficio de sus habitantes.

Distingue la ley entre autonomía municipal y autonomía provincial, dejando claro que ambas entidades locales, municipios y provincias, intregan una sola comunidad política local, reconociendo la relevancia jurídica a las prioridades y solicitudes presentadas por los municipios y otorgando un papel regulador y garante a las diputaciones provinciales, tal y como exige el Derecho europeo en la redifición de las funciones de los poderes públicos.

Asimismo, atribuye competencias a municipios y provincias, concendiéndoles especial atención a la autoorganización en política territorial, permitiendo la agrupación (áreas metropolitanas y comarcas) y la asociación (mancomunidades y consorcios).

1) Competencias municipales en materia de cultura **(Título I, Capítulo II, Sección 2ª, Artículo 9)**

   Punto 11. Elaboración y aprobación de catálogos urbanísticos y de planes con contenido de protección para la defensa, conservación y promoción del patrimonio histórico y artístico de su término municipal, siempre que estén incluidos en el Plan General de Ordenación Urbanística. En el caso de no estarlo, deberán contar con un informe preceptivo y vinculánte de la Consejería competente en materia de cultura.

   Punto 17. Planificación y gestión de actividades culturales y promoción de la cultura, que incluye:

   a) La elaboración, aprobación y ejecución de planes y proyectos municipales en materia de bibliotecas, archivos, museos y colecciones museográficas.

b) La gestión de sus instituciones culturales propias, la construcción y gestión de sus equipamientos culturales y su coordinación con otras del municipio.

c) La organización y promoción de todo tipo de actividades culturales y el fomento de la creación y la producción artística, así como las industrias culturales.

2) Competencias propias de las provincias **(Título I, Capítulo II, Sección 3ª)**:

El Artículo 11, concreta las competencias de asistencia a los municipios, por sí o asociados, en:

a) Asistencia técnica de información, asesoramiento, realización de estudios, elaboración de planes y disposiciones, formación y apoyo tecnológico.

b) Asistencia económica para la financiación de inversiones, actividades y servicios municipales.

c) Asistencia material de prestación de servicios municipales.

El Artículo 15, especifica que la provincia tendrá competencias en las siguientes materias:

a) Carreteras provinciales.

b) Los archivos de interés provincial.

c) Los museos e instituciones culturales de interés provincial.

La Ley dedica su Capítulo III al Patrimonio de las Entidades Locales (Art. 50-53), definiendo el patrimonio como el conjunto de bienes, derechos y acciones que por cualquier título les pertenezcan, y está orientado en su totalidad a la consecución de sus fines, correspondiendo su gestión a la propia entidad o entidades de ella dependientes. Los elementos del patrimonio de las entidades locales se clasifican en demaniales y patrimoniales, teniendo una consideración aparte los bienes comunales.

3) Relaciones de coordinación **(Título IV, Capítulo II, Art. 57-599)**

Se establecen las relaciones de la Comunidad Autónoma de Andalucía con las Entidades Locales.

Artículo 57. Se crea el Consejo Andaluz de Gobiernos Locales, como órgano de representación de los municipios y las provincias ante las instituciones de la Junta de Andalucía, con la finalidad de garantizar el respeto a las competencias locales, gozándo de autonomía orgánica y funcional.

La coordinación tendrá por finalidad la fijación de medios y sistemas de relación que hagan posible la información recíproca, la homogeneidad técnica y la acción conjunta de las distintas administraciones públicas en el ejercicio de sus

respectivas competencias, de tal modo que se logre la integración de actuaciones parciales en la globalidad del sistema, en forma de planes sectoriales.

En su **Título V** de la Coperación Territorial propone que se regirán por los principios generales de autonomía local, descentralización, eficacia, eficiencia, participación, planificación y calidad, no pudiendo coexistir dos o más entidades de coperación sobre un mismo territorio cuando coincidan en un mismo objeto. Son entidades de coperación territorial las mancomunidades de municipios, los consorcios y cualquier otra modalidad de coperación interadministrativa que de lugar a la creación de un ente con personalidad jurídica.

A modo de conclusión, esta ley intenta paliar la falta de cordinación existente a nivel interadministrativo, por diferencias de signo político, social e incluso cultural, que se traducía en la casi inexistente colaboración en acciones o proyectos conjuntos, siendo una excepción más que una práctica habitual como sería recomendable.

Facilita, asimismo, definir la identidad cultural creando mapas que trasciendan la provincia y el municipio, basados en la tradición, costumbres, formas de vida, valores y sentimientos de pertenencia.

Se convierte así en un referente para todas las entidades locales, ya que invita a los municipios a establecer o a precisar sus propios objetivos en materia cultural, en primer lugar en el interés mismo de sus ciudadanos, y también con el fin de abrirse hacia nuevas posibilidades de asociación, en especial mancomunidades y consorcios, con el objetivo de alcanzar la mayor eficacia y eficiencia de los recursos.

Finalmente, la nueva Ley exime a las diputaciones provinciales de las competencias en materia de animación y promoción de la cultura, otorgando a los municipios la planificación y gestión de actividades culturales y promoción de la cultura, desapareciendo el término animación que incluye estrategias para que la participación de los ciudadanos sea efectiva.

Por otro lado, las inversiones en equipamientos culturales se planifican desde los municipios, contando con la colaboración de las Diputaciones y la Consejería de Cultura.

4. MÁLAGA PROVINCIA CULTURAL

La realidad cultural de los municipios de Málaga es muy diferente de si se trata de un municipio de menos de 20.000 habitantes a si hablamos de cabeceras de comarca o mayores de 50.000. También se encuentran diferencias considerables dependiendo de si son poblaciones del interior o de la costa. La dinámica cultural está en función de los presupuestos, equipamientos, recursos humanos y materiales de que se disponen y también de la tradición cultural de los municipios.

En líneas generales, observamos una mayor preocupación por el desarrollo de programas y acciones culturales que mejoren el nivel cultural de la población, cuantitativa y cualitativamente, estimulen la creación cultural o la promoción de lo local

(talleres, formación especializada, apoyo a creadores semiprofesionales y profesionales).

En los municipios pequeños, la dinámica cultural sigue muy vinculada a lo festivo, fiestas patronales, y al fomento de la cultura más tradicional. Las bibliotecas juegan un papel fundamental en la promoción del libro y el fomento de la lectura. Las casas de cultura y juventud desarrollan actividades de todo tipo, artes plásticas, escénicas, cine, talleres, presentaciones de libros…, y el uso de espacios abiertos en las festividades estivales dan juego al desarrollo de actividades más lúdicas y participativas, con mayor o menor contenido cultural. Al igual que las semanas culturales, extendidas casi por todo el territorio.

Sin embargo, cada vez más aparecen proyectos singulares, proyectos estrella que hacen que el municipio se sitúe en el mapa cultural provincial, e incluso que traspase las fronteras regionales o nacionales, con motivaciones históricas, de leyenda, puesta en valor de espacios patrimoniales…, en forma de festivales, certámenes, meses culturales. Valga como ejemplo la Bienal de Arte de Genalguacil; Festival de la Luna Mora, en Guaro; Festival de la Comedia de Rincón de la Victoria; Festival de las Tres Culturas de Frigiliana; Mes de Teatro, en Coín; Festival de Música Sacra, en Riogordo; Ojeando en Ojén…

Las cabeceras de comarca, los municipios de la costa y los cercanos a Málaga, como Alhaurín de la Torre, aumentan su oferta cultural, ya que cuentan con mayores infraestructuras, mayor población, mayor presupuesto y personal más especializado.

Hay una oferta variada y una programación continua en sus teatros o casas de cultura, mejor dotadas y que, por esta razón, pueden ofertar actividades de mayor formato. Tal es el caso del Festival de Blues de Antequera, Festival de Teatro de Benalmádena (el más antiguo de la provincia), Festival de Teatro Infantil de Alhaurín de la Torre, Festival de Jazz en el Portón del mismo municipio…

Las ferias siguen aglutinando los eventos culturales más masivos. Conciertos de mayor calado mediático, teatro de calle, pasacalles…

Las industrias culturales también tienen mayor peso en estos municipios, radios y televisiones locales, artesanos, artistas plásticos, compañías de teatro, centros de formación (conservatorios, escuelas de danza, teatro) y aunque débil hay un mayor movimiento asociativo.

Sin pretender hacer una relación exhaustiva, comentamos los programas públicos que afectan en su intervención a los municipios de la provincia de Málaga, diferenciando por competencias político-administrativas, y que componen un mapa de la politica cultural actual.

En síntesis cuatro son las principales líneas de actuación:

1) La creación y mantenimiento de la infraestructura cultural
2) La formación artística y técnica
3) Las ayudas y subvenciones
4) La animación y promoción sociocultural

1) Creación y mantenimiento de la infraestructura cultural

Existe una extensa red, constituida por Casas de la Cultura, auditorios, teatros, salas de exposiciones, museos, bibliotecas, archivos y fundaciones, que se va incrementando año tras año gracias a las iniciativas de la Junta de Andalucía y la Diputación Provincial, en estrecha cooperación con los ayuntamientos de los municipios implicados.

En este sentido, cabe resaltar el acuerdo establecido en el año 2000 entre ambas instituciones para la construcción, renovación o equipamiento, a lo largo de cuatro cuatrienios, de espacios escénicos idóneos en los municipios de la provincia. El objetivo es lograr que el mayor número de municipios cuente con la infraestructura necesaria para integrarse en los Circuitos Andaluces de Espacios Escénicos, de forma que pueda acoger actividades teatrales, cinematográficas y musicales.

Los criterios que se barajan a la hora de acometer este Plan de Infraestructuras Escénicas son los siguientes: el déficit de infraestructuras culturales del ayuntamiento en cuestión, el interés por la celebración de actividades culturales y el número de residentes.

En el primer cuatrienio, se inaugura un Teatro en Ardales, se aprueban los proyectos de Alhaurín de la Torre, Alhaurín el Grande, Antequera, Coín, Estepona, Guaro, Cártama y Torrox (de próxima apertura) y Mijas (ya en funcionamiento) y se completa el equipamiento del Teatro de Nerja. En el convenio de 2006, se propicia la construcción en distintas fases de ejecución de los siguientes espacios escénicos: Campillos, Canillas de Aceituno, Casarabonela, Cortes de la Frontera, Fuente de Piedra, Genalguacil, Parauta, Pizarra y Villanueva de Tapia.

Ello supone que, en los próximos 4 años, la provincia de Málaga cuente con diecinueve nuevos espacios, respondiendo a una de las mayores peticiones del sector: poder mostrar dignamente sus trabajos y consolidar una red de teatros que favorezcan nuevas estrategias de programación para el sostenimiento y desarrollo del sector y disfrute de la ciudadanía.

Además, la Consejería de Cultura cuenta con la *Red de Espacios Culturales de Andalucía* que tiene como objetivo la puesta en valor y difusión de aquellos inmuebles o enclaves abiertos al público de titularidad pública o privada inscritos en el Catálogo General del Patrimonio Histórico Andaluz. Por lo que se refiere a Málaga y su provincia pertenecen a dicha Red: el Conjunto Arqueológico de los Dólmenes y la Zona Arqueológica del Castillo de Jévar, en Antequera, así como los Enclaves Arqueológicos del Teatro Romano de Málaga, de Acinipo y de los Baños Árabes en Ronda. Asimismo, en Málaga capital, inaugura en 2003 el Museo Picasso, reforma el edificio para el Centro Andaluz de Las Letras e inicia las obras de rehabilitación del futuro Museo de Bellas Artes y Arqueológico de Málaga. Y tiene en cartera proyectos como el Auditorio del Puerto, el Parque de los Cuentos o la Residencia de Nuevos Creadores.

Además, en la provincia de Málaga existen 109 instituciones museísticas (entre las que se contabilizan museos, centros y aulas de interpretación), la mayoría de las cuales cuentan con apoyos públicos, como son: el Museo de Benalauría, Museo Berrocal de Villanueva de Algaidas, Museo Lara de Antigüedades, Museo histórico popular del bandolero y Museo Joaquín Peinado (Ronda), Museo del Grabado Español en Marbella,

Museo de Arte Precolombino Felipe Orlando de Benalmádena, Museo de las Carmelitas Descalzas en Antequera, Museo Histórico Etnológico en Míjas y los museos municipales de Antequera, Estepona, Pizarra, Ronda y Teba, entre otros.

Finalmente, están las fundaciones que con distintos fines y objetivos desarrollan una labor cultural en Málaga y su provincia, entre las que destacan: la Fundación Picasso, Fundación Alonso Quijano, Fundación Manuel Alcántara, Fundación Musical de Málaga, Fundaciones de Unicaja, La Caixa y Cajamar, Fundación Municipal Arte y Cultura (Marbella), Fundación María Zambrano (Vélez-Málaga), Fundación Berrocal (Villanueva de Algaidas), Fundación Los Gálvez (Macharaviaya), Fundación García Agüera de Coín…

En la actual coyuntura económica, resulta difícil predecir el futuro de unos proyectos diseñados en una época de bonanza con el objetivo de paliar la escasez de infraestructuras culturales o el franco deterioro de las ya existentes, olvidando en ocasiones que el mantenimiento de una programación estable y de calidad puede resultar muy gravoso para la mayoría de los municipios y, en especial, para los pequeños y medianos.

Por tanto, las políticas públicas deberán basarse más que en la creación de nuevos espacios en una racionalización de los ya existentes, la búsqueda de una identidad propia que satisfaga los intereses de públicos específicos, así como en una adecuada financiación de los mismos que permita generar proyectos propios o conjuntos con otras organizaciones culturales, públicas y privadas.

En este sentido, resultan de gran interés dos iniciativas propiciadas por la Diputación de Málaga, como son:

MACMA: catálogo de espacios culturales de la provincia de Málaga. Un proyecto muy necesitado por el sector cultural, ya que posibilita el conocimiento y catalogación de las infraestructuras culturales y espacios de uso cultural, obteniendo material gráfico ilustrativo y la aplicación de las nuevas tecnologías en el tratamiento y presentación de fichas de cada espacio e infraestructura, incluyendo planos y ortofotos. Este programa culminará, en octubre de 2010, con la catalogación de espacios culturales de 93 municipios de la provincia de Málaga, quedando para una segunda fase los ayuntamientos mayores de 50.000 habitantes.

D-ensayos: un programa que posibilita el ensayo de compañías malagueñas en espacios de la provincia que han querido sumarse a esta iniciativa, a cambio la compañía estrena o realiza un bolo en la fecha que acuerden.

2) Formación artística y técnica

Constituye el segundo pilar tanto de la Consejería de Cultura de la Junta de Andalucía como de la Delegación de Cultura de la Diputación de Málaga, basado en la colaboración con otras entidades públicas y privadas.

En el primer caso, las actividades formativas que se concretan en cursos, talleres, conferencias, jornadas y congresos, así como en actividades didácticas, infantiles y escolares están relacionadas con la formación musical, teatral, plástica, cinematográfica

o literaria. Según el nivel del curso, se trata de iniciar el camino a futuros creadores, o de profundizar en la materia de que se trate con artistas profesionales, desarrollándose en centros educativos, museos, bibliotecas, centros artísticos y culturales.

Por otro lado, se llevan a cabo cursos relacionados con la gestión cultural, encaminados a la formación permanente de técnicos programadores de actividades culturales, como el IX Foro anual de la Asociación de Gestores Culturales de Andalucía (GECA) *Cultura 2.0: Gestión Cultural e innovación en tiempos de crisis*, celebrado en Granada del 11 al 13 de junio de 2010.

Por su parte, la Diputación Provincial organiza el segundo *Foro Provincial de Gestión Cultural*, dentro de su política de apoyo a las industrias culturales malagueñas. El foro, dirigido a responsables públicos, técnicos de cultura de los municipios de la provincia y profesionales vinculados al sector de la gestión cultural, cuenta con la presencia de importantes expertos en la materia.

Pero además, los segundos *Encuentros del Foro Provincial de la Cultura Emprendedora* reúne a estudiantes con iniciativa emprendedora, agentes sociales y económicos del territorio malagueño, de los Grupos de Desarrollo Rurales, así como responsables locales de toda la provincia, en torno a diferentes ponencias, exposiciones y proyectos de empresas culturales. Amén de otros cursos y talleres, asociados a programas culturales concretos relacionados con la actividad teatral, musical, plástica, cinematográfica o literaria.

También organizan cursos de formación en gestión cultural otros organismos y asociaciones culturales, como las Federaciones Española y Andaluza de Municipios (FEM y FAM), Sociedad General de Autores Españoles (SGAE), Asociación de Gestores Culturales de Andalucía (GECA), Sindicatos, Escuelas Profesionales, Universidades Populares, los propios ayuntamientos…

En resumidas cuentas y dejando a un lado la duplicidad de programas en materia de formación por parte de las administraciones públicas, el problema radica en la falta de homologación académica de los mismos, así como en la carencia de una planificación estratégica conjunta y una racionalización de los recursos.

Finalmente, existe una formación reglada que está posibilitando la profesionalización de los diferentes sectores de la cultura. Tal es el caso de los módulos de Formación Profesional, Bachillerato Artístico y de Artes Escénicas, Escuela de Arte Dramático, Conservatorio Superior de Música y Danza, Escuela de Arte de San Telmo, Facultades de Ciencias de la Comunicación, Filosofía y Letras, Bellas Artes…

3) Ayudas y subvenciones

La Consejería de Cultura convoca anualmente subvenciones, premios, becas, programas de apoyo, etc., en materia de Patrimonio, Editorial y Literatura, Archivos y Bibliotecas, Música y Artes Escénicas, Flamenco, Artes Visuales, Plásticas y Artesanías, Medios de Comunicación, Audiovisuales y Multimedia, Arquitectura, Diseño y Publicidad, Actividades Socioculturales y otras ayudas multisectoriales.

En este sentido, es interesante resaltar la presentación en la pasada edición de la *Feria de Industrias Culturales Andaluzas (FICA 09)* del *Catálogo de ayudas y oportunidades para las industrias culturales en Andalucía,* que recopila los diversos tipos de ayudas dirigidas a las industrias de la cultura, convocadas tanto por la Consejería de Cultura como por otras consejerías de la Junta de Andalucía.

No existen datos publicados de la incidencia de estos apoyos en los municipios de la provincia, ya que si bien algunas están dirigidas específicamente a entidades locales, otras corresponden a particulares o industrias culturales de las que se desconocen datos concretos.

Por su parte, la Delegación de Cultura y Educación de la Diputación de Málaga concede subvenciones a aquellos movimientos, colectivos, entidades, asociaciones, peñas y fundaciones culturales de la provincia que tengan como labor prioritaria el fomento y la promoción de la cultura. Las actividades subvencionadas habrán de encuadrarse dentro de esta tipología: animación sociocultural, publicaciones, conciertos o recitales, encuentros, congresos, jornadas o seminarios, exposiciones, conferencias, charlas, mesas redondas, actuaciones teatrales y, en general, todas aquellas actividades que sean consideradas positivas para el desarrollo, fomento y promoción de la cultura. Estas convocatorias se abren anualmente cada 15 de marzo del año en curso.

Los criterios generales de valoración inciden en aspectos, como el interés objetivo en el desarrollo cultural de la provincia, la amplitud del proyecto y su vinculación con los programas generales y la posibilidad de proyección a otros municipios de la provincia.

Por supuesto, el estar reconocida la Asociación y censada conforme a la legislación vigente, así como contar con una estructura democrática que posibilite el control de la dirección por parte de sus afiliados, son condiciones inexcusables para la concesión de estas subvenciones.

4) Animación y promoción cultural

Constituye el cuarto pilar básico de las administraciones públicas en materia de cultura. Acaso nos hallamos ante la tarea más vistosa y lucida, pero es importante recordar que ésta no debe convertirse en un mero escaparate de cara al público, sino que los actos celebrados han de servir como auténticos dinamizadores socioculturales.

En aras de la brevedad exigida pasamos a dar cuenta, por sectores, de las más relevantes:

a) Sector del libro

La Consejería de Cultura de la Junta de Andalucía reparte sus competencias entre el *Centro Andaluz de las Letras (CAL)* y el *Pacto Andaluz por el Libro (P.A.P.E.L)*.

El *Centro Andaluz de las Letras* tiene los siguientes objetivos:

- Realizar un análisis en profundidad de la problemática que presentan los sectores afectados:

- El sector de la creación literaria.

- El sector editorial.

- Diseñar estrategias más eficaces en orden a favorecer el desarrollo de los sectores citados.
- Fomentar la difusión y distribución de la creación literaria, así como de la producción editorial andaluza, promoviendo la participación en las ferias y mercados especializados del sector, tanto en el ámbito regional como en el nacional e internacional.
- Diseñar y ejecutar las campañas de fomento de la lectura que contribuyan a compensar las situaciones adversas de accesibilidad a la misma, prestando atención preferente a los niños y a los jóvenes. El logro de este objetivo implica el establecimiento de una estrecha colaboración con otros sectores y organismos en la búsqueda de una financiación conjunta de los proyectos que informen y difundan el hábito de la lectura, potenciando, primordialmente, el papel de las bibliotecas andaluzas.

Entre los programas literarios, de carácter estable, que inciden en los municipios encontramos los siguientes: *Circuito literario andaluz, Circuito infantil y juvenil y Letras Capitales.*

Además, se realizan programas de fomento de la lectura, a través de ayudas, premios, *Circuito de Dinamización Lectora* y *Clubes de lectura*, así como colaboraciones que se concretan en presentaciones de libros, Ferias del libro y otras colaboraciones. Asimismo, se ofrecen una serie de exposiciones de autores españoles.

Autoresenlared.com es una aplicación web promovida y elaborada por el *Pacto Andaluz por el Libro* en colaboración con el *Centro Andaluz de las Letras* que ofrece un espacio virtual de consulta sobre autores y autoras de creación literaria y ensayística, tanto a los profesionales del libro y la creación como a la ciudadanía en general, facilitándoles el acercamiento a sus autores y autoras preferidos. Al incluir la nómina de aquellos que participan regularmente en el *Circuito Literario Andaluz* se convierte además en un instrumento útil de información para los gestores y mediadores culturales que colaboran con este Centro, así como para técnicos municipales, bibliotecarios y enseñantes.

El *Pacto Andaluz por el Libro* desarrolla varios programas en el ámbito territorial andaluz, en los que pueden participar los malagueños de toda la provincia.

El fomento de la creación literaria joven se realiza a través del *Certamen Andaluz de Escritores Noveles*. El premio contempla una beca de formación para la *Escuela de Verano de Escritores Noveles*, destinada a mejorar la formación literaria de ganadores y finalistas en todas las modalidades del certamen. El *Foro de Escritores Noveles* les brinda la posibilidad de seguir encontrándose en esta cita anual que se celebra en Antequera en colaboración con el Ayuntamiento de la localidad.

El Bosque de los Libros es un proyecto ideado con el objetivo de concienciar a la ciudadanía de la importancia de la pervivencia del libro en el soporte papel. *El Bosque de los Libros* es un lugar donde cada árbol o arbusto plantado lleva consigo una historia personal de agradecimiento hacia obras literarias o de pensamiento que nos ayudaron a

crecer y a transformar nuestros entornos personales y comunitarios. El árbol es un símbolo. Es la naturaleza, es la vida. *P.A.P.E.L* invita a todas las Corporaciones Locales para que se sumen a esta iniciativa cada año con motivo de la celebración de las efemérides del Libro y el Medio Ambiente.

Biblioandalucia.com es una plataforma tecnológica para la comercialización del libro andaluz por Internet.

La *Red de Bibliotecas Públicas de Andalucía* se compone además de por los servicios para la lectura pública de la Biblioteca de Andalucía, por las bibliotecas públicas del Estado-bibliotecas provinciales, bibliotecas supramunicipales, bibliotecas municipales y bibliotecas de barrio o, en general, de ámbito territorial inferior al de municipio, por servicios bibliotecarios móviles y por bibliotecas privadas de uso público general que se incorporen al Sistema Andaluz de Bibliotecas y Centros de Documentación.

Existe una extensa red de bibliotecas que desarrollan diversas actividades a lo largo del año para el fomento de la lectura, como son cuentacuentos, presentaciones de libros, etc.

Por su parte la Diputación de Málaga cuenta con varios centros relacionados con el sector del libro, que tienen su sede en Málaga capital, aunque su actividad se proyecta a toda la provincia. Como son:

La *Biblioteca Cánovas del Castillo*, situada en el Centro Cultural Provincial, presta su apoyo y asesoramiento a bibliotecas y archivos municipales. Realiza cursos de formación. Informa sobre el acceso a contenidos informativos. Lleva a cabo visitas guiadas a estudiantes para el aprendizaje en el uso de una biblioteca, así como actividades de fomento a la lectura, talleres y exposiciones vinculadas al libro y ofrece además servicios de videoteca, hemeroteca, fonoteca, *Legado Temboury* e Internet. Recientemente, ha creado un servicio de documentación sobre gestión y políticas culturales, único en Andalucía.

El *Centro Cultural de la Generación del 27*, institución fundada en 1985 con el propósito de preservar y difundir el legado creativo de este grupo de escritores, pintores, músicos y cineastas, que se encuentra ubicado en el Centro Cultural Provincial.

Tras el desaparecido ciclo *Compañeros de Viaje* que reunía lecturas de poesía y narrativa junto a la proyección de la obra creativa de artistas malagueños actuales, tanto en la sede de calle Ollerías como en el circuito provincial, actualmente centra sus actuaciones principales en Málaga capital, exceptuando su participación en algunos programas concretos, como es el caso de *Patios para la poesía,* organizado por el Ayuntamiento de Archidona.

Por el contrario, se mantienen ciclos ya consolidados que han demostrado despertar un gran interés entre el público malagueño. Es el caso de *Vidas cruzadas, Flamenco y poesía, Versos y estrellas,* el *Seminario sobre la mujer* y *Con voz propia y ajena*, a los que se han sumado otros nuevos como *Palabras en la noche, Málaga impresora* y *Leer la voz americana*, como recoge la memoria de actividades del año 2009.

Aparte de las actividades enmarcadas en los ciclos mencionados, durante el pasado año se programó la presentación de una quincena, entre libros y revistas, de novedades

editoriales. Algunas producidas por el Centro y otras de editoriales comerciales. Y se celebraron actividades diversas como conciertos (Concierto para el Nuevo Año Dos Mil Nueve), exposiciones (*Al fin y al cabo*, de Carlos Pérez Siquier), espectáculos musicales (*Tango y poesía*), mesas redondas y fallo de los premios, *Generación del 27 de poesía y de narrativa corta* y *Emilio Prados*, convocados por el Centro. Además de estar presentes en la 39 Feria del Libro de Málaga con una caseta de publicaciones y con actividades culturales diversas.

Junto a la organización de todos los actos aquí reseñados (en total se celebraron 55 actividades en 2009), el Centro continúa con su actividad editorial, tanto en la Antigua imprenta Sur (con la publicación de tres números de la colección *El castillo del inglés*, tres de la colección *Cazador de nubes* y la puesta en marcha de una nueva colección: *La cama de Minerva*), como en la ampliación de los títulos de las colecciones comerciales (uno de la col. *Facsímiles*, tres de la col. *Estudios del 27*, creación de la colección *La sirena inestable* y número 17 de la revista *El Maquinista de la Generación*) y con el trabajo de conservación y documentación llevado a cabo en su Biblioteca.

Por último, al margen de algunas empresas editoriales de gran prestigio e importante facturación anual, que se encuentran en la provincia de Málaga, destaca el *Centro de Ediciones de la Diputación de Málaga (CEDMA),* con sede en el Centro Cívico, difusor de publicaciones de interés cultural para toda la provincia.

b) Artes escénicas y músicales

El *Instituto de las Artes y las Letras*, dependiente de la Consejería de Cultura de la Junta de Andalucía, tiene como objeto realizar todas las tareas necesarias, técnicas y económicas, para desarrollar y llevar a cabo los programas culturales encomendados por dicha Consejería.

Entre sus competencias se encuentran los programas de fomento del libro y la lectura y las producciones editoriales, ya comentados, la organización y distribución de producciones de artes escénicas y musicales, las producciones audiovisuales, cinematográficas y fonográficas, la gestión de instalaciones culturales, la difusión del patrimonio histórico y las artes plásticas.

Actualmente, el *Circuito de Espacios Escénicos Andaluces* se desarrolla en los siguientes municipios malagueños:

Alhaurín de la Torre: cine.
Antequera: teatro, música, Abecedaria.
Benalmádena: teatro, danza.
Coín: teatro, danza.
Estepona: teatro, danza, música, cine.
Marbella: teatro, danza, música, cine.
Nerja: teatro, danza, música, cine.
Rincón de la Victoria: teatro, música, danza, cine.
Ronda: teatro, danza.
Vélez-Málaga: teatro, danza, música, cine.

En el Circuito Andaluz existen, actualmente, 12 compañías de teatro, 3 de danza y 6 formaciones musicales malagueñas.

Por lo que se refiere a la Diputación de Málaga, la respuesta a la demanda cultural de los municipios se desarrolla actualmente a través del procedimiento de "Concertación", un instrumento de coordinación interadministrativa que permite a los ayuntamientos decidir con plena autonomía el destino de los fondos designados por la Corporación Provincial. En 2009, éstos han alcanzado el 73% de sus fondos de gestión, lo que pone de manifiesto la casi absoluta dimensión provincial de la gestión cultural en el mencionado organismo.

La Delegación de Cultura apoya bajo este procedimiento la realización de actividades culturales de interés provincial, la contratación de agentes culturales y adquisición de equipamiento cultural. Bajo la denominación *Culturales*, organizados en más 60 municipios, se realizan semanas culturales en las que participan junto al ayuntamiento otros agentes, centros educativos o asociaciones.

Sin duda, es la institución que más apoyo brinda a grupos locales y que más promueve y difunde la creación malagueña. Cada año abre una bolsa a la que pueden incorporarse, previa selección por una comisión de expertos, artistas, espectáculos y grupos de todas las modalidades, en su mayoría locales, que son incorporados a su web y que, bajo el capitulo II de "Concertación", los ayuntamientos están obligados a contratar.

En estos momentos hay 20 compañías de adultos, 3 de calle, 22 infantiles, 2 de pasacalle y 4 de danza. En total suman: 72 compañías; 362 formaciones musicales; 97 didácticos; 10 en cultura abierta.

Por otro lado, la Delegación de Cultura genera sus propios proyectos singulares, circuitos de copla, jazz, música clásica, proyección de audiovisuales, teatro de adultos, exposiciones itinerantes…, que complementan y/o enriquecen las programaciones de los municipios.

Promueve la Orquesta Sinfónica Provincial y la Joven Orquesta, con su Escuela-orquesta, y la Escuela de Verdiales. Asimismo, el convenio de enseñanza musical permite a profesores de música impartir clases a niños y jóvenes de la provincia, en puntos donde la enseñanza musical oficial no llega, organizándose en bandas municipales.

Y, por último, apoya a festivales y a programas culturales consolidados en la provincia, entre los que se encuentran: Teatro Infantil de Alhaurín de la Torre, Festival de Teatro y Música Sacra de Riogordo, Festival de la Comedia del Rincón de la Victoria, Ciclo Sábado de Teatro de Coin, Festival de Teatro Clásico en Antequera, festivales de flamenco como el de Casabermeja, Festival de Blues de Antequera, Festival Pop Weekend de Fuengirola, Festival de Verdiales en Comares, y a programas culturales, como La Luna Mora de Guaro, Ojeando en Ojén, Las Tres Culturas de Frigiliana…

Además en la provincia existen instituciones dedicadas a la conservación, documentación, investigación, enseñanza, promoción y difusión de la música y las artes escénicas y grupos y formaciones que se ocupan de la interpretación: agrupaciones de

cámara, bandas municipales, compañias de teatro, circo, danza y asociaciones, integradas por amateurs, pero que suponen una buena base para la formación artística.

El folclore tiene un peso específico en la provincia de Málaga, la Federación de Pandas de verdiales, (que aglutina a una treintena de pandas, así como todas las asociaciones verdialeras), coros rocieros y el flamenco en todas sus manifestaciones (cante, baile, toque) son apoyadas por las instituciones y bien recibidas en las programaciones de todos los municipios.

También las nuevas tendencias tanto en la música como en las artes escénicas, tienen apoyo institucional y un público objetivo en la provincia. Si bien es cierto que la música tiene mejor acogida que las artes escénicas en general, y es por ello más demandada, quizás corresponda a las instituciones brindar un mayor apoyo a las artes menos comerciales, como la música clásica, el circo, el teatro de adultos, la danza o el ballet, relegando a la empresa privada aquellos eventos que puedan desarrollarse y ser viables por la iniciativa empresarial.

Por último, lo local tiene cabida en el Centro Cultural Provincial y el Auditorio de la Diputación, donde compañías de teatro malagueñas tienen la posibilidad de presentar sus trabajos en dos programas: *Escénika*, (apuesta por teatro profesional) y *Aficionarte* (apuesta por el teatro amateur o aficionado).

c) Cine y Audiovisual

En cuanto a las producciones audiovisuales y cinematográficas, apenas tienen cabida en la cartelera de la provincia. Son una excepción los ciclos que organiza la Junta de Andalucía, de películas representativas de la escena internacional y de cine de autor, que no tienen entrada en los circuitos comerciales. Además del programa de proyecciones de cuatro documentales, en DVD, dirigido a centros de enseñanza, asociaciones, colectivos y municipios andaluces, que viene desarrollando, desde septiembre de 2009 a junio de 2010, con el objetivo de que la ciudadanía pueda conocer la producción audiovisual andaluza.

Mención aparte, merece la creación de *Andalucía Film Commission* que posee una red territorial con oficinas en Málaga, Antequera, Archidona, Benalmádena, Marbella y Mijas y acuerdos con la Administración regional y local, así como con empresas y asociaciones del sector, con el objetivo de facilitar el acceso a las productoras locales, nacionales e internacionales a toda aquella información útil y necesaria para la realización de un rodaje en un determinado territorio, ofreciendo a los productores un servicio de apoyo y de asesoramiento que facilite su trabajo.

La provincia de Málaga posee una serie de características y ventajas que hacen de ella un lugar privilegiado para las filmaciones y producciones audiovisuales, por su variedad de localizaciones, climatología, comunicaciones e infraestructura. Además de una industria con profesionales cualificados y altamente competitiva.

A ello hay que sumar el trabajo que realiza la Fundación Audiovisual de Andalucía (AVA), una institución sin ánimo de lucro patrocinada por la Agencia Pública Empresarial de la Radio y Televisión de Andalucía (RTVA), que tiene entre su principal

objetivo el desarrollo estratégico del sector audiovisual andaluz en el ámbito nacional, europeo e internacional.

Con tal fin viene desarrollando una serie de acciones dirigidas a las empresas, profesionales y entidades vinculadas al sector, en cuatro áreas de trabajo: Comunicación, Formación, Ordenación y Estructuración del Sector Audiovisual y Promoción.

Según datos de la Fundación AVA, existen 150 empresas en Málaga entre Productoras de cine, publicidad, video, tv, multimedia y servicio a la producción, a las que hay que añadir la fundación hace un año de la *Asociación Málaga Cine* que viene organizando conferencias, proyecciones de películas, coloquios e incluso la publicación de la revista *Málaga Cine.*

Por otro lado, la actividad cinematográfica de la Diputación de Málaga se centra en algunas proyecciones de películas de actualidad en semanas culturales y fiestas patronales; el ciclo *DOCMA* que cada miércoles de la semana convierte el Auditorio del Centro Cultural Provincial en una sala estable dedicada al cine documental; y por último la proyección de video-creaciones en el *Espacio Oblicuo* del Centro.

Además está el programa *Málaga Cinema*, una muestra audiovisual dedicada este año al acercamiento entre culturas, que se articula en torno al *Certamen de Cortometrajes Andaluces,* ya por su novena edición, y que está formado por diferentes ciclos de cine (*Entreculturas, La Edad de Oro-80 años, Todos hablarán de nosotros cuando hayamos muerto, Entrelibros, Volando* voy y *Docs for life*), además de mesas redondas, presentaciones de libros, conciertos y exposiciones.

Quizás lo más novedoso de esta segunda edición, de una semana de duración, es la atención prestada a la voz con la inclusión del ciclo *Días de radio*, así como el hecho de que las proyecciones se realicen no sólo en el Centro Cultural Provincial, la Biblioteca Cánovas del Castillo, el Auditorio de Diputación o la Escuela Universitaria de Enfermería, sino también en espacios públicos y privados de la ciudad (Sociedad Económica de Amigos del País, Forum Fnac, Toulouse Club y Plaza Activa).

La actividad también incluye la realización de talleres en Málaga capital y algunos municipios de la provincia, entre los que se encuentran: *Taller de Iniciación al Cine Documental* (CCP)*, Taller de microcortos con el móvil* (Montejaque, Mollina, Casares y Ojén) y *Cinetaller digital* (Cañete la Real, Villanueva del Trabuco, Ardales). Este último está dirigido a jóvenes de Secundaria, Bachillerato y Formación Profesional.

En materia de edición se han publicado libros relacionados con el cine de autores, como Francisco Griñán, Antón García Abril o Francisco Ruiz Noguera. Asimismo, recientemente se ha creado una Filmoteca (FILMA), especializada en películas profesionales y amateurs rodadas en Málaga y su provincia a partir de los años sesenta.

Además, el Centro Cívico de la Diputación de Málaga ha servido de escenario para la realización de un campus audiovisual, estrenos de cortometrajes y ayudas a la producción.

Por último, otras colaboraciones de la Delegación de Cultura en materia de cine, serán las llevadas a cabo con la Universidad de Málaga en el *Festival de Cine Fantástico* (*Fancine)* en el que también intervienen otras instituciones como Ayuntamiento y Junta de Andalucía, con un enorme eco entre el público joven. Con estos dos organismos, participa igualmente en la *Muestra de Cine y Discapacidad de Málaga*, organizada por la Federación de Asociaciones de Discapacitados Físicos y/u Orgánicos de Málaga, así como en el *Festival de Cine Español de Málaga.*

A nivel provincial y junto a los ayuntamientos respectivos, participa en el *Concurso Nacional de Cortometrajes Ciudad de Antequera; Certamen Internacional de Cine Campesino de Álora, Archidona Cinema* (Muestra de cine andaluz y del Mediterráneo); *Festival Internacional de Cine de Ronda* (Muestra de Cine Político); *Semana de Cine Español Costa del Sol-Estepona, Semana de Cine Fantástico y de Terror*, *Certamen Internacional de Cortos en Video Villa de Estepona*; *Festival Internacional de Cine de Marbella (Marbella International Film Festival);* y, finalmente, en el recientemente desaparecido *Festival Internacional de Cortometrajes y Cine Alternativo de Benalmádena (FICCAB).* A estos festivales hay que añadir el *Certamen Unicaja de Cine. Bienal Internacional de Cine Científico de Ronda* y el *Certamen Unicaja de video.*

Como vemos, sólo en la provincia contamos con un número importante de festivales, tres de ellos en la Costa del Sol, que independientemente de su mayor o menor antigüedad y proyección encierran contenidos muy similares a los realizados en Málaga capital, con los que resulta difícil competir. Sin duda, la actual crisis económica y los ajustes que se están produciendo en el sector público, especialmente en materia de cultura, que han llevado a una reducción del presupuesto por parte del festival *Archidona Cinema* o incluso a la desaparición del *FICCAB,* obligarán a buscar señas de identidad que respondan a las exigencias de públicos más específicos, como podría ser un Festival de Cine Publicitario en Marbella o Cine Gay-Lesbo-Trans en Torremolinos. O bien apostar por un solo Festival de la Costa del Sol con sedes en los diferentes municipios costeros. O crear extensiones del Festival de Cine Español en algunos de los municipios de la provincia, con el fin de optimizar los recursos.

d) Artes Plásticas

La labor desarrollada por la Consejería de Cultura de la Junta de Andalucía en pro del Arte Contemporáneo se canaliza a través de la Oficina de Creación Artística, en cooperación con el Centro Andaluz de Arte Contemporáneo, y el programa *Iniciarte*, un conjunto de ayudas que se divide en cuatro apartados: Investigación y Formación, Producción, Difusión y para Galerías de Arte Contemporáneo. Asimismo, se convocan los *Premios a la Actividad Artística de Creación Contemporánea en Andalucía* (Premios Iniciarte).

En este ultimo apartado han sido galardonados los artistas malagueños, Simón Zabell, Rogelio López Cuenca y Regina de Miguel. Por último, una comisión de expertos es la encargada de adquirir las obras que pasarán a formar parte de la *Colección de Arte Emergente* de la Junta de Andalucía, de la que forman parte artistas nacidos o residentes en Málaga, como Carlos Aires, Chema Lumbreras, Cristina Martín Lara, Carlos Miranda, Javier Roz, Pepo Ruíz Dorado o Simón Zabell.

En el campo de las infraestructuras artísticas, recientemente se anuncia la colocación de la primera piedra del futuro Centro de Arte Contemporáneo (CAC) de Vélez-Málaga, ubicado en un edificio del centro histórico de la ciudad que será rehabilitado, financiándose las obras, a partes iguales, por la Consejería y el Ayuntamiento del municipio. El centro que nace con la vocación de convertirse en un referente cultural de la comarca de la Axarquía estará dedicado al arte más actual (videocreaciones, instalaciones, arte digital, fotografía y robótica), así como a la producción artística veleña de las últimas décadas.

Este espacio, que también girará en cuanto a contenidos en torno a la figura de la ilustre pensadora María Zambrano, se incluirá dentro de un circuito andaluz de exposiciones de arte contemporáneo con propuestas de arte emergente de calidad. Una idea que en su día también se anunció para el Centro de Arte Contemporáneo de Benalmádena y que los cambios politicos han dejado en el olvido.

Otros lugares, como las magníficas salas de exposiciones del Palacio Episcopal, tras abandonar el propósito incial de convertirse en un espacio asociado al Centro Andaluz de Arte Contemporáneo, posteriormente se decanta por la producción de grandes exposiciones monográficas en red, intercalando muestras de recuperación del patrimonio con proyectos "intermedia" o exposiciones de artistas locales, para finalmente priorizar la difusion de las colecciones del futuro Museo de Bellas Artes y Arqueológico de Málaga.

Como decíamos anteriormente, la Diputación de Málaga hace ya dos años que implantó un nuevo modelo de funcionamiento con los ayuntamientos de la provincia denominado "Concertación". Este nuevo tipo de gestión pone a disposición de todos y cada uno de los ayuntamientos los recursos con que cuenta dicho organismo, de tal manera que son los propios municipios los que establecen sus prioridades. Por tanto, la posibilidad de desarrollar proyectos culturales desde la Diputación se reduce, dado que los recursos disponibles están en la propia "Concertación".

Sin duda, una de las actividades que más se ha resentido es la de las Artes Plásticas. No obstante y con independencia de las peticiones que los ayuntamientos hacen a través de este sistema, desde la Delegación de Cultura se sigue intentando difundir el arte contemporáneo. De ahí que se continúe colaborando con la Fundación Museo Español del Grabado de Arte Contemporáneo de Marbella, lo que permite realizar un circuito por espacios de la provincia de exposiciones de gran nivel. En la actualidad se trabaja con cuatro exposiciones: *Nosotras, Nosotras* (2ª parte), *Orlando Pelayo*, *García Ochoa* y *Clave en Rojo*.

Además, la Delegación de Cultura cuenta con la exposición *25 Años de Gravura* y *Papeles para Todos,* del artista malagueño Rafael Alvarado. Y, en 2010, ha firmado un convenio de colaboración con el *Centro Andaluz de la Fotografía (CAF)* que en el marco de la segunda edición de *Fotomanías* ha cedido cuatro exposiciones: *Fotografías Digitales*, de Ilan Wolf; *Mujeres sin tierra*, de Clemente Bernad; *Los Oasis de Egipto,* de Jordi Esteva y *Más Allá del Horizonte*, de Carlos Barrante. Estas muestras han ido a la provincia y, más concretamente, a las localidades de Álora, Archidona, Coín y Rincón de la Victoria.

Sin duda, la mejora de los equipamientos culturales por parte de los municipios ha permitido ampliar el número de salas con las que poder trabajar. Así nos encontramos con programaciones de artes plásticas, más o menos estables, en los siguientes municipios malagueños: Archidona, Álora, Coín, Villanueva del Rosario, Antequera, Vélez Málaga, Rincón de la Victoria, Alhaurín de la Torre, Benalmádena, Ronda, Fuengirola, Marbella, Nerja, Villanueva de Tapia y Villanueva del Trabuco.

No obstante, en líneas generales, la falta de interés por el arte contemporáneo, así como de recursos económicos, técnicos y humanos en la mayoría de los municipios imposibilita la creación de contenidos estables y de calidad. En este sentido, habría que extender la fórmula de colaboración con otros museos y centros de arte de la Comunidad Andaluza (Centro Andaluz de Arte Contemporáneo o Centro Andaluz de la Fotografía), así como establecer convenios con la Universidad de Málaga y otros centros de enseñanza (Facultades de Bellas Artes, Arquitectura, Ciencias de la Comunicación, Escuela de Arte San Telmo de Málaga), para la producción, promoción y difusión de proyectos artísticos conjuntos que sean beneficiosos para los creadores y la ciudadanía en su conjunto, y permitan rentabilizar y racionalizar los escasos recursos existentes.

Por lo demás, se continúa apoyando citas artísticas de interés, como son: *Los Encuentros de Arte de Genaguacil*, que este año cuenta con talleres impartidos por artistas que residen en la provincia, así como el *Certamen de Pintura Ciudad de Álora, Certamen de pintura rápida de Moclinejo, Certamen de Acuarela Ciudad de Benalmádena* y *Certamen Nacional de Dibujo Felipe Orlando...* Estos proyectos, a pesar de su veteranía, convendría revisarlos en profundidad para su adaptación a los nuevos tiempos hasta conseguir una mayor excelencia y proyección.

Finalmente, los artistas plásticos locales cuentan con dos salas de exposiciones en el Centro Cultural Provincial; y, como apuntamos anteriormente, el sector de las artes visuales malagueño tiene posibilidad de mostrar sus trabajos en el *Espacio Oblícuo*.

En el campo de las Cajas de Ahorros, sus políticas apenas contemplan otros modelos que los de la difusión a través de sus salas multiusos o el patrocinio de exposiciones en espacios institucionales. La acción más comprometida con la creación actual, el *Certamen de Artes Plásticas de Unicaja,* ha ido perdiendo fuelle hasta quedar prácticamente en el olvido.

Una situación que en la actual crisis económica y financiera, a la que se úne el presente proceso de fusión de estas entidades, con toda seguridad, no hará más que empeorar, afectando sin duda a los programas públicos, al mercado y, en consecuencia, a la crítica de arte como se demustra en el reducido número de páginas que los medios impresos locales y provinciales dedican, cada día, a la cultura.

En resumidas cuentas, a veces es más fácil encontrar una línea medianamente continuada de propuestas contemporáneas en galerías privadas, aunque su existencia en la provincia es bastante exigua, que en las salas dependientes de los municipios que, como en el caso de la Galería Casaborne de Antequera, han mostrado estar dispuestas a asumir riesgos en su programación frente a la extendida seguridad de lo público.

e) Comunicación

Los canales de comunicación que inciden de una u otra forma en nuestra provincia se caracterizan por su multiplicidad y diversidad (prensa, revistas, radio, televisión, Internet, móviles, vallas publicitarias…). Centrándonos en los medios de comunicación tradicionales, éstos varían en función de su tipología, periodicidad, número y características de los lectores o audiencias y zona geográfica de difusión…

Según datos recogidos en la *webmalaga.com*, en la provincia de Málaga existen 15 publicaciones de prensa, 43 emisoras de radio, 20 emisoras de televisión y 2 agencias de noticias. Algunas de los cuales tienen su sede en municipios de la provincia.

Si bien los organismos públicos que trabajan para la provincia (Junta de Andalucía, Diputación de Málaga, Mancomunidades de Municipios…) poseen las herramientas técnicas y humanas adecuadas para la difusión y promoción de sus programas y actividades (gabinetes de prensa, responsables de comunicación, relaciones con los medios, webs…) y, por tanto, gozan de una amplia repercusión mediática.

Por el contrario, existe un escaso interés por parte de los medios de dar cobertura a los proyectos culturales provinciales, junto a una banalización y tratamiento inadecuado de sus contenidos.

Sin duda las debilidades detectadas en su día y recogidas en el Informe de Cultura del Plan Estratégico de la Costa del Sol Occidental[32], podrían extrapolarse a otros territorios de la Costa Oriental, así como al conjunto de los municipios y comarcas del interior de la provincia.

Entre ellas cabe señalar la inexistencia o falta de continuidad de una política de comunicación en materia de cultura a medio y largo plazo, la carencia de un instrumento de comunicación cultural común por comarcas y las dificultades de una información cultural centralizada, así como la escasa presencia de profesionales de la comunicación especializados en cultura dentro de las entidades y organizaciones, lo que conlleva deficiencias significativas en el tratamiento de la información cultural.

A ello se añade la nula comunicación y coordinación entre los profesionales de la comunicación de los diferentes municipios, y la excesiva sujeción de las estrategias comunicativas a los intereses partidistas y a los calendarios electorales, que determina su estrecha vinculación al concepto de publicidad y propaganda, así como a una instrumentalización política de la cultura.

Asimismo, nos encontramos con una escasa inversión para la mejora y puesta en marcha de sistemas de comunicación eficaces y la utilización de estrategias enfocadas a la publicidad de actividades culturales mediante las fórmulas tradicionales de cartelería, folletos, anuncios en prensa…, desaprovechando las ventajas que ofrecen las nuevas tecnologías de la comunicación (Internet, móviles…).

Y más teniendo en cuenta que, según revela el Barómetro Audiovisual de Andalucía, Internet empieza a comerle terreno a los tradicionales medios de comunicación como

[32] VV.AA.: Plan Estratégico Costa del Sol Occidental. Oficina Técnica del Plan Estratégico de la Costa del Sol, Mancomunidad de Municipios de la Costa del Sol Occidental, Asociación MADECA. 2007.

fuente de información y entretenimiento, al pasar de un 0'8% en 2007 hasta el 19,6% en 2009, y que en el caso de la provincia de Málaga ya son más del 16% los ciudadanos que lo eligen como la principal opción, por encima incluso de la media regional que se sitúa casi cuatro puntos por debajo.

Unos datos que resultan más significativos entre los jóvenes, lo que supone un desconocimiento de los canales de información de este segmento poblacional y, por tanto, una dificultad para implicar al público adolescente y juvenil en la vida cultural de los municipios.

Además están las dificultades para llegar a los colectivos de extranjeros, muy numeros en la provincia, por el desconocimiento de sus demandas, iniciativas, asociaciones y canales de información. Por lo que se hace necesario adecuar la difusión de los mensajes a la diversidad de los públicos y de los canales de comunicación, aprovechando sus cualidades y ventajas.

Finalmente, en el mencionado Plan se plantea un objetivo estratégico en materia de comunicación que se concreta en la creación de una red de comunicación para canalizar la información cultural entre los municipios mancomunados, tanto a nivel interno como externo, que tendría entre sus cometidos:

- La recepción, coordinación y difusión de la información entre los agentes culturales (públicos y privados de cada municipio).

- La planificación de estrategias de comunicación interna y externa en materia de cultura a medio y largo plazo.

- La búsqueda, tratamiento y difusión de información cultural entre los diferentes públicos.

- El diseño de estrategias de comunicación atractivas para hacer llegar la información al público joven.

- El diseño de estrategias de comunicación para hacer partícipes a las diferentes comunidades de extranjeros de la vida cultural de los municipios.

- El establecimiento de una relación fluida con los medios de comunicación locales, regionales, nacionales y medios de comunicación extranjeros.

- Poner en valor y dar a conocer el patrimonio de la Provincia, así como aquellos proyectos e infraestructuras que por su singularidad y proyección puedan traspasar las fronteras provinciales.

-

5.- ANÁLISIS DAFO DE LA GESTIÓN CULTURAL EN LA PROVINCIA DE MÁLAGA

5.1. Debilidades (internas):

- Falta de continuidad, motivada por los cambios políticos cada cuatro años, que conlleva modificaciones en los mandos de confianza y las políticas a aplicar. Ello afecta a Ayuntamientos, Diputación y la Junta de Andalucía.

- No están claramente definidas las competencias interadministrativas, produciéndose duplicidades en los servicios e incluso contraprogramación.

- Planificación a medio y corto plazo (considerando medio una legislatura), sin investigación previa, definición de objetivos y públicos, ni evaluación de procesos y resultados. En consecuencia muchas de estas políticas responden a motivaciones oportunistas, sin una visión de futuro, primándose en muchas ocasiones las programaciones más económicas, menos arriesgadas y de ejecución inmediata sobre la calidad y la trascendencia de los proyectos para la ciudadanía.

- Burocratización. Lo que provoca ralentización en los procesos y retrasos en los pagos a las pequeñas y medianas empresas.

- Excesiva dependencia económica de la administración para el desarrollo de programas. Falta de patrocinio y mecenazgo.

- Lenta respuesta de las administraciones públicas ante la crisis, lo que está provocando desaparición de programas, subvenciones, convenios…

- No se rentabilizan los recursos existentes, a veces, por desconocimiento del territorio donde se va a intervenir o la falta de coordinación entre los agentes culturales.

- Creación de infraestructuras por parte de las administraciones, sin dotación económica, material y humana para su mantenimiento y programación.

- Perfiles técnicos muy diversos, provenientes de formaciones muy diferentes y con motivaciones muy heterogéneas.

- Descoordinación y falta de profesionales de la gestión cultural en los municipios pequeños. No existe una articulación estable para el trabajo en común, realizándose contactos esporádicos en función de las actividades a realizar. No existen redes culturales.

- Falta de creatividad en las programaciones**.** Se promueve el consumo cultural, no la dinamización cultural. Se repiten patrones desde los años 80 y 90. Las programaciones inclinan la balanza hacia la cultura de masas que satisfaga a la mayoría. Escasa educación artística**:** sólo de forma puntual se realizan visitas

guiadas, conciertos didácticos..., alejándose del concepto de la animación sociocultural.

- Son escasos los proyectos que tengan una proyección regional o nacional, o una continuidad en el tiempo que genere hábitos culturales.

- Falta de circuitos estables a nivel provincial.

- Falsas recreaciones de la identidad cultural. Hay una reinvención de festividades etnológicas que van eliminando las religiosas, pero que realmente no responden a ninguna tradición.

- Escaso apoyo a la creación y difusión de las obras artísticas y de los creadores, dentro y fuera de la provincia, que afecta de manera especial a las artes escénicas, el cine y la lírica, debido al elevado coste de producción de las mismas.

- Falta de profesionales especializados: escenógrafos, tramoyistas, vestuario, montaje de exposiciones, atrezo…

- Disminución de grupos "amateurs", que han tenido un protagonismo sociocultural indispensable.

- Desaparición del ballet y las compañías de danza española malagueñas, por falta de demanda.

- Hay mucha creatividad pero escasean los "managers", productores o patrocinadores. Se necesitan empresarios que arriesguen y con formación.

- Escasa colaboración de empresas y asociaciones de carácter cultural con las administraciones públicas. Desconocimiento de la incidencia económica de las industrias creativas en la provincia

- Se carece de un plan de comunicación específico y conjunto para cultura, cada ayuntamiento tiene sus propias herramientas. Se publicita mucho pero se comunica mal, de forma generalista, sin poner el acento donde se debe. Las empresas creativas tienen dificultades en este aspecto.

- Se desconoce el perfil de los públicos y no existen cauces de participación explicitados. No están articuladas fórmulas para la participación de los creadores, ni de la sociedad civil en su conjunto que permitan la inclusión de temas de su interés en las políticas culturales públicas, convirtiéndose sus voces y sus miradas en creativas y activas. Existencia, en ocasiones, de un clientelismo político.

- Aunque en la teoría se quiere atender a la pluralidad y la igualdad realizándose algunos programas específicos de género, las minorías sociales no son atendidas en las programaciones culturales realizadas.

- Baja aplicación de las TIC, especialmente en los municipios pequeños.

5.2. Fortalezas (internas)

- Los siguientes criterios a la hora de aplicar las políticas públicas:

  - Democracia cultural. Consideramos que este criterio se aplica si se tiene en cuenta como receptores a los ayuntamientos debilitándose en cuanto a la sociedad civil, ya que si bien los programas y actividades están al alcance de todo el mundo, porque son abiertos y con precios económicos o gratuitos, no se cuenta habitualmente con asociaciones o empresas culturales para la gestación de los mismos.
  - Se buscan modelos de corrección de desigualdades con políticas de distribución de recursos que obedecen a principios de solidaridad territorial. Sirva de ejemplo, la reciente aprobación del Consejo Andaluz de Gobiernos Locales.

  - Se promueven iniciativas de recuperación, puesta al día y difusión de los valores culturales de la provincia, desde los más tradicionales a los más novedosos, destacando el flamenco como expresión andaluza y malagueña.

- Experiencia en programas, proyectos y actuaciones de carácter cultural, con resultados de calidad y creatividad, y que han dado marca a la ciudad o municipio. Además, existe una programación estable en algunos equipamientos municipales a lo largo del año.

- Existencia de un centro de documentación de Políticas Culturales y Gestión Cultural en la Biblioteca Pública Cánovas del Castillo de la Delegación de Cultura de la Diputación, cubriendo una faceta informativa/formativa para los técnicos y políticos de la provincia.

- Mayor formación de los técnicos de cultura existentes.

- Ayudas a los artistas, grupos y formaciones locales, a través de subvenciones, premios, becas, circuitos..., por parte de las diferentes administraciones.

- Existencia de equipamientos culturales en la provincia: 109 museos, 165 bibliotecas, 70 casas de cultura, 842 centros educativos, 80 medios de comunicación, 29 teatros, 65 salas de exposiciones, 3 parques temáticos, 19 centros con salas de cine (datos de la SOPDE) y aprovechamiento de espacios abiertos, y otros equipamientos para proyectos puntuales. Estos espacios requieren de nuevos contenidos o servicios.

- MACMA, mapa de espacios culturales de la provincia. Herramienta que posibilita conocer a nivel provincial espacios donde articular proyectos culturales. Se pone a disposición desde la web de la Delegación de Cultura de la Diputación de Málaga.

- Riqueza patrimonial y especificidad de una historia y un legado cultural singular, que han conformado un carácter abierto y cosmopolita.

- Posee señas de identidad territorial únicas y con proyección nacional e internacional: Picasso, Generación del 27, María Zambrano. O la modernidad que

llegó de la mano de creadores que vivieron temporalmente o se afincaron definitivamente en la provincia: Jane Bowles, Orson Wells, Gerald Brenan…

- Las industrias creativas se convierten en objetivo político. Los creativos tienen actitudes positivas hacia el riesgo y la innovación. Fuerza del sector audiovisual y del libro en la provincia de Málaga. Las empresas optan por la diversificación de sus servicios ante la crisis.

- El empleo generado por el sector cultural es cualificado.

- Asociación de circo (ACA), Asociación de Empresas de Artes Escénicas en Andalucía (ACTA), Asociación Andaluza de Profesionales de la Danza Contemporánea (PAD), agrupaciones folclóricas, artes plásticas (APLAMA), Sindicato de Actores, Asociación de Gestores Culturales (GECA). Además de asociaciones culturales, como los Ateneos, y fundaciones tan importantes como la Fundación María Zambrano de Vélez-Málaga.

- Buenos y muchos creativos en artes escénicas, artes plásticas, cine y audiovisual, literatura, música….

- Se propicia la cercanía al ciudadano. Buena información de las instituciones públicas, a través de webs y venta telemática de entradas.

5.3. Amenazas (externa)

- Legislación nacional y europea poco definida en cuanto a la promoción y difusión cultural.

- La situación de crisis económica está afectando gravemente al sector, trayendo la desaparición de industrias creativas y la disminución de presupuestos en las administraciones públicas, lo que redundará significativamente a nivel cuantitativo y cualitativo en la gestión cultural en la provincia, con consecuencias aún imprevisibles. Vivimos un momento de inmovilismo o estancamiento, no solo empresarial sino también artístico, por la situación que se atraviesa.

- Falta de mercado para nuevos talentos artísticos.

- Precariedad laboral en una buena parte del sector cultural y de reconocimiento profesional.

- Escasa difusión y falta de una crítica especializada sobre las actividades culturales de los municipios por parte de los medios de comunicación, motivada en parte por su inexistencia en un 80% del territorio y en parte como consecuencia de la crisis.

- Deficiente nivel cultural de la población en general, vinculado a un uso y/o consumo bajo de cultura. Lee el 12’89%, no va al teatro el 82,2%, sólo el 36’2 va al cine y visita museos el 55’1%.

- Falta de entendimiento de los nuevos lenguajes artísticos

- Escasa participación de la sociedad en colectivos culturales.

- Las actividades de ocio y consumo en el hogar (televisión, internet, videoconsolas…) compiten negativamente con la asistencia a eventos culturales.

5.4. Oportunidades (externas)

- Consideración de la cultura como derecho básico y fundamental en la legislación europea, española, autonómica y local. La cultura y el arte constituyen manifestaciones que elevan el nivel educativo de la población y pueden propiciar mejoras en la creatividad individual y social.

- Legislación definida en patrimonio histórico y equipamientos culturales tradicionales: bibliotecas y libro, en general, así como el sector audiovisual, la propiedad intelectual y fiscalidad.

- Presencia de otras políticas en la provincia no vinculadas específicamente a Cultura, pero que la benefician, como son turismo, medio ambiente, innovación y economía. La cultura es un motor económico y de desarrollo**.**

- Apoyo a las políticas locales (programaciones conjuntas, subvenciones, convenios, premios…) desde otras administraciones públicas de ámbito nacional y europeo.

- Al ser un vehículo de cohesión social, la cultura juega un papel determinante en la lucha contra la exclusión social y la inclusión de las minorías.

- El valor que la sociedad concede a los servicios culturales, en el que inciden factores como: tener una mayor esperanza de vida, mayor nivel educativo, más tiempo libre, mayor diversificación de la participación en la vida cultural.

- Importancia de las industrias creativas para las pequeñas y medianas poblaciones, como elemento generador de actividad cultural, de economía de territorio y de identidad de ese territorio.

- Posibilidad de formación en gestión cultural y temas artísticos, en centros de formación reglados y no reglados, así como en las enseñanzas básicas y secundarias.

- Diversidad cultural en la provincia: en los últimos años se han afincado gran número de artistas de origen diverso. Además conviven tradiciones y valores culturales diferentes en las comarcas de Málaga.

- Existencia de un público objetivo con intereses culturales diversos. Las visitas a museos y asistencia a actividades musicales son las de mayor aceptación por parte del público, seguida de las artes escénicas.

- Auge del turismo. Nuevos públicos nacionales y extranjeros (cruceros, congresos, rodajes, idiomas…)

- Posibilidad de distribución y difusión de las industrias creativas, a través de redes sociales distribuidas.

- Existencia de medios de comunicación en la provincia.

6.-OBJETIVOS ESTRATÉGICOS

1. Cultura participativa y de proximidad. Planificar atendiendo a los públicos.

2. Elaboración de un Plan Cultural de políticas comunicadas, cuyo objeto sea la redefinición del papel de las administraciones públicas en tiempos de crisis.

3. Impulsar la Industria Cultural y el empleo, apoyando la innovación y la competitividad en la creación.

4. A la búsqueda de nuevas fuentes de financiación.

5. Proyección exterior

7.-PROPUESTAS DE ACTUACIÓN

1) Objetivo estratégico cultura participativa y de proximidad. Planificar atendiendo a los públicos**.** Generar herramientas de comunicación que posibiliten la participación ciudadana y mayor coordinación entre las entidades locales.

- Crear un **Portal de Información Común de la Cultura Interactivo (PICCI),** que de acceso a toda la actividad cultural, recursos materiales y creativos que existen en la provincia, aprovechando MACMA (Mapa de espacios culturales de la provincia de Málaga).

- Establecer **Comunidades Virtuales** en torno a temas y asuntos relacionados con la cultura y la política cultural, abriendo un canal fundamental de sugerencias, evaluaciones, foros de debate..., posibilitando la creación de una red intraprovincial de acercamiento entre Ayuntamientos y Diputación.

- Extender ***Culturama*** a toda la provincia. Creación de un Club de socios de la cultura para la información y consumo de actividades culturales.

- **Mejor uso de la red informática**, no sólo como medio de obtención de información sino como una herramienta ágil de gestión y de comunicación. Adaptarse a las nuevas posibilidades que ofrecen las TIC para modernizar la administración.
- Crear **Comisiones sectoriales de cultura**. Reuniones por sectores de toda la cadena: formación, creación, producción, distribución, consumo y conservación. Consideramos que competería a la Delegación de Cultura de la Diputación. (De hecho ya se está realizando con las artes escénicas)

- Elaborar un **Plan de gestión de públicos,** buscando la participación de los medios de comunicación, de los jóvenes, mujeres, mayores y discapacitados, así como de todas las culturas que conviven en la provincia de Málaga, eliminando barreras lingüisticas.

Valernos de los servicios que trabajan con estos colectivos, para la obtención de información y realizar programaciones transversales donde se mezcle diferentes categorías, joven-mujer-étnia…

-Potenciar la formación educativo-cultural de la ciudadanía en su conjunto, mediante la creación de **Escuelas de Espectadores**, que permita una mejor comprensión de actividades artísticas y culturales (talleres, visitas guiadas, cursos…).

2) Elaboración de un Plan Cultural de Políticas Comunicadas, cuyo objeto sea la redefinición del papel de las administraciones públicas en tiempos de crisis y fijar los compromisos para impulsar la cultura y la creatividad de forma inclusiva y sostenible.

- Creación de una **Mesa transversal de la Cultura**, que sea permanente en el tiempo, constituida por representantes de instituciones comunicadas, por su afectación a la política cultural: Educación, Turismo, Medio Ambiente, Comercio, Industria, Hacienda, Empleo y Asuntos Sociales e Igualdad. Este Plan deberá abordar la cultura de forma transversal, permitiendo plantear los problemas comunes a todo el sistema, delimitación de competencias, coordinación de actuaciones, racionalización de recursos, generación de sinergias, sin menoscabar la acción de los agentes sociales, en definitiva proponer soluciones a las debilidades existentes. El resultado será la concreción de líneas estratégicas de gran alcance para la planificación a medio y largo plazo.

- Puesta en marcha de la **Oficina de Información e Iniciativas Culturales** que facilite el acceso de los agentes culturales a los programas de los distintos departamentos y el desarrollo de proyectos cuyo objeto preferente sea la puesta en valor o refuerzo de activos culturales vinculados a lo contemporáneo y con proyección exterior (Picasso, Generación del 27, María Zambrano, Eduardo Ocón, Miguel Romero Esteo, Enrique Llovet o la más reciente historia de la Costa del Sol…), estableciendo unos criterios de valoración basados en la calidad, diversidad, continuidad, participación…, y que permitan una maximización de los recursos.

3) Impulsar la Industria Cultural y el empleo, apoyando la innovación y la competitividad en la creación. Generar medidas que acentúen y pongan en valor la actividad creadora.

- Reforzar la **estructuración de los sectores** (danza, música, artes escénicas, plásticas...), mediante el apoyo a los creadores, asociaciones y empresas más consolidadas.

- Actualizar las **ayudas a nivel sectorial**, incluyendo el fomento de nuevos formatos y aplicaciones vinculadas a las nuevas tecnologías (artes visuales, escénicas, literatura, edición, música…) y ayudas a la producción, ofreciendo los equipamientos existentes para el ensayo y la creación de las diferentes disciplinas artísticas.

- Priorizar la utilización del **software libre** en todos los desarrollos y aplicaciones apoyados por la administración.

- **C**reación de una **Oficina de Recursos y Servicios para las artes escénicas,** que permita a estos profesionales compartir servicios auxiliares y técnicos y optimizar los recursos disponibles.

- Impulsar las medidas de apoyo para la **adaptación tecnológica** en la cultura.

- Fomentar la **investigación cultural**, estableciendo convenios de colaboración con entidades públicas y privadas, y en especial con la Universidad, para identificar las oportunidades de crecimiento en el sector cultural, realizar estadísticas culturales y análisis comparativos por territorios, seguimiento de medios de comunicación…

- Poner en marcha un **Plan de Formación Continua** para todos los profesionales del sector, que implique el intercambio de experiencias, reuniones de trabajo... Dicha formación podría ser impartida por entidades ya existentes, Proyecto Lunar, Promálaga, FAM, FEM, GECA, SGAE…

4) A la búsqueda de nuevas fuentes de financiación

- Poner en marcha iniciativas de gestión mixta, dando participación a la iniciativa privada, organizaciones no gubernamentales y profesionales.

- Impulsar fórmulas de crédito a creadores y empresas en condiciones específicas para el ámbito de la cultura. Creación de un fondo interinstitucional en colaboración con empresas que posibilite la financiación de proyectos de mayor inversión.

- Presentación de proyectos a programas europeos.

5) Proyección exterior. Aplicar medidas que mejoren la visualización de la producción malagueña en mercados nacionales e internacionales.

- Crear una consultoría para posicionar en mercados internacionales del negocio digital, los productos generados por las industrias culturales.

- Potenciar programas y proyectos transfronterizos y en coordinación con otros territorios.

- Apoyo a la presencia exterior de agentes públicos y privados (giras, ferias, festivales…)

- Creación de redes de colaboración entre profesionales del sector y las universidades, escuelas superiores y centros artísticos a nivel nacional e internacional.

8.- BIBLIOGRAFÍA

- AAVV. Coordinado por Pérez de Cuellar, J. *Nuestra Diversidad Creativa*. Informe de la Comisión Mundial de Cultura y Desarrollo. México. UNESCO. (1996)
- *AAVV.: El sector cultural en España ante el proceso de integración europea*. Madrid: Ministerio de Cultura. (1992)
- *AAVV: Dosmil 3 Estrategias*: *proceso de evaluación institucional de la política cultural de Puerto Real* Cádiz. Universidad de Cádiz. (2003)
- *AAVV.: Calidad total en la gestión de servicios*. Madrid: Ediciones Díaz de Santos. (1993)
- AAVV.: *Gestión de proyectos culturales: análisis de casos*. Barcelona: Ariel Practicum
- AAVV: *La Cultura, motor de la ciudad del conocimiento. Plan estratégico del sector cultural de Barcelona.* Accent de cultura. (1999)
- AAVV: Coordinado por Gómez de la Iglesia, R. *Público y Privado en la Gestión Cultural*. Vitoria. Xabide (2000)
- AAVV: Coordinado por Gómez de la Iglesia. *Cultura, Desarrollo y territorio.* Vitoria. Xabide (2001)
- AAVV: Coordinado por Zallo, R .*Plan Vasco de la Cultura.* Bilbao. Servicio Central de Publicaciones del Gobierno Vasco. (2004)
- AAVV: Coordinadora Pérez Serrano, G. *Administraciones Públicas y movimientos sociales.* Sevilla. Consejería de Relaciones con el Parlamento de la Junta de Andalucía.(1999)
- AAVV: El Estudio de las Políticas Públicas. México. Grupo editorial Miguel Ángel Porrúa. (2003)
- AAVV: *El gestor cultural: ideas y experiencias para su capacitación.* Buenos Aires. Ciccus (2004)
- AAVV: *La evolución de la industria de la cultura y el ocio en España por Comunidades Autónomas 1993-1997*. Madrid: Fundación Autor. (2001)
- AAVV: *La industria de la cultura y del ocio en España. Su aportación al PIB (1993.1997).* Madrid: Fundación Autor, SGAE. (2000)
- Abadal, E., Sistemas y servicios de información digital. Gijón: Trea. . (2001)
- Ander-Egg, E.: Política cultural a nivel municipal. Buenos Aires. Humanitas. (1987)
- Ander-Egg, E: *Metodología y Práctica de la animación sociocultural*. Buenos Aires. Humanitas. (1984)
- Anguera, M.T. "Metodología Cualitativa". En M.T. Anguera y otros. *Métodos de investigación en Psicología*. Madrid. Síntesis (1995)
- Ariño, A. *Sociología de la cultura. La constitución simbólica de la sociedad*. Barcelona. Ariel (1997)
- Arizpe, L. *Informe para la creación de la Comisión Mundial de Naciones Unidas para la Cultura y el Desarrollo*, UNESCO. (1992)
- Bangemann, M. et al., *Europa y la sociedad global de la información: Recomendaciones al Consejo Europeo*. Bruselas: Consejo Europeo. (1994)
- Baró, E.; Cubeles, X. *Lengua, economía de redes y estándares en la sociedad de la información.* Ajuntament de Barcelona. (2001)
- Baró, E.; Cubeles, X., *El futur desenvolupament de les indústries de continguts d'informació de la ciutat de Barcelona*. Barcelona: Ajuntament de Barcelona. (1999)
- Bassand, M. *Cultura y regiones de Europa*. Barcelona, Oikos - Tau/Diputació de Barcelona, (1992)

- Bassand, M.: *Cultura y regiones en Europa*. Barcelona: Oikos Tau. (1992)
- Bellido, M. L.: *Arte, museos y nuevas tecnologías*. Madrid: Trea. (2001)
- Bérrio, J. *et al*, *La política cultural europea*. Barcelona: Fundació Jaume Bofill. (1990)
- Bonet, L.: "Formación de público y consumo cultural" en Zapata Jaramillo, C.M. *Gestión cultural de Iberoamérica y el Caribe*. Medellín. (1998)
- Borja, J. *Descentralización del Estado y democracia local*, en J Borja (coor.): Manual de gestión Municipal democrática. Madrid, 1987, Instituto de Estudios de Administración Local, 21-36
- Bustamante, E. *Comunicación y Cultura en la era digital. Industrias mercados y diversidad en España*. Barcelona. Gedisa (2002)
- Carvajal, L.B.: *Teoría y Práctica de la Gestión Cultural*. Instituto Santiago Apostol. Bogotá (1995)
- Cembranos, F. : *Juegos de Sentidos*. Madrid. Popular. (1997)
- Centre D'estudis De Planificació, *Estructura de la intervenció governamental en cultura: una anàlisi comparada* . Barcelona: CEP (1993)
- Chías, J.: "Marketing y comunicación en la administración Pública local". En *Nueva Gestión Local*. Popular. Madrid. (1993)
- Columbres, A. *Manual del Promotor Cultural. Bases Teóricas de la Acción* I. Argentina. Humanitas. S.f.
- Consejo De Europa, *Sueños e identidades. Una aportación al debate sobre cultura y desarrollo de Europa.* Barcelona: Interarts / Península. (1997)
- Dal Pozzolo, L.: *Rèseaux, systémes, milieux: les defis de l´analyse et de l´évaluation*. Coloquio Internacional de Estadísticas Culturales, Montreal (2002)
- Delgado, E.: "La Gestión Cultural" en *revista Referencias*. Ministerio de cultura. (1989)
- Drucker,P.F: *La gerencia: tareas, responsabilidades y prácticas*. El ateneo. Buenos Aires. (1993)
- Estefanía, J., *La nueva economía. La globalización*. Madrid: Editorial Debate. (1996)
- Fernández Prado, E. *La política cultural. Qué es y para qué sirve*. Gijón,Trea.1991
- Freud: citado en Colombres, A: *Manual del Promotor cultural .(I) Bases Teóricas de la acción*. Argentina. Humanitas. (1987)
- Galán, E. "Reflexiones en torno a una política teatral", *Papeles de la Fundación*, n. 20, Madrid: Papeles de la Fundación. (1995),
- García Canclini, N.), "Las industrias culturales" en Gevara Niebla, G. *La educación y la cultura ante el tratado de libre comercio*. México, DF. Nueva Imagen. (1992)
- García Canclini, N: Políticas Culturales en América Latina. México. Grijalbo (1987)
- García Linaza, A: *Los poderes Públicos y el bienestar social.* Documentación Social, 71(1998)
- Garzón, A.: *La política nacional del libro*. Madrid: Ediciones UNESCO. (1997)
- Gil Calvo; Menéndez Vergara: El desafío Tecnológico. Madrid. Alianza Editorial. (1986)
- Girard, A.: *Indicateurs culturels: quelques exemples*. Paris: Département des Études et de la Prospective. Ministère de la Culture. (1992)
- Gómez de la Iglesia y Pérez Martín: El Técnico en actividades socioculturales. Xabide. Vitoria. (1992)
- González Fernández, P. J.: "La Gestión de Programas Socioculturales y socioeducativos desde las Administraciones Públicas". Pérez Serrano, G.

Administraciones Públicas y movimientos sociales. Sevilla. Consejería de Relaciones con el Parlamento. Junta de Andalucía .1999
- Grampp, W. D.: *Arte, inversión y mecenazgo. Un análisis económico del mercado del arte*. Barcelona: Ariel Sociedad Económica. (1991)
- Grönroos, C.: *Marqueting y gestión de servicios*. Madrid: Ediciones Díaz de Santos. (1994)
- Gutiérrez, J.: "La propiedad intelectual explicada a los artistas plásticos", *Colección Análisis y Documentos*, n. 4. Madrid: Ministerio de Cultura . (1993)
- Harvey, E.: *Políticas Culturales en Iberoamérica y el Mundo*. Madrid. Tecnos. (1990)
- Horber-Papazian: citado en: "Gestión cultural" Pérez Serrano, G., *Administraciones Públicas y movimientos sociales.* Sevilla, Consejería de Relaciones con el Parlamento. (1999)
- Laporte, A.: "El análisis de los públicos como instrumento de gestión: el Centro Cultural de la Fundación "La Caixa" (2000)
- Levi-Straus: citado en *Contexto social y cultural* . Juarez, M.: Madrid. CCS, (1992) pag.146
- López e Aguileta, I : *Cultura y Ciudad. Manual de Política cultural Municipal* .Gijón. Trea. (2000)
- Marcé, X.; Martinell, A.: *Perfil y Formación de Gestores Culturales en España*. Ministerio de Cultura. Madrid (1995)
- Martín-Barbero, J.: "Industrias culturales: modernidad e identidad", *Quaderns de comunicació i cultura*, n. 15, pp. 9-20. (1993)
- Martinell, A.: *Diseño y elaboración de proyectos de cooperación cultural*. Madrid. Fotoaje,S.A. (2001)
- Martinell, A.: Perfil y formación de gestores culturales. Ministerio de Cultura. Madrid (1995)
- Martinell, A: "Gestión Cultural", Pérez Serrano, G., *Administraciones Públicas y movimientos sociales.* Sevilla, Consejería de Relaciones con el Parlamento. (1999)
- Miguel, J. C. : "Industrias culturales: gratuidad y precios en Internet", *Revista de estudios de comunicación*, n. 9, pp. 115-150. (2000)
- Miguel, J. C.; Zallo, R.: "Evolución de los movimientos de capitales en el sector de la comunicación", *Economía Industrial*, n. 267, pp. 71-97. (1989)
- Ministerio de Asuntos Exteriores y de Cooperación, Ministerio del Interior y Ministerio de la Presidencia. *Tratado por el que se establece una Constitución para Europa*. Boletín oficial del Estado (2004)
- Ministerio De Cultura, *Cultura en cifras 1995*. Madrid: MC. (1996)
- Ministerio De Cultura, *Perfil y Formación de Gestores Culturales*. Madrid: Ministerio de Cultura. (1995)
- Ministerio De Cultura: *Equipamientos, prácticas y consumos culturales de los españoles*. Madrid: Ministerio de Cultura. (1991)
- Ministerio De Cultura: *Mapa de necesidades en infraestructuras y operadores culturales*. Madrid: Ministerio de Cultura. (1995)
- Negroponte, N., *El mundo digital*. Barcelona: Ediciones B. (1995)
- Niessen, J. Schibel,Y.: Manual sobre la integración para responsables de la formulación de políticas y profesionales. Comunidades Europeas (2004)
- Olazaran, M.; Gómez Uranga, M., Sistemas Regionales de Innovación. Servicio Editorial de la Universidad del País Vasco. (2001)
- Pérez de Cuellar et al. 1997. Comisión Mundial de Cultura y Desarrollo. *Nuestra Diversidad Creativa* (1996). México. Fondo de Cultura Económica.

- Pérez Martín, M.A.:*Gestión de salas y espacios escénicos.* Ciudad Real. Ñaque (2004)
- Pérez Serrano, G.: *Modelos de Investigación Cualitativa en Educación social y Animación Sociocultural, Aplicaciones y Prácticas.* Madrid. Narcea. (2000)
- Ruiz Robledo, A: La Constitución Cultural Española. Instituto Andaluz de Administración Pública Consejería de Gobernación y Justicia. Junta de Andalucía. Sevilla (1998)
- Ruiz, J.L.: *Metodología de la investigación cualitativa*. Bilbao. Deusto (1999)
- Santcovsky, H.: *Léxico sobre la acción cultural.* Cádiz. Fundación Provincial de Cultura (1995)
- SGAE *Plan integral de la creación y del autor*. Madrid: SGAE. (1999)
- SGAE, *Anuario SGAE 2001 de las Artes Escénicas, Musicales y Audiovisuales*. Madrid: Fundación Autor. (2001)
- Shapiro, C.; Varian, H. R., *El dominio de la información. Una guía estratégica para la economía de la red*. Barcelona: Antoni Bosch Editor. (2000)
- UNESCO *.Informe mundial de la cultura: Cultura, creativitat i mercat*. Barcelona: Centre UNESCO de Catalunya.(*1998)*
- UNESCO. *Informe Mundial de la Cultura*. Fundación Santa María. Madrid .(2000)
- UNESCO.: Informe sobre la Conferencia Mundial sobre las Políticas Culturales. México, (1985)
- Viché, M. *Intervención Sociocultural*. Valencia. Grup Dissabte. 1989
- Weber, R.: "Europa ante la acción sociocultural". En Ministerio de Cultura, *Cultura y Sociedad*. Madrid (1985)
- Zallo, R. *Nuevas políticas para la diversidad: las culturas territoriales en riesgo por la globalización. Bilbao (2003)*
- Zallo, R., *El mercado de la cultura*. San Sebastián: Tercera Prensa-Hirugarren Prentsa. (1992)
- Zallo, R.: "políticas culturales y comunicativas en los entornos territorial y digital". Ponencia en la Universidad de Málaga. (2004)
- Zallo, R: *Industrias y Políticas Culturales en España y País Vasco*. Bilbao. Servicio Editorial de la Universidad del País Vasco. (1995)

Webs:

http://www.agenda21cultura.net
http://www.arce.es
http://www.barcelona2004.org
http://www.diba.es/interaccio
http://www.diba.es/interlocal
http://www.diba.es/interlocal
http://www.gestioncultural.org
http://www.guiame.net
http://www.incd.net
http://www.interarts.net
http://www.mec.es
http://www.portoalegre.rs.gov.br/agenda_21
http://www.unesco.org
http://wwwdiba.es/interaccio
http://wwweurocities.org

www.oei.es
www.sgae.es
http://www.slideshare.net/abelsuing/industrias-culturales-de-comunicacin-creativas-de-contenidos-y-digitales
http://www.unesco.org/new/index.php?id=18630&L=2
http://procura.org/web/libro-verde-de-las-industrias-culturales-y-creativas/
http://procura.org/web/
http://www.redessocialesdistribuidas.net
http://www.mcu.es/estadisticas/docs/capitulos_graficos/AEC2009/cuadro_resumen_aec_2009.pdf
http://bibliotecavirtual.iiesa.es
http://www.elpais.com/articulo/cultura/industria/cultural/aporta/PIB/550000/empleos/elpepucul/20100501elpepicul_3/Tes
http://www.juntadeandalucia.es/cultura/web/areas/industrias_culturales/sites/consejeria/areas/industrias_culturales/industrias_culturales
http://www.omau-malaga.com/cultura/home.asp?tip=9
http://www.diariosur.es/v/20100315/cultura/malaguenos-vanguardia-cultural-20100315.html
http://www.usosculturalesuniversidadesandaluzas.es/Usos%20POBLACIONES/Pag%20POB/Pag%20POB.htm