

**Alberto Omar Walls**  
Apartado Correos, 59  
38360 – El Sauzal – Tenerife  
e-mail: alberwalls@gmail.com

**RELACIÓN ENTRE LAS ARTES DEL ESPECTÁCULO Y EL GOBIERNO CANARIO**

por

**Alberto Omar Walls**

*Una sociedad se encuentra en peligro de desintegrarse cuando no hay contactos entre las gentes de las distintas áreas de actividad, entre el pensamiento político, científico, artístico, religioso y filosófico... La élite debería ser algo distinto compuesto de modo mucho más orgánico que una colección de bonzos, caciques y magnates... Una forma posible de contrarrestar la centralización y politización de las artes y las ciencias, consistiría en impulsar las iniciativas y responsabilidades locales y en separar en la medida de lo posible la fuente proveedora de fondos del control sobre su utilización. La unidad de la cultura, al contrario que la unidad de la organización política, no nos exige una única lealtad, lo cual significa que habrá diversas lealtades. Es un error pensar que el único deber de un individuo debería ser hacia el Estado y es una fantasía sostener que el deber supremo de cada individuo tendría que ser hacia un Superestado.*

**T. S. Eliot**

Creo en tí, alma mía,  
Pero el otro que soy, no debe humillarse ante ti  
ni tú debes humillarte ante él.  
Deja las palabras,  
la música y el ritmo;  
apaga tus discursos;  
túmbate conmigo en la hierba.

de *Canto a mí mismo*, **Walt Whitman**

Para los teóricos de los juegos existen dos tipos de juegos bien diferenciados: los de suma cero (lo ganado por uno es necesariamente perdido por otro) y los juegos de suma no cero (cada una de las dos partes pueden ganar o perder). La teoría de los juegos ha dado lugar a múltiples aplicaciones. Pero el ejemplo típico sigue siendo el de la negociación, en la que el resultado puede ser:

- yo gano - tú pierdes
- yo pierdo - tú ganas
- yo gano - tú ganas
- yo pierdo - tú pierdes

Así, al final de la negociación, también puede haber dos ganadores o dos perdedores.

*Crítica de la eficacia*, **Jacques Le Mouél**, 1992, p.126.

## 1.- A LA BUSCA DE UNOS CONCEPTOS GENERALES

Intentemos saber el marco referencial en el que nos situaremos. Retomemos el título y analicémoslo: Artes escénicas y visuales: desarrollo vital<sup>1</sup> de una actividad compleja... La palabra Arte, viene del latín *artem*, la actividad mediante la cual imita o expresa el hombre lo material o invisible, y mediante el ejercicio de sus facultades propias crea, copiando o fantaseando<sup>2</sup>. Séptimo Arte: el cine. Artes figurativas, artes gráficas, artes manuales, artes marciales, las artes liberales de la Edad Media (el trivium y quadrivium), artes de la pesca, artes de amar (el *Ars Amandi*, el poema de Ovidio), el Arte nuevo de hacer comedias (las octavas reales con que Lope contradice a Aristóteles las tres unidades y propone una nueva forma de mostrar el teatro teniendo en cuenta el punto de vista del público); etc... Sabemos, para no ser exhaustivos, que la palabra arte puede aplicarse a muchos contextos (y, a veces, contradictorios), intentaremos ver más adelante dónde situar ese término tan abierto y *promiscuo* al lado de los adjetivos *escénicas* y *visuales*.

Mientras tanto, demos también a la palabra escénica (perteneciente a la escena) su valor general (también del latín *scaena*): Escenario, parte donde los actores actúan; cada una de las parte en las que se divide un acto; en teatro, cine y literatura, cada parte de una obra que tiene unidad en sí, suficiente para caracterizarla; suceso al que se asiste sin intervenir; etc... En realidad, sinónimos no muy amplios pero que nos ayudan contextualizar todas las artes o elementos que pueden ser proclives o empujados a ser escenificables: un suceso, la actuación de unos actores, elementos tanto de la literatura como del teatro o el cine, etc.. El término escenario se ha convertido en cierta manera en una palabra aleatoria o plurisignificativa, porque se usa tanto en la política como en la antropología, en la geografía... Hace muy poco, ustedes habrán leído la convocatoria en Tenerife, de un curso, muy atractivo por otro lado, titulado “Las políticas en el escenario internacional”.

¡Pero si hasta han creado un modelo de automóvil de la marca Renault que se llama *scène*...! A las artes escénicas y visuales que nos referiremos aquí serán aquellas que quepan en el anchuroso y profundo océano social de la CULTURA. Pero lo cultural, *La Cultura*<sup>3</sup>, no es lo/la mismo/a para

---

<sup>1</sup> *vital*: relativo a la vida, cuestión de suma importancia o trascendencia.

<sup>2</sup> . El arte de escribir, el arte de componer, el arte de pintar. Expresión de habilidad cotidiana: vendía con arte. Si nos referimos a la acepción *conjunto de reglas para hacer bien una cosa*: podría ser el arte del peinado, o cautela, maña, astucia (“Obtiene sus beneficios con muchas artes”). Hay más: Arte cisoria (trincar). Trabajar con malas artes (poco honrado); por amor al arte: gratuitamente. Por arte de birlibirloque: por azar.

<sup>3</sup> . Consúltese “Cultura: competencia y colaboración”, FOSSAS, Enric, *Autonomies, Revista Catalana de Dret Public*, separata del nº 9. Además de verter el autor en el trabajo sus propias consideraciones sobre las competencias en materia cultural, hace referencia a otros procedimientos

todos, y ni siquiera en el seno de las múltiples Leyes que rigen los Estados del Planeta será tenida como *materia de Cultura* la misma cosa para unos u otros. Por ello, en cada época se abren los debates públicos sobre cuál debe ser el modelo de intervención de las administraciones y los estados en la materia cultural; y los propios creadores, técnicos e investigadores estamos continuamente abriendo la llave del mismo foro público para intentar descubrir *cuál sea el área de acción de unos y otros*. Como si de un pastel o golosina se tratara, la Cultura se ve obligada a repartir sus *dividendos simbólicos* (de una «economía» tan frágil y tan robusta al mismo tiempo) entre los diezmadores y utilizadores de sus raíces y manifestaciones. Hay un texto de M. Harris muy esclarecedor y que resume de manera sustancial la *capacidad de la cultura* de interrelacionarse con todas las disciplinas, perteneciendo a todas y no siendo al fin esclava de ninguna, quizá porque ella sea la Madre y sus vástagos, sólo el producto<sup>4</sup>; no obstante, termina concediéndole a la antropología el papel máximo, englobador, en los análisis y observaciones de las culturas contempladas en las dos vertientes diacrónica y sincrónica:

Muchas otras disciplinas -entre ellas la sociología, la geografía humana, la psicología social, la historia, la ciencia política, la economía, la lingüística, la teología, la filosofía, la musicología, el arte, la literatura y la arquitectura- se ocupan de nuestro comportamiento cultural, intelectual y estético. Están, además, los llamados «especialistas en áreas», que estudian las lenguas y estilos de determinados pueblos, naciones y regiones: «latinoamericanistas», «indianistas», «sinólogos», etc. ¿Cuál es entonces el rasgo distintivo de la antropología?

Llegados a este punto es necesario plantearnos la siguiente cuestión: ¿Cuáles son los espacios donde debe expresarse la cultura? ¿Es, supuestamente, el territorio universitario el marco más óptimo para que se desarrolle y exprese la cultura?, ¿lo son los Ayuntamientos?, ¿quizá los Centros Culturales?, ¿puede que los ordenadores individuales con sus CD Rom y abierta red de comunicaciones internacionales?, ¿lo serán las salas de cine de los barrios?, ¿los bingos?, ¿las salas

---

constitucionales extranjeros y hace también reseña de una bibliografía sumamente atractiva para quien quiera ahondar en el tema.

<sup>4</sup> Libro básico, para consulta y conocimiento, el de HARRIS, Marvin, *Antropología Cultural*, Alianza, Madrid, 1983, págs 17-18 y ss.

de baile?, ¿los supermercados?, ¿la prensa diaria?, ¿...?<sup>5</sup> No las tenemos *todas* con nosotros en tema tan complejo y, desde luego, no romperíamos lanzas de oro por la denominada «clase universitaria» en lo que se refiere a la materia cultural (aunque los datos sobre hábitos culturales, como es lógico, acaban dando mayor porcentaje de interés por la cultura a los estudios medios y superiores). Ya no estamos en la Era Gutenberg, que se trabajaba a partir de un texto estático, ahora tenemos delante escritos y páginas en continuo movimiento (las estructuras mentales también tendrán que cambiar). Sabemos de la existencia de *cultos burros* y de *burros divinos* y hemos de constatar que a ninguna de las dos clases les haría falta, para expresarse como lo hacían, una licenciatura o saber de Bach o haberlo oído al menos una vez en su vida. El magnífico investigador, profesor de la Universidad de La Laguna, Alejandro Cioranescu, reflexionaba sobre esta posibilidad de una manera muy sabia y gráfica cuando escribió sobre las necesarias relaciones de la Cultura con las Enseñanzas de las Artes, deduciendo acertadamente que no deben de ir desconectadas:

La cultura ha sido definida por Edouard Herriot como lo que le queda al individuo después de haber olvidado todo cuanto había aprendido. Le contesta el filósofo Gustave Thibon, según el cual la cultura es lo que todavía falta, después de haberlo aprendido todo. Son paradojas inteligentes, que sólo nos ayudan a comprender que la cultura no es ni debe confundirse con la instrucción. Hay médicos e ingenieros incultos, así como hay empleados de oficina y mecánicos de locomotora cultos.(...) ¿Cómo puede intervenir un Estado o un gobierno territorial en la difusión de una cultura, que no parece asimilable con los mismos medios de la enseñanza?<sup>6</sup>

#### 1.1. OTRAS EXPRESIONES DE LAS ARTES ESCÉNICAS: EL *PERFORMANCE* (OTRO MODELO DE EXPERIMENTAR EL TEATRO CONTEMPORÁNEO)

Quizá si recurriéramos a un término anglosajón de mucho uso desde hace años, el *performance*, puede que sí le incorporáramos una mayor dimensión y profundidad de lo que entendemos, en general, como ARTES ESCÉNICAS, para que dejen de verse solamente como sinónimo de Teatro (que es lo que supongo que ustedes entienden desde hace tiempo, y esperaban oír decir aquí). El Teatro<sup>7</sup> es sólo una parte de las Artes Escénicas. Porque nosotros entendemos el teatro como la conjunción, no la suma, de elementos diferentes. Cuando la distinta composición se

---

<sup>5</sup> Oí comentar que la creadora de artes multimedia, la norteamericana Anderson, afirmaba que en Nueva York hay una escuela de Bellas Artes en la que se trabaja, desde hace años, con las redes de comunicación, haciéndose trabajos de teatro para las redes de internet.

<sup>6</sup> Alejandro Cioranescu, *Historia del Cabildo Insular de Tenerife*, ACT, Santa Cruz de Tenerife, 1988, pág. 277.

<sup>7</sup> El teatro que conocemos en occidente tiene sus comienzos en Atenas en relación con los ritos, en los siglos VI y V A. C. celebrados en honor de Dionisio. Las primitivas ceremonias rituales fueron luego evolucionando hacia el teatro, arte que estuvo tan asociado a la civilización griega (en sus pueblos, ciudades y colonias) que mantener la calidad era una seña de identidad y prestigio.

ensambla, lo hace uniéndose las individualidades por medio de algunas de sus aristas: texto, música, los cuerpos y su gestualidad, danza y milagro del cuerpo en el espacio, luz y sombras, público, voces, espacios escénicos, ordenadores, pantallas, cerebros electrónicos, volúmenes, telones, casas de cartón piedra, percales, etc... Estos elementos recomponen el **drama** dentro de un tiempo que nunca ha existido, que nunca existirá porque sólo son una **aparente real composición** de lo que en esencia es el teatro. Para dar lugar a una puesta en escena estos instrumentos del teatro-de la vida-del arte (independientes en sus esencias) adoptan para sí el papel polimorfo de la mimesis, pero tampoco son el teatro mismo. Algunos profesores de literatura -de instituto o de universidad- también sospechan que impartir a sus alumnos teatro es algo más que propiciarles un análisis más o menos profundo del texto de un autor. Atreverse a hacer y decir algo más es intentar adentrarse sin temor en un mundo aún no prospeccionado por aquellos profesionales situados aún en el eslabón del texto. ¡La vieja lucha del arte escénico frente al arte dramático!

Porque el teatro no es sólo un término. Aunque también es una palabra. Tampoco es sólo un edificio o un espacio y sin embargo el teatro tiene mucho que ver con el espacio arquitectónico. El arquitecto Gastón A. Breyer habló del *ámbito escénico* también así: "Ir al teatro es ingresar en un edificio y acomodarse en una butaca. Un edificio que, al parecer, cumple particulares condiciones". Pero no es solo un edificio o un espacio. El actor se con-forma (es decir: se *recompone* en la representación) en el espacio, con la luz, la música, la voz y expresiones y ademanes, el ambiente y los efectos técnicos... Estos no serán nunca elementos añadidos para realizar un trabajo de aderezo o lujo pedagógico, porque en sustancia son elementos constituyentes del propio lenguaje teatral. El haber llegado hasta aquí es cuestión de la historia de la humanidad y de los movimientos de sus culturas, y el teatro y la puesta en escena no se apartan de la estructura del devenir humano con todas sus superaciones, avances, búsquedas y hallazgos. Es bueno que sepan que existe un autor añadido al texto y que es la autoría que se reivindica con la imposición como norma de la presencia de la personalidad aglutinadora de quien dirige (del director de escena), porque "Toda reflexión sobre el teatro contemporáneo nos lleva inevitablemente al acontecimiento que fundó literalmente este teatro: la diferenciación de la puesta en escena en tanto técnica, en tanto arte autónomo, y la aparición del director como único realizador del espectáculo" (Bernard Dort-1968).

A simple vista resulta algo difícil de comprender que la palabra poética (de un poema de Luis Cernuda, por ejemplo) no sea la misma palabra que la que está escrita en *La vida es sueño* en el momento de re-presentarse sobre un escenario. Siempre se ha sabido que la vida misma es un gran teatro (esto lo han entendido muy bien los lingüistas estudiosos de la pragmática planteándose qué se dice, en qué circunstancias y a quién se dice). Es la salvaguarda del presente que actúa sobre quien vive y se expresa: amando, odiando, sufriendo o gozando, elevándose o yendo a caer en las hondas simas de la desesperanza: mostrándose siempre a través de significados que buscan comunicarse mágicamente, significados nada estáticos, fríos u ocultos como un *iceberg*, sino vitales, hiperestésicos y activos en todas las direcciones, buscando siempre al **Otro** que habrá de responder

cuando sea (tras haberte escuchado o rechazado el mensaje). Así ocurre también que un personaje sublime (Fedra, Emeneas, Teseo, Hipólito, Celestina, Edipo...) puede estar aparentemente adormecido durante milenios y, en cualquier momento, de manos de un director y su compañía, tornar a hacer revivir todas sus tragedias, los ecos de sus pasiones que han viajado a las grupas de los siglos, junto con los verbos de los grandes poetas dramaturgos que depositaron sus huesos entre el polvo, entrando en el inacabable renacer de la vida a través de ciclos tan naturales como el de Krebs...; y, ellos, sus autores, retornan a la Vida de manos de la Cultura...

Pudiera ser que en el principio, junto a la mística del rito que luego devino en teatro, estuvieran también otras artes escénicas: la danza, la mímica, la pantomima, o unos ejercicios con movimientos en el **espacio** que reproducían alguna suerte de convocatoria demiúrgica, ritual, simbólica... Pero la palabra Teatro quiere decir, en principio, *mirar* no escuchar o participar. Teatro, palabra de origen griego, significa *el mirador*, el lugar donde se ve. Es el lugar donde se producen las representaciones y, por extensión, el género dramático y todo el patrimonio teatral de un pueblo. ¿Pero son únicamente elementos esenciales del teatro el espacio escénico, los actores, el público y un texto que muestra hechos ficticios? Aunque a fuerza de ponerse exigentes, sólo fueran imprescindibles el eterno binomio formado por el actor y el público; pero recordemos que el autor de *El espacio vacío* (Peter Brook, 1987), nos advierte que, no obstante, la verdadera relación del teatro se cumple cuando se produce el juego de entendimientos entre **espectador y espectador**, que se debe estar produciendo la relación o diálogo implícito entre los espectadores (presente) para que haya teatro.

El director de escena quizá no sea sino un delegado del público. El director como un intermediario-autor que también re-presenta el texto previamente escrito (o imaginado) a través de elementos icónicos, gestuales, plásticos, musicales, etc., pero que han pasado antes por el tamiz personal de toda su cósmica vivencia del universo artístico. Repito, ¿qué es lo esencial del teatro? ¿O no tiene esencia posible (hipokeimenon)? ¿Es la mímesis?, ¿la ficción?, ¿la imitación de la realidad?, ¿las verdades imaginadas?, ¿lo espectacular?, ¿los individuos que intervienen?, ¿el arte muy creativo?, ¿el dinero de quien paga?, ¿la escritura?, ¿el juego que se realimenta con el público cruzando la cuarta pared? ¿lo que no se toca ni ve?, ¿las actitudes previas y las ideologías? ¿...?

Antonin Artaud tenía su respuesta cuando escribió sobre el teatro alquímico pues dijo que "el teatro debe ser considerado también como un Doble, no ya de esa realidad cotidiana y directa de la que poco a poco se ha reducido a ser la copia inerte, tan vana como edulcorada, sino de otra realidad peligrosa y arquetípica, donde los principios, como los delfines, una vez que mostraron la cabeza se apresuran a hundirse otra vez en las aguas oscuras. (...) Las obras balinesas se forman en el centro mismo de la materia, en el centro de la vida, en el centro de la realidad. Hay en ellas algo de la cualidad ceremonial de un rito religioso, pues extirpan del espíritu del espectador toda idea de

simulación, de imitación irrisoria de la realidad.”<sup>8</sup> Lo que sí sabemos es que el teatro es un milagro permanente de **pasiones**<sup>9</sup> que se reproducen en todo espacio donde alguien observe, mire, y, a veces, a su pesar, participe. Pero no hay pasión y, por tanto, no habrá teatro, sin público, por lo que creo que cuando se quiere demostrar la pervivencia desde hace siglos del teatro en el mundo, en cualquiera de sus hermosísimas manifestaciones, a quienes en verdad se está advocando es a todos los públicos habidos y por haber...

Un asunto que afecta a las producciones: desde Antoine, en los Elysée des Beaux Arts, hasta hoy, la evolución del teatro se debe más que a los autores, a los directores. "Esforzaros por sacar placer del cumplimiento de vuestra tarea escénica. Es el axioma número uno", dice Meyerhold. "La escena exige una cierta convencionalidad. No existe una cuarta pared y, además, la escena es arte, la escena reverbera la quintaesencia de la vida, no es necesario introducir en ella detalles superfluos", comenta Antón Chejov.

Tanto Meyerhold como Chejov plantean en estas dos afirmaciones el valor total que posee la escena dentro del teatro. Un director, Meyerhold, y un autor, Chéjov, aceptan que la magia excelsa de la escena es lo principal del mundo del teatro, pero el director la plantea desde la teatralidad (la verdad teatral- frente a la verdad de sentimientos stanilavskiana) y el autor de *La Gaviota* parece, en esta cita, atacar a las actividades directivas del realismo-ideal de André Antoine<sup>10</sup>, director del Théâtre Libre, quien acuña la expresión *cuarta pared* para decirnos que él como director ha de hacer un trabajo previo de dirección-producción teniendo en cuenta la vestimenta general de todo el escenario, olvidándose del público. Decorar la escena, como si fuera la propia casa y que sólo cuando se levanta la cuarta pared (el telón, cuando es física y no figurada), el público asistirá al milagro escénico. Aunque advierte que la luz es lo principal del teatro, Antoine, cuando se refiere al trabajo y seguimiento de la decoración, sostiene que "Ahora nuestro escenario ya está montado con sus cuatro paredes (...) Esta operación, conducida esmerada y cariñosamente, da vida al decorado". Según Eugene Vajtangov, Meyerhold fue el único director ruso que "poseía el sentimiento de la teatralidad". Y agrega: "Meyerhold hizo lo mismo que Stanislavski. Él también destruyó la banalidad teatral, pero lo hizo con la ayuda de los medios teatrales. Stanislavski, en su fervor por la verdad real, trajo la verdad naturalista al escenario. Él buscaba la verdad teatral en la verdad de la vida. Meyerhold, entusiasmado por la verdad teatral, destruyó la veracidad de los sentimientos, y la verdad debe

---

<sup>8</sup> ARTAUD, Antonin, *El teatro y su doble*, 1990, pp. 53 y 67.

<sup>9</sup> La pasión del actor, como desencadenador de otras realidades anímicas en el espectador, es un asunto muy viejo que Hamlet usó convenientemente como lo haría más tarde Holmes, o como lo reivindicó hace siglos Aristóteles con su *katharsis* o purificación: "¿No es una aberración que un actor,/viviendo la pasión como en un sueño, como ficción,/ someta su espíritu a lo imaginario/de tal modo que el rostro quede lívido,/le caigan lágrimas, parezca enloquecido,/se le quiebre la voz, dando con todo el cuerpo/ forma a una fantasía? Y por nada." (Shakespeare, W, *Hamlet*, act.II esc.II.).

<sup>10</sup> La dirección escénica nace en el siglo XIX, aceptándose como conmemoración el de la inauguración del Théâtre Libre de André Antoine (1858-1943), que tuvo lugar el 30 de marzo de 1887.

encontrarse en ambos, en los teatros de Meyerhold y Stanislavski."<sup>11</sup> Sabemos que la puesta en escena de hoy tiene pocos años, pues antes significaba dirigir como lo que se hace en muchos centros escolares y universidades: la adaptación de un texto literario con el objeto de representarlo con motivo de una festividad. Ricard Salvat<sup>12</sup> nos recuerda que "Es la década de 1880 la que ve el nacimiento y la rápida consagración del director como verdadero dueño del escenario. De esta manera Antoine aparece en Francia como el primer director moderno, con su Théâtre Libre, fundado en 1877". Aunque Salvat afirma que la puesta en escena de un naturalismo más escrupuloso, aparece un poco antes de manos de la Compañía Meiningen que fundó Georg II, Duque de Saxe-Meiningen y su esposa Ellen Franz, actuando Ludwig Chronegk como director.

¿Por qué no se reflexiona más sobre la pasión que conforma la inteligencia crítica de los directores, también acerca de la pasión amorosa del público con su asistencia, participación y crítica y de la pasión descarnada de los actores con su entrega artesanal? Entrega que si quisiéramos simbolizar en un ser de carne y hueso, podríamos hacerlo con todo derecho en alguien como Ana Mariscal, actriz y directora de cine que entregaba su vida en un último acto hace algunos años la noche de los Oscars. Sin emoción y entrega de parte de la vida no habrá teatro posible. Profesionalidad, sí, pero un cuerpo profesional que intente transmitir en cada representación el *alma de las cosas internas*.

Por la razón que sea nuestras relaciones con el teatro han estado siempre significadas como lo que hoy damos en llamar edificio de multiusos. Es decir, en un nivel de la conciencia hicimos de actor; en otro, de director; en otro supuesto, de dramaturgo; y, hasta en otros niveles, muchas veces, también de gestor y formador. Jean Louis Barrault<sup>13</sup> llamaba a ésto como había de llamarse, *Hombre de teatro*. Pero en esta época de especialidades ya casi nadie es hombre o mujer de teatro, sino un profesional de una u otra especialidad con mayor o menor deseo de funcionarizar su actividad. Hasta donde la memoria me llega puedo decir que el teatro estuvo presente en mi vida. Paramahansa Yogananda dice en algún lugar de su sorprendente *Autobiografía de un Yogui* (Buenos Aires, 1987) que en los primeros años de nuestra vida es cuando la más auténtica vocación del alma empieza a manifestarse a través de acciones muy sencillas del niño; que hay que estar muy atentos para descubrir en el pequeño cuáles sean sus aptitudes y tendencias para que luego le sea más fácil concentrar sus energías en un profesión concreta con éxito. Hasta nos advierte que si alguna vez, ya de adultos, tenemos alguna duda sobre qué es lo que estamos haciendo y para qué sirve aquello en lo que nos entregamos, que hagamos un gran esfuerzo de búsqueda y de introspección del niño pequeño

---

<sup>11</sup> JIMÉNEZ, Sergio/CEBALLOS, Edgar, *Técnicas y teorías de la dirección escénica*, 1988.

<sup>12</sup> SALVAT, Ricard, *El teatro como texto, como espectáculo*, Barcelona, 1980.

<sup>13</sup> BARRAULT, J.L., *Soy hombre de teatro*, 1958, p.15 (El libro me lo regaló hace años Juan Cruz): "Aquél que por amor a unos metros cuadrados de escenario y por amor hacia esa humanidad, a toda esa vida que se puede recrear en él; /aquél que CON EL MISMO AMOR acepta servir todas las profesiones, todos los oficios y hasta todos los trabajos más pesados y desagradables que se acumulan alrededor;/ ése puede ser llamado HOMBRE DE TEATRO".

que aún subyace agazapado entre los pliegues de nuestra infancia, que lo reconozcamos e indaguemos cuáles eran sus verdaderas tendencias y aficiones en materias relacionadas con la sociedad y con uno mismo. Al parecer, en esas potencialidades se hallan las raíces más auténtica de nuestro ser.

Ahora me gustaría hurgar un poco más en la *performance* para que entendamos (¡una sana intención!) que las Artes Escénicas conllevan una mayor amplitud de miras<sup>14</sup>. Desde la perspectiva del contenido del *performance* (aplicando el punto de vista de quien conoce las artes escénicas) sería todo aquel conjunto de acciones múltiples cara a un receptor, además de las que se producen como Arte Global de la Expresión. Hay una definición al uso de *Performance* que dice que es el “Concepto genérico creado durante los años setenta para todo lo referente al arte de acción teatral-gestual, en el que el público tan sólo observa. Esta tendencia abarca las autorrepresentaciones y el arte corporal, y la presencia de público puede ser suplida con la grabación en video de la acción del artista”. En realidad el *performance* ha dado históricamente muchísimo más de sí y, por otro lado, está muy poco trabajado en nuestro país. Su uso está abierto a poder abordar planteamientos de identidad, posición, situación y puntos de partida territoriales y sociales o políticos.

Hoy día, en EEUU. y en América Latina, las posibilidades del *performance* tiene amplias expresiones. Un ejemplo es la actividad permanente del Instituto de Performance y Política de México que reúne a un grupo de artistas, académicos e instituciones de las Américas dedicado a la exploración de la relación entre el comportamiento expresivo (ampliamente definido como *performance*) y la vida social y política. Traigo aquí la cita de sus objetivos y proyectos, un tanto larga pero muy esclarecedora: “La programación se basa en la disciplina académica de Estudios sobre Performance para promover relaciones artísticas e intelectuales, superando las limitaciones geográficas, institucionales, lingüísticas y académicas. El Instituto Hemisférico está financiado a través de una beca de la Ford Foundation que se administra en el Departamento de Estudios sobre Performance de la Tisch School of the Arts, New York University. ¿Y porqué ahí estudios de performance? Para sus conciencias el campo emergente de los Estudios del Performance ofrece un enfoque interdisciplinario que reúne áreas como antropología, artes escénicas y estudios culturales, para examinar una serie de actos sociales (que afectan y completan el sentido tan limitado en nuestra geografía de las artes escénicas): ritos, festivales, teatro, danza, deportes y otros eventos en "vivo". Los estudios sobre performance ofrecen un acercamiento teórico-crítico que ilumina distintas prácticas culturales, abarcando un abanico de eventos que van desde la "estética de lo cotidiano" hasta los más complejos movimientos socioculturales de nuestro tiempo. Al estudiar Performance en sus innumerables manifestaciones (como obras y actuaciones teatrales, expresiones carnavalescas y manifestaciones políticas, entre otras), los académicos y artistas pueden analizar las maneras en que el performance es utilizado para comunicar valores sociales y religiosos, para producir identificación o forjar un sentido de comunidad, de pertenencia. La política en sí también puede ofrecer un campo

---

<sup>14</sup> *Performance* es la ejecución, cumplimiento, acción, función, representación, concierto, actuación de un artista, etc...

muy rico para el análisis de performance: actos de política electoral, populismo, manifestaciones de protesta, y marchas militares son algunos espectáculos que pueden ser mejor analizados usando un lente de performance. El Instituto explora las maneras en que performance y política se redefinen mutuamente: performance como una práctica política, y la política como un tipo de performance. El enfoque interdisciplinario de performance evita ciertas limitaciones etnocéntricas inherentes a los estudios tradicionales de teatro y danza. Nos permite examinar aquellas formas expresivas que caen fuera de los parámetros de los géneros europeos. Al parecer el Instituto no sólo pretende sobrepasar los límites disciplinarios impuestos a través de una larga historia de colonización, sino también iluminar la manera de como mucho del teatro, la danza, y la música en las Américas, se ha desarrollado como producto de, o en oposición a, un modelo colonial. El Instituto Hemisférico está desarrollando cuatro áreas principales en el campo de performance y política en las Américas: 1) Performance y Política; 2) Conquista y Colonialismo; 3) Memoria, Atrocididad y Resistencia; 4) Globalización, Migración y Espacio Público. Desde esta perspectiva del performance en que trabaja el Instituto Hemisférico nos hace recordar una propuesta del dramaturgo tinerfeño Cirilo Leal que comenta en el foro del III Congreso de Teatro Canario, celebrado en el Ateneo de La Laguna entre octubre y noviembre de 1997: "... el Teatro Comunitario: un teatro de la participación que parta de los problemas, demandas, necesidades, preocupaciones inmediatas, cotidianas del público y que recoja sus sugerencias ante el espectáculo para integrarlo en el proceso de revisión y actualización del mismo. Una ruptura de los límites convencionales que se establece entre la sala y la escena, entre el teatro y la vida."<sup>15</sup>. En Canarias tenemos gran cantidad de elementos antropológicos con los que se pueden ensayar y trabajar desde una perspectiva seria, poniendo en sinergias a distintas profesiones: recordemos, La Rama, La Librea, Mata la culebra o Los Enanos.

Otra manera de abordar el performance espectacular es a la manera de la compañía catalana *La Fura del Bauls* o de la Compañía Argentina *De la Guarda*, de la que de su último montaje he recogido este comentario: "Un espectáculo sensacional (...) un performance que ha provocado admiración en diversos escenarios del mundo y que actualmente cuenta con tres años de éxito en el circuito off Broadway, de la urbe de hierro. *Teatro de imágenes* es el nombre con el que ha sido definida esta propuesta artística, que es rica en conceptos e ideas y que rompe con el esquema del simple espectador pasivo. El vuelo de actores sobre el público es una de las atracciones, en donde los asistentes pueden levantar sus propias alas para adquirir un papel protagónico. Con efectos de acción y adrenalina alcanzan en el público su punto máximo. Pues actores y espectadores comparten problemas y se conjuntan en el mismo espacio. *De la guarda*, un grupo argentino de investigación artística, donde sus integrantes provienen de escuelas de danza, teatro, música, alpinismo y arquitectura, se creó en 1992, año en que comenzó en Buenos Aires y desde ese entonces,

---

<sup>15</sup> LEAL, Cirilo, "Teatro espejo, hacia una antropología teatral poética", *III Congreso de Teatro Canario. El Teatro y las Artes Escénicas al comienzo del siglo XXI*, Ateneo de La Laguna, 1997, p.133.

comenzaron a volar con todo el mundo. Escenario móvil, lluvia, viento, truenos, calor, frío, diversión, baile, acción, y sorpresa, todo, en uno de los espectáculos más modernos del mundo y que más celebridades ha convocado. La Carpa Neumática Forma, será el recinto que recibirá a *De la guarda* a partir del 18 de abril. Un espectáculo que no se pueden perder.”<sup>16</sup>

## 1.2. SIGAMOS A NUESTRAS REFLEXIONES

Tanto los gestores como la gente de la calle, hemos de saber a ciencia cierta que las artes escénicas forman parte de un arte antiguo, es un *producto artesano* e irreplicable, que hay que conformar y re-presentar (volver a presentar) cada día y a una hora concreta frente al público.

- **Las artes visuales** (hemos de recordarlo todos) se supone que forman parte de un arte nuevo, **emergente** y en crecimiento. Es también de **base artesanal**, pero su post-producción forma parte del universo de la industria a gran escala.

No es esta época en la que vivimos de un gran esplendor de las artes escénicas (o como diría un personaje de la película *Pull fiction*, encarnado por John Travolta, cuando comenta a sus compañeros de fechorías, viendo la que habían hecho: “no está la cosa como para que nos chupemos las pollas”).

Sí es época, en cambio, en la que vivimos y en la que viviremos, de las artes audiovisuales. Podría cambiar mi título de hoy, a estas alturas, como *Descubrimiento de la importancia o trascendencia de las artes escénicas y visuales en su compleja acción y manifestación en el entramado ideológico (léase Políticas Culturales) y en la gestión social de sus bienes*. Se supone que estas actividades de las que hablamos son actividades que se expresan socialmente y que son propias de la cultura. Y que son, de verdad, importantes o trascendentes... ¿Para quién es trascendente? ¿Para quiénes...? ¿Lo son? Ya veremos si lo son... Isadora Dunca, entre otras cuestiones, se preguntaba quizá inútilmente (porque puede que no hallara respuesta):

-¿Por qué la esperanza de un artista ha de ser siempre un sueño irrealizable?

La gran intérprete de una de las artes escénicas, la danza, se quejaba a principios del S.XX de que al *Artista Auténtico* (o artista completo, como lo llamara J.L. Barrault) *lo empuja* siempre un sueño que no va a poder cumplirse, porque esa esperanza, siendo Auténtica, se situaría por delante de su sociedad.

Hagamos un aparte teatral: para situar un aspecto para la reflexión en torno al creador: ¿la frustración del artista es la misma que la del público?; es decir, ¿siente el *mismo vacío interior* el público que el artista? ¿O es que estamos planteando materias humanas de sensibilidades muy diferentes? ¿Por qué? ¿Quién o quiénes intervienen en el proceso de creación para que una artista pueda sentir sus *sueños frustrados*? ¿Han oído ustedes, alguna vez, decir que un artista se adelantó a su tiempo?, ¿o que ha nacido en una época equivocada? ¿A pesar de que aceptemos, por otro lado,

---

<sup>16</sup> En la web: *Un performance maravilloso, La Guarda de México*.

de que *sólo los grandes artistas geniales* (tipo B. Brecht, en el teatro; Picasso, en las artes plásticas; W. Wilder, en las audiovisuales; Bach o Mozart en las musicales..., sólo por citar ejemplos incuestionables) han sido de los pocos que tuvieron la posibilidad de ver algunos de sus sueños puestos en práctica?, ¿y que, si lo lograron, tuvieron también que luchar contra viento y mareas para verlos realizados...? ¿Quién es ese ser que se denomina a sí mismo creador<sup>17</sup> o artista y que es sobre quien se fundamentan todas las futuras actividades y negocios de las denominadas Industrias Culturales? (UNESCO)

## 2.- ELEMENTOS QUE INTERVIENEN EN EL HECHO DE LAS ARTES EXPRESIVAS (escénicas, audiovisuales, etc.)

Estoy intentando que abramos nuestro panorama de miras en la observación de los hechos culturales... Recordemos lo que dije más arriba y ¡fíjense que el *performance* sí que lo hace, que intenta hacerlo: nos enseña la interrelación, la posibilidad de ejercer una acción interdisciplinar de las artes y las investigaciones! ¿Nos hace falta dar un enfoque más transversal a los hechos de creación y poner en contacto a los signos que están en la vida social donde se desarrolla la cultura y que son compartidos por otros? Son dimensiones de la cultura que pueden (y deben) entrar a comunicarse: las distintas artes escénicas, los patrimonios, las ciencias, las tecnologías...

Leamos una aproximación a una *posible definición* de las Artes, desde la perspectiva de sus dimensiones profesionales, según el National Endowment for the Arts (N.E.A.): “El término **artes** incluye, pero no está limitado, la música (instrumental y vocal), la danza, el teatro, la artesanía, la creación literaria, la arquitectura, la pintura, la escultura, la fotografía, las artes gráficas, el diseño industrial, diseño de vestuario y de moda, el cine, la radio, la televisión, las grabaciones discográficas, y las artes relacionadas con la presentación, escenificación, ejecución y exhibición de dichas formas artísticas mayores y al estudio y aplicación de las artes al entorno humano<sup>18</sup>”. ¿Por qué no recordar ahora, también, que T. S. Eliot, el gran poeta inglés, fue quien dijo que *La poesía no es una expresión de la emoción, sino una evasión de la emoción?* (evasión: ocio). Y atreviéndome un poco más a ser un tanto irrespetuoso, creo que la filosofía zen nos ha hablado de las dimensiones de la cultura como *una de las maneras del hombre de entretener su soledad...*

**Las artes escénicas** no son ajenas a los **hechos de creación**. Pertenecientes a la Cultura serán unos productos nacidos de la creación y que busquen cierto impacto social y expresión comunicativa, o simplemente *darse a conocer*. Pero sobre esos productos han intervenido siempre antes unos sectores sociales-humanos (¿o vectores?) más o menos básicos que, a su vez, se abrirán a otros segmentos y significaciones. Debemos tener presente que todos los hechos creativos (de las artes

---

<sup>17</sup> Ver Definiciones y aportaciones de la UNESCO a los Derechos del Creador y Artistas.

<sup>18</sup> Obsérvese ese... y *al estudio y aplicación de las artes al entorno humano* donde puede entrar a jugar un rol significativo la Gestión Cultural en su papel de Mediadora de la Cultura.

escénicas o audiovisuales, etc.), toman asiento, como mínimo, sobre los elementos sociales que consideramos como los **GRANDES CREADORES DE LA CULTURA**. Y son los *grandes creadores* de la cultura en un sentido amplio, porque son elementos humanos que crean, intervienen y se interrelacionan en todas las direcciones creando la cultura que vemos, la que tenemos y la que, a veces, gozamos. Es sabido que *ellos* son:

**2.1. El Creador o artista,**

**2.2. Los Mediadores o intermediarios,**

**2.3. Los Públicos,**

**2.4. El Territorio.**

De una u otra manera todos nosotros somos tanto beneficiarios de la cultura como sus propios constructores (creadores, en cierto sentido) y, a su vez, intermediarios; pero la sociedad tiende siempre a especializarnos a través de los roles profesionales (*guiados por los resultados económicos*). Y a ellos nos referiremos paulatinamente:

## **2.1. EL CREADOR**

Hay muchos tipos de creadores: artistas plásticos, intérpretes, actores, directores, diseñadores, músicos, letritas, pintores, escritores, autores dramáticos, manipuladores y creadores con las nuevas tecnologías (de una clasificación casi infinita de profesiones que cada día se realimenta), etc. Por tanto, sería inocente ver al creador solo como el autor de teatro en un sentido estricto; aunque sí es verdad que cuando hablamos de autores (en las artes escénicas) nos referimos tanto al escritor como al director. No obstante, según la necesaria investigación-informe de la SGAE, *titulado Plan Integral de la Creación y del Autor* (2000), allí sus investigadores aceptan definir al “creador” y al “autor” sólo desde una perspectiva reducida a lo económico, pues se dice que “El universo de la investigación ha consistido en los 2.466 socios de la SGAE que durante 1998 cobraron más de 500.000 pesetas por derechos de autor. A este colectivo nos referiremos en este informe como “los autores” o “los creadores” en sentido genérico”<sup>19</sup>. Comprendemos, por otro lado, que se evalúe así ese tipo de indicador porque una de las formas de testimoniar la importancia o **tamaño del sector cultural** es a través de su participación en el PIB (Producto Interior Bruto), pero no deja de ser un tanto discriminatoria esa única visión economicista de la cultura, a la que aludiremos más tarde. **Siempre estará, el creador**, influido por: la educación/el clima/la economía/las ideologías/la política imperante del momento/su propia ideología/los medios de comunicación/el entorno social en el que

---

<sup>19</sup> GÓMEZ YÁÑEZ, José Antonio, “Los creadores vistos por los creadores”, *Plan Integral de la Creación y del Autor*, Madrid, 2000.

pretende expresarse/sus propios sueños internos (sus esperanzas, sus miedos o valentías, que lo condicionan, siendo al mismo tiempo, el Alma de su creación)/su sexo, edad y condición cultural/, etc... El informe al que aún hago referencia, *Plan Integral de la Creación y del Autor*, hace una evaluación del tamaño o importancia del sector y advierte que los creadores son básicamente hombres: "el 92% son hombres, y solo un 8% mujeres. Los sectores de la creación en los que las mujeres tienen más peso son el de los letristas (18,8%) y el de los guionistas de audiovisuales (17,1%). La edades de creación –según el informe- oscilan entre 30 y 44 años (42,4%); menores de 29 años hay un 6%; de 45 a 59 años, un 31,7%; y mayores de 60 años, un 17,7%. Los más jóvenes: los guionistas de cine y audiovisuales, seguidos por los autores dramáticos y los compositores musicales; y los letristas son los de mayor edad. La mayoría vive en la provincias de Madrid (42,6%) y Barcelona (17,7%). Sin embargo, solo un 18,2% ha nacido en Madrid y un 16,5% en Barcelona. (...) De los que residen en Madrid, solo el 40,4% ha nacido en esta comunidad..." (o.c., p.25). Las CCAA somos *exportadores de mano de obra creadora* para el centralismo por la evidente falta de oportunidades en sus lugares de nacimiento. Sigamos con las características humanas en relación con el medio social:

---

**Siempre buscará:** imponer su permanente voluntad de creación, a veces confusa, fragmentaria o improcedente. Si fuera preciso, está siempre dispuesto a cambiar las estructuras artísticas y sociales del momento social en que le ha tocado ejercer (muchos han basado su estética en la necesidad de transgredir cualquier tipo de modelo y status). El creador "juega" a olvidar que necesita de los intermediarios (el poder) y los públicos (el beneplácito).

**Siempre luchará** *contra* determinados elementos esenciales (o ha de *contar* con ellos) para poder demostrar su creatividad: la economía/los medios o instrumentos para la creación/los intermediarios y el público/también *contra* sus propios sueños (que si no son satisfechos, se vuelven en su contra)...

También luchará *contra* el peso de la historia de su territorio, que en Canarias, ha sido devastadora para el **escritor-dramaturgo**, o, al menos, ha sido totalmente castradora... Han aniquilado al dramaturgo canario. ¿Quiénes? "Entre todos la mataron y ninguna sabe cómo...". En la bibliografía y fotocopias que les adjunto hay algunos títulos que aclaran e ilustran este apartado de la "historia negra de la escritura teatral en Canarias". Pero no he venido hoy aquí a dar unas clases sobre la historia del teatro y el cine en Canarias.

Ustedes son Gestores Culturales y me interesa mucho más ayudarles a reflexionar sobre su propio trabajo e implicaciones, y las responsabilidades y posibilidades de acción en este entramado social que (como en la técnica de las muñecas rusas, que se contienen unas a otras) las responsabilidades de la gestión del arte escénico y audiovisual se mezclan/interfieren/influyen sobre/con las de la política. Me interesa mucho más eso, que no el proponerme hacerles un balance historicista de culpas y despropósitos (no sólo de los mediadores y, a veces, de los mismos creadores), asunto que dejo para los sociólogos de la gestión y políticas culturales y, desde luego,

para la responsabilidad de futuras investigaciones que la propia Administración debería proponer y costear...

## 2.2. LOS INTERMEDIARIOS, LOS MEDIADORES DE LA CULTURA

Sabemos que los agentes son los actores del panorama social de los servicios donde **lo cultural** es un elemento definitorio en la sociedad del bienestar. Unas políticas y gestiones culturales sin sus agentes es imposible; son los intermediarios, los mediadores de la cultura. Un gran agente es la Administración, otro el Asociacionismo, otro el Sector Privado, las Fundaciones, etc. En una democracia, lo público no es patrimonio de la Administración; lo que ocurre es que desde el siglo XVIII sabemos que la Administración tiene la obligación de intervenir en lo público... Son muy conocidas las relaciones entre las artes y los estados: Estado nacional, o autonómico, o europeo, etc... (con sus modelos de políticas culturales); las economías predominantes, **los gestores**, las entidades públicas y privadas, los productores, las ONL's, los medios de información y comunicación, los centros de enseñanzas, los mercados transnacionales, los instrumentadores de las modas, las redes de distribución, exhibición y de difusión; las **industrias culturales** (en las que están implicadas los autores y creadores)<sup>20</sup>. Es un reto que deben asumir, pero son grandes las responsabilidades que han de esgrimir las administraciones locales en materias culturales, debiendo enfrentarse al ejercicio de las **políticas culturales centralizadas** en los grandes territorios de producción y de dotación infraestructural (caso Madrid, Barcelona, Sevilla, Valencia o Bilbao); **es absolutamente básica, y prioritaria, una acción decidida por parte de las autonomías periféricas: debe alcanzarse una verdadera democratización territorial de la actividad cultural en España, luchando así contra las “políticas de escaparate”** centralistas que, con sus preferencias de ciudades para la cultura<sup>21</sup>, juegan a alcanzar pretendidamente un *nivel cultural europeo de rodillo*.

---

<sup>20</sup> Veremos más adelante, al tratar el eje de Cultura y Economía, que en España el sector cultural ocupa una posición destacada en nuestra economía desde 1993 –en términos de valor añadido– situándose por encima de sectores tan importantes como el transporte marítimo y terrestre; la hostelería, la restauración, la fabricación de productos farmacéuticos; la industria petroquímica y química básica; la elaboración de bebidas y tabacos; la fabricación de vehículos automóviles, etc. “El valor añadido generado por la industria de la cultura y el ocio en España se cifra en torno al 3% del PIB, valor similar al obtenido en otras investigaciones realizadas en países como EE.UU., Suecia, Reino Unido, Canadá, Austria y Alemania.” (vs. María Isabel García Gracia *et al.*, 1997).

<sup>21</sup> ZALLO, R., *El mercado de la cultura*, p.201: “La crisis económica prolongada y la reformulación del papel del Estado en Europa (...) han implicado la limitación relativa del gasto cultural público y la potenciación de la cultura escaparate vinculada a la política de prestigio de las ciudades.”

---

El Acuerdo de Ámsterdam, que estructuró en su día el marco de las regiones ultraperiféricas, nos sitúa a los canarios en un lugar de importancia distinto con respecto a las metrópolis, pero está sin verse aún su posible eficacia identificadora en materia cultural.

**Siempre (los mediadores):** ayudan/ costean/ compran/ venden/ entorpecen/ incentivan/ dirigen/ administran/ condicionan/ censuran/ intervienen/ transforman/ coartan/ influyen/dejan hacer/ educan/ ...

### 2.3. LOS PÚBLICOS

Los públicos son los grandes anónimos, los generadores de las estadísticas, los seres sin rostro ni corazón pero para quienes los artistas idean sus productos, y quienes, a su vez, rompen las cabezas de algunos gestores de la cultura por mor de atraparlos en sus deseos, preferencias, gustos y hábitos... ¡Ah, la gran incógnita de las preferencias de los públicos! ¡Tantas veleidades, desamores, abandonos..., o sus grandes y sorprendentes enamoramientos y fidelidades! Toda una sorpresa, el público... ¿Qué no daría un gestor cultural por tener a todos sus públicos cautivos en una lámpara árabe a la que pudiera frotar de vez en cuando para que surgiera el inefable mago del gran público! El Gestor Cultural cuando entra en el sector público o no lucrativo y usa sus propias estrategias para conseguir unos objetivos, a veces se frustra y hasta se da de frente con las evaluaciones. Ejemplo: un museo se puede plantear unos objetivos de difusión, de mayor difusión frente al patrimonio, o “quiere llegar a la mayor cantidad de gente posible -la totalidad de la población- captación de audiencias” (al fin y al cabo, imponiendo una política cultural de *democratización de la cultura*), pero he aquí que el flamante Gestor Cultural –para más señas Experto o Master Universitario- no está de acuerdo, desde su perspectiva y conocimiento estéticos, con lo que se le obliga a asumir. ¿Qué ocurre entonces?, pues quizá recordar que uno de los objetivos del G.C. es hacer compatible el máximo coste a pagar con el riesgo de la mínima calidad (o los mínimos objetivos conseguidos) que puedes soportar, ¡y a ver cómo se encaja todo! La planificación estratégica no le ha planteado hacer una proyección de futuro sino minimizar incertidumbres, proporcionándole acaso un marco de referencia para la toma de decisiones. Si se propusiera acertar, entraría en un imposible. ¿Qué hacer, entonces? Intentar ser honesto siempre, fortaleciendo la conciencia.

Al margen de mis juegos premeditadamente pseudopoéticos -respecto de este eje de la cultura que me ha hecho llorar para dentro más de una vez- y, aunque parezca paradójico, en realidad los públicos desconocen su poder, aunque lo ejerzan a veces de manera inocente y hasta equivocadamente. Es una *roca de opinión* formada por *individualidades*<sup>22</sup> en su mayoría insatisfechas: principio básico para su posible manipulación. Son esos seres anónimos que figuran en las estadísticas (por otro lado, necesarias y magníficas) al estilo de las que hacía el Ministerio de

---

<sup>22</sup> Michel Massand dice que hay que “Borrar nuestras diferencias para darle un juego libre a nuestras diversidades” (Michel Bassand, 1991).

Cultura y ahora las de la Fundación Autor, p.e. el *Informe SGAE sobre hábitos de consumo cultural*<sup>23</sup>. El (los) público (s)<sup>24</sup>, ese gran ser de múltiples cabezas, brazos y ojos, que no se conoce a sí mismo, el público... recibe, acepta, rechaza, censura, paga, aprende, participa, en algunos casos impone gustos y preferencias, permite que salgan a la luz creadores, intermediarios y públicos, también olvida, tiene gran capacidad de recomenzar y rehacerse en las modas...

## 2.4. EL TERRITORIO

Es la *gran base* de la existencia social y cultural. El territorio es un gran polifuncional que crea referencias simbólicas y afectivas y, aunque más adelante entremos en parte de su análisis, ahora podemos dejar dicho que una de las cuestiones más importantes en un Territorio (cultural) es la visibilidad de las dinámicas, **la relación de los agentes culturales**: cuyas intercomunicaciones han de crear tensión (creativamente entendida) y generar proyectos emergentes (lo que M. Bassand denomina **democracia cultural**).

## 3.- LAS ARTES (ESCÉNICAS, VISUALES...) Y EL ESTADO

Una polémica actual, ¿o permanente?, es la que se refiere a las relaciones entre la Artes (es lo mismo las Escénicas que las Visuales, Plásticas, o cualquiera Otras) y el/los Estado(s). Se supone (se da ya por hecho) que la excesiva dependencia respecto del Estado provoca ciertos efectos *indeseables* (¿para quién?) y se pueden producir algunos hechos como éstos:

1. tendencia a la espectacularidad,
2. derroche económico,
3. competencia desleal frente al sector privado,
4. conservadurismo,
5. funcionarización
6. domesticación de los creadores
7. otras dependencias (según los casos concretos)...

---

Como hemos visto, se supone que los creadores estarán **influidos** a la hora de producirse un hecho de creación por muchos elementos sociales internos y externos, *variables o factores claves*, de la comunidad que se pudieran concentrar en torno a las dimensiones socioculturales, ideológicas, económicos-industriales, u otros aspectos como son los climatológicos, o los medios de información y comunicación...

---

<sup>23</sup> *Informe SGAE sobre hábitos de consumo cultural*, Madrid, 2000. (v. fotocopias).

<sup>24</sup> El término *Siempre* lo usamos aquí porque de una manera u otra se producen hechos referidos en algún aspecto con todos esos contenidos apuntados más arriba. Y hay que recordar que cuando nos referimos a las Artes (en este caso escénicas y visuales) igualmente nos estamos refiriendo a las artes en general.

---

Algunas de esas *dimensiones del entorno* son capitales para entender mejor el escenario donde se desarrolla la crisis de las relaciones entre la creación, la producción artística y la gestión... (La prensa, la crítica impresa o en la t.v., los medios de información; “nadie es profeta en su tierra”;...). Es un riesgo que corre el **Creador**, pues a través de la *variable económica* en forma de **subvención/ ayuda/compra del producto**, se arriesga con transformarse en *creador domesticado*, pues ya no crearía para un público (paradigmático, potencial), sino para el Estado (poder económico, real): Tropezamos con la viejísima teoría del Estado como **padre-patrón**. Pero..., razones de diversos tipos parecen hacer *inviable* la *posible* lucha por la ruptura de la relación entre las Artes (Escénicas, Visuales, Plásticas, otras artes...) <sup>25</sup> y el Estado: entre TEATRO y Estado/DANZA y Estado/ARTE DE LA EXPRESIÓN y Estado/ CINE y Estado/PLÁSTICAS y Estado/MUSEOS y Estado/ (...). Por supuesto que se nos excede en nuestras intenciones el pretender hacer ahora un seguimiento absoluto sobre los factores claves que inciden en el Archipiélago y que nos podrían mostrar datos sobre el *escenario estratégico* de lo que denominaríamos (¿precipitadamente!) EXPRESIÓN DE LA CULTURA CANARIA (ACTIVA), junto con los Agentes que intervienen en ella conformándola y, desde luego, marcándole un rumbo, una dirección concreta, pero sí que intentaremos observar algunas de las *dimensiones del entorno* porque son necesarias para entender el escenario donde se desarrolla lo escénico (o lo teatral) <sup>26</sup>. ¿Sabemos cuál es el papel que han representado, y representan actualmente, los responsables de las Políticas Culturales en relación con las Artes Escénicas y las Audiovisuales? Al menos, el que programa, debe reconocer las responsabilidades y respuestas de las incidencias del Estado a lo largo del tiempo más reciente, respecto de los colectivos dedicados a las artes escénicas y audiovisuales, sean profesionales, aficionados, educadores, públicos, etc. La indagación de esos datos y hechos no son labor de una sola persona, es responsabilidad de los investigadores y los gestores culturales indagar en esos elementos básicos para la reflexión y la investigación (y para la *posible* rectificación de estrategias)... Un Gestor Cultural debe plantearse el empezar a reconocer cuáles son las reacciones de estos colectivos-empresas en relación con los *elementos definitorios* de las *políticas culturales* que se manejan. El que se pudiera adquirir la costumbre operativa de realizar análisis de la dinámica de la política cultural, podría arrojar alguna luz sobre cuál es el estado actual de la cuestión *de las Artes y el Estado* en una geografía fragmentada, española, pero tan alejada de la metrópolis y de los centros donde se producen, difunden y desarrollan la mayor cantidad de las actividades diarias de los profesionales encartados en la Industria de la Cultura de un país moderno (al borde de la autocomplacencia con el resto de Europa). No es fácil, ciertamente, hallar los límites exactos de la relación, ni tampoco cuáles sean sus efectos,

---

<sup>25</sup> vs. *La cultura en España y su integración en Europa*, MC, 1993, p126,: “Su dependencia de las mismas es considerable, dado que, además de recibir estas ayudas, suelen tener como principal cliente a las administraciones.”

<sup>26</sup> Una duda para la investigación: ¿habría que incluir en *lo escénico* los festivales musicales: folklórico, rock, pop...; las fiestas de arte de los pueblos, los carnavales anuales de cada pueblo y ciudad...?

positivos o negativos... Sí será mucho más probable el poder encontrar y definir el marco de relaciones y las reacciones inmediatas a esa relación. No necesitamos descubrir, o demostrar, que *el patrón* del Arte en Canarias (¡y, desde luego, en España!) es el Estado en cualquiera de sus manifestaciones, porque es evidente; lo que sí puede interesar es seguir indagando en lo que ya sabemos y testimoniar variantes de esas actitudes a través de los hechos. Para, en el futuro, conocer mejor las *cualidades vitales* de nuestro Territorio. Y, así, poder intervenir en él...

### **3.1. GARANTIAS DE LIBERTAD CULTURAL EN EL ESTADO DE CULTURA CONTEMPORÁNEO.**

Todos sabemos que el Estado de Cultura Contemporáneo (la de un Estado Democrático y de Derecho) funciona con respecto al individuo de la siguiente manera:

- 1.-Garantizándole los derechos inviolables del hombre como individuo y situándolo en la formaciones sociales donde se desarrolla (el Territorio).
- 2.- Dotándolo de los medios y suprimiendo los obstáculos (sociales y económicos) que impedirían el pleno desarrollo de la persona (para ello, también, ha de limitar, en cierta medida, la libertad e igualdades).
- 3.- El libre desarrollo de la cultura y la libertad cultural son el sustrato fundamental de la libertad, y la condición *sine qua non* para el libre desarrollo de la personalidad del individuo, cuya preeminencia, en los estados contemporáneos, se sitúa por encima del Estado.

---

### **3.2. MARCO CONSTITUCIONAL DESDE 1978.**

Es a partir de la Constitución de 1978<sup>27</sup>, la que hoy rige los derechos y responsabilidades de los españoles, también en materias cultural y educativa, cuando veremos bien diferenciadas (aunque con limitaciones) las funciones de la enseñanza o la educación y la cultura. Remitimos para consultas, en general, a los Artículos 27 (Derechos y Libertades) y 149 (Comunidades Autónomas<sup>28</sup>).

La Cultura en España ha de ser vista como una pluralidad de culturas que se ven sancionadas por una Constitución moderna desde 1978, proporcionando un marco que solicita potenciar las culturas vivas de los distintos grupos (Democracia cultural). El Estado de Cultura<sup>29</sup> debe responder a dos elementos fundamentales: 1) Libertades culturales (cuyos límites son superiores al propio Estado)

---

<sup>27</sup> Hemos consultado, entre otros, *Constitución Española* (29 diciembre de 1978); TAMAMES, R., *Introducción a la Constitución Española*, Madrid, 1982; SERRÁN PAGÁN, F., *Cultura española y autonomías*, Madrid, 1980.

<sup>28</sup> *Constituciones españolas y extranjeras*, Ed. ESTEBAN, Jorge De, Madrid, 1979.

y 2) Desarrollo cultural (no sólo tutela, sino que también organiza). Dos artículos de nuestra Constitución amparan el Estado de la Cultura, el Art. 3, párrafo 3, en el que se dice:

La riqueza de las distintas modalidades lingüísticas en España es un patrimonio cultural que será objeto de especial respeto y protección», y el Artículo 20, que en sus cinco párrafos se refiere a la "Libertad de expresión".

Los Artículos de la Constitución Española que se refieren a la cultura, además de los citados, son: Art. 25 (La legalidad penal), párrafo 2 "...así como el acceso a la cultura y al desarrollo integral de la personalidad", Art. 27 (Libertad de enseñanza), Art. 44 (Acceso a la cultura), párrafo 1) "Los poderes públicos promoverán y tutelarán el acceso a la cultura, a la que todos tienen derecho", párrafo 2) "Los poderes públicos promoverán la ciencia y la investigación científica y técnica en beneficio del interés general", Art. 46 (Conservación del patrimonio artístico), Art. 48 (Participación de la juventud): "Los poderes públicos promoverán las condiciones para la participación libre y eficaz de la juventud en el desarrollo político, social, económico y cultural", Art. 50 (Tercera edad), Art. 148 (Competencias de las Comunidades Autónomas), en especial los párrafos 1.14, 1.15, 1.16 y 1.17. También el Art. 149 (Competencias exclusivas del Estado), especialmente en los párrafos 1.9, 1.28 y 2. La Constitución garantiza el derecho de las Autonomías o naciones en el Art.2:

«...reconoce y garantiza el derecho a la autonomía de las nacionalidades y regiones que la integran y la solidaridad entre todas ellas». No hay federación de comunidades autónomas, pero sí colaboración, y se prevé la posibilidad de realizar convenios entre ellas. Los artículos 139, 140, 141, 142, 143 - que dan paso a los 144, 145, 146, 147, 148, 149, 151-, organizan la vida pública del país a través de las autonomías.

### **3.2.1. GARANTÍAS DE LA CONSTITUCIÓN.**

Por tanto, en la Constitución española, como *estado de cultura*, se garantizan: la libertad de creación cultural, la libertad de comunicación y difusión, la libertad de organización o institucionalización y el principio del libre desarrollo de la personalidad<sup>30</sup>.

---

<sup>30</sup> ANLLÓ, F.: "El Estado Cultural contemporáneo garantiza los derechos inviolables del hombre como individuo y en las formaciones sociales donde desenvuelve su personalidad. Proporciona las medidas y suprime los obstáculos de orden económico y social que, limitando de hecho la libertad e igualdad de los ciudadanos, impiden el pleno desarrollo de la personalidad humana." (Master de Gestión Cultural, Madrid, 1994)

**3.2.1.1.- Libertad de Creación Cultural:** Derecho a la libre expresión cultural, artística, científica y técnica: “Todos los campos del arte y la cultura han de estar siempre abiertos, sin cortapisas a la búsqueda de la verdad y la bellezas”<sup>31</sup>

---

Protección de los derechos de autor. Protección de los derechos de producción.

(Art. 20 -Libertad de expresión): “Se **reconocen y protegen** los derechos:

a) A expresar y difundir libremente los pensamientos, ideas y opiniones mediante la palabra, el escrito o cualquier otro medio de reproducción.

b) A la producción y creación literaria, artística, científica y técnica”

Se limita la creación cultural, desde otros derechos fundamentales: derecho al honor a la intimidad, a la propia imagen, derecho a la protección de la juventud y la infancia.

---

### **3.2.1.2.- Libertad de Comunicación Cultural**

---

Derecho a la libre transmisión de la cultura creada (por consiguiente): derecho de representación escénica...

derecho de edición...

---

### **3.2.1.3.- Libertad de Emprendimiento e Institucionalización**

Creación, sostenimiento y gestión de organizaciones que persiguen finalidades relacionadas con la cultura:

Centros docentes (Art. 27.5),

Libertad de asociación (Art. 22),

Libertad de fundación (Art. 34),

Libertad de empresa (Art. 34)

### **3.2.1.4.- Principio del Libre Desarrollo de la Personalidad**

Libertad de Pensamiento (Art.16.1.), Libertad de Expresión (Arts. 20 y 55)

Educación (Art. 27)

Derecho a la intimidad (Art. 18)

Cultura (Arts. 148, 149, 44 y 50)

Derecho de Fundación (Art. 34)

Derecho de Asociación (Art. 22)

---

## **4.- ¿QUÉ CUESTIONES QUE DEFINEN LAS POLÍTICAS CULTURALES?**

También en relación con las artes escénicas y las audiovisuales... por nuestra parte no vamos a entrar en *discusión* sobre que sea buena o mala la intervención del Estado, por que creemos que, hoy por hoy, sí debe intervenir con el apoyo de sus recursos; pero, por otro lado, para quienes deseen *independizarse* (para evitar sus influencias indirectas o directas) no existe escapatoria posible. El peligro mayor, en ese sentido, es el acostumbrarnos a generar, alimentar y aceptar como normales los

---

<sup>31</sup> o.c. TAMAMES, Ramón, Introducción a la Constitución española, 1982.

tipos de perversion estables (desde todos los interlocutores) cuando, quizá, lo que se haya pretendido, en un principio, es generar encuentros o sinergias de colaboración. Sólo nos detendremos en algunas pautas para analizar la *presencia totémica* de los factores intervinientes del Estado. En ese campo, ustedes podrían acostumbrarse a responder mentalmente cuestiones básicas dirigidas a comprender o definir las políticas culturales que están ejerciéndose en cada circunstancia, (y con las que *colaboran*) con preguntas como éstas: **¿Cómo se financian** las Artes Escénicas/o Visuales/ o todas las otras Artes, desde las instancias públicas?<sup>32</sup>

#### **4.1. ¿QUIÉN PROMUEVE Y ADMINISTRA LAS ARTES?**

Ya está más que sabido, pero intentemos contestar a las preguntas siguientes:

¿quién puede financiar?, ¿quién financia?, ¿quién/es se beneficia/n?, ¿cómo se financia?

**¿Cuál es su concepción y prioridades?**

¿quién regula?, ¿quién o quienes hacen los repartos?, ¿quién evalúa?,

¿cuáles son los mecanismos de control y participación social?

---

##### **4.1.1. ¿Quién puede financiar?**

Instituciones públicas solamente  
Empresas privadas  
Empresas mixtas  
Asociaciones  
ONL's, ONGD,  
Industrias culturales (regionales o nacionales)  
Industrias transnacionales-oligopólicas, globalización  
Instituciones intermedias o mixtas  
Entidades de gestión (SGAE, EGEDA, CEDRO, ADE...)  
Fundaciones  
    Centralizadas  
    Descentralizadas

##### **4.1.2. ¿Quién financia?**

Fuentes de financiación:

Empresas públicas (gasto público, función 4.5, "Cultura: Producción de bienes públicos de carácter social")

Empresas privadas (los IAE)  
Empresas mixtas  
Fundaciones privadas  
Empresas de gestión (SGAE, etc.)  
Fundaciones con carácter mixto  
ONL's, ONGD,...  
Personas físicas (mecenas...)  
Los propios públicos que consumen las artes

---

##### **4.1.3. ¿Quiénes se benefician?**

¿Qué tipo de arte se promueve y administra?:

Calidad muy alta = Elitismo (patrocinio de los gran eventos de la Ópera anual)

---

<sup>32</sup> Que es lo mismo que analizar los efectos de las preguntas siguientes: ¿cuáles son las formas de intervención del Estado?, ¿quién decide?, ¿quién se beneficia?, ¿quién paga?

Alta cultura = ¿es innovadora? (¿apoyo a la expresión de nuevas formas? Por ejemplo.: El Tanque de Santa Cruz)  
Diversidad = Pluralismo (multiculturalismo)  
Cultura étnica y tradicional (minorías, investigación, artesanías, etc.) (performances). Cultura de masas y popular = Populismo. ¿Cómo es la creación? ¿Existen posibles propuestas minoristas emergentes desde la base? El patrimonio heredado. El patrimonio creado

#### **4.1.4. ¿Cómo se financia la cultura?**

Financiación pública directa = SUBVENCIÓN

Fuentes de ingresos

- . Presupuestos públicos anuales
- . Independiente de presupuestos públicos (lotería, impuestos específicos, fondos públicos)

Financiación pública indirecta = INCENTIVACIÓN

- . Compensaciones de seguridad social y desempleo
- . Exenciones fiscales artistas, organizaciones y productos
- . Desgravaciones fiscales en las donaciones
- . Otras propuestas... (apoyos a la industria del libro)
- . Fórmulas indirectas de apoyo

---

#### **4.2. ¿Quién y cómo regula?**

Legislación vigente, convocatorias periódicas, etc. Políticas fiscales de apoyo a las industrias culturales.

##### **4.2.1. ¿Quién o quienes hacen los repartos?**

Criterios de distribución según receptores. A instituciones limitadas al sector no lucrativo. A instituciones culturales sin limitación. Criterios de distribución según mecanismo de aportación. Financiación del presupuesto global. Financiación de programas. Financiación por *matching-grants*. Financiación del déficit. Financiación de la difusión, etc.

---

##### **4.2.2. ¿Cuáles son los mecanismos de control?**

---

\* En los órganos de gobierno de las instituciones culturales (públicas o no lucrativas):

COMITÉS, CONSEJOS, PATRONATOS

\* En la distribución de los recursos económicos: PATRONATOS, COMITÉS, CONSEJOS, EXPERTOS (TÉCNICOS...)

\* En la producción y realización de proyectos culturales: PROFESIONALES, VOLUNTARIADOS

\* En los mecanismos de promover cambios en el ordenamiento jurídico que regula la cultura:

LOBBIN (desde el Gobierno Central, Gobierno de Canarias)

\* En las agendas y en la permanencia (o no) de convocatorias: LOS PÚBLICOS

Transparencia nº 1

La **SOCIEDAD** en su globalidad

**CON SUS VALORES O PRINCIPIOS**

expresados

**CON UNOS OBJETIVOS SOCIALES**

apoyadas en:

Constitución, Declaraciones, Intencionalidades

**Normativas, Valores estructurales o dominantes**

Estados de Opinión, Ideologías

***GRUPOS SOCIALES***

(conllevan y se expresan en parcelas de poder)

**Deciden cómo llevar a término estos principios e inciden en la**

***Realidad Social***

(educación, **cultura**, ocio, economía...)

objetivos que devendrán en proyectos:

*Proyecto o Programa 1 Proyecto 2*

*Proyecto 3*

*Proyecto X*

## 5.- LAS POLÍTICAS CULTURALES *FRENTE A LAS ARTES* (artes escénicas y visuales)

Un **proyecto** puede surgir de una simple idea, pero esa idea no nace de la nada. Ha de tener un comienzo, y ese comienzo ha de estar previsto en la estructura organizativa. La estructura organizativa nace de lo que llamamos organización. La **organización** sirve a la comunidad para la que fue creada. La **política cultural** es la que marca la dirección que la organización ha de llevar. Podemos aceptar que existen dos grandes fórmulas genéricas de observar las actitudes o comportamientos *ideológicos* de una Política Cultural (Michel Bassand, 1991):

### 5.1. DEMOCRATIZACIÓN DE LA CULTURA

Aunque de amplia acción, es producto de un dirigismo político cultural (de arriba abajo), donde la dinámica cultural se reduce a un movimiento controlado por **una minoría** de creadores, conservadores (especialistas, profesores o críticos) y difusores e intermediarios (gestores o políticos culturales). Esta es la *dinámica cultural descendente*: y según *ellos* las clases populares o medias, que son los consumidores de los productos culturales, son individuos incultos a los que hay que cultivar; y, sin embargo, está demostrado de que estos individuos también crean modelos y prácticas culturales que les son propias (de rechazo, de participación o de resistencia) y que pueden ser innovadoras (e influir más tarde en la sociedad). No obstante, aún situándonos en esta perspectiva política de democratización de la cultura –“cultura para todos”- se observan enormes deficiencias y agravios comparativos en materia de infraestructuras y equipamientos, donde las grandes ciudades europeas de la cultura (Madrid, Barcelona, Sevilla, Valencia o Bilbao)<sup>33</sup> se llevan las mejores atenciones y protagonismos frente a las autonomías periféricas y ultraperiféricas (en este caso, Canarias).

### 5.2. DEMOCRACIA CULTURA

Es otro concepto de dinámica distinta, subsidiaria de la revolución cultural del 68, donde los estudiantes pedían mayor participación. Ésta es una acción en la que se supone un efluvio de demanda desde la base social. Michel Bassand cree que lo válido es la confluencia de ambos vectores -ascendente y descendente- propiciando las voluntades políticas y las voluntades sociales, *encontrándose*. Los creadores natos (que son el pueblo), permitiendo que desde la base se expresen sus acciones creativas y demandas<sup>34</sup> hasta llegar a la cúspide de la jerarquía social. El encuentro de estas dos dinámicas culturales, ascendentes y descendentes, da lugar a la **democracia cultural**. (Recordaremos ésto más adelante, cuando hablemos de cultura y territorio)

Un proyecto (de Artes Escénica y/o Audiovisuales) es una consecuencia de un conjunto organizativo, no es que surja al azar. No debería ser producto de la improvisación ni del nacer *en*

---

<sup>33</sup> Los municipios más poblados (cifras redondeadas): Madrid (2.900.000), Barcelona (1.500.000), Valencia (739.000), Sevilla (700.000), Zaragoza (600.000), Málaga (540.000). Las Palmas ocupa el séptimo lugar (360.000) y Santa CRuz de Tenerife el veinte (216.000)

*contra* de algo. Propongo que siempre construyamos **a favor de una propuesta**, no en contra de nada ni nadie<sup>35</sup>... Las manifestaciones de la Cultura han de ser positivas para que funcionen (¿una propuesta para el debate?). ¿Pero cómo podremos descubrir el *intrínquilis* interior de un proyecto, o de qué tipo de proyecto se trata? ¿Es un proyecto improvisado? ¿Es producto de una programación *porque sí*, porque el amiguete de turno del jefe político dijo que eso era bueno para éste y lo otro?; ¿o porque sobró un *dinerillo* y hay que gastarlo antes de que acabe el año en una convocatoria a bombo y platillo? ¿...? ¿En qué tipo de proyecto(s) nos podremos ver envueltos como gestores culturales? Todo lo que digamos lo haré en el supuesto de que ustedes no están trabajando en ningún sitio específico, eso me permitirá que surjan cuando estemos en el coloquio los ejemplos libremente, sin molestar a nadie. Porque no se trata de eso; sino de construir un estado positivo de conocimiento autocrítico...

Ya lo hemos hecho más arriba, pero sigamos preguntándonos, aunque sean verdades evidentes, al menos para tener fórmulas de diagnosis, como si miráramos desde fuera de cualquier organización: como un gestor cultural que no perteneciera a ninguna empresa. Vamos a intentar ser *inocentes*, para clarificarnos...: ¿Cómo es nuestra organización o cualquier tipo de la que observamos en nuestro entorno o con las que, de una manera u otra, nos relacionamos? ¿Es pública, es privada? ¿Privada lucrativa?, ¿privada no lucrativa?, ¿es una ONG?, ¿y si es así, es tan privada o algo *pública*? ¿No es ni *carne ni pescado*? ¿Qué es...? ¿Cuál es su parámetro de relación o dependencia con lo público? ¿Quién aprueba los presupuestos?

Depende a qué o quién preguntemos, pero recordemos que también debemos indagar sobre: ¿Quién paga? ¿Quién distribuye los dineros? ¿Quién marca las estrategias de acción? ¿Quién sienta la política del centro? ¿Quién decide los pagos? ¿Quién decide a quién se le subvenciona o compra un producto cultural? ¿Y si decidiera un Consejo, un intermediario, quién lo elige y controla? ¿De dónde se autoabastece la organización?

Repitamos, pero ¿quién evalúa?, si es que se hace y de qué forma. Cuando podamos responder a todo eso, sabremos *quién* es el patrón y de *qué tipo* de patrón se trata. Quizá preguntarnos *quién paga* sea una tontería en este foro, porque la mayoría de los que aquí están sabe bien quién paga; aunque se debería recordar más a menudo que quien en realidad paga es el pueblo, la Sociedad. Sigamos: el conjunto mayéutico de esas preguntas nos ayudarán a reconocer quién marca la línea *argumental* del proceso productivo, la política cultural...; porque, a pesar del carácter de las respuestas, ¡no nos engañemos!, quien paga **sí que tiene derecho** a marcar las líneas directrices, aunque estuviera equivocado.

Sabemos que la Cultura, en un sentido muy amplio, trabaja con bienes intangibles (que, a su vez, son muy *muy amigos* de las plusvalías), pero esos bienes están sujetos a costos y a una permanente transacción económica.

---

<sup>34</sup> Incertidumbre de una demanda de difícil gestión, *siempre* posterior a una oferta *siempre* nueva...

<sup>35</sup> vs. MAYOR ZARAGOZA, Federico, *Cultura de la Paz*, 2001.

. Para los hechos de cultura, y desde la perspectiva de la estructuración global del presupuesto de un Estado (o una organización), *la dirección que se le confiere a los gastos* interviene directamente en la priorización de unos puntos de vista (u **objetivos**) que están por sí mismos definiendo sus políticas culturales; lo que evidencia la naturaleza o modalidad de la implicación social de los proyectos o de los objetivos de la organización.

Razonemos con otros autores sobre cómo podría ser la *política cultural*:

- 1) innovadora/fundamental;
- 2) incremental/de base;
- 3) neutra

1.- ¿Se tratará de que el gasto público dé su apoyo a una serie de proyectos teatrales innovadores de alta cualificación creadora?

¿Podrían tratarse de proyectos que coinciden con planteamientos, en algunos casos, de las vanguardias? ¿O el apoyo va a los emergentes?, ¿nacidos de la cultura ascendente de base social? ¿Dan su apoyo también a la creación (y al intercambio transversal de agentes y profesionales), y ofrecen la oportunidad de crear una diferenciación significativa de los productos culturales o del proceso cultural en el tiempo (de un país, un territorio, una organización...)? Recuerden que, curiosamente, los proyectos innovadores interesan más a la financiación privada, porque puede capitalizar en el futuro las creaciones o productos que con el tiempo alcanzan (o podrían alcanzar: ahí está el *riesgo* de la inversión) plusvalía.

Demos, a *manera de tanteo*, unos ejemplos:

Proyecto cada cuatro años de política cultural de raíz **innovadora**:

- a) descentralización de las artes escénicas dotando espacios específicos **periféricos**, basándose en los parámetros de confluencia de públicos en los **barrios** (de Santa Cruz de Tenerife y Las Palmas) teniendo en cuenta tanto las dotaciones nuevas como aquellos espacios con las infraestructuras existentes<sup>36</sup> (tras pasar por la experiencia de las

---

<sup>36</sup> La ciudad de Santa Cruz de Tenerife, capital, con un total de 203.787 habitantes queda repartido en los siguientes habitantes por doce barrios (unos capitalinos y otros no), según el Instituto Estadístico de Canarias de 1996: I-El Toscal, 15.237; II-Zona Centro, 10.482; III-La Salle, 20.811; IV La Salud, 16.814; V-Salamanca, 20.863; VI Chapatal-Vistabella, 36.490; VII, 11.964; VIII, 1.620; IX, Somosierra-García Escámez, 21.765; X, Ofra, 22.624; XI, 17.389; XII, 7.728. Barajando datos generales referidos a Canarias entera, digamos que una proporción de más del 70% de la población trabaja en el sector servicios, lo que representa una conversión en los últimos 30 años de una sociedad agrícola a otra postindustrial. En la actualidad, el Archipiélago Canario desarrolla su papel dentro de la economía global marcadamente en la oferta de turismo y ocio. Esta especialización en el turismo ha conformado un panorama ocupacional liderado por el sector servicios, y donde abundan profesionales y técnicos, personal administrativo, trabajadores de servicios de restauración, de servicios personales y seguridad, y dependientes de comercio. Este conjunto acoge a más de la mitad de toda la masa laboral canaria. El número de mujeres ocupadas en Canarias se ha incrementado en un 130% entre 1981 y 1996, pasando de 78.915 mujeres ocupadas a 181.501 mujeres en 1996.

consultas previas y propuestas a determinadas agrupaciones, colectivos o productores de prestigio artístico; es decir, confeccionando un mapa previo).

- b) creación y sostenimiento de un Centro de Producción Audiovisual Piloto en Santa Cruz de Tenerife;
- c) *item*, creación de una pequeña e interrelacionada red de centros coreográficos (danza) para uso de los espectáculos del carnaval;
- d) creación y mantenimiento de un espacio alternativo para los multimedia;
- e) creación de una red estable de pequeñas salas multidisciplinarias (ocio nocturno en relación con la cultura en los fines de semana dirigido especialmente a jóvenes entre 13 y 18 años);
- f) creación de una marca de identidad cultural emergente a partir de investigaciones específicas (bien sea a través de la puesta en funcionamiento de museos interactivos, o un centro de intercambios de bienes culturales, o un auditorio para las experiencias creativas libres...).
- g) *performance* y puestas en escena multimedia de los hábitos de los guanches; reconstrucción de relaciones familiares, de ocio, lucha...; filmación de batallas específicas: la Victoria, la Matanza de Acentejo, Nelson, etc.
- h) conectándolo con las políticas educativas, hacer encargos a agrupaciones escénicas infantiles, en sus distintas modalidades, para las puestas en escena en determinados centros educativos del programa específicos *Los cuentos populares para niños* (donde puedan conocer y estudiar los distintos roles de comportamiento a través de los cuentos populares)<sup>37</sup>.
- i) parecidas acciones piloto en determinados pueblos canarios con menos de 8.000 habts. (que hayan manifestado "no tener interés por el teatro")<sup>38</sup>

2) ¿O se pretenderá apoyar a aquellos proyectos culturales incrementales que coinciden con parámetros redundantes, que en gran medida ofrecen poco potencial de superar el desarrollo asimétrico de la estructura cultural (del país o de la organización), pero que sí tienen un eco o recibimiento inmediato en un alto porcentaje de los públicos? (Pensamiento visceral para el debate: "No todo lo que se consume se digiere"). Uno de los múltiples ejemplos, común a todas las geografías, es mantener los grandes encuentros en épocas específicas una vez al año, en las fechas festivas, las veraniegas... Concentraciones musicales del "visto y no visto"; etc. La cultura del clímax,

---

<sup>37</sup> Obsérvese la gran importancia social de los cuentos populares en *Morfología del cuento popular* de Vladimir Propp.

<sup>38</sup> La asistencia al teatro está ligada a su interés (el 4,5% medio es indicador de que se asiste al menos una vez al año). Los españoles muestran un 3,5. El mayor interés se centra en Cataluña (3,81) y en Madrid (3,94). Por debajo de la media se muestran Baleares (3,11) y Navarra (3,22). Canarias ostenta

o la cultura del escaparate que “no deja infraestructura y desmantela los intangibles...” pero que ocupa páginas de periódicos...

3) ¿Puede que se prefiera dirigir el gasto para los proyectos culturales con parámetros neutros? En algunos casos (no en todos) responde a la filosofía de “¡más vale malo conocido que bueno por conocer!”, pero, por otro lado, hay que seguir apoyando lo que funciona y lo que algunos colectivos concretos de la cultura ciudadana siguen demandando. Ejemplos: Acciones o proyectos que pueden, a veces, responder a filosofías parecidas a: ¡Traigo a tal o cual Compañía de Teatro, porque siempre nos ha ido bien!; ¡a la hora de programar, prefiero que el público ría, que la vida ya lo hace sufrir bastante!; la agrupación de la ópera nos hace bien ese trabajo...; esos colectivos siempre han respondido y nos cubren una zona del territorio, etc...

#### **6.- NECESIDAD DE DETERMINADOS PROYECTOS.**

Por otro lado, toda política cultural consecuente se planteará dilucidar, con los medios suficientes a su alcance, qué tipo de proyectos culturales son los que desde la perspectiva del TERRITORIO son necesarios asumir y poner en práctica. Como sabemos ya, de un extremo a otro, hay una gama amplísimas de acciones a poner en práctica:

1. **En un extremo:** puede haber apoyo a proyectos que funcionan sin irradiar efecto alguno sobre el Territorio (como el “visto y no visto”), sin puntos de contacto con la realidad porque quizá, por otro lado, sólo se quieren buscar soluciones globales, “impactos sociales”, marketing publicitario cara a la galería o al exterior; etc. Todos sabemos ya lo que quiere decir marketing o plan de marketing: una buena definición es la que se refiere a “la capacidad de una empresa para adaptarse a los pensamientos del otro (del cliente)”: se trataría de establecer relación-comunicación más que imponer un producto.
2. **En el otro extremo:** puede que se desee atender a proyectos a la creación, propiciando sinergias entre profesionales de las Artes Escénicas (gr. *synergia*, cooperación), aunque los resultados conlleven el riesgo de que sean más humildes en el impacto social (en el día y hora de las puestas en escena) y de reducido alcance de público potencial. Ejmplos: Atender quizá a espacios escénicos pequeños y alternativos (tipo teatro de *poche* parisino). Incentivar la creación de *performance* con carácter de investigación étnica, antropológica o política implicando en el proyecto a la más amplia gama de profesionales sociales: educadores, actores, músicas propias, pintores naïf, sociólogos, etc. En general: proyectos que sólo dejan lenta huella en el *alma del Territorio...* (Recuerdo aquí un ejemplo teatral extremadamente hermoso, sugestivo y muy inteligente, creado por Enrique Vargas, un gran amigo de mi sobrina la actriz Rosanna Walls, con el Teatro de los sentidos, teniendo como protagonista *el laberinto*).

---

un 3,39. Los sectores más interesados son las mujeres y los estudios medio y superiores y status social alto y medio. (o.c. *Informe SGAE*, p.57).

## 7. ¿SOBRE QUÉ SE SOSTIENE LAS POLÍTICAS CULTURALES, O CUALQUIER TIPO DE INTERVENCIÓN CULTURAL? (EJES IMPORTANTES DE APLICACIÓN, APOYO Y GESTIÓN DE LOS HECHOS CULTURALES)

Se dice que se organizan muchas cosas sin planificar..., no lo sé (o no lo creo del todo). Debemos recordar siempre que la dirección de un proyecto no es una dirección aislada de otros proyectos y elementos o campos de la vida social. Todos sabemos que las ARTES ESCÉNICAS Y VISUALES, en realidad toda la cultura, es la gestión de lo opinable, porque se trata de lo intangible (obsérvese ese hecho, en el peor de los casos, cuando hay *intrusismos* en materia cultural: porque cualquiera *crea que puede opinar*: un amigo aconseja bien o mal a un concejal o ministro, etc.; o un crítico o periodista de turno arrima el ascua a su sardina y dice que esto es *mejor* que aquello otro<sup>39</sup>; etc.). El conjunto de responsabilidades culturales descansa sobre la síntesis de algunos ejes básicos, en los que aún debemos creer:

7.1. CULTURA Y TERRITORIO: un territorio marca la relación con los públicos y es una de las *bases esenciales* de todo proyecto...

7.2. CULTURA Y ECONOMÍA: ya sabemos que la economía afecta a todos los ángulos de la cultura...

7.3. CULTURA Y COMUNICACIÓN: en sí misma es generadora de muchas formas de comunicación social (y de muchas perversiones)...

7.4. CULTURA Y PRODUCCIÓN ARTÍSTICA: toda su dinámica y sinergias...

7.5. CULTURA E INDUSTRIALIZACIÓN: la comercialización y producción en masa (industrialización) de los productos, etc.

7.6. CULTURA Y ESPIRITUALIDAD: (aquí hemos de volver otra vez a Walt Whitman cuando dijo: “Aquél que camina una sola legua sin amor,/camina amortajado hacia su propio funeral.”): es el mundo del intangible psíquico, no el del valor añadido o plusvalías -aunque suene a contradicción.

Todos esto es como una pescadilla que se mordiera la cola: la Cultura afecta al territorio, la economía, la comunicación, a la producción artística, la industrialización o a la espiritualidad... Pero el territorio, la economía, la comunicación, la producción artística, la industrialización, la espiritualidad..., afectan (y conforman) la Cultura (que tenemos y en la que vivimos). Todos los elementos están actuando e interactuándose permanente y simultáneamente.

### 7.1. CULTURA Y TERRITORIO:

Territorio de aplicación: país, ciudad, pueblo, comarca, barrio, familia.... El Territorio es uno de los indicadores magistrales, tanto desde el punto de vista del aspecto del desarrollo de la cultura, como desde el económico. Es un indicador *magistral*... El binomio CULTURA Y TERRITORIO, en un mundo cada vez más globalizado en todas las materias, donde la transnacionalización tiende a escachar (o aplanar) cualquier tipo de identidad, el TERRITORIO es un elemento que toca

---

<sup>39</sup> No es bueno confundir el *marketing* necesario, con la publicidad a destajo apoyada sobre todo en los grupos mediáticos incondicionales circunstancialmente a determinados poderes políticos.

directamente con las políticas culturales. Más allá de las dimensiones del territorio, su administración y los ciudadanos, es un espacio para la GESTIÓN.

Cada territorio reúne una serie de caracteres que permiten a cada individuo reconocer a otro y reconocerse a sí mismo. Es una *máquina simbólica* de creación, tanto de intercomunicación como de entendimiento, una fuente de diversificación social. Paradójicamente, en 1992 en España, significó, entre otras cuestiones, la culminación de la Democracia y el subirse *al tren en marcha de la Sociedad del bienestar*<sup>40</sup>. Muchos gobiernos saben que potenciar las identidades culturales es rentable culturalmente hablando (es una política cultural *deliberada*, porque se trata de planificar la cultura/opinión desde un concreto punto de vista). Aunque con diferente cariz, pero con el mismo sentido, la ciudad de Atlanta, en un momento dado, se identificó con la Coca Cola (y su gran aportación económica a los eventos), y, evidentemente, se trató de aplicar una seña de identidad para los EEUU, lo que justificó que se gastase mucho dinero en los Juegos Olímpicos (recuérdese aquella divertida comedia protagonizada por Horlk Bucholzf, en la que nada menos que la Coca Cola suavizaba las asperezas en la guerra fría con la URSS).

Falta en Europa aún un debate serio (desde luego, también en España) sobre los impactos del desarrollo cultural en los distintos sectores de la población; por ejemplo: ¿qué impacto produce el desarrollo cultural en el mejor uso social de los valores y productos de la cultura, a la hora de que los jóvenes tengan más óptima capacidad o interés de estudio, etc...? ¿Se han analizado los territorios nocturnos como espacios donde los jóvenes pasan gran parte de horas al año? Hay determinadas acciones últimas (aisladas e improvisadas), pero quedan aún sin consistencia... Se impone un debate sobre cuáles son los espacios de la territorialidad y los de cooperación entre los *diversos* territorios culturales; también sobre la creación de redes de comunicación e intercambios (no sólo para, supuestamente, abaratar costos: redes o circuitos teatrales, por ejemplo), etc. También saber identificar, buscarlos, los nuevos bienes rentables que no sean expresamente los haberes económicos directos (entradas de museos, teatros, etc...), sino que sean los bienes espirituales de la cultura y que no son cuantificables a medio plazo.

El mundo de la TERRITORIALIDAD plantea una serie de temas que nos desbordan porque abarca muchas *áreas*. Podríamos contemplarla desde el *punto de vista* de los derechos culturales (como derechos humanos<sup>41</sup>), y, de esa manera, habría que plantearse algunos aspectos como: 1º- los derechos culturales como derechos del consumidor (polución medioambiental, polución audiovisual, violencia en tv, el ruido en las ciudad, etc.); 2º- los derechos en el territorio; 3º- los derechos del creador artístico; 4º- derechos de las minorías étnicas dentro del territorio más amplio que las recibe, las emigraciones, etc...En última instancia, ¿qué es lo que domina, el derecho del territorio o el

---

<sup>40</sup> Zallo, R., *El mercado de la cultura*: "La Sociedad del Bienestar ha dejado paso, dentro de los países desarrollados, a las llamadas "sociedades de dos tercios" que se caracterizan por el tremendo foso abierto entre el tercio social marginado y el resto. La "sociedad de dos tercios" -con un amplio sector social desprotegido- alcanza en el Estado español una de las cotas más altas de Europa". (p.196)

<sup>41</sup> Véase al respecto, por ejemplo, la Declaración de la UNESCO.

derecho de la persona? Los grupos sociales deben usar el territorio y éste les debe facilitar sus bienes para que se intercambien sus conocimientos culturales (¡pero, por supuesto, **respetando el territorio!**). Las leyes marcan derechos y limitan las libertades, como lo vimos en la Libertad de Pensamiento (Art.16.1.), la Libertad de Expresión (Arts. 20 y 55), de Educación (Art. 27), Derecho a la intimidad (Art. 18), Cultura (Arts. 148, 149, 44 y 50) , Derecho de Fundación (Art. 34) , Derecho de Asociación (Art. 22).

Es bueno reconocerse a través del *Otro*: por ejemplo, tener los datos sobre las ideas que tienen los pueblos respecto de sus vecinos más *fronterizos* (las conciencias de sí de los pueblos<sup>42</sup>). Quizá también hacer una revisión del **MAPA DE OPINIONES ENTRE LOS CANARIOS** (o relaciones de conflictividad), para conocer qué piensan los habitantes de Lanzarote sobre los de Tenerife, o el nivel de conflictividad que presentan con Fuerteventura, o la idea del resto de los habitantes con respecto a los de Gran Canaria, etc... (Llama la atención un aspecto: la mirada de los lanzaroteños sobre los de Tenerife, que incorporan la variable *culto*). El Territorio marca unas bases étnico-culturales de profundas raíces (ésto implica un análisis sociológico del Territorio). Por ejemplo, Dinamarca, posee una cultura calvinista, es más una cultura de lo escrito (la cultura bíblica tradicional que relacionan al hombre y Dios: quizá por eso se lee mucho); mientras que los latinos tenemos una cultura católica, somos más acústico-orales, y, por tanto, se leerá menos; seremos más dados al orador, hablador, cuentacuentos, etc. Son elementos con los que contar en el análisis.

Para **analizar el territorio**, hay que ver ciertos vectores:

**Vector geográfico, Vector económico, Vector cultural**, la resultante es una organización política que crea un territorio (espacio o identidad) cultural que es totalmente variable, que está en continuo movimiento (endógeno-exógeno y de sístole-diástole), en el que tanto se asientan como transitan todas aquellas nuevas y renovadas (conocidas o por conocer y descubrir) formas de participación socio-cultural<sup>43</sup>.

Transparencia nº 2

**Territorio:** es un espacio definido y cerrado donde las personas que se vinculan a él comparten una legislación igual para todos y unas formas comunes de vida. El Territorio, para el gestor cultural, será

---

<sup>42</sup> Canarias es fragmentada. Las relaciones de vecindad (comercio, intercambio) se hacen por mar y aire, con lo que donde vivan unos u otros, se está siempre en *relación fronteriza*.

<sup>43</sup> Aceptemos que los conceptos de territorio y espacio se han abierto a *multisignificaciones* imprevisibles. Algunos autores hablan de *impulso ético* que mueve a la creación de territorios culturales: “Hay países donde se han creado espacios culturales como el asociacionismo de conciencia. Te asocias porque te lo dictan tus emociones -los verdes, los homosexuales, la defensa de minorías, apoyo al tercer mundo, a los presos políticos. Es un *impulso ético* de parte de la sociedad, heredera del 68 y los *hippy*. En el marco cultural no se había dado eso; y ahora estos grupos están preocupándose más por entrar en la cultura” (X. Marcé).

un espacio de gestión, heterogéneo y diverso. (Estudio del Territorio, para el análisis externo del entorno, en la planificación estratégica)



ANÁLISIS TERRITORIAL

OBJETIVOS SOCIALES

POLÍTICA

PROYECTO

DEMANDA

NECESIDAD

PROBLEMÁTICA

Transparencia nº 3

Para analizar el territorio, hay que tener en cuenta varios factores: vector geográfico, vector económico, vector cultural: la resultante es una organización política que crea un territorio (espacio o identidad) cultural. Aunque en el territorio se producen muchos procesos, urbanísticos, comerciales, de conflicto, de comunicación, etc.

VECTOR GEOGRÁFICO

**V. CULTURAL** (todos los elementos sociales)

**V. ECONÓMICO**

**S O C I E D A D**

**TERRITORIO (*CULTURAL*)**

**(identificable, pero hay que *definirlo en todos sus aspectos*)**

Hablar de Territorio (en el sentido de algo *compacto*) en Canarias no es fácil. Sería sencillo con decir solamente que es un territorio fragmentado, pero ahí no se acaba la cosa. No es meramente un territorio geográfico, es un territorio que, por esa misma condición de fragmentado, tiene unos comportamientos específicos. Hay unos elementos o recursos que ayudan a definir nuestro territorio canario, que son el agua y la energía, el clima y el paisaje, el suelo y la agricultura, la biodiversidad y los Espacios Naturales Protegidos, la calidad del aire, la geología y geomorfología, el medio marino y el litoral. Por ejemplo, respecto de la biodiversidad genética: "...existen en Canarias 14.500 especies de animales y plantas silvestres, incluyendo algas, hongos, líquenes y helechos (...) Las islas constituyen una de las regiones con mayor diversidad biológica del planeta y posee además el 50% de toda la flora endémica del Estado. Sin embargo esta riqueza es especialmente vulnerable al desarrollarse en espacios insulares de reducidas dimensiones, distantes, muy especializados y dependientes, con muchos hábitats de escasa extensión y especies que cuentan con un reducido número de ejemplares, lo que hace que en Canarias se encuentre más del 70% de la flora en peligro de extinción de España y que más de la mitad de la avifauna se encuentre seriamente amenazada."<sup>44</sup>

Barajando datos generales referidos a Canarias, digamos que una proporción de más del 80% de la población trabaja en el sector servicios, lo que representa una conversión en los últimos 30 años de una sociedad agrícola a otra postindustrial. En la actualidad, el Archipiélago Canario desarrolla su papel dentro de la economía global marcadamente en la oferta de turismo y ocio congregados en superficies reconocidas cerca del litoral.

No hay demasiadas ciudades (dentro de éstas, están los barrios: la ciudad de Santa Cruz de Tenerife, capital, con un total de doscientos quince mil ciento treinta y dos mil habitantes -con lo que se sitúa en el 20 lugar de los municipios poblados de España- queda repartida en doce barrios (unos capitalinos y otros no, como ya vimos más arriba).

Hay sobre todo pueblos (los más alejados y los más cercanos a las capitales), etc. Sin embargo la mayoría de la acción cultural está congregada en las ciudades. Es muy difícil la acción cultural en un territorio muy repartido. Para los habitantes de las zonas rurales les cuesta asistir a un evento en la capital, con lo que tiene de complejo las comunicaciones... pero cuando se están dando relaciones entre el territorio y la cultura se están dando situaciones para la gestión cultural. Unas políticas culturales se dan en unos territorios o marcos concretos. El territorio se encuentra en un equilibrio de acciones (vs. M. Bassand), crea una marca, un sello: es más fácil, o gratificante, trabajar en un territorio con elementos de **identificación** que en las zonas periféricas sin identificación.

La Cultura es un hecho vivo que se expresa transversalmente en todos los niveles y actores de la sociedad, en todos los niveles de la condición social. En el Territorio se producen muchos procesos: económicos, urbanísticos, relaciones de mass media (o comunicaciones)... Nosotros, los G.C., hemos de diagnosticar nuestro territorio de acción cultural (conocer los mapas culturales), para

---

<sup>44</sup> RODRÍGUEZ RODRÍGUEZ, Antonio, *Ordenación del turismo y recursos naturales*, 2002.

ello hay que hacer **investigaciones** y los investigadores nos deben facilitar datos sobre nuestros ciudadanos y el entorno..., o, desde luego, nosotros indagarlos. ¿Sabemos quiénes deciden y desde qué perspectiva son repartidos los recursos en **materia cultural** entre los territorios insulares? Ellos marcan las políticas culturales... ¿Tienen datos sobre la economía urbana de tu ciudad? ¿Hay datos sobre la cultura de la efemérides, de la historia, etc...? ¿Hay datos de las inmigraciones? ¿De los movimientos humanos? ¿Hay datos de los espacios, de otras organizaciones? ¿De las auténticas demandas sociales y culturales en el sentido más amplio? ¿De los comportamientos de la población en materia cultural? ¿Hay datos sobre lo que gastan las organizaciones y el Gobierno en materias culturales (no sólo SOCAEM) y en qué lo gastan? El análisis de todo el TERRITORIO nos da unas pautas muy específicas. ¡Hacer cosas, hacer cosas...!, ¿sabemos **cómo** lo estamos haciendo? ¿con lo que programamos **realmente** logramos un desarrollo cultural en nuestro territorio? No es siempre así, porque la cultura del clinex, usar y tirar, no nos ha dejado nada... Cuando se hace mucho..., al fin, nos *queda una soledad insípida* que no genera condiciones para que se dé un Territorio Cultural (aunque no lo parezca, y crean que hablo muy en general de cultura, también estoy pensando en las artes escénicas y en las audiovisuales).

Cualquier hecho cultural debe poner énfasis en la participación ciudadana, en la calidad de vida, en la igualdad, en la identidad, en la solidaridad, etc... (¡no hace falta pertenecer a una ONG! para tener estos "ideales" de cultura). Ya el Consejo de Europa, en 1970, planteó públicamente que "una cultura (y una política cultura, por tanto) que se basa en influir en los grupos que se hallan en la parte baja de la jerarquía social, está destinada al fracaso". Hace falta otra vía, hay que pasar a la cultura de la acción, a la cultura de dinámicas ascendentes y descendentes intercomunicándose transversalmente con los protagonistas del hecho cultural...

Veamos algunas Condiciones para que se dé un **Territorio Cultural**:

1.- Una idea positiva **proyectada hacia el futuro**, un elemento de identidad proyectado hacia el futuro conservando las herramientas internas (v. Declaración de México de Políticas Culturales, apartado sobre “Identidad Cultural”, 1982) (un aspecto *espiritual* de la cultura).

2.- La dinámica llamada **democracia cultural** es la suma de la democratización de la cultura junto con la participación ciudadana: cuando se da un flujo de abajo arriba (cuando una política cultural propicia la dinámica ascendente y asume dinámicas descendentes). La participación hay que verla en texturas muy amplias (artistas, especialistas, etc.), que se implican e intercambian (creando nuevas sinergias). Hay que pasar de una política cultural basada sólo en el prestigio, a una política cultural de la acción o dinámica = ese es el vector ascendente. Democracia cultural es la unión de una dinámica ascendente y otra dinámica descendente, sin perder sus propios cauces.

3.- **La capacidad intelectual** (crítica): tener método interior capaz de aportar saber, reflexión, etc., para entender mejor la realidad territorial.

4.- **La competencia**: la capacidad, la formación, la capacitación, etc... que, en cierta medida ayuda a la formación de Cultura. Calidad por encima de la cantidad.

5.- La **apertura** que el territorio tiene hacia la técnica: las innovaciones tecnológicas.

6.- La situación en el presente aceptando la modernidad: la **capacidad de evolución** de una sociedad.

Diagnosis: hay que tener un estudio sobre el territorio, pero al mismo tiempo hay que tener una intuición sobre ese territorio cultural (que es más *espiritual*) No hay modelos culturales exportables de un territorio para aplicar sobre otro. ¿Quién nos da la clave?: **nuestra capacidad crítica de analizar el territorio.**

## 7.2. CULTURA Y ECONOMÍA

Si hablamos de cultura, es evidente, es lógico que también estemos hablando de la economía. La economía afecta a todos los ángulos de la cultura y, como **mínimo, desde dos perspectivas** siempre estará presente: la cultura que genera un coste económico (costos y puestos de trabajo); y por otro lado, a corto o largo plazo, la cultura que generará ingresos, fuentes de riquezas y de desarrollo social. Pero no sólo toda la industria cultural genera gastos, produce muchos beneficios, claro está: en España, se significó en 1997 el volumen de ventas de la industria cultural de tal manera que “superó los 9 billones de pesetas; el valor añadido generado se situó en torno a 3 billones de pesetas, lo que supone el 4,2 del Producto Interior Bruto a precios de mercado, y un número de ocupados que alcanza los 750.000 individuos, lo que representa una aportación al empleo nacional del 7,8%”<sup>45</sup>. Los mismos autores escribieron en su estudio hecho sobre las Industrias Culturales de hace diez años, que en el año 1993, con las llamadas actividades directas, se obtuvo el 3,5% del valor añadido de la economía y en las actividades indirectas se llegó hasta el 5%<sup>46</sup>. También hay grandes reticencias que enfrentan a actores sociales a la hora de enfocar las responsabilidades de las políticas culturales en relación con la economía:

- 1) los que entienden que la cultura congrega a todo un amplio sector de productos que deberían difundirse y comercializarse desde el uso de estrategias económicas o con criterios comerciales o mercantilistas);
- 2) quienes oponiéndose a la excesiva inclusión del sector cultural en los parámetros industriales, quienes quieren que las políticas culturales planteen proyectos que permitan a los creadores y actores culturales mantenerse en terreno más purista, concibiendo la cultura como desarrollo cultural y social. No obstante, aunque desde hace años se viene hablando de la industria de la cultura, siempre han existido posturas encontradas respecto de los hechos sociales de la cultura tratados desde la perspectiva economía.

Los autores del análisis sobre las industrias de la cultura y el ocio <sup>47</sup>se inclinan por una definición *conciliadora* en la que los elementos simbólicos de la cultura se ensamblen o convivan con los mercantilistas. Dicen así (La Industria de la Cultura conforma) "Un conjunto de ramas, segmentos y actividades auxiliares productoras y distribuidores de mercancías con contenidos simbólicos, concebidas por un trabajo creativo, organizadas por un capital que se valoriza y destinadas finalmente a los mercados de consumo con una función de reproducción ideológica y social".

De esta manera visto da la impresión que, desde la perspectiva teórica al menos, quedan salvados algunas dudas de algunos creadores e intelectuales que creen que la producción masiva o en

---

<sup>45</sup> GARCÍA, FERNÁNDEZ Y ZOFÍO, *La evolución de las Industrias de la Cultura y el Ocio en España por Comunidades Autónomas (1993-1997)*, Madrid, 2001), p.8.

<sup>46</sup> GARCÍA, FERNÁNDEZ Y ZOFÍO, *Las Industrias de la Cultura y el Ocio en España*, Madrid, 1997.

<sup>47</sup> O.c. García, Fernández y Zofío, *La Industria de la Cultura y...*

serie pervierte la autenticidad natural del arte y que, por otro lado, desvía la responsabilidad del estado en materia cultural y la coloca en la de los grandes oligopolios transnacionales (o globalizadores).

¿No se han preguntado antes cuáles son las profesiones que conforman lo que normalmente llamamos industrias culturales? ¿No se han preguntado antes de ahora quiénes conforman ese conjunto de ramas, segmentos y actividades auxiliares productoras y distribuidores de mercancías, a los que aludíamos antes, y que son portadores de contenidos simbólicos, concebidas por un trabajo creativo?

Los mismos autores nos dicen que “en España, lamentablemente, **no existen fuentes de información** que permitan caracterizar y delimitar claramente a nivel desagregado qué tipo de actividades -directas e indirectas- son las que constituyen explícita la industria de la cultura<sup>48</sup>”. No obstante, han hecho una clasificación que elaboraron desde los datos que ofrecían tanto la Clasificación Nacional de Actividades Económicas (CNAE-74) como el Impuesto de Actividades Económicas (IAE). Hicieron una doble diferenciación: con las primeras clasificaron a las que llamaron *actividades directas*, que no son otras que las que se relacionan directamente con los procesos de producción o creación de un trabajo artístico, literario, un espectáculo deportivo, etc.; y, con las segundas, clasificaron las *actividades indirectas* cuya funcionalidad es servir de intermedio para la divulgación de las producciones culturales y/o de **ocio**.

---

<sup>48</sup> O.c. p.14

**En este sentido, podemos distinguir tres tipos básicos de "actividades culturales y de ocio (o.c.)".**

Tipo 1. Subsectores que comprenden: (a) actividades sujetas al copyright o susceptibles de generar derechos de propiedad intelectual -se refiere a la creación y producción original de bienes o servicios de carácter cultural propiamente dicho-; y, (b) actividades productoras de ocio y entretenimiento. Son las que hemos denominado *actividades directas*. Según la clasificación del IAE, se incluyen:

#### CUADRO I

<b>Código IAE</b>	<b>Actividad</b>
1474	Artes gráficas (impresión gráfica)
1476	Edición
1964	Serv. de radiodifusión, TV. y Enlace y Transmisión de señales deTV
1844	Servicios de publicidad, relaciones públicas y similares
1961	Producción y servicios relacionados con películas cinematográficas (incl. vídeo)
1965	Espectáculos (excepto cine y deportes)
1966	Bibliotecas, archivos, museos, jardines botánicos y Zoológicos
1968	Espectáculos deportivos
1969	Otros servicios recreativos NCOP*
1981	Jardines, parques de recreo o de atracciones y acuáticos y pistas de patinaje
1983	Agencias de colocación de artistas
1989	Otras actividades del espectáculo y turismo, org. de congresos, recintos feriales
2751	Profesionales de la publicidad, relaciones públicas y similares
2851	Representantes técnicos del espectáculo
2853	Agentes de colocación de artistas
2861	Pintores, escultores, ceramistas, artesanos, grabadores y artistas similares'
2862	Restauradores de obras de arte
3011	Directores de cine y teatro
3012	Ayudantes de dirección
3013	Actores de cine y teatro
3014	Extras especializados, dobles comparsas y meritorios.
3015	Operadores de cámara, cine televisión y vídeo.
3016	Humoristas, caricatos, excéntricos, etc.
3017	Apuntadores y regidores
3018	Artistas de circo
3019	Otras activ. relacionadas con el cine, teatro, circo (NCOP)
3020	Directores coreográficos
3022	Bailarines
3021	Maestros directores de música
3032	Intérpretes de instrumentos musicales
3033	Cantantes

NCOP: No Clasificados en Otras Partidas. En la agrupación 286 del IAE se contemplan las profesiones liberales, artísticas y literarias (incluidos los escritores).

Tipo 2: Subsectores asociados con actividades indirectas. Actividades que tienen que ver con el uso y difusión de las creaciones culturales y de ocio.

#### CUADRO II

IAE

1475 Actividades anexas a las artes gráficas  
1493 Laboratorios fotográficos y cinematográficos  
1769 Otros servicios de telecomunicaciones  
1973 Servicios fotográficos, máquinas automáticas, fotográficas  
1962 Distribución de películas cinematográficas y vídeos  
1963 Exhibición de películas cinematográficas y vídeos  
1967 Instalaciones deportivas y escuelas y servicios de perfeccionamiento de deporte  
1982 Tómbolas y espect., de ferias y verbenas, apuestas deportivas, loterías y otros.

Tipo 3. Los subsectores que comprenden producciones que son demandadas por los anteriores: fabricación de aparatos electrónicos, de medios para la emisión, de pasta papelera, juegos y artículos de deporte, etc.:

#### CUADRO III

IAE

1393 Fabricación de instrumentos ópticos y material fotográfico y cinematográfico  
1351 Fabricación de aparatos y equipos de telecomunicación  
1355 Fabric. recep. de resgistro y reproductores de sonido e imagen  
1471 Fabric. de pasta papelera  
1472 Fabric, de papel y cartón  
1473 Transformación de papel y cartón  
1494 Fabric. de juegos, juguetes y artículos de deporte  
1492 Fabric. de instrumentos de música

#### **Para el estudio general, observaron las siguientes variables:**

- 1) Volumen total de ventas en cada sector
- 2) Valor añadido de cada una de las actividades señaladas
- 3) Número de empresas de cada sector
- 4) Número de asalariados

### Comparación de la importancia de la Industria de la Cultura y el Ocio con otros sectores de la economía española <sup>49</sup>

Con el fin de contrastar el peso relativo y la posición de la industria de la cultura y el ocio en nuestro país, en el Cuadro XVIII y en el Gráfico 1 se recogen los valores añadidos generados por una serie de sectores importantes y representativos de la economía española -medidos según las fuentes fiscales- así como su contribución al valor añadido total de la economía (vs. María Isabel García Gracia).

CUADRO XVIII: Valor Añadido por sectores

Sector	VA(*)	% V.A.(**)
01 ACTIVIDADES AGRARIAS, GANADERAS Y PES	164,9	0,65
04 ENERGÍA ELÉCTRICA, GAS Y VAPOR DE AGUA	<b>1,751,4</b>	<b>6,95</b>
12 PETROQUÍMICA, QUÍMICA BÁSICA, ETC.	153,7	0,61
15 PRODUCTOS FARMACÉUTICOS	361,3	1,43
20 VEHÍCULOS AUTOMÓVILES Y MOTORES	703,8	2,79
23 BEBIDAS Y TABACOS	446,4	1,77
24 PRODUCTOS TEXTILES	504,3	2,00
32 EDIFICACIÓN Y OBRAS PÚBLICAS	<b>1,419,9</b>	<b>5,63</b>
45 RESTAURACIÓN	251,8	0,99
46 HOSTELERÍA	356,3	1,41
47TRANSPORTE TERRESTRE	541,5	2,15
48TRANSPORTE AÉREO, MARITIMO Y FLUVIAL	358,1	1,42
51 ENTIDADES DE CRÉDITO	<b>2,699,1</b>	<b>10,71</b>
52 SERVICIOS FINANCIEROS	147,3	0,5
62 INVESTIGACIÓN Y ENSEÑANZA	219,3	0,87
63 SANIDAD Y OTROS SERVICIOS PERSONALES	199,2	0,79
<b>INDUSTRIA DE LA CULTURA Y EL OCIO(***)</b>	<b>855,0</b>	<b>3,40</b>
<b>TOTAL SECTORES</b>	<b>25,182,7</b>	<b>100,00</b>

Fuente: las cuentas de las Sociedades en las Fuentes Tributadas, 1992. IEF.

(\*)En miles de millones de pesetas corrientes. (\*\*) Sobre el valor añadido total de la economía.

(\*\*\*) Datos de elaboración propia correspondientes a la industria de la cultura del ocio en sentido estricto (Escenario 1)(Ventas menos compras a precios de mercado constituye el valor añadido por la empresa según el enfoque de producción).

Las Industrias Culturales aportan entre el 2 y el 4 por ciento del Producto Interior Bruto (PIB).

<sup>49</sup> *La Industria de la Cultura y el Ocio en España. Su aportación al PIB.*, M<sup>a</sup> Isabel García Gracia, et al., Madrid 1997 y *La Evolución de la Industria de la Cultura y el Ocio en España por Comunidades Autónomas (1993-1997)*, M<sup>a</sup> Isabel García Gracia, et al., Madrid 2001.

### **7.2.1. COMPARACIÓN DE LA IMPORTANCIA DE LA INDUSTRIA DE LA CULTURA Y EL OCIO CON OTROS SECTORES, RESPECTO A CANARIAS**

No existe un estudio concreto del territorio fiscal llamado Canarias referido al conjunto de actividades directas o indirectas que actúan en las llamadas Industrias Culturales, pues no se barajan datos específicos respecto del variado tráfico de productos de este sector (por otro lado, en aumento) que puedan estarse generando en las islas. A este respecto, los autores García, Fernández y Zofío lo aclaran explícitamente: “...es fundamental destacar que **los regímenes especiales de Canarias y de las Ciudades Autónomas de Ceuta y Melilla**, así como las forales **de Navarra y el País Vasco**, hacen que la información disponible se limite a las regiones integradas en el denominado territorio de régimen fiscal común. Así, debido a la ausencia de datos fiscales para estas regiones, la concentración observada en Madrid y Cataluña tiende a ser superior a la que le correspondería de haber información para el conjunto del territorio nacional”.<sup>50</sup>

### **7.3. CULTURA Y COMUNICACIÓN**

Es esencialmente básica la comunicación en relación con la cultura, porque ella misma es generadora de muchas otras formas de comunicación. Todo los conceptos del plan de marketing: desde la imagen corporativa a la captación de públicos pasando por los estudios de mercado, etc.: marketing es comunicación (y no venta); se busca el grado de satisfacción más que imponer el producto, etc. Una buena definición (Joan Elías): “Marketing es la capacidad de una empresa para adaptarse a los pensamientos del otro”. El marketing *caro* es aquel que ha de incidir en la diferenciación del producto (escénico) a la hora de ofrecerlo al público... Genera un alto valor añadido... No obstante hay mucha perversión en el mundo del marketing al que no podemos estar ajenos. Argumentos en contra de la publicidad se pueden ver en el marco de dos capítulos de

---

<sup>50</sup> GARCÍA GRACIA, M<sup>a</sup> Isabel, et al., *La Evolución de la Industria de la Cultura y el Ocio en España por Comunidades Autónomas (1993-1997)*, Madrid 2001, p. 11.

los libros de Ginniss y Postman<sup>51</sup>. Ambos autores abordan el tema de la propaganda y la política a través de la manipulación que los publicistas hacen de la televisión: "La publicidad es un fraude. Políticos y publicistas han aprendido a colaborar juntos desde que se han dado cuenta que el elector no vota, en realidad, a un candidato como que realiza una compra psicológica del mismo. Las agencias publicitarias vienen queriendo vender, abiertamente, presidentes desde 1952. Venden candidatos como productos. Con el advenimiento de la televisión, y como captadora de votantes, los viejos valores políticos desaparecieron. La televisión es muy útil para el político carente de ideas pero que es capaz de presentarse cautivador y ser simpático; la letra impresa es para las ideas. Si Richard Nixon perdió las elecciones en 1960, fue porque carecía de las muchas cosas que un presidente ha de poseer --y porque no contó con una Prensa que mintiese por él, y no supo cómo utilizar la televisión para mentir sobre sí mismo. En 1968, la cosa sería diferente: Nixon afirmará que su televisión ha de ser sometida a control y que, por ello, tendrá necesidad de expertos, hombres que sepan servirse de la t.v. como de un arma. Para esas fechas se rodeará de los profesionales que se ocuparán de la importancia de la imagen y de los modos mediante los cuales Nixon se pudiera procurar una imagen que le conviniere y, por tanto, ¡llegar a dominar las emociones de los espectadores! En publicidad lo que cuenta es la imagen, no la persona. La publicidad se preocupará, en principio, de crear una imagen y, luego, destacar y seleccionar aquellos usos controlados del medio televisivo y que mejor puedan impartir la imagen que desean difundir. El gran objetivo será: "comunicarse con el pueblo", pero esa afirmación y aparente logro será, también, la constatación inequívoca de su fraude publicitario." (GINNISS, Joe)

"El anuncio de televisión influye profundamente en los hábitos de pensamiento de los ciudadanos (americanos). El uso de la televisión ha devastado el auténtico discurso político. Porque es la apelación emocional la base de las decisiones del consumidor. El consumidor es un paciente apoyado por los psicodramas. El anuncio de televisión determina el discurso político, utilizando formas de expresión que recuerden no el discurso razonable directo sino las

---

<sup>51</sup> GINNISS, Joe, *Cómo se vende un presidente (el escándalo NIXON empezó mucho antes que WATERGATE)* y POSTMAN, Neil, *Divertirse hasta morir*.

pseudometáforas o pseudoparábolas, pues son ambiguamente didácticas. Se ha producido un traslado de la política de partidos a la política de televisión: no se nos permite saber quién sería mejor como presidente, gobernador o senador, sino de quién tiene la imagen que mejor puede alcanzar y calmar la profundidad de nuestro descontento. El político no ofrece a la audiencia una imagen de sí mismo, sino que se ofrece a sí mismo como imagen de la audiencia. Así como el anuncio de televisión se vacía de auténticos productos de información, a fin de poder llevar a cabo su tarea psicológica, la política de imagen se vacía de contenido político auténtico por la misma razón. La televisión representa una amenaza para las bases de la democracia liberal, es decir, para la libertad de información. La t.v. no prohíbe libros, simplemente los desplaza." (POSTMAN, Neil).

#### 7.4. CULTURA Y PRODUCCIÓN ARTÍSTICA

Su dinámica general puede ser vista desde tres perspectivas:

- 1) la **aproximación sectorial** (la fragmentación por sectores específicos: la arquitectura, el teatro, la música, las historietas, las artes escénicas, los *performance*, el cine y su industria de los audiovisuales, las nuevas plataformas de la comunicación, los libros y su industria, las modas y su industria, etc., EVIDENTEMENTE sostenidos sobre sus protagonistas: a este respecto, recuerden algunos de los epígrafes del IAE: pintores, escultores, ceramistas, artesanos, grabadores, restauradores de obras de arte, directores de cine y teatro, actores de cine y teatro, directores coreográficos, bailarines, maestros directores de música, intérpretes de instrumentos musicales, cantantes, etc );
- 2) la **dinámica** (donde los sectores culturales intervienen en procesos múltiples, bien de cooperación, bien de intercambio (sinergias y/o sinestesias): ejemplo de esculturas en la calle); y otra
- 3) **transversal** (ya lo comentamos antes; en realidad quiere decir que la cultura como producción está *inevitablemente* en todas partes, influyendo en lo político, en lo económico y en lo social: calles, transportes, urbanismo, museos, etc.). (Recordar el valor de las sinergias).

Ejemplo: en la producción teatral, si se llevaran a cabo políticas culturales solamente encaminadas al mantenimiento de las demandas y no a la mejora y optimización de los sistemas de producción de calidad en general –propiciando aproximaciones sectoriales, creando las sinergias, etc.- se están aplicando modelos de

producción y gestión cultural problemáticos a largo plazo. Uno de los muchos posibles ejemplos: sería bueno plantear modelos de aproximación entre el eje cultural de la producción artística y el de la industrialización “para ver qué se produciría ahí...” (no vas a saber *a priori los resultados*, has de arriesgarte), para evitar al menos en parte los excedentes de complejidad de las artes artesanales (las artes escénicas son artesanales y *efímeras*; ¡se consumen en el ACTO frente al público!; son irrepetibles y cuando se representan muchas veces sólo se ahorran el proceso de pre-producción<sup>52</sup>).

## 7.5. CULTURA E INDUSTRIALIZACIÓN

Las artes escénicas no son industria, pero se pueden alimentar de los elementos de la industria. Lo hemos dicho ya y lo volveremos a repetir respecto de las artes audiovisuales: **influye mucho en la industrialización a partir de las** nuevas tecnologías aplicadas a la producción, difusión y distribución de los productos culturales... Las nuevas tecnologías se aplican ya, se quiera o no. Abaratan costes en general (en el cine: su visión de futuro es magnífica en lo económico y en la agilidad de los soportes y transportes de películas)... Debería haber mayor apoyo político-económico a los proyectos innovadores de la cultura que propicien sinergias... Lógicamente, el libro lo puedes considerar sólo como bien cultural, pero es también un elemento sujeto a las imposiciones de la industrialización...

## 7.6. CULTURA Y ESPIRITUALIDAD

Llamo cultura y espiritualidad (esa palabra que a muchos sonará a rancia o sospechosa) a todo lo que concierne a los aspectos más sensibles del individuo; la colectividad, a la vida que en su devenir histórico ha ido dejando huellas rituales en cada territorio, a los compromisos sociales y a los nunca suficientes compromisos con el planeta, a las sutiles implicaciones humanas que te hacen pertenecer, quizá, hoy día, a una ONG, a asistir dos veces a la semana a un hospital para intentar hablar con enfermos terminales, o simplemente andar despierto por esta vida sin aparente sentido por tu propia cuenta y riesgo... Tengo un amigo muy joven, nacido en Ecuador (que, por cierto, escribe muy bien) quien me contó el martes pasado que cuando el tenía apenas cuatro añitos le espetó a su mamá en la cara algo parecido a lo siguiente: “mamá, ¿por qué me trajiste al mundo si sabías que me iba a morir?”. La madre, como respuesta, se alarmó tanto, que le llenó el cuerpo de libros y estampas sobre santos y la vida eterna. Yo no estoy hablando de la Vida Eterna...: ¡allá, o acá, cada uno con su conciencia! Intento inculcarles el territorio del alma y la poesía, el territorio de la creatividad diaria, el espacio sutil que nos

---

<sup>52</sup> Al no ser un producto “ya empaquetado” obliga a la renovación de los contenidos y a una diferenciación de los mismos, lo que encarece la producción (excedente de producción). El encarecimiento también se acentúa en la postproducción y difusión, pues en el uso del marketing hay que “diferenciar el producto” y se añaden costos.

recorre a lo largo de nuestros actos y que nos mantiene vinculados a lo más esencial del Ser. No es solamente la creatividad del profesional o del intérprete (se le *presupone* al actor una gran sensibilidad expresiva, pero, al parecer, no le impediría ser en la vida diaria alguien que utiliza a los demás para su propio beneficio); me refiero a todo aquello que, tanto al artista como al gestor y productor, los diferencia frente al medio, frente al territorio y en su responsabilidad crítica y humana con la sociedad, con el mundo y el cosmos... Se trata de las actitudes frente a la globalización, al Otro, a la vida y la muerte del planeta, etc... Es la responsabilidad del creador (de todo ser implicado en la cultura); la responsabilidad de buscar los mejores dones en nuestros corazones y no basarnos sólo en los valores sociales, sino, por ejemplo, en los de la amistad, la solidaridad, la participación, el compañerismo, la generosidad o el amor...

## **8. EL GESTOR-PLANIFICADOR CULTURAL.**

¿Quién gestiona los productos culturales? ¿Quién gestiona tan heterogéneo intercambio de acciones humanas desde la vertiente cultural? Está clarísimo que el Gestor Cultural tienen una gran responsabilidad y lo coloco intencionadamente después del binomio Cultura y espiritualidad (aunque sé que estaría convenientemente situado en lugar que lo encabalgara a horcajadas sobre todos los binarios anteriores: Cultura y Estado/Cultura y Economía/Cultura y Producción Artística/Cultura e Industrialización/Cultura y Comunicación o Cultura y Territorio...).

Recuerden que su papel en la sociedad de la cultura, en los años ochenta y noventa, se supeditó, en primer lugar, a intentar emerger como mejor pudo del espacio de la indefinición profesional en que estuvo anteriormente sumido durante el franquismo<sup>53</sup>; y lo hizo, asumiendo, primero, el papel de control de todos los hechos culturales pero desde la perspectiva, en un principio, de los costos, y, luego tanto de la eficiencia (valor cuantitativo), efectividad (valor de oportunidad) y la eficacia (valor de impacto cualitativo). Estamos en el 2002, se impone una nueva concepción del gestor cultural, y a uno se le ocurre la posibilidad de aportar una definición que pueda situarlo en un contexto más comprometido con el medio y el ser: *El profesional capaz de equilibrar acciones de gestión de costos y calidad de los proyectos, situándolas en equilibrio con la responsabilidad del impacto sobre el territorio de los productos culturales que las políticas culturales le solicitan que aplique.* No vale el “tirar la piedra y

---

<sup>53</sup> Recuérdese que el máximo papel al que se accedía era el de *animador cultural*. Este concepto, procedente de la tradición franco-belga de los años 50 y 60, se centraba en una labor de acompañamiento del ciudadano en sus intentos de comprensión del arte y del pensamiento (Eduard Delgado).

esconder la mano”, no somos meros instrumentos del poder político, porque, mal que nos pese, también somos el poder... ¿Qué le ayudará al Gestor Cultural a salir del complejo de culpa en el que algunos políticos de la cultura lo sitúan? Teniendo claro un plan, un plan que le facilite estrategias de acción y una conciencia de sí, como seres responsables de su territorio, que deberían poner por delante de oportunismos e incomunicaciones.

Dice Eduard Delgado que "Gestionar la cultura es el gestionar el conflicto entre proyectos surgidos de iniciativas creativas (particularistas, centrífugas e incluso individualistas...), y las exigencias del territorio que obligan a una visión de conjunto de necesidades de participación, cooperación y solidaridad, a partir de unas propuestas generadas en el seno de la política cultural." ¿Qué elementos entrarán a la hora de decidir sobre un acto o un proyecto? ¿Quién no ha estado sentado ante una mesa de trabajo con sus jefes y compañeros? ¿Nos decidimos por una obra de teatro porque políticamente nos interesa más o qué...? No es **sólo la intuición**, aunque debe jugar un papel, son el conjunto de elementos que conforman una realidad decisoria y que forman parte del territorio al que va a ir destinado el proyecto. El Gestor Cultural es un agente más del abanico social que tiene un Territorio Cultural frente a sí, o lo tiene que trabajar. Recibe del Territorio una serie de informaciones (o influjos) que, como profesional, ha de reconocer en todas las conceptualizaciones, y dimensionarlas en las actividades (según demanda o intencionalidad política) con las que querrá incidir otra vez, luego, sobre el territorio. Cuando uno adquiere conocimiento, identidad cultural sabrá darle cuerpo a los encargos culturales. Pero deberá aprender a seguir unas pautas, unas estrategias, un plan que lo conduzca lo más directo posible a lo que quiere llegar. debe tener un esquema metodológico de su plan estratégico que, al fin y al cabo, debería haber emanado de la propia organización.

Transparencia nº 5:

### **ANIMACIÓN CULTURAL**

sólo objetivos de participación

nació de un deseo de acercar las masas a la creación artística

más adelante: cualquier actividad de tiempo libre, pedagogía del ocio, difusión artística

### **ASOCIACIONISMO**

amateurismos, disfrute de las aficiones

### **VOLUNTARIADO**

juntaban amateurismo y participación

### **GESTIÓN CULTURAL**

. objetivos de gestión

. apoyo a la creación

. resuelve: problemas de relación con asociaciones culturales

. resuelve: problemas de mantenimiento y equipamiento

. revuelve: problemas de relación con el voluntariado

. resuelve: problemas con... a, b, c, d,....x.

. programación de: proyectos (espectáculos, organización de eventos, etc.)

. replanteamiento de las políticas del patrimonio heredado

. interviene en los procesos de planificación

## 8.1. LA IDENTIFICACIÓN DEL PROYECTO

### 8.1.1. MAPA SITUACIONAL DE LA CULTURA

Antes de que se produzca la identificación de un proyecto, *de qué clase sea*, se supone que será necesario tener realizado un mapa o mapas situacionales de las actividades y movimientos culturales de la ciudad. Conocer algunos indicadores de comportamientos y demandas culturales... La ciudad no nos tiene solamente a nosotros, hay muchos agentes y elementos que están funcionando. Es bueno conocer los chequeos ya hechos, o unos mapas (o carpetas, como se quiera), que tienen por objetivo el disponer de un inventario de los activos culturales del Territorio en la que vamos a desarrollar una acción cultural.

Esos mapas serían las variables culturales en que se comportan los habitantes que conforman el Territorio, como elemento vivo y dinámico. Hay muchas entidades que no lo tienen confeccionado (¡no digo ya editado!), pero hay que hacer un análisis operativo de las actividades y los agentes implicados; luego, un análisis descriptivo del mapa cultural. Se trataría de encontrar una lectura dinámica del Territorio en su más amplio sentido que comprendiera, **como mínimo**, las

- las infraestructuras culturales públicas y privadas
- los edificios patrimoniales sin una dedicación cultural
- las ferias, fiestas, y actividades de calle.
- los creadores, artesanos y profesionales de la cultura
- las empresas de servicios culturales (sus especialidades)
- las contribuciones económicas de esas empresas y/colectivos

Una vez conocido el mapa general cultural del Territorio, el gestor podría empezar a aproximarse un tanto a los vacíos culturales de su Territorio y a comenzar a tener claras la Filosofía, la Misión, y los Objetivos tanto de su organización como del proyecto objeto de su trabajo. Y deberá reconducirse con un plan operativo estratégico que lo dinamice permanentemente<sup>54</sup>.

---

<sup>54</sup>. A este respecto recordemos la muy buena idea primera de editar, por parte de SOCAEM, la *Guía de Recursos y Espacios Culturales de 1995* y cómo, al no hacerse una evaluación posterior, no sólo no se volvió a editar sino que no se pudieron subsanar los defectos de estructuración y planificación.

## 8.2.- ¿Por qué estrategias?

Como hemos dicho, si hace años el trabajo de quien se dedicaba a la cultura podía llamarse sólo *animación cultural*, que en cierto sentido sigue existiendo tal dedicación, hoy día, la labor del Gestor Cultural, se encuadra en otro contexto más ambicioso y de responsabilidad social: la de optimizar los recursos. ¿En qué punto de vista, o perspectiva, debemos situarnos los gestores a la hora de *encarrilar* el trabajo de planificación para alcanzar unos objetivos? Sería deseable que pusiéramos cierto énfasis en un trabajo de método (¡el que mejor nos fuera!), en el conjunto de informaciones y decisiones que configuran una planificación (estratégica) cultural. Plan estratégico no es otra cosa que sinónimo de optimización de recursos. Creo en este procedimiento como un instrumento que deberíamos estar aplicando, porque las estrategias ayudan a no estar desasistido.

## 8.3. Algunas definiciones de Plan Estratégico

A.- “Es el esfuerzo sistemático de una organización para establecer la misión, los objetivos estratégicos, políticas y estrategias para desarrollar planes detallados con el fin de poner en práctica las políticas y estrategias y así lograr los objetivos y resultados deseados” (nos parece demasiado redundante...)

B.- “Es un proceso sistemático basado en un análisis interno y externo que permita definir las estrategias que se llevarán a cabo en un plazo determinado para cumplir con la misión institucional”.(más corto y práctico; no obstante, un tanto servil)

C.- “La Planificación Estratégica es el proceso metodológico a través del cual determinados objetivos políticos comportan planes de actuación utilizando la información que reciben del análisis de la propia organización, la delimitación de funciones y responsabilidades, la adjudicación de recursos y la puesta en marcha de determinados controles normativos y la concreción de unas expectativas de resultados con su correspondiente temporalización.” (esta definición, de Xavier Marcé, nos parece más completa, no obstante aún no le concede ningún papel de responsabilidad social al gestor). El plan estratégico también se aplica a la consecución de cada uno de los objetivos de una organización (y a los proyectos también).

## 8.4. ¿Qué es una planificación estratégica? ¿Un plan estratégico?

Cualquier tipo de situación (puede ser un proyecto o qué...) necesita una observación del OBJETO: mirarlo y analizarlo. Tener un punto de vista desde el que situarnos para observar nuestro producto... Primero, descubrir cuál es la misión de la situación concreta o el proyecto. Una vez que se dilucide la misión, hacer un análisis situacional, un análisis del entorno,

observar bien cuáles son las condiciones externas que determinan las oportunidades y amenazas que pueden ayudar o dificultar el conseguir la misión.

También, luego, hacer un análisis interno de la organización que quiere acometer esa misión. ¿Quiénes somos?, ¿de qué manera estamos constituidos? ¿Cuántos somos y de qué manera estamos cualificados? ¿Cómo estamos organizados? ¿Cuáles son nuestros recursos?, etc. Preguntas como esas, nos ayudan a redescubrir cuáles son nuestras fortalezas y debilidades. Cuando se sabe *hacia dónde se va* (la misión), *qué hay fuera* y *qué se tiene dentro*, entonces se está en condiciones de *diseñar las acciones*, las estrategias. (Ejemplo, barco en alta mar).

## **8.6. Puntos básicos de la planificación estratégica.**

La Planificación estratégica trata desde el presente con el futuro no demasiado lejano; planifica el futuro desde el presente, observa la cadena de secuencias causa-efecto durante un tiempo relacionado con una decisión real o prevista desde la gerencia o dirección de la organización. En la observación de esa secuencia descubre las oportunidades y las amenazas, las identifica y, quizá, pueda adelantarse a poder ayudar a tomar mejores decisiones en el presente para explotar las oportunidades y evitar los peligros. Planificar, significa diseñar un futuro deseado e identificar las formas para lograrlo. Pero no se fabrican moldes para el futuro, no se van a sustituir las acciones creativas, la intuición o las tomas de decisiones en su momento, por parte de quienes tengan el poder de hacerlas en el momento futuro concreto.

No se trata de tomar decisiones futuras, pues habrá que tomarlas en el momento en que haga falta. La P.E. permite que se elija entre varios sucesos futuros posibles. El tener un plan, tranquiliza al gestor a la hora de saber hacia dónde se va, qué se va a encontrar y qué recursos tienen. (Su importancia radica en que permite alcanzar de una manera más efectiva y eficiente los objetivos de la vida de una organización).

La P.E. es un PROCESO que se inicia con el análisis de los factores internos y externos (FODA, DAFO O FADO), continúa con la redefinición de la misión y los objetivos estratégicos y concluye hasta formular las estrategias de la organización para lograr las metas y objetivos buscados. LOS INDICADORES son necesidades de la planificación; el mapa cultural general de Canarias, que yo sepa, no está hecho... no sé siquiera si se conocen los indicadores pertinentes de la cultura. Un indicador fundamental es el referido a la población local y su grado de satisfacción y al medio en que se insertan las actividades culturales que reciben (no obstante, siempre en relación con el conjunto de la sociedad y el territorio en general). Son indicadores universales el PIB, los índices de alfabetización, la esperanza de vida, la capacidad de adquisición... En el caso de los hábitos culturales, habría que incorporar aquí la capacidad de compra de determinados bienes (culturales), temporalizados y por edades, individuos y familias. Los indicadores económicos en el análisis del entorno externo del Plan Estratégico, son también junto con el PIB, el índice de alfabetización, la esperanza de vida y la capacidad de adquisición,

las disponibilidad de entidades financieras, la inflación, los sueldos, el grado de desempleo, los precios, los costes de servicios básicos (desde la energía, agua, etc.).

"Los indicadores se utilizan de forma semejante a la medicina preventiva, como elementos que sirven para valorar situaciones de riesgo; por ello no sólo deben servir para valorar la capacidad de carga en general sino los umbrales de sensibilidad."<sup>55</sup> EL análisis del TERRITORIO CULTURAL es el gran indicador.

### 8.7. ¿Para qué sirve la P.E.?

Se sabe que es una planificación del futuro, pero que no interviene en él. Que facilita para saber **quién se es**, hacia dónde se va, qué se va a encontrar, qué recursos que se tienen y cuáles son los objetivos buscados... También nos involucra para saber el estado actual de la organización; cómo gustaría que se viera en el futuro y qué camino se podrían tomar para "llegar allí". Mintzergr (1994) plantea tres formas de planificar el futuro:

- \* prepararse para lo inevitable
- \* prevenir lo no deseado
- \* controlar lo controlable
- La P.E. obliga a una REVISIÓN de la misión y metas (objetivos) de la organización, sus fortalezas, debilidades, oportunidades y amenazas (DAFO).

El proceso empieza con una revisión de la misión de la organización (y de los proyectos o de sus políticas, etc.); si es por primera vez, la declaración de la misión. Es muy importante, porque sin una idea clara sobre a dónde se quiere llegar, la organización no podrá desarrollar estrategias efectivas para alcanzar su destino (es el problema de muchas organizaciones). ¡Y todos los miembros de la organización deben estar involucrados en este planteamiento! El siguiente paso: hay que desarrollar un análisis de factores ambientales (territorio), internos y externos, que puedan presentar obstáculos o amenazas al logro de las metas, que podrán o no ser controladas en su momento por la organización. Los factores internos incluyen fortalezas y debilidades de la organización que pueden ser controladas. FODA (Fortalezas, Oportunidades, Debilidades y Amenazas).

La P.E. presupone, implica, la transformación de planes (o proyectos) en acción.

La organización debe tener la agilidad suficiente para estar evaluando sistemáticamente los resultados. Chequear si las acciones o planes marchan bien, con éxito, o si tienen que ser ajustadas. Las estrategias no tienen valor si no están planeadas para alcanzar el éxito.

Un sistema de Planificación estratégica formal une tres tipos de planes fundamentales, estructurados, que son:

---

<sup>55</sup> HERNÁNDEZ HERNÁNDEZ, J., "Ordenación del Turismo y Dinámica Territorial", *Jornadas Técnicas sobre el Avance de las Directrices de Ordenación del Turismo de Canarias*, 2002.

- planes estratégicos
- programas y presupuestos de mediano plazo y
- planes operativos

Pero la P.E. debe ser participativa

Hay muchas opiniones, pero la más generalizada es que toda la organización en general debe estar involucrada en la planificación estratégica y que no sea sólo cuestión de los altos cargos o gerentes. Si se realiza aisladamente, queda muy analítica y se le pierde el valor práctico (como un cuerpo a quien le crece mucho la cabeza y las piernas delgaditas). Si las metas nuevas o estrategias de los jefes sólo son desarrolladas o tomadas en las esferas altas de la organización, sin contar con la base, se corre el peligro de no ser implementadas. Gerentes, jefes de servicios y secciones, técnicos, cargos intermedios, ejecutores, servicios y colaboradores deben mostrar sus puntos de vista en beneficio futuro de las metas y objetivos de la organización.

La P.E. involucra un alto nivel de responsabilidad

La organización, en general, debe estar interviniendo no solo en un principio Tiene que ser una labor de reconducir los proyectos en el tiempo. Las sesiones formales de PE pueden intentar un plan de acción, de manera participativa, continuamente; lleva más tiempo pero limpia de asperezas, malos entendidos, etc., y fortalece las fortalezas y debilita las debilidades, afloja las amenazas y robustece las oportunidades = yo lo llamaría dirección estratégica humana.

Dos posturas tuyas cuando te veas en el desarrollo de un proyecto: Si te preguntas diariamente = ¿estamos haciendo las cosas de manera correcta? (Bien)

Si te preguntas de vez en cuando = ¿estamos haciendo las cosas correctas? (quizá si se tarda mucho, para esta última sea demasiado tarde...) (Mal)

En realidad la estrategia de un proyecto u organización se forma de dos tipos de puntos de vista en la estrategias: la planificada o deliberada junto con la estrategia “emergente”, la del día a día. Durante el proceso de transformación del plan de acción se pierde gran parte de la estrategia deliberada, sólo por que ya no se ajusta a las circunstancias o porque no funcionó según lo planificado. Eso es que se tiene agilidad para cambiar el rumbo según las circunstancias.

Transparencia nº 6

## **PLANIFICACIÓN ESTRATÉGICA**

Demandas y finalidades sociales

Objetivos y estrategias políticas

Análisis Externo (variables independientes)

Anál. Interno (v. dependientes)

Oportunidades/Amenazas  
en el ambiente

Fortalezas/Debilidades de la  
Organización

Factores de oportunidad  
para el éxito

Competencias únicas

### **Planificación de Estrategias**

(líneas de trabajo, propósitos programáticos)

Delimitación de responsabilidad  
social y funciones

Expectativas de resultados,temporaliz.

Adjudicación de recursos y control normativo

### **PLAN DE ACTUACIÓN: PROYECTOS**

(elaboración de la estrategia)

Evaluación operativa  
(de Organización)

Evaluación de Programa  
(de resultados)

### ¿Por qué hacer Plan Estratégico?

#### . **Ventajas:**

- Mejora la implicación del colectivo de la Organización
- Estimula un pensamiento activo y creativo.
- Simula prepararte para el futuro.
- Resuelve problemas mayores.
- Pregunta y trata de responder interrogantes relevantes.
- Fuerza a establecer objetivos de largo alcance.
- Sobrevive con menos recursos económicos, pues los optimizas.
- Construye nuevos canales de comunicación.
- Trabajo en equipo y con sentido de participación.
- Involucras a todos los niveles de las personas en el éxito de la misión y los objetivos (los objetivos también son los miembros de la organización).
- Robusteces tu organización e influyes en vez de ser influido por otros.
- Mayor autosuficiencia administrativa y económica

#### - **Factores que intervienen en las ventajas:**

- El compromiso de la gerencia ejecutiva o máxima jefatura
- Amplia participación
- Plan para implementación (que las gentes se impliquen: ¿por qué no se implican? ¿están desmotivadas?, etc)
- Definición muy cuidadosa de la misión
- Revisión periódica del Plan estratégico (P.E.)
- Ser capaz de reclutar, conservar y, según sea necesario, entrenar personal.
- La voluntad de aceptar derrotas

#### **Desventajas:**

- falta de compromiso e interés de los altos cargos de la Org.
- falta de interés de las personas de bases.
- falta de interés de los cargos intermedios.
- planes o proyectos de baja calidad o muy poca participación (implementación): proyecto que nunca se pondrán en práctica.
- alto costo del proyecto (pues el costo del proyecto supera las posibilidades de la propia organización).
- altos cargos que prefieren dirigir desde la intuición sin querer entrar en la planificación estratégica (por el uso de fórmulas dirigistas y aisladas)

- Tansparencia N° 8.

#### **Etapas del proceso de Planificación Estratégica**

- 1- Identificación de la misión, objetivos, estrategias actuales de la Organización.
- 2- Análisis del entorno externo.
- 3- Identificación de las Oportunidades y Amenazas.
- 4- Análisis Interno de la Organización.
- 5- Identificación de las Fortalezas y Debilidades.
- 6- Redefinición de la misión de la organización
- 7- Formulación de los objetivos estratégicos.
- 8- Formulación de las estrategias.
- 9- Implantación de las estrategias.
- 10- Proceso de planificación operativa
- 11- Evaluación y control de los resultados (que *casi* nadie hace, por cierto...)

#### **¿Tiempo de planificación?**

Se planificaba, en la década de 1970, para diez años; ahora a los 3 ó 5. Para organizaciones públicas está bien el tiempo de las elecciones (en casos, hay políticos que habrían podido planificar para muchos años). Sin embargo, la Planificación Operativa, habla de un año o menos. Es el plan que representa el perfil o bosquejo de trabajo para implementar el programa específico que está contenido dentro del Plan Estratégico. Un plan estratégico está contenido de planes operacionales. Plan Estratégico: el plan que comprende el desarrollo de niveles de definición de lo que se quiere alcanzar a niveles más amplios, como la misión y los objetivos estratégicos y estrategias. Plan Operativo: es el plan que detalla los objetivos específicos y proyectos que permiten ejecutar las estrategias, objetivos estratégicos y misión, los cuales se determinaron en el plan estratégico. Los dos forman parte de un continuo.

## SUPUESTO DE PLANIFICACIÓN DE UN PROYECTO

ASOCIACIÓN CANARIA CULTURAL SIN ÁNIMO DE LUCRO “DESARROLLO ORGANIZATIVO PARA LAS ARTES” (ESCÉNICAS, AUDIOVISUALES Y CULTURALES EN GENERAL)

### Proceso de Planificación

#### 1.- Formulación Estratégica (Órgano de Gobierno. La Organización)

¿Quién es?

¿Por qué?

Formulación de la MISIÓN

Mecanismos de acción (Admón. pública, privada, ONG, etc)

¿Qué hay que realizar?

OBJETIVOS

ESTRATEGIAS

(POLÍTICAS)

#### 2.- Implementación Estratégica (Equipo de gestión)

. ¿Cómo hay que realizarlo?

-Programas-Proyectos-Actividades

. ¿Cuándo?

-Calendario

. ¿Dónde?

-Necesidades, infraestructura

. ¿Quién?

-Recursos Humanos

. ¿Cuánto?

-Presupuestos

**LA MISIÓN:** Filosofía clara. El propósito, la razón de ser de la organización, la justificación de su existencia. Posibles Errores:

**Misión demasiado constrictiva:** definición de la misión en términos *del producto* del que se va a proveer, la metodología utilizada o del mercado al que se va a servir. **Problema:** Limitación a la expansión o a la utilización de determinados recursos en el futuro.

**Misión demasiado amplia:** Demasiado abierta en el espectro de productos a proveer, metodologías utilizadas y mercados a los que se dirigirá. **Problema:** dificultades de construcción de una identidad corporativa que confunda a los receptores de los servicios y a los proveedores de la organización.

Transparencia nº 10

**A.- Análisis del Entorno Externo: (Amenazas y Oportunidades) (Variables)**

**1.- Análisis del entorno social y ambiental**

- Entorno sociocultural
- Entorno económico
- Entorno tecnológico
- Entorno político
- Entorno geográfico
- Entorno urbano

**2.- Análisis del entorno sectorial**

- Regulación legislativa del sector
- Patenciales consumidores y mercados (hábitos de públicos: intervención en el desarrollo de audiencias)
- Gobiernos y administración
- Competidores
- Sindicatos
- Grupos líderes de opinión
- Potenciales financiadores
- Trabajadores del sector
- Agrupaciones profesionales
- Agrupaciones comerciales
- Proveedores de productos y servicios

**3.- Desarrollo de variables para el análisis del entorno externo**

- Demografía
- Indicadores económicos
  - PIB
  - Disponibilidad de entidades financieras
  - Inflación
  - Grado de desempleo
  - Sueldos
  - Precios
  - Costes de servicios básicos (energía...)

Transparencia nº 11

- Transporte
- Climatología
- Mercado inmobiliario
- Trayectoria histórica en relación a la cultura (de las artes escénicas más especialmente)
- Corporaciones/empresas (Productoras, Entidades que usan públicos escénicos)
- Zonas urbanas/entorno urbano
- Industrias (e industrias culturales)
- Centros y organizaciones (de cultura y de artes escénicas: teatro, centros cívicos, ateneos,...)
- Espacios temáticos (teatros, auditorios...)
- Patrocinadores
- Fundaciones y asociaciones
- Procesos de subvenciones (INAEM, SOCAEM, UNION EUROPEA ...)
- Grupos sociales, líderes de opinión
- Servicios disponibles
- Turismo (cultural y de ocio)
- Sindicatos y agrupaciones profesionales
- Empresas de gestión de derechos (SGAE...)
- Los medios y las comunicaciones (radio, prensa, tv ...)
- Hábitos de trabajo, horarios

- Hábitos de ocio, horarios
- Perfil educativo
- Estudio de población
- Estudio de mercados

## **B.- Análisis del Entorno Interno (Fortalezas y Debilidades) (Invariables)**

- 1.- Cultura de la Organización
- 2.- Know-How (¿cómo hacerlo? ¿lo estoy haciendo bien?)
- 3.- Recursos
  - Económicos
  - Recursos Humanos
  - Disponibilidad de infraestructura
  - Puntos fuertes y débiles

## **SUPUESTO DE PLANIFICACIÓN DE UN PROYECTO**

### **1.- Proyecto del nuevo servicio: “desarrollo de audiencias”**

público objetivo/público potencial: usuarios potenciales (lo absoluto!)

### **2. - Fases para un desarrollo de audiencias**

identificación y caracterización de la audiencia real

estudios de población general

identificación de mercados y públicos potenciales

#### **2.1. Estudios de población general. Factores que condicionan en la asistencia**

- 1.- Formación: Años de formación -Proceso de socialización en relación a las artes
- 2.- Realización de actividades fuera de casa: Artísticas o Deportivas y otras
- 3.- Consumo de productos artísticos en otros medios (¿quiénes son los “competidores” natos en esa acción artística concreta que queremos desarrollar?): Cine, Televisión, Radio, Discos, Videos, Internet, etc.

### **3. Técnicas generales de comunicación y marketing**

Comunicación:

Calidad del producto

Precio

Promoción

Relaciones públicas

Trato y atención directas

### **4. Técnicas específicas de desarrollo de audiencias**

- . Alcance de la audiencia potencial: Desarrollo de audiencias<sup>56</sup>
- . Desarrollo de la audiencia potencial: Cambio de actitudes y hábitos
  - \* Programas educativos: Socialización infantil y adulta
    - Exposición artística temprana
    - Educación artística en la infancia
  - + Familiarización con el proceso creativo:
    - Educación de las Artes (**Nueva Ley de EEAA en Canarias**)
    - Sistemas de simulación de creación
  - \* Programas de participación en actividades fuera del domicilio
  - Programas de consumo artístico en otros medios: Radio, Televisión, Discos, vídeos...

---

<sup>56</sup> Ver los estudios obtenidos en los Informes (SGAE, Ministerio Cultura, INE, etc.)

## 5.- La financiación: captación de recursos

PUBLICO OBJETIVO  
ADMINISTRACIONES (SUBVENCIONES)  
PATROCINADORES (PATROCINIO)  
de empresa o corporativos  
fundaciones  
individuos (la asociación, clientes...)

Es lógico que llegados a este punto no se deben haber ignorado los estudios obtenidos en informes previos sobre los hábitos, gustos y preferencias en materia cultural. Parte de las conclusiones del Informe de la SGAE del 2000 apunta a que para cambiar los hábitos de asistencia de los públicos en España, al menos en el teatro hay que acometer determinadas acciones, y que, por ejemplo, se refieren a la diversificación de la oferta de teatro, mejor divulgación y ofertas, y más obras del gusto de los espectadores, rebajas de precios<sup>57</sup>, solventar problemas personales, resolver las ausencias de infraestructuras en ciudades menores de 5.000 habitantes. Y parecería que, según este estudio, fuera más fácil lograr que quienes acuden al teatro vayan más veces al año que el conseguir incrementar el interés de quienes no van nunca o casi nunca.<sup>58</sup> Remito al texto: “Es decir, el aumento de espectadores del teatro parece que sería más la resultante de un trabajo acumulativo que el efecto de ideas "geniales" que pudieran satisfacer demandas latentes, o de operar sobre un aspecto o gama de aspectos que estuvieron frenando la asistencia y cuyo desarrollo permitiera cambiar cualitativamente las actitudes ante el teatro. Vinculado con lo anterior, es significativo que al menos la mitad de los entrevistados señalen que ninguna medida influiría en que aumentase su disposición a ir al teatro, lo que indica una considerable distancia del conjunto del público en relación con el espectáculo teatral, fenómeno que, sin duda, tiene que ver con la preeminencia de lo audiovisual en nuestras sociedades. Lo audiovisual es el medio de expresión "natural" de las sociedades modernas, y a raíz de ello se produce una distancia en relación con el espectáculo teatral difícil de salvar. Son precisamente quienes más acuden al teatro los que afirman en proporciones significativas que

---

<sup>57</sup> Modelos de desarrollo de audiencias:

Newman dsp (dynamic suscription promotion)  
promocion de suscripcion dinamica

Morison & Dalglish sell (strategy to encourage lifelong learning)  
(estrategia para facilitar un aprendizaje permanente)

Andreasen: performing arts adoption process model  
(modelo del proceso de adopcion en artes escenicas:un seguimiento personalizado con encuestas parecido al que usa la SGAE o el MC, a partir de respuestas de satisfacciones con el producto, etc.)

algunas de estas medidas influirían en que fueran más veces. Básicamente, estas medidas son las que figuran recogidas en la publicación<sup>59</sup> y en el epígrafe referido a los “Factores que podrían influir en incrementar la asistencia al teatro según frecuencia de asistencia al teatro en 1998” (*Informe SGAE sobre hábitos de consumo cultural*):

(%) (Posible respuesta múltiple)

Nº veces/ año	(4 veces)	(2-3 veces)	(a veces)	Nunca/casi nunca
*Que hubiera más oferta del tipo de obras que a mi me gustan	44,4	47,7	44,8	23,3
*Que hubiera más oferta de teatro, más representaciones y obras	51,7	47,2	46,2	21,4
*Que los precios de las entradas fueran más bajos	34,8	41,0	36,8	22,3
*Que tuviera más tiempo	35,3	30,1	29,6	21,8
*Que estuviera más cerca, que fuera más fácil llegar	27,7	28,5	31,3	20,7
*Que hubiera más divulgación del teatro: programas en la tele, críticas, se hablara más de teatro	26,8	20,9	17,8	11,4
*Que se anunciara más, que se supiera mejor las obras que se representan	16,4	19,7	19,3	9,5
*Que fuera más fácil conseguir entradas	18,5	14,3	15,1	7,2
*Que no tuviera costes añadidos: buscar alguien para dejar a los niños o persona que cuidar, coger taxis, pagar parking, etc.	9,2	8,4	9,3	7,8
*Que tuviera más calidad la representación (intérpretes, puesta en escena, etc.)	15,2	18,1	13,7	5,9
*Que fuéramos menos y no saliera tan caro	11,4	9,6	9,6	6,4
(n)	(365)	(971)	(943)	(9.761)

<sup>58</sup> o.c., *Informe SGAE sobre hábitos de consumo cultural*, 2000, p. 65.

<sup>59</sup> o.c., *Informe SGAE sobre hábitos de consumo cultural*, 2000, p. 63-64.

## 9.- POSIBLE PROCESO EVALUADOR DE UN PROYECTO

Si observamos el triunvirato compuesto por Oferta /Demanda /Necesidad (Deseo): las relaciones no son paritarias, pero aunque no haya demanda, si se produjera la oferta, se puede crear la necesidad. Una vez creada la necesidad, la tendencia es “parodiar” el deseo y, por tanto, el consumo del producto. Cuando se reparten recursos escasos, el primero en recortarse es el proyecto cuya relación en la cobertura de la necesidad queda muy desfasada en la relación Público Real/ Público Potencial (ejemplo de evaluación):

$$\frac{\text{Nº de público atendido con la necesidad (del proyecto) } \quad P R}{\text{Cobertura de la Necesidad} \quad \text{-----} = 1} \\ \text{Nº de público que tiene la necesidad (del proyecto) } \quad P P$$

PR (Público Real) (teóricamente debería acercarse a 1)

PP (Público Potencial)  $1 = CN = PR/PP$

PP: es el público que el gestor necesita para cubrir: 1º amortizar gastos ó, 2º, para ganar un % sobre los costos, vendiendo el producto más caro (valor añadido), o...

Si nos da 1, el público real ha sido igual al público potencial, al esperado que consumiría el proyecto en un espacio y tiempo concretos (del territorio previamente analizado para que se realice el proyecto), por lo que la evaluación es eficiente. Si es inferior el producto ha resultado poco eficiente y, quizá, nada eficaz; pero, también, en términos sociales pudo haber sido efectivo y, desde el punto de vista político, sí que pudo ser eficaz.

\* La eficiencia de un proyecto depende de la relación entre el producto y los costos consumidos. El resultado será siempre el costo de una unidad de producto final recibida por un beneficiario en cierta unidad de tiempo (valor cuantitativo). Muchos proyectos, como no se creen eficientes, ni siquiera se echan a andar: vs. la industria audiovisual. La evaluación *previa* administrativa del proyecto lo condiciona también: ¿Es viable ese proyecto teatral administrativamente o no? ¿Cuáles son las ordenanzas, el papeleo, el cachet de la primera estrella,...¿pues no nos vale la pena meternos en ese tinglado!”, etc. ¿Cómo vamos a intentar captar audiencias (que tendríamos seguras) contratando a Nuria Espert con lo cara que sale?

La efectividad: la relación entre el resultado y el objetivo. La capacidad real que un producto cultural tiene para conseguir un fin (¿intangible?). Juegan aspectos sociales: el territorio, los gustos, estudios previos de campo, políticas culturales específicas, programas sociales... Puede que interese más la efectividad, aunque la eficacia sea buena. Se trata también de los gustos o de las pautas sociales, o de los programas concretos en zonas específicas (rurales, periféricas a la

ciudad, etc.); “ahí no pongas música clásica porque no te va a ir ni Dios...”; “procura programar obras de carcajada para ir creando costumbre de ir al teatro”, “no programes un festival de teatro para jóvenes en el Guimerá porque el estudiante no paga la entrada”; etc. Un proyecto cultural tiene su justificación en su marco más idóneo (sea cual sea: por ejemplo, Monserrat Caballé en el Teatro Chico; muchos inconvenientes: espacio, aforo, mucho más caro, etc, sin orquesta). En un pueblo pequeño a veces es más complejo porque te pueden fallar los soportes técnicos sean cuales sean. En todo análisis territorial siempre hay espacios vacíos: “¡cuidado, aquí no hay nadie que haga nada sobre esto o lo otro: cine o teatro!, etc.” El territorio en sí mismo es un condicionante del territorio cultural (ya sabemos que en gestión y política culturales es básico conocer el territorio). Tener orientaciones, indicadores, criterios, también ideas sociales, palabras para explicarlo..., eso debe tener el Gestor Cultural. La cultura tiene un signo de identidad y de reconocimiento "personal e intransferible" (por eso no hay *modelos milagrosos*, exportables).

\* La eficacia: se mide por el grado de satisfacción que alcanzan los objetivos en la población en un periodo de tiempo independiente de los costos. Valora el impacto socio-cultural del producto que presta la institución (subjetivo/cualitativo). Ejpllos. de muy distintas categorías, costes e implicación política y sociocultural: el colocar el Guggenheim en una ciudad como Bilbao que perdía su identidad y atractivo de poder social industrial; “nos interesa que renazca un teatro rural auténtico, antropológico, vamos a implicarnos en estos proyectos escénicos a largo alcance”; “las personas mayores que emigraron de jóvenes, ahora que vuelven, no tienen referentes de participación festiva, hemos de crearles espacios idóneos de intercambios culturales: juegos de roles, danzas...”; construir un Auditorio en una ciudad media como Santa Cruz de Tenerife (eso es un “tremendo” intangible, caro, pero tremendo...); el Woman’ d de Las Palmas; el Festival de Música de Canarias; crear y dotar un centro insular de producción audiovisual, etc...

### **9.1. ¿Pero qué hay que empezar a evaluar?**

Evaluación económica y prioridades: esto implica un círculo vicioso tremendo, porque desde el punto de vista de la eficiencia deberíamos evaluar lo que nos da más rendimiento económico (más cultura al mínimo coste), ¿pero cómo evaluarlo? Sólo se podría hacer una vez hecho el proyecto, porque si no sería “un imposible lógico”. La evaluación de la eficiencia te servirá solamente *a posteriori*. Desde luego, la Cobertura de la Necesidad no la puedes prever con antelación, ni aunque hubieras hecho encuestas previas, llamadas personales (técnicas de captación de audiencias: aunque haya que hacerlas de todas formas), etc... El público NUNCA va a la fuerza a un patio de butacas.

- Dependerá del punto de vista en la política cultural, pero si se tratara de una empresa pública, normalmente se tiende a hacer el camino evaluador siguiente: eficacia--efectividad--eficiencia.
- ¡Pero hay que acometer el proceso evaluador!: la **eficacia que tiene un proyecto** (grado de satisfacción que alcanzan los objetivos en la población en un periodo de tiempo independiente de los costos); luego, la **efectividad** (relación entre lo logrado y lo programado, entre el resultado y el objetivo), y, finalmente, la **eficiencia** (relación entre los productos y los costos de los insumos que implica el proyecto).
- Una empresa privada de servicios culturales, sin apoyo oficial ninguno (será una buscadora permanente del riesgo 0), tendrá que plantearse invertir el proceso evaluador lineal de: eficiencia-eficacia-efectividad<sup>60</sup>.

La **evaluación administrativa**: ya lo comentamos más arriba...

La **evaluación política**: los políticos pudieran tener sus objetivos en relación con la cultura (al margen de las anunciadas políticas culturales). A veces puede prevalecer más una finalidad de votos que un objetivo estrictamente cultural.

La **evaluación empresarial**: puede ser una empresa cinematográfica o una compañía de teatro que se plantean el retorno del dinero (en un tiempo fijado previamente) y, si no es así, no se sigue adelante con el proyecto.

## 10.- EL TEATRO

Desde hace tiempo, más arriba, advertimos que decir Teatro no es necesariamente decir Artes Escénicas. Sabemos ya que no es bueno tratarlos como sinónimos. Pero es verdad que sí se usan mucho juntos ambos elementos (por parte de algunos profesores, críticos, profesionales o gestores), para designar una puesta en escena o lo que llanamente se entiende por representación teatral. Recuerden que comenté al principio el ejemplo del inteligente título de una conferencia reciente<sup>61</sup>, que utiliza los mismos elementos para plantear cuestiones absolutamente diferentes al teatro y sus artes. No es lo mismo, y bueno es delimitarlo para poder entrar en el Teatro, que es casi lo único que se ha venido haciendo aquí con mejor o peor fortuna. Busquemos una distinción muy simple para entendernos: Artes Escénicas es todo aquello que tenga que ver con el lugar del escenario, sea en un espacio frente al público (o involucrándolo) y situado en tarima o al aire libre o a nivel del suelo, y que además pretenda conseguir objetivos de comunicación a través de formas expresivas, eso sí: utilizando el cuerpo

---

<sup>60</sup> Observen el interesante ejemplo de la empresa de servicios de proyectos del espectáculo, LA GUAGUA. Para alcanzar un *grado de satisfacción comercial*, recurre al mayor número de “socios” posibles (público o privado) del territorio a quienes interese su producto.

<sup>61</sup> *Políticas sociales en el nuevo escenario internacional*

del actor/actriz como soporte e instrumento icónico cargado de significado. El espacio escénico se produce no por dictado del director o el autor, sino por conflictualidad entre los personajes en presencia del público. El Teatro es el arte de la presencia (o presente) ante el espectador (no se concibe un teatro grabado en video, salvo que nos sirva sólo de documento). Artes escénicas: llanamente todas aquellas artes que tengan que ver con la *representación ante el público*. Ese simple hecho produce el *milagro* de convertir ese encuentro, ese *lugar en espacio escénico* (sea el que sea). Por extensión, y como un juego, podría valer hacer el símil, como en el título de la conferencia, de los escenarios políticos, sociales, etc.; pero todos sabemos que hay un rasgo que diferencia a esos *escenarios* muy profundamente, como es el de la **ficcionalización** tanto de los hechos como de los personajes y de cualquiera otros de los elementos que intervengan en el hacer de las artes escénicas. Las artes escénicas trabajan con hechos de la ficción y los conflictos dramáticos entre personajes, si se quiere basándose en la verosimilitud en muchos casos, pero con la ficción, con la invención al fin y al cabo. Las Artes Escénicas (incluyendo sobre todo el Teatro) son artes de **la re-presentación** (volver a hacer presente: ha de repetirse cada noche: la acción dramática hace presente ante el espectador algo de otro lugar, otro tiempo, otro espacio, otras gentes, etc...). Hay distintas opiniones semánticas con respecto a términos como *show* (recalca el carácter ostentoso), *play* (sería resaltar su carácter lúdico y ficticio), *performance* (coloca el acento sobre su carácter de ejecución), o *representación* (es colocar el acento sobre el carácter de signo significativo que reviste toda acción teatral, donde cada cosa, ficticia o no, se exhibe, en efecto, mediante una u otra forma de ejecución, para fines lúdicos, pero, por encima de todo, para que *esa cierta cosa* se sitúe *en el lugar de cierta otra cosa*: ahí su carácter de imagen poética, de metonimia). Hay quienes siguen pensando respecto del teatro en la tan traída dicotomía de los años setenta: teatro-texto o teatro espectáculo. Regis Durand, nos dijo: La obra teatral existe en dos planos: el del texto y el de la representación. Entre el estudio del texto (...) y el estudio de la re-presentación (...), la investigación ha pasado largo tiempo perdida en falsas oposiciones. Anne Ubersfeld sostiene que en la sustancia profunda de todo texto teatral subyacen matrices textuales de *representatividad*. Y, además, sólo la representación permite a un texto calificarlo de teatral. Alain Badiou dice cosas muy esclarecedoras: "... el texto de teatro sólo existe en futuro anterior (...) Todo texto de teatro se encuentra así en latencia de sí mismo. Yace en lo inacabado de sí mismo." Patrice Pavis dice que "espectáculo" es aquello se ofrece para ser observado; y Roland Barthes afirma que el espectáculo es la categoría universal a través de la cual se observa el mundo. ¿Podría el teatro competir en el mercado de la cultura sin presentarse como espectáculo? El teatro como fenómeno social manifiesta una triple relación:

---

- 1- entre actor y público<sup>62</sup>
- 2- entre espectáculo y sociedad
- 3- entre sus elementos integrantes (entre actores, entre texto y escenografía, con o sin director, etc...)

Más abajo eludimos lo que se refiere a las relaciones entre los elementos integrantes y nos fijaremos en las **que se dan entre el espectáculo y la sociedad**. Vimos en teoría las relaciones entre las artes y el Estado y nos referimos a aquellas que las relacionan con la Economía, con los Públicos, con los Profesionales... es hora de que intentemos echar un vistazo a esos hechos en nuestro territorio canario, al menos de manera, por supuesto, esquemática, nada exhaustiva...

---

## 11.- LOS DATOS DE LAS ARTES ESCÉNICAS EN CANARIAS ¿QUIÉNES INTERVIENEN EN MATERIA TEATRAL?

- . La compañías profesionales.
- . Los amateurs.
- . La Consejería de Educación y Cultura del Gobierno de Canarias (a través de la Sociedad Canaria de las Artes Escénicas y de la Música, SOCAEM),
- . El Centro Superior Autorizado de Arte Dramático de la Escuela de Actores de Canarias, dependiente de la Consejería de Educación Cultura y Deportes del Gobierno de Canarias.
- . El Cabildo Insular de Tenerife<sup>63</sup> se ha comprometido abiertamente al apoyo a las Artes Escénicas (Escuelas Insulares de Teatro, Centro Insular de Artes Escénicas y Escuela de Actores de Canarias), Circuito Insular de Teatro y Danza de Tenerife y a propiciar un espacio permanente para los Talleres de Cine (quizá futura Escuela de Cinematografía), situándolos próximamente en un edificio de nueva construcción donde se ubicaba anteriormente la sede de la OST. Otro de los proyectos más deseados y solicitados desde hace años pero que, al parecer, lleva ya visos de ponerse en acción, es la creación de la *Sala Teatro Baudet*.
- . El Cabildo de Las Palmas de Gran Canaria
- . El Ayuntamiento de Santa Cruz de La Palma, a través de su Escuela de Arte Dramático.
- . La Consejería de Educación y Cultura con su Borrador de la nueva Ley de las Enseñanzas Artísticas de Canarias (¡por completo redactado y *del que nunca más se supo!*).. **Las Áreas de**

---

<sup>62</sup> Entre público y público sostiene Peter Brook (*El espacio vacío*).

<sup>63</sup> Cuando este texto reviso, acaba de llegar a mis manos la edición de la *Memoria del Área de Cultura del Cabildo, Tenerife Isla de Cultura. Balance de final de siglo*, 2002. Caben reseñarse los ajustados testimonios metodológicos aplicados en sus páginas tituladas *Tenerife, Isla de teatro, danza y cine* como un intento de ir clarificando su propia política cultural (escénica y cinematográfica).

## **Cultura de los Cabildos Insulares (destaca el de Tenerife con su programa de Circuito y el programa de las Escuelas de Teatro de Tenerife<sup>64</sup>),**

. Los Ayuntamientos a través de sus Concejalías de Cultura (con los apoyos a la difusión teatral a través de festivales anuales, encuentros por estaciones y programaciones estables; destaca por su continuidad y filosofía el de los tres continentes, Festival de Agüimes, además del Ayuntamiento de Santa Cruz de La Palma por mantener económicamente a la Escuela Municipal de Teatro),

. Las dos Universidades Canarias a través de sus Vicerrectorados de Extensión Universitaria (tiene continuidad la octava convocatoria, la Muestra de Artes Escénicas de La Laguna, pero no se sabe nada aún si se volverá a convocar el Cursos de Experto en Artes Escénicas en Adeje).

. El Ministerio de Cultura (a través del Instituto Nacional de las Artes Escénica y de la Música, INAEM) y la Subdirección General de Teatro (que depende del INAEM): proyectos, producciones, subvenciones, ayudas...

. Las Asociaciones privadas y sin ánimo de lucro (las ONL's de siempre, como Ateneo, Círculo de Amistad XII de Enero, Círculo de Bellas Artes, Gabinete Literario, clubes de la tercera edad, etc.): programan eventos específicos y poseen sus Secciones de Teatro que, a veces, funcionan y otras veces no...

### **11.2. Las compañías profesionales**

Veamos en palabras de Cirilo Leal cuál ha sido el papel social-teatral desarrollado por las compañías teatrales a comienzos del anterior decenio: "La década de los noventa confirma la consolidación de formaciones como Saltimbanqui, Clapso, Medio Almud, Troysteatro, Zaranda, Klóticas, Samborombón, Tamaska, Delirium, Teatro Canario 1, Alethea, Teatrostres, etc. Así como de eventos como el Festival Internacional del Sur, encuentro Teatral Tres Continentes (Agüimes), que, arropado por el Centro Latinoamericano de Creación e Investigación Teatral (CELCIT) lleva camino de su décima edición. La formación de actores, una demanda que viene coleando desde mediados de los setenta la Escuela de Actores de Canarias, cristaliza, en 1996, en la creación del Centro Superior de Arte Dramático. Estabilización de la práctica teatral por parte de las compañías punteras mientras se estrecha su dependencia de "los dineros públicos".

---

<sup>64</sup> Con unos objetivos específicos además de impartir las clases de las Escuelas Insulares: "Realizar el Proyecto Pedagógico de las Escuelas de Teatro de Tenerife: el equipo docente formado por las cuatro profesoras y la responsable del programa, tiene previsto presentar dicho proyecto en el mes de Julio, de manera que esté disponible para el inicio del curso 2002/03. Realizar campañas de difusión de las Escuelas e iniciar el período de preinscripciones del curso 2002/03 en el mes de Mayo. El objetivo es conseguir la implantación de las Escuelas en todas las comarcas de la Isla y la matrícula de 600 alumnos/as. Profundizar en la relación con las Escuelas de Música de Tenerife avanzando en la creación de las Escuelas Artísticas del futuro."

En la actualidad, aunque el teatro haya perdido buena parte de su capacidad crítica de revulsión e impronta social que le caracterizó en los decenios sesenta y setenta, responde, en líneas generales, a un compromiso de renovación estética y formal. Un movimiento de renovación teatral en el que participan con brillantez el sector profesional de los colectivos canarios. La creación de la Coordinadora de Salas Alternativas, la celebración de la IV Muestra de Teatro Alternativo en Madrid, en la que participaron compañías canarias como Profetas de Mueble Bar, Teatrostres, Alethea, Teatro Canario 1 y Clapso, son algunas de las manifestaciones palpables de este proceso de renovación que está sacudiendo a la escena española en la presente década<sup>65</sup>.

### **11.3. CONVOCATORIAS DE APOYO A LA DISTRIBUCIÓN DE LOS BIENES CULTURALES PRODUCIDOS POR LAS COMPAÑÍAS.**

- . CajaCanarias: Cultura Canaria para todos (folklore, música popular, teatro...)
- . Cabildo de Tenerife: Circuito Insular de Teatro y Danza.
- . Los Cabildos Insulares.
- . Los Ayuntamientos.
- . INAEM: convocatorias anuales de ayudas (a la producción, circuitos, etc.).
- . Viceconsejería de Cultura del Gobierno de Canarias: los circuitos canarios de las artes escénicas (bajo la responsabilidad de SOCAEM). La Viceconsejería de Cultura del Gobierno de Canarias interviene en convocatorias de distinta naturaleza: Ayudas a la Producción de nuevos montajes (Teatro y Danza), en el Circuito Insular (del que se responsabilizan también los Cabildos Insulares y los Ayuntamientos receptores), y el Circuito Regional Canario de Artes Escénicas que viene a sustituir a la llamada anteriormente *La Red* o Circuito Canario de Artes Escénicas, en el que hoy, al parecer, en realidad, hay pocos cabildos interesados; también interviene en ayudas puntuales a proyectos específicos teatrales (tipo festivales<sup>66</sup>). Al parecer, la cantidad invertida ha alcanzado un tope, por ahora, que se puede cifrar en unos 130-150 millones de pesetas (máximo: 900.500 €).

El Circuito Insular del 2001 se materializó en las siguientes representaciones: Gran Canaria (122), Lanzarote (58), Fuerteventura (55), Tenerife (138), La Palma (61), La Gomera (26), El Hierro (34).<sup>67</sup>

---

<sup>65</sup>LEAL, Cirilo: “El teatro vivo canario”, *La Gaceta de Canarias*, 14 de noviembre de 1992.

<sup>66</sup> En Canarias hay siete, número que se ve incrementado cada año con nuevas convocatorias desde los ayuntamientos (v. *Anuario Teatral 2000*), CDT, INAEM.

<sup>67</sup> Bajo unas condiciones económicas y legales específicas que deben cumplir tanto SOCAEM, Cabildos, Ayuntamientos y las compañías, con la novedad de que el dinero que se garantiza en el Circuito Insular por isla se basa en el número de funciones a que se comprometa y no por el

**11.4. COMPAÑÍAS SELECCIONADAS A LOS CIRCUITOS CANARIOS DE ARTES ESCENICAS (SOCAEM) ENERO-MAYO 2001(\*) (DATOS APROX.)<sup>68</sup>**

COMPAÑÍAS FORÁNEAS:.....	30
OBRAS REPRESENTADAS.....	42
DANZA: .....	3
TITERES: .....	10
MARIONETAS: .....	1
TEATRO (en general): .....	28

Infantiles: 10  
 Adultos: 8  
 Todos los públicos: 12  
 Sin especificar: 12

COMPAÑÍAS CANARIAS.....	44
OBRAS REPRESENTADAS .....	70
DANZA: .....	11
TEATRO (en general) .....	34
Infantiles: .....	20
Títeres (infantil): .....	3
Adultos: .....	9
Todos los públicos: .....	23
Narración oral: .....	2

Cachés de las Compañías: entre 751 €y 3.005 € Gasto aproximado del Circuito Canarios de las Artes Escénicas: unos 80 millones de pesetas (aprox.: 480.800 €)

**11.5. CIRCUITO INSULAR DE TEATRO Y DANZA DEL CABILDO DE TENERIFE**

1999-2000	
Nº ESPECTÁCULOS: .....	19
EMPRESAS .....	18
PÚBLICO .....	6.515
Nº REPRESENTACIONES.....	68
MEDIA DE ESPECTADORES POR REPRESENTACIÓN .....	96

---

número de habitantes (lo que obliga en cierta medida a *un mayor compromiso* de programación).

<sup>68</sup> Recuérdese que en el 1994-95 SOCAEM edita una Memoria general de su Plan de Acción en materia cultural en Canarias, aportando tanto datos económicos y de actividades que, hoy día, no tienen materialización pública.

(\*) Gasto aproximado del Circuito de Teatro y Danza del Cabildo de Tenerife (Ayuntamientos y Cabildo): cachés más alquiler material: unos 20 millones de pesetas.

#### **11.6. CIRCUITO INSULAR DE TEATRO Y DANZA DEL CABILDO DE LAS PALMAS DE GRAN CANARIA**

Centro Insular de Cultura: entidad de señera tradición.

#### **12. APORTACIÓN ECONÓMICA DE LA INDUSTRIA DE LAS ARTES ESCÉNICAS**

Como hemos dicho más arriba, desconocemos los datos sobre empresas reales dedicadas a las artes escénicas, profesionales, empresas de servicios específicas, etc..., y, claro está, su aportación al mercado laboral e, igualmente, la aportación de las industrias culturales canarias al PIB nacional.

#### **13. ¿LAS EVALUACIONES?**

Se debería evaluar... ¡todo!:

- a los destinatarios (los públicos reales),
- a las organizaciones involucradas (tienen que tener un grado de satisfacción),
- al medio social en que se desarrolló el proyecto cultural (el más importante constatar).

Si los datos son exactos y si observamos, por ejemplo, las 3.000 pesetas que costó cada espectador en el dos mil al **CIRCUITO INSULAR DE TEATRO Y DANZA DEL CABILDO DE TENERIFE**, eso no significa *absolutamente nada* en comparación con otros costes de muchos otros de los espectáculos referidos a la ópera, zarzuela, músicas, etc...

#### **14. ¿CÓMO VEMOS EL PANORAMA DE LAS ARTES ESCÉNICAS EN LAS ISLAS?**

\* Con respecto a los productos teatrales: inestable, en lo que se refiere al nivel de calidad de las últimas producciones pues buscan, en su mayoría (no en todos los casos) el público fácil, de humor o de carcajada. No importaría si ese teatro fuera excelente. Respecto de las compañías de Danza: no se observan grandes cambios ni aportaciones novedosas a la creación.

\*Con respecto a los Responsables Políticos (Políticas Culturales), no muy buena, debido a la carencia de una política de acciones coordinadas y coherentes a nivel regional (en todos los ámbitos de la educación, la cultura y la industria).

- \* También por la carencia de una política coherente en materia de formación.
- \* Respecto de las Enseñanzas Teatrales: comienza a ser estable y de buenas perspectivas en algunas islas. No obstante, en el futuro, puede llegar a sobredimensionarse el sector profesional del actor sin que se haya conseguido buenos niveles de demanda social. Por ello es necesario un plan específico de Inserción Laboral del Artista. Quizá (como en otras artes) los profesionales tengan que emigrar.
- \* Los públicos: mantener los cautivos y propiciar la captación de nuevos públicos. En este capítulo, la posible incorporación y puesta en marcha de la Ley de Enseñanzas Artísticas de Canarias significaría un gran avance para el panorama futuro de la formación de públicos en las artes en el Archipiélago.
- \* De todas formas, nuestro territorio archipelágico demanda una permanente atención en materias de comunicación, difusión y distribución: crear redes permanentes de interrelación y conocimiento.

#### **14.1. ¿Existen unidades de creación (producción), fomento y difusión de las artes escénicas en canarias?<sup>69</sup>**

¡NO existen en Canarias unidades de producción teatral (o de otras artes escénicas) dependientes de entidades públicas, al estilo del Centro Dramático Nacional! Se produjo un intento hace años, pero no fructificó.<sup>70</sup>

Veamos parte del modelo del Estado (en Madrid) sólo en materia teatral<sup>71</sup>: La Subdirección General de Teatro es el departamento del I.N.A.E.M. que desarrolla las competencias relativas a la creación, fomento y difusión de la actividad teatral y circense. Para ello cuenta con unidades específicas: El llamado Centro Dramático Nacional, que tiene dos teatros con sus compañías estables, el Teatro Nacional María Guerrero y el Teatro Olimpia. También se le incorporan la Compañía Nacional de Teatro Clásico (repertorio español del siglo de Oro), el Centro de Documentación Teatral (creado en 1971, cuyo objetivo primordial es recopilar, custodiar y poner en condiciones de estudio e investigación todas las aportaciones que

---

<sup>69</sup> Para información general sobre Organismos, centros y asociaciones nacionales e internacionales ver: “Guía de las Artes Escénicas de España 2000”, Ministerio de Educación y Cultura, Centro de Documentación Teatral del INAEM. Anuario Teatral 2.000

<sup>70</sup> vs. ALEMANY, Luis, El teatro en Canarias, 1996, pp. 68-69.

están en relación con el hecho teatral), también el Museo Nacional del Teatro. ¡Y no me digan que Madrid es Madrid...! ¡Canarios hay en Madrid y recordemos que las autonomías más deprimidas y alejadas son las abastecedoras de *mano de obra* cultural en las grandes capitales!

#### 14.2. A manera de *recomendaciones*

\* Se debe intentar *ayudar*, desde todos los implicados, a que el Gobierno de Canarias se ejerza con una más contundente y eficaz RESPONSABILIDAD EN MATERIA cultural y educativa respecto de las artes.

\* Es evidente que se echa en falta la concepción y redacción, por parte del Gobierno de un Plan Estratégico Global en Materia Cultural Para Canarias, donde también quedarían contempladas las Artes Escénicas y Audiovisuales.

\* Interrelación y coordinación de las Políticas Culturales con las Políticas Educativas.

\* Unificar recursos dispersos.

\* Poner en acción la Ley de Enseñanzas Artísticas de Canarias con todas las responsabilidades que su aplicación conlleva, tanto en infraestructura como en cualquier otro tipo de aportación de los recursos.

\* Ayudar a la inserción laboral del Artista en su Territorio (modelo filandés).

\* Aunque creamos que son insuficientes las acciones que existen en el momento, hay que seguir apoyando las iniciativas que desde todos los sectores se estén haciendo en beneficio de las Artes Escénicas y Audiovisuales.

#### 15.- LAS INDUSTRIAS AUDIOVISUALES EN CANARIAS

15.1. El Estado como regulador, promotor, financiador o único *posible* agente directo de la producción cinematográfica en Canarias.

Una vez ya situados de nuevo, recordemos que como en todos los casos de cultura, una vez que se *produce algo* la **evaluación** entra en su dinámica natural. Pensemos en la industria del libro: en la evaluación que el editor se plantea de ganar dinero, al margen que le guste la colección de poesía...

¿Hemos de llegar a la gente? Sí, a la mayor cantidad posible. O, no, si nuestro proyecto sabemos que no es de masas... No obstante, hay que recordar siempre que los recursos económicos que necesitamos para la difusión son superiores que la propia producción (eso,

---

<sup>71</sup> vs. Modelos andaluz, gallego, catalán y valenciano.

sobre todo, en el Cine). En un momento determinado (por ejemplo, en España, en el 92) se inflaron los cachéts de los artistas y hubo que inflar también todos los presupuestos. Los ayuntamientos demandaban en exceso, por no usar elementos de racionalidad económica y sí de racionalidad política (*cultura para todos*) pero ocurrió que en los encuentros o circuitos estaban casi siempre los mismos artistas y, en su mayoría, los más caros...

Pero recordemos ahora los porcentajes de asistencias entre el teatro y los audiovisuales (cine y televisión) del año 2.000<sup>72</sup>:

#### **15.2. RESPECTO AL TEATRO SE PUEDE DESTACAR LO SIGUIENTE:**

- El 75,4% de la población española nunca va al teatro.
- Los habituales tienen estudios universitarios (entre 25 y 44 años), pertenecen a una clase social media y alta y el sexo que predomina es el femenino.
- Destacan la falta de interés de los jóvenes menores de 20 años.
- Los géneros artísticos de mayor interés son la comedia, el musical y el drama contemporáneo.

#### **15.3. RESPECTO AL CINE SE PUEDE DESTACAR LO SIGUIENTE:**

- La frecuencia de asistencia es de 2,85 veces al año, muy por encima de la media europea (2,18) y de países como el Reino Unido (2,29) e Italia (1,96).
- La mayor asistencia se concentra en jóvenes menores de 35 años, de clases medias y altas y con estudios universitarios.
- La valoración del cine español es muy similar a la que se hace del norteamericano: sobre una escala de 0 a 6, el cine español recibe una nota media de 3,90, mientras que el norteamericano obtiene un 3,92...<sup>73</sup>
- A pesar de ello, el consumo de películas de nacionalidad norteamericana es muy superior al de películas españolas.

#### **15.4. RESPECTO A LA TELEVISIÓN, SE PUEDE CONFIRMAR QUE:**

- El 98,9% de los españoles posee en su hogar al menos un aparato de televisión.

---

<sup>72</sup> v. *Informe de la SAGAE*.

<sup>73</sup> No comprende uno “esta valoración teórica” si, por otro, lado las cifras hablan por sí solas: “Según datos facilitados por ECAA, en los diez primeros meses del año 2.000 las películas norteamericanas han copado el mercado nacional habiendo recaudado en ese periodo de tiempo 56.696.973.163 de pesetas. Los filmes españoles apenas cubren el 10% de la recaudación total, porcentaje que es además cuatro puntos inferior al registrado el año anterior.” (vs. M. PAVÉS, Gonzalo, “La quimera del Cine Canario”, *Revista Ateneo*, 2001, pp 147.)

- Las personas que más tiempo pasan frente al televisor son jóvenes menores de 19 años y los mayores de 65, pertenecientes a clases sociales bajas y con pocos estudios.
- Hay una clara insatisfacción respecto a la escasez de programas dedicados a la música, teatro y cine en las distintas cadenas de televisión.

**15.5. RESPECTO AL VÍDEO, SE CONFIRMA LO SIGUIENTE:**

- Un 73,4% de los hogares españoles poseen al menos un reproductor de vídeo.
- Los principales compradores de películas de vídeo son los padres de niños menores de 14 años y aquellas personas que declaran ir al cine más de dos veces al mes.
- El alquiler de películas de vídeo se consolida como una alternativa de ocio entre las personas menores de 35 años.

**15.6. EN EL CAPÍTULO DEDICADO A LA LECTURA, DESTACAR LO SIGUIENTE:**

- El 49,1% de la población española no lee nunca o casi nunca. El núcleo de lectores asiduos está compuesto por personas de estudios superiores, entre 25 y 35 años, de clase media y alta, y con predominio de la población femenina.
- El 38,7% compró al menos un libro en el último año. Este porcentaje apenas supone una variación respecto al correspondiente a 1991 (37%).
- Casi el 30% lee diarios de información general todos o casi todos los días; este grupo está formado por personas de entre 25 y 55 años, con estudios medios o superiores, y principalmente hombres. Un 24,6% leen diariamente prensa deportiva y un 45% se considera consumidor habitual de revistas.

No comprendemos cómo, a estas alturas, ninguno de los gobiernos habidos en Canarias ha contemplado la necesidad de aglutinar esfuerzos en torno al LIBRO creando, por ejemplo, una Dirección General del Libro<sup>74</sup> o un gabinete de importancia similar que sepa gestionar y promover el libro en todas sus dimensiones. Tendrá que ser propiciador de la difusión y distribución de la literatura canaria dentro y fuera de nuestro territorio, propiciando traducciones y espacios para el reconocimiento de nuestros autores como auténticas señas de identidad de nuestra cultura y patrimonio intangibles.

---

<sup>74</sup> Respecto de esta afirmación-solicitud hecha hace bastante tiempo cuando redactamos este trabajo, hoy día que la damos a la publicación en Internet (año 2007) lleva ya casi un año creada la Dirección General del Libro. Al margen de los aciertos obtenidos por su titular en esta gestión, habrá que esperar mucho tiempo aún para reconocer sus acciones y poder evaluarlas.

## 16. ¿CANARIAS Y EL CINE?

¿Pero... y en el mundo audiovisual en Canarias? ¿Qué reflexiones podemos hacer en torno a la Industria Audiovisual Canaria? Se ha escrito mucho sobre este fenómeno cultural mucho más voluntarista que asentado sobre unas bases auténticas de producción. Desde el cine amateur de la década de los años 70 hasta el momento actual, nuestra cinematografía, podría ser catalogada, cuanto menos, como lo hace el investigador Gonzalo M. Pavés, tratándola de “quimera”<sup>75</sup>.

¿Qué ocurrió con aquella convocatoria para otorgar subvenciones para *fomentar la industria audiovisual en el ámbito de la Comunidad Autónoma de Canarias*. ¿Qué pasó con el posible despertar propiciado a tenor de la llamada en broma, pero generalizada hasta en los medios de comunicación, la *Zeroloto*? ¿Que salieron empresas de cine y de video de debajo de las piedras; muchas se llevaron los dineros, dados sin entenderse bien los criterios de selección y asignación económica y, luego, muy pocos productos se mostraron públicamente! La Orden de 28 de diciembre de 1994, que resuelve la convocatoria hecha por el Consejero de Presidencia y Turismo, Miguel Zerolo Aguilar, teóricamente distribuía 1.500 millones de pesetas entre setenta y un proyectos escogidos entre todos los presentados, con un juego de oscilación de asignaciones disparatada que iba desde un millón y medio de pesetas hasta 99 millones máximo<sup>76</sup>. De todo aquello quedó, en realidad, el que se filmaran seis largometrajes: *Fotos* (Elio Quiroga, 1996), *En algún lugar del tiempo* (Fernando H. Guzmán, 1996), *Mambí* (Hermanos Ríos, 1998), *Piel de cactus* (Alberto Omar-Aurelio Carnero, 1998), *La isla del infierno* (Javier Fernández Caldas, 1998), y *Mararía* (Antonio Betancor, 1998); cuatro cortometrajes: *El largo viaje de Rústico* (Rolando Díaz, 1993), *El último latido* (Javier Fernández Caldas, 1994), *Esposados* (Juan Carlos Fresnadillo, 1996), y *Ballet para mujeres* (Jusep Villageliú, 1996); y un medio metraje: *La raya* (Andrés Koppel, 1997). Prácticamente el Gobierno de Canarias apenas se ha hecho responsable de los productos que, al menos en sus comienzos, propició que se crearan: descuidó sus responsabilidades de Estado (ya fuera como regulador, promotor, financiador o agente directo de la difusión, distribución y venta), salvo en los casos, ¡claro está!, en los que las presencias *fotográficas* en los medios de comunicación estaban garantizadas.

De todas formas, no hay que perder de vista los rasgos que otorgan especificidad a la cultura dentro del entramado industrial y sin los que no cabría explicarse su funcionamiento real, su relación con el trabajo y con el mercado. Las dificultades para objetivar el valor del trabajo creativo no sólo por la inherencia a la inmaterialidad del contenido sino a los muchos

---

<sup>75</sup> M. PAVÉS, Gonzalo, “La quimera del Cine Canario”, *Revista Ateneo*, 2001, p.140.

conceptos que entran en juego hacen de esta industria cultural (el cine) un producto muy diferente a otro tipo de industria que no sea como el de las industrias culturales -productoras de símbolos y contenidos culturales<sup>77</sup>. El productor es una figura que representa en el proceso de producción del objeto de futuro consumo, al mercado social, a la demanda. La obra de autor es desplazada por la obra reproducida masivamente. Las grandes empresas oligopólicas del mercado internacional cinematográfico (y televisivo), y sus testaferros introducidos en todos los *mass media*, estudian cada vez más profundamente el mercado, detectan las temáticas y las modas, y todo aquello que pueden llegar medir desde el coste de producción global de un producto previsto y conducido para el éxito futuro (hay sorpresas, pero son las que confirman la regla: *El mariachi*, hecho en 16mm., etc.). En las industrias discográfica y cinematográfica el seguimiento de las modas, con la rigurosa selección de lanzamientos, va en un sentido parecido. No creer hoy día en esos prolegómenos es no entender la industria en la que ese producto cultural, cargado de valores simbólicos (el cine) está inmerso. Las cosas se aprenden a veces a sangre y palos, pero se aprenden... No es posible ya la cultura independiente, a la busca de una eficacia estrictamente estética, ideológica o política, humana, o de simple comunicación poética... No hay película que no se halle vendida antes en la distribuidora, que no tenga unos soportes económicos que vengán a apoyar previamente -y antes de empezar a rodarse- su producción desde otros niveles del consumo (Estado, televisiones locales, autonómicas, videos, canales digitales, internet...).

## 16.1. RECOMENDACIONES

Todos sabemos que el Estado sigue siendo un agente decisivo para la producción cinematográfica, pero el Gobierno Canario no tiene una política definida cultural, sobre todo en materia referida a la Industria Audiovisual<sup>78</sup> y el no tenerla no sólo está impidiendo continuidad en los proyectos, sino propiciando un desencanto generalizado: el que los más jóvenes valores emigren<sup>79</sup>, que los técnicos buenos mal se empleen en trabajos peor remunerados y sin consistencia técnica (que no evolucionen en sus creatividades y conocimientos técnicos), que no existan buenos guionistas, que los buenos actores trabajen en tiendas de venta de paraguas, y

---

<sup>76</sup> Vs. B.O.C. Núm. 161, sábado 31 de Diciembre de 1994.

<sup>77</sup> La industria del juguete también es un sector portador de símbolos y pertenece a las industrias culturales.

<sup>78</sup> "Por otra parte no hay una política, en sentido amplio de la palabra, que permita el desarrollo de una industria cinematográfica propia." (DIERCHK, Isabelle y GARCIA, Katia, "*Cine Canario...*", *un espacio abierto*, Ateneo de La Laguna, 2000, p. 34.

que los creadores desaparezcan bajo el rodillo implacable de la estulticia de la masa más amorfa y domesticada, etc.

Creemos que las acciones parciales que en materia de apoyo gubernamental se viene haciendo al cine *sólo como escaparate* no están aportando ningún beneficio especial a la Industria Audiovisual en Canarias (Festival de Las Palmas de Gran Canaria, el de Animación de Tenerife que está en preparación por el Cabildo, la agencia de Tenerife Film Commissions o la muestra Screemgs de Lanzarote). Sobre todo, porque esas tímidas y parciales acciones no acallan demandas de aquellos que quieren hacer cine, sólo las incrementan e inquietan...

## **16.2. ALGUNAS ACCIONES QUE PODRÍAN LLEVARSE A CABO**

- \* Debería crearse un plató general y abierto (propiciando la consiguiente reducción de costes).
- \* Exigir, implicándola en el proyecto general, a la Televisión Autónoma Canaria para que apoye a la producción realizada en las islas y propicie su difusión (y de paso obligarla a que dé calidad).
- \* Crear canales de difusión y distribución.
- \* Apoyar las enseñanzas especializadas.
- \* Dedicar partidas estables a la creación y producción en Canarias, y a la difusión y distribución dentro y fuera, con miras a estabilizar el sector industrial audiovisual de Canarias.
- \* Evitar los *nepotismos*...

“La producción simbólica que sí tiene un mercado propio, pues es su objeto principal, es la producción de las industrias culturales -edición, cine, prensa, televisión, el diseño, la misma publicidad como tal...-en las que la corporeidad es sólo un vehículo para las significaciones.”

---

<sup>79</sup> "Esa inexistente política audiovisual en Canarias, lo que provoca es que nuestros directores emigren." (BUILL I FELI, Anna, *La Mirada se Alargada*, CANARIAS 7, 5/08/1.999.)