

VI ENCUENTROS GESTIONAR CULTURA
2019

De la Gestión a la Mediación Cultural

Asociación de Profesionales
de la Gestión Cultural de Navarra

De la Gestión a la Mediación Cultural

Encuentro de reflexión en torno a la transformación de la Gestión Cultural en Mediación Cultural para adaptarse a nuevos paradigmas y valores.

Celebrado en Pamplona a 28 de mayo de 2019.

Edita: KUNA, Asociación de Profesionales de la Gestión Cultural de Navarra
info@gestionculturana.org

Transcripción y revisión: Amore Verbum Traducciones

Diseño y maquetación: Amore Verbum Traducciones

Edición: julio de 2020

Las ideas y opiniones expuestas en la presente publicación son las propias de sus autores y no reflejan necesariamente las opiniones del editor ni del director de la obra.

© De la edición y fotografías del Congreso: KUNA, Asociación de Profesionales de la Gestión Cultural de Navarra

© De las imágenes: sus autores. Las imágenes y vídeos se han empleado con fines divulgativos y pertenecen a los autores de los mismos.

Este archivo contiene enlaces a webs y vídeos.



Apertura de los Encuentros.....6

La mediación desde una perspectiva (realmente) crítica - Salvador Martín Moya11

Acerca del autor31

Cambio de paradigma en las bibliotecas: UBIK, un posible ejemplo - Arantza Mariskal Valerdi.....32

Acerca de la autora47

Mediación, participación e interacción cultural. La cultura en la agenda estratégica de la innovación - Jordi Pardo48

Acerca del autor64

Experiencias Navarras: Zuk Dance Performing Arts, Ópera de Cámara de Navarra y Jabier Landa65

Nuevas formas de contar - Iker Seisdedos.....85

Acerca del autor110

Apertura de los Encuentros

A cargo de Rebeca Esnaola Bermejo (Presidenta de Kuna), José Vicente Urabayen (Fundación Caja Navarra) y Adoración López Jurio (Directora General de Cultura del Gobierno de Navarra)

En esta ocasión, hemos decidido adentrarnos en la reflexión sobre un camino que parece que hemos de recorrer inevitablemente: De la Gestión Cultural a la Mediación Cultural. Los nuevos paradigmas sociales y económicos requieren nuevas formas de pensamiento, que favorezcan el desarrollo de una sociedad más crítica y consciente, a través de la cultura. Es necesario que se generen nuevas visiones, valores y recursos intangibles. Es imprescindible potenciar la innovación y la creatividad. La gestión cultural se enfrenta hoy a nuevos retos, a nuevos campos de intervención que tienen que ver con la tarea educativa, con el reconocimiento de aquellos espacios de encuentro de diferentes lenguajes, que pasarán a convertirse en espacios de creación. En definitiva, con el crecimiento personal del público. ¿Sabremos hacerlo? ¿Estamos preparados? Sinceramente, no lo sé. La tarea no es fácil y exige grandes dosis de generosidad para escuchar y acoger, de paciencia para mediar entre diferentes actores culturales y el público, y de imaginación. Pero como todos los retos será enriquecedor y estimulante. En estos encuentros trataremos de conocer experiencias, plantear interrogantes, reflexión y diálogo y conocer algunos recursos que nos puedan ayudar en la tarea de nuestro día a día.

REBECA ESNAOLA BERMEJO
Presidenta de Kuna



Un año más, Fundación Caja Navarra se suma a estos encuentros dentro de su compromiso con la cultura. Compromiso que ha quedado reforzado en nuestro nuevo plan estratégico, que define nuestros objetivos y marca nuestras pautas de actuación hasta 2022. El nuevo plan de Fundación Caja Navarra define, en una sociedad en continua transformación, quienes somos, cuál es nuestra misión y cómo la obra social del siglo XXI conlleva nuevos retos. El lema "Navarra más solidaria" refleja nuestro compromiso con las personas y su bienestar, nuestra aspiración por convertirnos en una entidad de impacto y de referencia en Navarra en materia de solidaridad y progreso social, que se distinga por su actitud proactiva e innovadora.



Entre las líneas de trabajo del nuevo plan estratégico quiero destacar en este foro, entre varias, el apoyo al tejido asociativo como elemento de cohesión del territorio navarro, el apoyo al retorno del talento, la promoción del arte y la cultura contemporánea en el conjunto del territorio navarro y el apoyo a la conservación del patrimonio material e inmaterial de nuestro territorio. Nuestra apuesta por la cultura tiene un primer compromiso con el centro Cívico y su fortalecimiento como espacio de pensamiento y cultura contemporánea. Además, Fundación Caja Navarra aporta al conjunto del ecosistema cultural navarro un millón de euros a través de sendas convocatorias: 370.000 euros a través de la convocatoria de ayudas a proyectos, que este año se han repartido entre 40 entidades y asociaciones en toda Navarra, y 650.000 a través de Innova Cultural, que va a beneficiar en esta segunda edición a 30 proyectos de gran impacto y destacada innovación.

Quiero detenerme un momento en Innova Cultural, programa que promovemos conjuntamente Fundación Caja Navarra y Obra Social La Caixa y que busca acercar la innovación al tejido cultural navarro, tanto profesional como amateur. Un entorno complejo como el actual requiere que las organizaciones culturales sean cada vez más

innovadoras, creativas y proactivas en la forma de abordar los procesos de creación, producción y mediación. A través de este programa, ayudamos a las organizaciones culturales y a creadores y artistas a construir proyectos más ambiciosos y sostenibles. También generamos espacios de encuentro y formación, y fomentamos la colaboración e el intercambio de buenas prácticas entre las organizaciones artísticas que conforman la comunidad de Innova Cultural.

Fundación Caja Navarra conoce y estima la importante labor que la asociación KUNA, Profesionales de la Gestión Cultural de Navarra, realiza en pro de la profesionalización de la gestión cultural y del sector cultural en su conjunto, de los que estos encuentros son un buen ejemplo de espacio formativo donde compartir experiencias y reflexionar sobre los retos del futuro. Por ello es, para nosotros, una gran satisfacción contribuir conjuntamente con el Departamento de Cultura a la financiación de estos VI Encuentros Gestionar Cultura que se concretan en este "De la Gestión a la Mediación Cultural". Voy concluyendo recordando que la cultura ha sido una conciencia que impedía a las personas cultas dar la espalda a las injusticias de su tiempo. Pretendemos hacer desde la Fundación Caja Navarra una entidad de impacto y referencia en materia de progreso social. Lo vamos a intentar; ojalá lo consigamos.
Muchas gracias, mila esker.

JOSÉ VICENTE URABAYEN
Fundación Caja Navarra



Quiero felicitaros por vuestra inquietud y por vuestro deseo de formación continua, que queda patente a través de estas jornadas, siempre en búsqueda de la excelencia profesional. La gestión de las culturas y de los sectores culturales y artísticos nos obliga a todos los que nos dedicamos a esto a estar permanentemente en un estado de apertura a nuevos diálogos y a miradas renovadas, y eso se consigue en gran forma gracias a la formación. En estos encuentros diseñados para este año centráis la cuestión en la mediación como un proceso evolutivo: “De la Gestión a la Mediación Cultural” es el título que abre estos encuentros.

La gestión cultural se define con aportaciones de la economía, del derecho, de la antropología, del marketing y de la comunicación, de la sociología, de la psicología, de la gestión de recursos humanos, de la estadística y también de habilidades personales como las relaciones públicas, las expresiones lingüísticas o la expresión oral, y también debe conocer los sectores culturales y artísticos que gestiona. En definitiva, si queremos remarcar una característica especial de la Gestión Cultural debe ser la multidisciplinariedad. Es multidisciplinar y debe ser siempre evolutiva y abierta para adaptarse con agilidad a las nuevas exigencias que definen los sectores y los territorios, y por supuesto los públicos. La mediación tiene que ser un instrumento más que se suma a todos ellos. La mediación como intercambio, como diálogo, acompañamiento, herramienta de aprendizaje, y de enseñanza para públicos actuales y potenciales, artistas y territorios. Y las y los profesionales de la gestión cultural tenemos que ser el eje de la mediación, tenemos que incorporar la mediación como disciplina transversal en nuestra acción como gestores y gestoras culturales. La interacción, la facilitación, el diálogo, la empatía, la gestión eficaz tienen que ser los pilares de estos trabajos de mediación. El

antropólogo estadounidense Edward Sapir ya definió a principios del siglo XX que:

“El verdadero lugar de la cultura son las interacciones culturales; las culturas son interacción, son evolución y son en definitiva comunicación y mediación”.

Y un siglo más tarde, la Ley de Derechos Culturales de Navarra aprobada en enero de 2019 contempla, en su artículo 9, la mediación cultural como concepto de facilitación de la participación y vinculación de públicos a las manifestaciones artísticas y culturales. Así pues, la interacción vuelve a quedar patente como eje fundamental de la gestión cultural. En definitiva, quiero dar la enhorabuena a KUNA, a los socios y socias, por la elección del tema objeto de análisis de estos encuentros.

Zoriondu nahi dizuet ere, Landarte programaren proiektu bat zuren aurkezpenean artean egokitu duzuelako ere. Programa berritzailea, bitartekaritza bere nortasunean bete betean gertatzen baita. Artistak, biztanleak eta lurraldeak elkartzen dira sorkuntza artistikoaren alde, auzolanean egindako proposamenak ikusgai direla modua. Javier Landa, Petilla de Aragonen izandako lanaz arituko da sortutako hor moduarekin Ramón y Cajalen lanean murgiltzen delarik.

Quiero mostrar nuestra satisfacción desde la Dirección General de Cultura por incluir un proyecto artístico del Programa Landarte Arte y Ruralidad en Navarra, un programa pionero y con unas características innovadoras, y que tiene en la mediación su seña de identidad. Artistas, población y territorios unidos por y para la creación artística y en simbiosis en procesos participativos. Javier Landa os aportará su visión, ya que participó en este programa el año pasado y os podrá contar su experiencia en Landarte, en Petilla de Aragón, con la creación del Mural Neuronal que explora en profundidad la obra de Ramón y Cajal y su faceta artística. Muchas gracias, mila esker.

ADORACIÓN LÓPEZ JURIO

Directora General de Cultura del Gobierno de Navarra

PONENCIA 1

La mediación desde una perspectiva (realmente) crítica

SALVADOR MARTÍN MOYA

Educador en el Museo Thyssen-Bornemisza

Soy educador del Museo Nacional Thyssen-Bornemisza y me dedico a hacer un montón de cosas; y esto casi siempre es difícil de explicar. Cuando intento explicar a qué se dedica un educador, generalmente la gente piensa que nos dedicamos a los niños. Pero hacemos muchísimas otras cosas. Me gustaría, antes de empezar, preguntaros, ¿cuántos trabajáis en un museo?, ¿en qué museo?, y si trabajáis en el área de educación. Pues seguro que comprendéis que cuando intentamos explicar a qué nos dedicamos siempre nos catalogan como que trabajamos para niños. Y hacemos muchísimas otras cosas. Yo trabajo haciendo visitas para escolares, familias, jóvenes, adolescentes, adultos... pero también

programo todo lo que tiene que ver con formación: de docentes, de futuros profesionales de los museos... Llevo la web del área de educación del Museo Thyssen, llevo toda la parte de desarrollo educativo, digital del Museo, desarrollamos aplicaciones... y hay un proyecto muy especial para mí, el videojuego Nubla, que forma parte de una de mis tareas. Otra de las tareas que tengo son los congresos de educación y museos que celebramos cada cuatro años en el museo, y que próximamente vamos a presentar. Mi presentación va a estar animada con GIF, imágenes, vídeos... aunque me he contenido un poco porque me han dicho que era un foro muy serio y he intentado ser muy serio, aunque la vena de educador me tira. La cabra siempre tira al monte.

Seguramente todos conocéis el Museo Nacional Thyssen-Bornemisza. Esta es la parte más institucional. Es un museo que nos permite recorrer la historia del arte desde el siglo XIII al siglo XX. Es un pequeño libro de historia del arte europeo, que nos permite ir viendo cómo ha cambiado la forma de pintar, pero también la forma de relacionarnos con las obras de arte. Es un privilegio y para mí es un gustazo trabajar en este museo, porque nos permite relacionar obras del siglo XIII con las del siglo XX de manera muy diversa. Es un museo público, aunque hay confusión y mucha gente piensa que es un museo privado. Nos pertenece a todos. Es un museo estatal. Es cierto que el origen de la colección es de una familia, pero hace más de veinticinco años, esta familia le vendió su colección de arte al estado español; era la colección de arte privada más importante del mundo. La colección Thyssen-Bornemisza en Madrid vino a suplir algunas grandes lagunas del patrimonio histórico español relacionado con la pintura, especialmente con el impresionismo, pero también con la pintura norteamericana del siglo XIX o con algunos movimientos de vanguardia típicamente del siglo XX. Pero es un museo público y casi siempre lo intentamos remarcar.



«Cuando empecé a trabajar en el museo, donde llevo diez años trabajando, empecé a hacerme un listado de cómo me gusta pensar el museo».

Cuando empecé a trabajar en el museo, donde llevo diez años trabajando, empecé a hacerme un listado de cómo me gusta pensar el museo. Un listado al que siempre recurro para ir completándolo, cambiando palabras o ideas, pero siempre me viene bien ir a ese listado para ver si me siento realizado como educador del museo. Que mi propósito, mis ideas y los propósitos del grupo de educadores se sigan cumpliendo año a año, o en cada una de las actividades implementadas.

¿CÓMO ME GUSTA PENSAR EL MUSEO?

Ya hemos dejado atrás eso de qué es un museo o para qué sirve. Y mi siguiente idea cuando me dediqué profesionalmente a la educación en el museo fue, ¿cómo me gusta pensar el museo? De muchísimas maneras: como lugar habitado, donde la gente ríe, debate, llora, se enfada, se va de la visita porque se ha enfadado mucho... un lugar donde ocurren cosas. Me gusta pensar el museo con tiempo, con el cuerpo, desde los 0 a los 3 años. Me gusta pensar el museo desde la vulnerabilidad, con la nariz, desde la crisis, desde lo político, social, reivindicativo, asociativo... Me gusta pensar el museo con los ojos de la intimidad, desde el suelo, para los 7, 17, 25, 49 años... Me gusta pensar el museo ecológico, con el gusto, desde el género, sentado en un banco, desde la violencia, para la imaginación, como proceso, desde tu historia... Me gusta pensar el museo como relato y alegato. Me gusta pensar el museo desde lo inmaterial, desde casa, desde la complejidad, desde Google, que es una de mis tareas principales. Desde la complejidad, la alegría, la diversión, el juego, desde el techo...

«Me gusta pensar el museo desde el desconocimiento, con el culo, con acción y transformación, desde la intuición...»

Os recomiendo que cuando vayáis al museo Thyssen miréis al techo. Ya sabéis que es obra de Moneo, una palacio histórico que se

vació por completo para acoger la colección. Y cuando vayáis al museo, os pido que miréis al techo porque es espectacular. Me gusta pensar el museo desde el desconocimiento, con el culo, con acción y transformación, desde la intuición, desde los 100 años y con perspectiva, desde lo público y lo plural, desde la fábula, cuando no pasa nada y desde la nada. Pensar el museo desde el estar al ser, desde mis funciones del museo... Pensar el Museo Nacional Thyssen-Bornemisza desde lo posible, desde el deseo, y lo real. Este listado va cambiando. A veces se altera, matizo palabras... pero siempre lo tengo como referencia para pensar mi trabajo. Eso es importante: cómo pensamos y cómo nos vemos los educadores y educadoras del museo, los mediadores culturales.

Me gusta pensar un museo mucho más humano. Y esto es lo que me pasa cada vez que transito las salas del museo, llego a la parte contemporánea y veo esta [obra de Kupka: La Taladradora](#). Y recuerdo el diálogo que tuvieron dos personas delante de esta obra. Me gustaría compartirlo con vosotros:



Vemos que lo que hace Aurora es proyectar su propia vivencia, su historia, en una obra del museo, y mi forma de ver la obra al pasar por ella ha cambiado por completo. Es proyectar su historia, lo que es ella, la violencia, tensión... la violencia de género aplicada a una obra como la taladradora, que podría pasar casi desapercibida en esta sala.

Y esto me lleva a preguntarme, ¿cómo podemos pensar los museos cuando el feminicidio, la ecología o los desahucios forman parte de nuestras preocupaciones principales? ¿Cómo podemos pensar en los museos cuando están pasando estas cosas? Cuando la tasa de abandono escolar en España sigue siendo de las más altas en

Europa, cuando los espacios culturales están vetados a un amplio grupo social, cuando los educadores y mediadores culturales tienen precarizado su trabajo... Cuando tenemos tantos problemas. ¿Cómo lograr que los museos, el arte y la cultura se conviertan en herramientas para el desarrollo social y personal? Y fijaos, el viernes, cuando estaba haciendo una visita donde cuestionamos y debatimos en el museo sobre qué es una obra maestra, pasaba esto a las puertas del museo Thyssen:



Ya sabéis que el Museo Thyssen está al lado del Congreso de los Diputados y allí pasa de todo. Además de las celebraciones del Atleti y del Real Madrid, cada semana hay una manifestación. Mientras íbamos paseando por las salas del museo se escuchaban los gritos de la gente manifestándose. ¿Cómo podemos pensar el museo cuando al otro lado del muro, a apenas 3 metros, estaba ocurriendo esto?

¿Cómo podemos pensar el museo, pero también qué límites nos impone las instituciones culturales? ¿Qué límites nos imponemos nosotros como profesionales del museo y qué límites impone el público a la hora de buscar en el museo una respuesta o voz dentro de la sociedad?

EL MUSEO THYSSEN Y EDUCATHYSSEN

EducaThyssen se empezó a llamar realmente así en la página web del área de educación, la cual gestionamos Rufino Ferreras, jefe del departamento de educación, y yo. Es un portal totalmente aparte que nosotros gestionamos como un proyecto educativo en sí. No es un proyecto informativo donde vas a ver lo que está sucediendo sino que proponemos que la web se convierta en un lugar para la acción, la creación, el debate... Y este es el equipo de educación:

Somos todas estas personas para desarrollar todo el programa educativo del museo. En el museo no hay guías, solamente hay un área de educación y somos los que nos ocupamos de desarrollar las propuestas de mediación y educación del Museo Nacional Thyssen-Bornemisza. Cada uno de nosotros realiza todo tipo de visitas, con todo tipo de público, y además cada uno de nosotros tiene asignados diferentes proyectos en los que trabajamos en equipo, y nos vamos moviendo de proyectos para que todo el mundo participe en todos los proyectos que llevamos a cabo.



Este es el **Mapa de Acción** del área de educación del museo. Está dividido en 9 Focos de Acción. El primero, El Museo en la Escuela, el segundo, La Escuela en el Museo, y así sucesivamente: Jóvenes, Adultos, Universidad, Educación digital, Educación para profesionales de los museos, Formación para profesionales de los museos y



Educación social, que es uno de nuestros campos de acción más importantes... Y cada uno de estos Focos de Acción se subdivide en programas, actividades, laboratorios y proyectos, y así se va canalizando toda nuestra actividad educativa. Ahora tenemos 85 diferentes tipologías de visitas y diferentes proyectos y programas.

Además de hacer visitas, hace unos años, más de 15 años, decidimos dar un cambio a la acción educativa del área en la que trabajamos. No solo queríamos desarrollar visitas para públicos sino crear encuentros de ciudadanía, con la gente que quería venir y colaborar con el museo. Creamos diferentes laboratorios de pensamiento creativo, de trabajo conjunto con diferentes agentes del sector: artistas, docentes, profesores, especialistas en tecnología... y conformamos todos estos **LABORATORIOS**:



El más antiguo es el de Educación Social, que empezó a trabajar hace 17 años, con mesas con diferentes colectivos. Empezó con mujeres, con diferentes agentes... Musaraña es nuestro proyecto para docentes; Nubla es el proyecto de videojuegos, jóvenes y arte; ARCHES es de tecnología y accesibilidad; Alfabetos es de idiomas y arte; Educación en Museos es un proyecto dedicado exclusivamente a profesionales de museos; y desarrollamos también el proyecto de género Nosotras, con más de 10 años de antigüedad... y Proyectos Expositivos. También desde el área de educación comandamos actividades expositivas dentro de nuestra institución. La última que desarrollamos ha sido Lección de Arte, una auténtica revolución para nosotros y para el museo. Y algunos campos de acción o algunos laboratorios son los que voy a señalar, porque han supuesto un cambio en nuestra forma de pensar y de trabajar y de entender lo que son los museos.

MUSARAÑA

Voy a contar muy brevemente dos proyectos, o a lo mejor tres. El primero es Musaraña, nuestro laboratorio para docentes. Uno de los principales objetivos del Museo Thyssen, cuando abrió sus puertas, era trabajar con profesores. Se pusieron en marcha las primeras actividades. No sé si imagináis lo primero que hicimos con los profes: enseñarles la colección y trabajarla desde un punto de vista histórico-artístico. Los primeros proyectos y actividades de nuestra área estaban encaminados para ellos, en 1994. Y este tipo de formación, de contenido histórico artístico se mantuvo hasta 2007. En ella abordábamos pintores, movimientos artísticos. Era una colección que venía de fuera y había que implicar a los profesionales de la educación en conocerla en profundidad.

Desde 2007 a 2009 hicimos un cambio. En él no nos centramos en movimientos artísticos y pintores y su época, sino en otro tipo de temática. Nada revolucionario: las técnicas artísticas. Y ahí implicamos también a artistas para abordar nuestra colección de cara a que fuera pertinente para los docentes. E hicimos otros cursos relacionados con el espacio, el color, la luz... pero era un tipo de curso más tradicional, el que necesitábamos en ese momento y que forma parte de nuestra

educa**THYSSEN**



Archivo Histórico
Museo Thyssen
Thyssen Bornemisza

historia. Tenemos un gran archivo de fotografía y las fotografías son archivos o detonantes para la memoria. Y fijaos, algunos de estos profesores siguen colaborando con nosotros y a veces

nos piden el *book* de cómo han ido cambiando con el paso del tiempo. Es bonito ver cómo se han implicado algunos profesores durante 20 años con el museo Thyssen. ¿Qué podemos leer en este tipo de imágenes? Que era una formación de un especialista que daba a los demás, no había ningún tipo de interacción. No aportaba mucho más allá. Yo como especialista te doy información, los profesores las

recibían, venían con los alumnos, se conformaba su vista y se terminaba toda nuestra relación.

Pero a partir de hace unos años, desde 2009, hicimos un parón. Decidimos dejar de hacer ese tipo de cursos, nos tomamos un año de reflexión para decidir qué queríamos hacer con los docentes y nos centramos en la metodología. Ya habíamos estudiado mucho la colección, habíamos hablado mucho de impresionismo, de vanguardias y habíamos visto a maestros antiguos y modernos.

Necesitábamos trabajar con la metodología y el arte en las aulas de una manera totalmente diferente y creamos el proyecto Musaraña, y fijaos en estas imágenes:

educaTHYSSEN



son totalmente diferentes, nos muestran otro tipo de forma de ser y estar en el museo. Son imágenes de nuestra actividad que se llama Comienzan las Clases. Un fin de de semana nos encerramos con los profesores en el museo y desarrollamos talleres, mesas de debate para pensar. Pensar una serie de detonantes que desarrollaremos a lo largo del año.

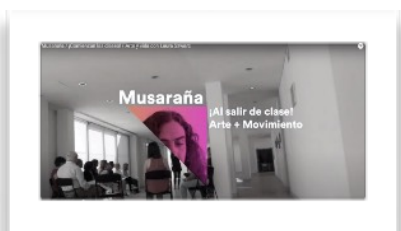
Y el detonante de este año era La Revolución. ¿Cómo la educación y el arte son vías de revolución para los alumnos y cómo el arte es una vía para la reivindicación? Vimos cómo los profesores cambiaban su actitud, forma de ser y forma de estar en el museo. Queríamos conmover, mover el suelo, remover certezas, descubrir nuevas posibilidades, probar inestabilidad para que exista movimiento. No dábamos recetas cerradas sino posibilidad de trabajo con los profesores. Y ahora mismo tenemos una comunidad de 200 profesores que trabajan de manera constante con nosotros en el museo. Ha cambiado esa forma de ser y estar en el museo. Hacemos

radio en sala, *performance* en sala, picnics en las salas del museo... trabajamos con nuestro espacio, nuestro cuerpo...

«Queríamos conmover, mover el suelo, remover certezas, descubrir nuevas posibilidades, probar inestabilidad para que exista movimiento».

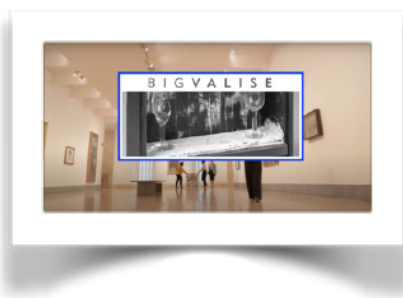
Hablamos de ecología, de la basura, cocinamos para generar ideas y crear empatía que nos permita diluir las barreras y, a partir de ahí, construir todos juntos... Hablamos de revolución, de derecho a la cultura, de cuerpo, de luz, de violencia, de agresividad... Tenemos un encuentro que es **Comienzan las Clases**; a lo largo del año tenemos **Al salir de clase**, que son diferentes encuentros con artistas; al final del curso tenemos un **Terminan las clases**, donde los profesores presentan los proyectos que han realizado a lo largo del curso... Tenemos un laboratorio estival docente, tenemos mesas de diálogo con los profesores... Tenemos espacios para crear proyectos junto con los profesores... Y lo hacemos todo en horizontal. No hay una imposición por parte del museo sino que trabajamos con ellos para desarrollar recursos, actividades e ideas que puedan implementar en sus aulas.

Una de las cuestiones que más nos preocupó al principio del proyecto Musaraña es cómo cambiar la forma de ser y estar en el museo, en las aulas, en la ciudad... No sé si os dais cuenta los que trabajáis en un museo de que existe una coreografía típica: la gente se acerca a la cartela, se aleja, dice sí con la cabeza, y se vuelve, y continúa... es una danza típica en los museos que nosotros hemos intentado cambiar de alguna forma. Y uno de esos cambios, uno de los comienzos de las clases lo dedicamos a trabajar con el cuerpo, a ser conscientes de nuestro cuerpo, de nuestra forma de ser y estar en el museo. Lo trabajamos con una artista que se llama Laura Szwarc. Había una exposición en ese momento dedicada a *El Sueño*, de Gauguin, y trabajamos conjuntamente con ella para crear, disfrutar con el cuerpo y hacernos presentes en el museo y en la vida. Os invito a ver el siguiente video:



Toda existencia es corporal; es imposible que nadie piense en vivir, educar, jugar, crecer, amar... sin el cuerpo. Y a partir de ahí desarrollamos todo un fin de semana para hacer presente el cuerpo en el museo, en las aulas y en la vida.

Hacemos talleres, discutimos muchísimo con los profesores y están superimplicados en la vida del museo. Creo que son como el motor de una parte importantísima de lo que hacemos. La parte importante del desarrollo del proyecto Musaraña son los proyectos artísticos itinerantes. No es la típica maleta que mandamos a los colegios para hicieran lo que nosotros habíamos pensado que tenían que hacer los alumnos en ese momento, con instrucciones predeterminadas, sino que damos la posibilidad de “te mandamos estas propuestas, haz lo que quieras”. Lo guay de estos proyectos es que están hechos directamente con los docentes. Trabajamos la construcción de las diferentes propuestas que itineran a lo largo del año por diferentes centros educativos del museo. Una de ellas es [La Big Valise, un proyecto inspirado en una obra de Joseph Cornell y de Kurt Schwitters](#). Lo que propones a los centros educativos es que nos cuenten su mundo en una caja; con lo difícil que es eso, contar tu mundo y tu vida en una caja. Cuando itenera por diferentes centros educativos, se va completando una maleta gigante, que va por todos los centros. Hace dos años, esa maleta con los proyectos de los chicos y chicas estuvo expuesta en la sala del museo dialogando con las obras de las que partía. Son las obras de los chicos las que legitimaron ese espacio del museo, las que hicieron posible que las obras de Cornell y Schwitters se hicieran realidad y tuvieran una significancia mayor. Pondré el video para que veáis cómo es la maleta:



Ahora estamos desarrollando [La Kepler](#), otra mochila que hemos hecho con la escuela de oficios electrosonoros. Es un gran juego basado en el museo, donde jugamos entre arte y música electrónica y que va a itinerar por los centros españoles para captar los sonidos de los diferentes centros educativos.

Otro proyecto desarrollado este año y que esperamos implementar muy brevemente lo hemos desarrollado con una profesora de Pamplona, del Colegio Nuestra Señora del Huerto. La profesora se llama Nerea Sanz y ha desarrollado un proyecto con nosotros que se llama Cartas a un Cuadro. Es un proyecto muy sencillo, en el que vamos a instalar buzones en un montón de escuelas de España para que los chavales o adultos puedan mandar cartas a las obras del museo Thyssen y después se puedan exponer en el propio museo. Trabajamos en abierto con el profe para ver qué sale. Era un proyecto de Nerea que lo hemos tomado y hemos trabajado durante este año con ella haciendo el proyecto. Y así, tenemos algún otro proyecto más, con la idea de llevar el museo a las aulas y las aulas al museo.

Este proyecto **nos ha enseñado** muchísimas cosas:

○ Una de ellas es huir de recetas para generar detonantes. No decimos lo que queremos hacer, no hay recetas cerradas, sino lo que hacemos son propuestas para que cada uno tome lo que necesite para desarrollarlo en el aula.

○ Otra, dejar que el pensamiento artístico habite en cada disciplina. Tras seis leyes orgánicas en los últimos treinta años, la enseñanza en las artes solo ha disminuido: ¿podemos aprovechar este movimiento legislativo que sitúa las artes en tierra de nadie? Desde la

periferia del sistema educativo podemos dejar que las artes entren en la escuela y lo atraviesen todo.

○ Lo tercero: ser flexibles para crecer. Existe un compromiso totalmente voluntario por parte de los docentes. No damos créditos en la formación que realizamos. Los docentes que van al proyecto Musaraña lo hacen porque quieren. Van y vienen. Y su único vínculo es el deseo de implementar un cambio en sus aulas. No hay ningún tipo de recompensa más allá de la labor que realizan para sus alumnos; eso lo tenían otros cursos y fue una de las primeras cosas que quitamos. No hay créditos.

○ Aprender de la inquietud y la sorpresa. ¿Existen conexiones entre la *performance* y las obras medievales europeas? Sí. Porque intentamos desarrollar una sociedad contemporánea de pensamiento contemporáneo y ligarlo a nuestra colección histórica.

○ Dar voz a quien no la tiene. Eso es lo que os contaba de que un especialista cuenta a la gente lo que tiene que hacer y pensar, pero en este caso desbordamos ese marco. Todos tenemos mucho que contar y que hacer.

○ Los cuidados mutuos: la verdad es que es un peligro; cuando pasas el *whatsapp* a alguien, estás perdido. Tenemos un grupo de *whatsapp* de profesores y es tremendo. Nos conocemos todos, sabemos los nombres de los profesores, sus inquietudes, sus problemas... y cuando nos reunimos en el museo hay catarsis: "me siento solo", "no me ayudan en el colegio...". Y hacemos como terapia. Nos cuidamos mutuamente entre todos los participantes.

Hemos aprendido muchísimo del proyecto Musaraña y no sabemos qué pasará. Porque intentamos construir pensando en futuros buenos mediante presentes diferentes. Han transcurrido muchos años ya desde que iniciamos el proyecto Musaraña y este año vamos a parar de nuevo, vamos a reflexionar sobre qué ha pasado y vamos a hacer una publicación: un libro con los docentes para ver qué ha ocurrido en las aulas y qué efecto ha tenido todo lo que hemos hecho en estos años en la forma de comunicar el museo a los alumnos.

NUBLA: LABORATORIO DE ARTE Y VIDEOJUEGOS PARA CREADORES CULTURALES

Es un proyecto que llevamos trabajando siete años; un proyecto que ha hecho que me esté quedando calvo, porque me ha exigido muchísima energía. En España hay 1500 museos, todos se han lanzado a la digitalización, todos quieren tener contacto más allá de sus propios muros... Nosotros empezamos a trabajar en el área de educación desarrollando una página web propia, aplicaciones, hemos hecho muchísimos juegos... y hace unos años, siete años, se presentó la posibilidad de hacer un videojuego. La tecnología para nosotros no es el objetivo, solo es el medio para lograr nuestros objetivos: acercarnos a las personas, como vosotros. Pero una tecnología también es una carta como la que nos mandó hace poco nuestra querida Iris. Os leo lo que nos pone. Yo creo que ella y sus compañeros se la enviaron a todos los museos de España, pero bueno... era bonito. Nos decía: *«Queridos trabajadores del Thyssen Bornemisza. Soy Iris, tengo 9 años y vivo en Londres. Estamos estudiando los museos y queremos convertir nuestro colegio en un museo haciendo dibujos, etc. Se llamará Un paseo por el museo»*. Y nos pedía recomendaciones de qué obras les pueden gustar más a los niños, cómo se llama eso que se aparece debajo de los cuadros, etc. Y la carta es una tecnología de primera. Igual que el dibujo, el papel, el lápiz, el boli... igual que las consolas que vemos en sala.

«La tecnología para nosotros no es el objetivo, solo es el medio para lograr nuestro objetivo: acercarnos a las personas».

Y como decía, llegamos a trabajar con el videojuego. A mí me interesaba mucho trabajar con el mundo del videojuego por estas razones:

¿Qué nos interesa de los videojuegos?

1. El videojuego como fenómeno cultural.
2. El videojuego como material expresivo y narrativo. Videojuegos para pensar nuestra contemporaneidad... ¡para debatir!
3. ¿pueden los videojuegos expandir los relatos de la educación? ¿y los del museo;

4. ¿cómo lo digital puede transformar la realidad?
5. ¿cuál es el lenguaje de las pantallas?
6. ¿podemos conseguir emocionar con las historias de los videojuegos?

Y encontré una cita de Huizinga que me certificaba que un videojuego podía tener un impacto cultural en la gente que jugaba o accedía a ellos.

«Cuando el videojuego es un bello espectáculo, se da (...) su valor para la cultura, pero semejante valor estético no es imprescindible para que el juego adquiera carácter cultural. Valores físicos, intelectuales, morales o espirituales pueden elevar (...) el juego al plano de la cultura. Cuanto más adecuado sea para intensificar la vida del individuo o grupo, tanto más se elevará en ese plano (como elemento cultural)». Huizinga, 2008

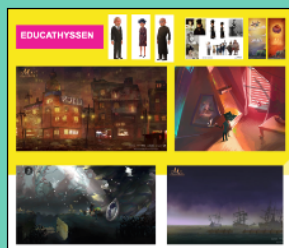
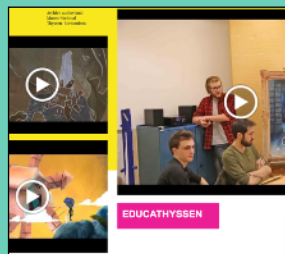
Los museos en general han hecho muchos juegos, y muchos relacionados con asesinatos, no sé por qué. Robos y asesinatos en museos era bastante habitual. Haces una relación de juegos hechos por museos y en todos los sitios han matado a alguien o han robado un cuadro. Nosotros también hemos matado a mucha gente y hemos robado cuadros del Thyssen. Queríamos salir de esa narrativa tradicional del mundo de los videojuegos y la idea surgió a partir de un proyecto realizado hace muchísimos años, llamado Aquí pintamos todos, con consolas y un juego que se llamaba Art Academy. Hicimos una formación con profesorado y los profesores diseñaban un proyecto para implementar el videojuego, el arte y el museo con sus consolas. Y a partir de ahí conocimos a un par de profesores universitarios con los que debatimos sobre los videojuegos. Y como a Rufino, mi jefe, le gustaban los videojuegos, y a mí también, todo perfecto.

¿Qué pasó? Que no teníamos dinero para hacer un videojuego. Esto suele pasar. No teníamos ni un duro. ¿Qué hicimos? Configurar un pequeño laboratorio donde debatir sobre los videojuegos, empezamos a ver muchísimos videojuegos, a ver qué podía aportar un videojuego al Museo Thyssen, si nosotros podíamos proponer una

nueva narrativa y una utilización diferentes. Y hacíamos reuniones en el museo con estudiantes del Grado de Videojuegos. Había reuniones de 25/30 estudiantes, implicamos a los profesores, a nosotros, hacíamos visitas... de todo. Para pensar un videojuego. Y pensar cómo podíamos hacer un videojuego, porque éramos tan *indies* que no teníamos ni idea. No sabíamos cómo se hacía un videojuego, pero teníamos la idea de hacer un videojuego.

Y empezamos a hacer talleres. Empezamos a hacer un montón de cosas. Y de repente, creo que nos vino a ver un santo... llega un programa que se llama PlayStation Talent. Sony PlayStation pone en marcha en España una incubadora de talentos. Tocamos a la puerta y sonó la flauta. Y dijeron que iban a apoyar nuestro proyecto de videojuego. Nosotros que éramos *indie*, no; lo siguiente. Pues nos pusimos a hacer un videojuego; no sabíamos cómo lo íbamos a hacer y ya teníamos una fecha de lanzamiento. Fue superemocionante, porque teníamos a chicos escribiendo guiones, a dibujantes, artistas, filósofos... aquello era una autentica fantasía. Y aparte de hacer el taller, llegaban los chavales con sus ordenadores, se instalaban allí en el museo, los de seguridad llamaban diciendo que había entrado gente sospechosa... No estábamos acostumbrados a que el museo se convirtiera en un *hub*, en un centro para crear cultura. Y que eso que iban a hacer con nosotros les sirviera a ellos de cara al futuro, esa es mi mayor satisfacción. Han finalizado

«Queríamos salir de la narrativa tradicional de los videojuegos».



indie
lanzamiento
hub
narración
Art Academy
talentos

ya dos videojuegos con el museo y Sony PlayStation y es su carta de presentación. Algunos ya han derivado hacia el mundo de la música y los videojuegos, algunos hacia el mundo de la narración y los videojuegos, algunos se han planteado ser artistas a partir de participar en nuestro proyecto Nubla.

Como digo, hemos hecho hasta ahora dos videojuegos. El primero duraba una hora, era muy pequeño, cometimos dos millones de errores. Cada vez que he entrado en un portal de *gamers* veía las críticas que nos hacían y digo, "madre mía, me quiero morir". Pero era un proyecto de experimentación. Nosotros lo contamos en todos lados. ¿Qué nos pasó? Que quisimos ir de listillos y entramos en un mundo que desconocíamos en cierta manera, pero fue supergratificante para nosotros, porque era un proceso educativo. Ni la intención era vender muchísimos videojuegos ni hacer grandes cosas sino que todo el proceso fuera significativo para los participantes. Que los programadores conozcan la colección mejor que yo es una ganancia. Eso no hay nadie que me lo pague. Increíble. Era un videojuego supersencillo, donde trabajamos con la idea de la memoria y la creatividad. Y los cuadros del museo eran como escenarios, las mecánicas no eran muy complicadas... aprendimos muchísimo de ahí. Y Sony nos dijo, "habéis hecho el primero, ¿y por qué no hacéis el segundo?". Y nosotros, "pues vale". Y empezamos a hacer la segunda parte del videojuego. Hicimos presentaciones, los medios se preocuparon muchísimo...

En las imágenes que veis son los participantes que formaban parte del equipo. Noventa personas han participado en la creación de los dos videojuegos, en siete años. Muchísimo tiempo. Nadie de la industria va a tardar siete años en hacer un videojuego, pero nosotros éramos un poco especiales. Han



participado los chavales en las principales ferias de videojuegos del mundo: en la del Los Ángeles, Hamburgo... y eso ha sido parte de participar en este proyecto. Yo aparezco en el videojuego como traficante de libros.

Hemos aprendido muchísimo y hemos aprendido que el museo tiene que ser un espacio de libertad, donde la contribución de todos tiene que ser tomada como iguales. Hemos aprendido que todo el mundo tiene que tener su lugar, que necesitamos tiempo para crecer. Ese es uno de los grandes males de la gestión cultural: muchas veces no da tiempo a desarrollar el proyecto y sin tiempo no llegamos a ningún sitio porque no nos da tiempo a evaluar, a sacar conclusiones, y el tiempo es fundamental para el crecimiento de los proyectos. Y hemos aprendido a hacer comunidad y a desarrollar un proceso de trabajo propio. El segundo videojuego se llamó *M. La ciudad en el centro del mundo*, y en ese, que ya duraba cuatro horas, la narrativa fue mucho más compleja: hablamos de memoria, de ciudad, de género, de los conflictos de la ciudad... intentamos implicar toda la colección para tratar temas realmente importantes, significativos, tanto para los que hacemos el videojuego, pero sobre todo para los que lo van a jugar. No sabíamos lo que hacíamos, pero lo conseguimos. Aquí está el tráiler para que os hagáis a la idea del videojuego. La música que escucháis está compuesta por uno de los participantes.



Os invito a jugar. Y cuando juguéis, id al museo a identificar los cuadros sobre los que fundamos el videojuego.

A partir del videojuego hemos hecho un montón de talleres. Hicimos una aplicación con todos los participantes, realizamos *jams*... Te encierras 48 horas para crear un videojuego. Llegamos el viernes y nos vamos el domingo, dormimos en el museo o en el espacio en que queramos, y nos encerramos a crear un videojuego. En este caso, la última *jam* que realizamos está dedicada al género, a las mujeres. Y los participantes tenían que desarrollar durante 48 horas un pequeño videojuego que hablara de una manera crítica sobre el papel de la mujer en el arte.

ANIMALARIO

Y además, desarrollamos otro tipo de videojuegos. En este caso es un videojuego que se llama Animalario, que lo hicimos a raíz de la exposición Lección de Arte. En él preguntábamos a la gente, "¿qué tipo de visitante eres?". A partir de un estudio de hace unos años, existían dos especialistas que identificaban a los tipos de visitantes con animales. Trabajamos con esa idea en el videojuego. Nos preguntamos cómo sería el visitante pez, el hormiga, el mariposa y el saltamontes. Creo que todos tenéis claro cómo actúan ese tipo de visitantes en el museo. Es un juego muy sencillo pero que nos hace pensar cómo somos y estamos en los museos.



EDUCACIÓN Y ACCIÓN SOCIAL

No quería dejar de comentar nuestro laboratorio de Educación y Acción Social, el más antiguo de todos. En él nos planteamos cómo podemos trabajar de una manera diferente el museo y nuestra acción educativa. Y empezamos a preguntarnos muchísimas cosas: si las barreras únicamente eran las físicas, cómo podemos aprender en el museo, cómo trabajar con profesionales sociales y sanitarios, cómo desarrollar trabajos en red entre los diferentes colectivos, cómo trabajar a corto, medio y largo plazo, cómo desarrollar un museo donde la inclusión sea real, cómo diseñar en función de las

necesidades, y qué desean los diferentes colectivos de nosotros. Es un proyecto donde cada una de las visitas que se hacen con los colectivos se diseña específicamente para ellos. Nos reunimos con cada uno de los colectivos y diseñamos su experiencia en el museo, qué temas quieren abordar y cómo lo quieren abordar. Lo hacemos desde hace muchísimos años. Hemos desarrollado también pequeñas exposiciones en contexto con diferentes colectivos. Nuestro programa está dividido en distintas línea de acción. Son un montón, no os voy a aburrir. Pero trabajamos de manera muy profunda con diferentes colectivos de la ciudad de Madrid y de la Comunidad de Madrid. Tenemos ya 1000 colectivos con los que hemos trabajado en los últimos años.

Para finalizar: Nos gusta pensar que el museo puede y debe generar realidades presentes e imaginarios futuros más poéticos y significativos. Nos gusta pensar en ciudadanía, que la ciudadanía es el centro de nuestro museo. Siempre utilizo esta cita de Duchamp:

«Contra toda opinión, no son los pintores sino los espectadores los que hacen los cuadros».

Un museo vacío no sirve para nada, porque para mantener una colección, la podríamos mantener de otra manera.

Acerca del autor



Salvador Martín Moya

Licenciado en Historia por la Universidad de Málaga. Máster en Gestión Cultural por la Universidad Carlos III de Madrid. Estudios avanzados en investigación didáctica y psicopedagógica en entornos escolares por la Universidad Camilo José Cela. Certificado de Aptitud Pedagógica por la Universidad de Málaga. Educador y gestor de proyectos digitales-educativos del Museo Nacional Thyssen-Bornemisza desde el año 2011.

PONENCIA 2

Cambio de paradigma en las bibliotecas: UBIK, un posible ejemplo

ARANTZA MARISKAL BALERDI

Responsable de UBIK, Biblioteca de Creación de Tabakalera

Gracias por invitarnos. No suele ser habitual que las bibliotecas salgamos de nuestros entornos de encuentros de bibliotecarias para ir a un ámbito más amplio, como este encuentro de Gestión Cultural, aunque participamos todos de lo mismo. Mi planteamiento o lo que quisiera presentaros esta mañana es qué cambio de paradigma estamos viviendo en las bibliotecas y, en nuestro caso, en la biblioteca UBIK, la Biblioteca de Creación de Tabakalera; cómo hemos desarrollado, cómo hemos pensado y cómo estamos pensando y desarrollando este cambio y adaptación a este nuevo paradigma en el que estamos viviendo. Por eso digo, «UBIK, un posible ejemplo». Porque uno de nuestros planteamientos es que cada uno tiene que hacer su proyecto.



Como sabéis, Tabakalera es un centro de bastante nueva creación en Donostia, centrado en la cultura contemporánea, inaugurado en septiembre de 2015. La biblioteca, como diremos, se inauguró meses más tarde en marzo de 2016 y este centro de cultura contemporánea, por un lado, es un edificio y, por otro lado, hay un proyecto cultural y de convivencia con otra serie de instituciones culturales con las que, cada vez más, estamos englobando un proyecto común más amplio. Al principio era como un 7 Rue del Percebe, donde convivíamos diferentes instituciones y bastante teníamos con aterrizar y poner todo en marcha, y ahora, ya tres años después, ya estamos en otra fase de la evolución del proyecto.

Centrándonos en lo que hasta ahora hemos llamado **Proyecto Cultural de Tabakalera**, tenemos diferentes líneas de acción: lo referente a las residencias de artistas, de medios de creación para los artistas, todo lo que es la pantalla, el cine, la línea de audiovisuales, que ya actualmente hablamos de pantalla compartida, porque se desarrolla un plan de trabajo común o colaborativo entre la escuela de cine Elias Kerejeta, el festival de cine de San Sebastián, la propia filmoteca y el propio proyecto cultural Tabakalera, más Donostia Cultura, desde Nosferatum y demás.... Tenemos salas de exposiciones con toda una línea expositiva, bien desde el propio proyecto cultural o bien desde las propias salas de exposiciones de la Fundación Kutxa, que también están en el propio edificio...

Aquí podéis ver [imágenes de Hirikilabs](#), un laboratorio ciudadano donde tenemos a disposición una serie de herramientas

como excusa para poder activar proyectos colaborativos de empoderamiento, desarrollo, aprendizaje...

Y también está, en todo este edificio, [UBIK, la Biblioteca de Creación de Tabakalera](#).

¿POR QUÉ HABLAMOS DE UNA BIBLIOTECA DE CREACIÓN?

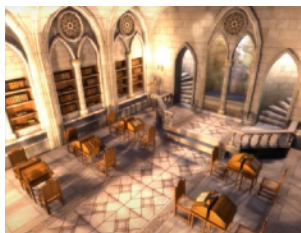
Porque estamos en un centro cultural de creación, donde hay herramientas, programas, proyectos centrados en la cultura contemporánea que se ayuda en la creación artística y también en la creación por parte de la ciudadanía, y porque nuestra colección es especializada en cultura y arte contemporáneo. Es una biblioteca pública, abierta a todas las personas, pero es especializada en cuanto a su temática. Y sus líneas temáticas responden a las líneas de acción que se van desarrollando en el programa de Tabakalera. No somos una biblioteca pública en el sentido de dedicarnos a la lectura pública, para eso ya tenemos en Donosti catorce bibliotecas o más, centradas en el trabajo de la biblioteca pública. No tenía sentido volver a invertir dinero público cuando tienes a diez minutos, al Oeste y al Este, dos bibliotecas públicas. Nosotros nos centramos en el área de la cultura y el arte contemporáneo. Me gusta explicar con vídeos:



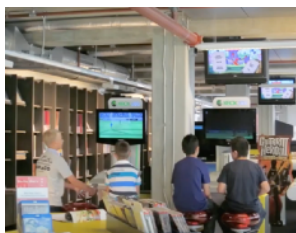
¿Qué ha pasado? ¿Cómo hemos llegado hasta aquí en la biblioteca? Está claro, la sociedad ha cambiado, las necesidades cambian y las respuestas que se le da desde las infraestructuras culturales tienen que cambiar, evolucionar, y la biblioteca es una institución más que no puede quedar atrás. Laura necesitaba un acompañamiento, un aprendizaje, un empoderamiento y unas

herramientas para desarrollar un proyecto que tenía en mente, que quería realizar, y se las hemos puesto. Es cierto que las bibliotecas son instituciones que sí han ido evolucionando y adaptándose a los servicios culturales en la vida social y la historia. Lo vemos a continuación:

Antiguos centros cerrados



Biblioteca más actual



Biblioteca DOK, Delft. 2009



Grupo creando en UBIK

De ser centros muy cerrados, exclusivos, para una élite... Donde incluso, en otro momento, los de mi edad hemos sufrido que los libros no fueran de libre acceso y tener que demandarlos. Y poner los libros y los contenidos de libre acceso fue todo un hito. Esta es la imagen de una biblioteca más actual, con mucho contenido y espacios para trabajar, con silencio... Y llegamos aquí, esta es una fotografía de 2009: en la biblioteca DOK, de Delft, cuando yo estaba en una época de recorrer, investigar y ver qué estaba ocurriendo, y me encontré con unos chavales jugando a videojuegos en una biblioteca y dije, «esto me gusta». Y ahora nos encontramos con esta situación en UBIK, donde tenemos los contenidos, las herramientas... y aquí un grupo que está aprendiendo, creando algo y trabajando de manera colaborativa.

EL CAMBIO DE PARADIGMA

Con lo cual, está claro que estamos viviendo un cambio de paradigma, que está aquí ya, y yo creo que en las bibliotecas se está trabajando mucho en ello. ¿Cuál es el cambio clave? Que hasta ahora, en las bibliotecas el objetivo principal o el servicio principal era el libro, el objeto, el contenido, la custodia... Para pasar a una situación en la que el centro, el servicio, el objetivo de las bibliotecas son las personas. Y esto es trascendental. Esto nos obliga a repensar un montón de cosas, de tareas, de objetivos que tenemos, en mi caso, en las bibliotecas, pero yo creo que es extrapolable a tantas y tantas acciones y proyectos culturales en los que trabajamos. La persona es el centro. Dentro de este cambio, y para nosotros es clave, hemos tenido una sociedad de artesanos que con la industrialización ha ido desapareciendo, aunque hay residuos... ferias de artesanía y demás, para pasar a un momento en que tenemos una sociedad de hacedores, de *makers* si queréis, pero somos hacedores. En euskera *egintzalea*; *egin*, hacemos. Las personas hacemos y para hacer, para crear, necesitamos conocimiento, ayuda, herramientas. ¿Qué mejor lugar que la biblioteca?

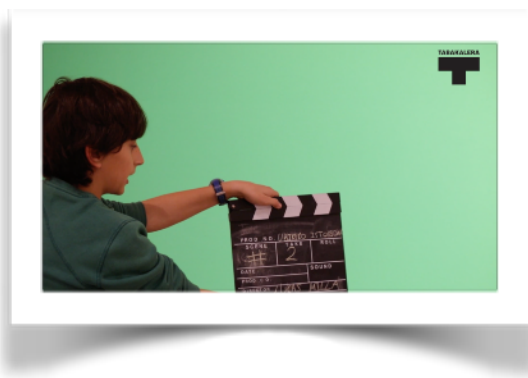


«...el objetivo de las bibliotecas son las personas. Creo que es extrapolable a tantas acciones y proyectos culturales en los que trabajamos».

Entonces, nuestra pregunta es cómo diseñamos las bibliotecas del futuro, que ya está aquí. La clave: tiempo. Parar, reflexionar, ajustar, redefinir lo que tenemos entre manos. No todo lo que tenemos costumbre de llevar a cabo tiene por qué seguir haciéndose. Cuestionarnos todo eso y planificar un futuro. Nosotros hemos tenido la suerte de que tuvimos tiempo para pensar. Entonces pudimos

replantearnos muchas cosas. Porque las bibliotecas deben diseñarse para servir a una localidad, a las personas, a las comunidades, porque como objetivo primordial, y como servicios públicos que somos, tenemos que llevar el conocimiento y la cultura a todas las personas.

Y hay una nueva cultura del aprendizaje que está muy clara: aprender haciendo, aprender a lo largo de la vida, la imaginación puede con todo. Y así estamos trabajando en UBIK:



Lucas llegó a la biblioteca más o menos obligado, empezó a trastear, quería ser actor y ahora quiere ser director. Está claro que es un joven, un adolescente, que tiene inquietudes y que tiene que buscar ese sitio donde poder desarrollar esas inquietudes y necesita ese acompañamiento y transmisión de conocimientos y una enseñanza: puedes hacerlo así, editar de esta manera... Luego no sabemos por dónde irá, pero ese acompañamiento y esa posibilidad de poder hacer cosas. Eso es un aprendizaje que se da en la biblioteca.

EL ADN DE UBIK

Pero, ¿por dónde empezamos? Nosotros en UBIK, en ese tiempo que tomamos para pensar en UBIK, pensamos en cuál iba a ser el ADN de UBIK, de la biblioteca. No sé si habéis pensado en vuestros proyectos en cuál es el ADN. No estamos hablando de objetivos sino de la manera de hacer las cosas, el marco de trabajo en el que luego vais a desarrollar los objetivos. Y dedicamos tiempo a eso. Y es cierto

que todo el tiempo dedicado a pensar en nuestro ADN luego nos ayuda en el día a día a tomar nuestras decisiones, a ver si vamos por el buen camino, porque a todas las instituciones culturales nos llegan muchísimas cosas interesantes: 100.000. Pero de lo interesante a lo realmente importante para todo, para que tu proyecto vaya por el camino que hemos definido, el ADN nos ayuda. Es esa manera de cómo lo vamos a hacer. Enunciamos una serie de conceptos que nos sirven a nosotras, por eso creo que cada uno tiene que definir las suyas. Pero a la vez son bastante universales y responden a todo este nuevo paradigma:



1. La **vocación pública**. Como institución que sirve a todas las personas, a los artistas, a los investigadores, a la vecina de enfrente, a los chavales que vienen del colegio, a aquella persona que no tiene dónde estar y duerme en la calle. Para todas las personas.
2. El concepto de **tercer espacio**. No sé si en el resto de ámbitos culturales está muy desarrollado, pero sí en las bibliotecas y sobre todo a partir de la línea de trabajo de las bibliotecas de los países nórdicos. Es ese espacio que más allá de tu casa o de tu lugar de trabajo o de estudio, lo haces tuyo. Y nuestro objetivo es conseguir que la biblioteca sea ese tercer espacio o lugar donde me siento cómoda, donde voy y estoy a gusto. Y cada vez más en nuestro caso nos ocurre con familias que nos dicen, «antes, el sábado a la tarde llovía y no sabíamos dónde ir y nos íbamos al centro comercial, y ahora venimos a la biblioteca. Es nuestro espacio».
3. El concepto de la **experiencia**. Que cualquier visita a la biblioteca suponga una experiencia, que sabes que cada vez que vas a acudir puede ocurrir algo, hay algo.
4. El trabajo de la **cocreación**, de la colaboración. Los proyectos que desarrollamos en la biblioteca se basan sobre todo en grupos, en equipos, en personas que se juntan para llevar a cabo algo. Y dentro de esta

cocreación y colaboración, para nosotros es muy importante que exista una transversalidad en las edades. Cada vez tenemos una sociedad más compartimentada: actividades para niños, actividades para jóvenes, actividades para viejos. Y quizá ya los que empezamos a cumplir unos años decimos, «a ver...». No, eso no tiene que funcionar así. Si queremos transmitir conocimientos, si queremos que haya una relación entre las personas en la sociedad y que puedan trabajar colaborativamente, tenemos que ofrecer espacios y actividades en que la edad sea transversal, porque todos tenemos qué aportar en cualquier colectivo. Por ejemplo, los talleres que se llevan a cabo son a partir de 16 años, hasta que el cuerpo aguante. Es fantástico encontrarte actividades donde hay gente de 14 o 16 años con gente de 42 y de 87. Es una maravilla. Y eso es una de las funciones que llevamos adelante dentro de nuestro ADN.

5. La **cooperación** como clave del éxito: todos aportamos y vamos adelante.

6. La **respuesta en el momento**: no decir, “espera, mañana te digo”, no. No hay tarea más importante en la biblioteca que responder o atender a las personas que vienen a ella. No hay ningún informe más importante que eso, ni ningún presupuesto más importante. Primero está el servicio, responder. Si no puedes responder en el momento porque no sabes, no tienes la capacidad, no tienes la información: «oye, te llamo, te respondo, te digo...», y lo haces. Esa experiencia del usuario es muy importante.

7. La **innovación**: no tiene límites. La imaginación... No nos ponemos límites ni decimos que no va a ser posible. ¿Por qué? Todo es posible si ponemos los medios. Conseguimos que gente que nunca ha cogido una consola se enfrente a ella y juegue. Y resulta que alguno te dice, «ahora puedo jugar con el nieto en casa, he



aprendido».

8. La filosofía del **software libre**: estaréis aburridos de oír cosas sobre esto... Bueno, va más allá de las propias herramientas, se centra en la manera de hacer entre todos; participamos, colaboramos, aportamos de lo nuestro y es para todos. Y luego a la hora de elegir las herramientas para la biblioteca intentamos siempre que sean de software libre y de momento funcionan estupendamente. A la vez una tarea nuestra es que si los usuarios y la propia biblioteca genera contenido, la licenciamos de manera libre.

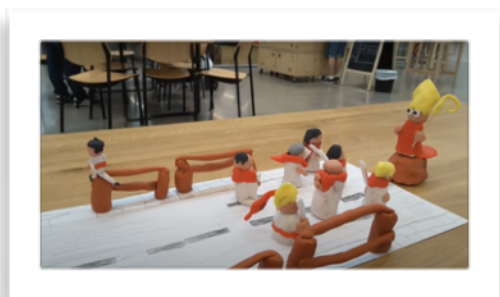
9. El **multilingüismo y la multiculturalidad**. Por definición, UBIK es una biblioteca que trabaja en tres idiomas: euskera, castellano e inglés. Todas las herramientas las hemos desarrollado del euskera al resto de idiomas y funciona genial. La manera de acercarnos a los usuarios, que no haya límites por cuestión lingüística, por cuestión cultural: adaptarnos nosotros, aprender.

10. Y la **mediación** como clave del éxito. La mediación desde el concepto de ayuda, de acompañamiento. Si viene Lucas y necesita hacer algo y no sabe cómo, le acompañamos, le ayudamos, cogemos ese tiempo, se reserva el tiempo nuestro para poder llevarlo adelante...

11. Y la **Fase Beta permanente**, es decir, coger tiempo para evaluarnos, para cuestionarnos, para mejorar. Siempre se puede mejorar.

De manera resumida, ese es el ADN de la Biblioteca UBIK. Para nosotros es básico, es nuestra columna vertebral, no podríamos funcionar sin ello y creo que cualquier proyecto cultural que se esté repensando en estas nuevas tesituras debería hacer ese ejercicio. Y también el concepto que en un principio no incluimos dentro del ADN porque lo dábamos por hecho dentro de una biblioteca pública es trabajar toda la línea de biblioteca inclusiva, de una biblioteca para

todos. Este, igual porque le tenemos especial cariño, es uno de los mejores stop motion que han hecho nuestros visitantes de la biblioteca:



Este stop motion lo hizo un colectivo con el que trabajamos dentro del proyecto de biblioteca integradora Ubik-baita. Es un grupo que suele venir asiduamente a la biblioteca, tenemos una serie de actividades acordadas con ellos y van viendo que son capaces. En este caso vienen de la fundación Aitamendi de personas con daño cerebral, pero son capaces de desarrollar cualquier otro proyecto igual que el resto de personas usuarias de la biblioteca. En este caso hicieron este stop motion en una hora de trabajo, en fechas de Sanfermines y es lo que tenían en mente. Fue divertidísimo. Entonces, es una biblioteca integradora, inclusiva... donde no cerramos ninguna actividad ni servicio a nadie. Nos adaptamos nosotros a cada persona.

También es cierto que si os habéis dado cuenta en toda la definición del ADN no he hablado ni de Carta de la UNESCO de Bibliotecas Públicas, ni de estándares... no nos preocupa, digamos. Pensamos que el paradigma de trabajar la realidad va más allá.

Entonces decidimos dar un salto después de definir el ADN y poner en práctica aquello que habíamos definido. Y aquí viene **el concepto de mediador**, que nosotros le hemos llamado mediador, pero le podemos llamar acompañante, ayudante. Es decir, como función principal de la biblioteca es dar servicio y acompañamiento a aquellas personas que lo demanden y lo necesiten. Igual que puedes

reservar libros, películas para llevar en préstamo o para consultar en sala, en nuestro caso puedes reservar el tiempo de los mediadores, de los acompañantes, de los ayudantes. «Quiero editar un video, no sé cómo hacerlo, necesitaría que alguien me echara una mano. Voy, reservo y tengo el puesto de edición que también lo he reservado y alguien me ayuda a aprender, me acompaña». No damos clases magistrales, lo que hacemos es acompañar: «sigue trabajando y cuando tengas una duda me lo vuelves a preguntar». Igual que el objetivo en los talleres nunca es «aprende photoshop»; es «vamos a trabajar un taller de fotografía, vamos a recorrer la ciudad, vamos a captar este tipo de imágenes, las vamos a editar, las vamos a subir a wikidata y así también aprendemos qué es eso de las licencias libres y demás». Y el objetivo va a ser el proceso, no tanto el objetivo del final. Lo importante es el proceso.

LOS ESPACIOS

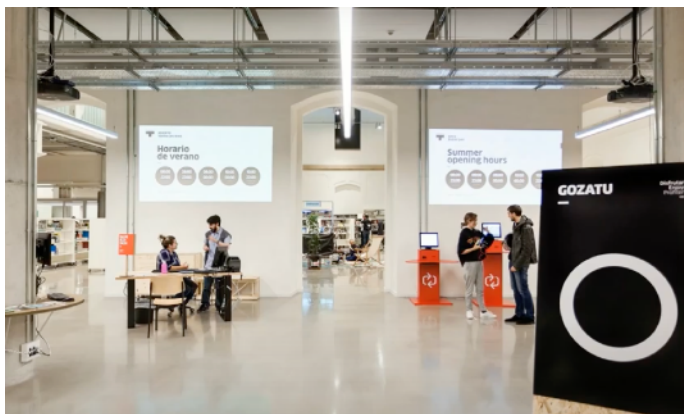
Los espacios, en todo este concepto de mediación, en este caso en las bibliotecas, son clave. Espacios que tienen que responder a las necesidades: no todos queremos hacer uso de las bibliotecas sentados y ante una mesa. Yo en mi época de estudiante era de las que estaba más echada en el suelo o en la cama que sentada en la silla. ¿Por qué cambian esos hábitos de trabajo? Tengo una compañera que si fuera por ella estaría todo el día trabajando sentada en el suelo más que en la mesa. Los espacios, el mobiliario tiene que ser flexible, tienen que responder y también creo que tienen que evolucionar en tanto y cuanto hay demandas de los usuarios, de la ciudadanía que utiliza esos espacios. En este rincón pusimos un rincón con unas



pinturas y «a ver qué pasa». Los chavales al poco tiempo decidieron que era el rincón de pintar y tenían dibujos, pero luego no sabían qué hacer con ellos. Y dijimos, «pues tendremos que poner un espacio por

si quieren dejar ahí los dibujos o se los quieren llevar a casa...» Tienes que adaptarte a lo que te van demandando. No hay que hacer una asamblea de los técnicos pensando, «si hay espacio para pintar tendrá que haber espacio para colocarlos...» No. Piensa, mira, observa.

No mostradores. Si estamos hablando de mediar, de acercarnos al otro, a nuestros usuarios, a los ciudadanos, lo peor que le puedes poner es un mostrador. Un mostrador ya te distancia. Si encima tenemos la pantalla delante, que me mira a mí y no a la persona usuaria, a la que le estoy haciendo la consulta, algo no cuadra. Y nosotros no tenemos mostradores. Tenemos una mesa en la entrada a la biblioteca porque necesitamos una mesa para hacer las tarjetas de Tabakalera, pero si no, hubiera sido un puesto libre. Las personas que trabajamos dando servicio no tenemos un puesto estático. La herramienta de trabajo es una tableta, y deambulas por la biblioteca y según viene la gente puedes ver, «a este no le conozco, le veo despistado... ¿necesitas algo? ¿te echo una mano, qué te interesa...?». Un mostrador ya nos impide físicamente, es una barrera muy importante.



Creo que en esos conceptos de mediación, estos pequeños detalles, ayudan. O pensad: en nuestro caso en las bibliotecas, normalmente los libros suelen tener unas firmas que yo la mitad de las veces me pierdo. Y si yo me pierdo, una persona que no es del gremio, ¿cómo va a encontrar?. ¿Cómo haría uso de los servicios, de

las herramientas de una biblioteca, la ciudadanía, no los técnicos? En este caso, nosotros decidimos usar otro tipo de firmas, usar los colores para todo el mundo. No solo para los niños. Siempre hay tejuelos con colores para la literatura infantil. Pero resulta que a partir de los 16 años todos somos muy listos y no necesitamos colores. ¿Cómo que no? Si nos ayudan a los 10 años, nos ayudarán a los 80 y a los 40. Pensad siempre en cómo necesitaría, cómo haría el uso, cómo te diría ese servicio el ciudadano, y no yo, como técnico, cómo lo quiero hacer. Porque a veces montamos unos mundos terriblemente complicados.



La observación como elemento para pensar en ese acercamiento, en esa mediación más allá de la gestión. Esta es la oficina de la biblioteca. Está en el centro de la biblioteca. Le llamamos la pecera. Desde ahí yo veo todo lo que ocurre. Veo si mis compañeras necesitan que se les eche una mano porque en un momento tienen algo complicado, y a

la vez las personas que vienen a la biblioteca son conscientes de que hay gente que tiene que hacer una serie de trabajos y labores para que todo aquell



Escondernos en

oficinas, en otros pisos bajo llave y demás no sirve para nada, simplemente para perder un montón de información muy, muy necesaria para tomar decisiones en el día a día, decisiones ágiles.

Escuchar. Cogor tiempo para escuchar a aquellas personas que hacen uso de nuestros servicios, en nuestro caso de los servicios

bibliotecarios. «Hay una persona sola, le gustaría jugar pero no tiene con qué. Nos sentamos y jugamos». Escuchar desde el "dame tu opinión, proponme cosas, pero yo te voy a responder». «Si tú me das tu contacto, yo te respondo». Bien, «este libro lo tomamos como una idea y cuando llegue te voy a avisar», o bien, «en este momento no podemos poner más enchufes disponibles pero lo apuntamos». O «no estamos de acuerdo con esto por esto y aquello». Tener la experiencia del usuario. Para ir terminando, os voy a poner un penúltimo video, el de Benito:



En el caso de Benito acude a la biblioteca a leer el periódico, pero como os he dicho, no tiene periódicos, porque está especializada en arte y cultura contemporánea. Pero el objetivo es siempre intentar dar respuestas:

– *«No tenemos periódicos, pero te podemos enseñar a consultarlo en internet».*

– *«No sé».*

Se fue y volvió a los dos días:

– *«Oye, que me lo he pensado mejor...».*

Fue trabajando y aprendiendo y ya es de los que enseña a otros abuelos que vienen. Muy bien. Y resulta que en esa función o esa organización que tenemos en la biblioteca de espacios abiertos, los talleres se dan en el propio espacio, no hay un aula para talleres. ¿Y por qué no? Porque igual que si la oficina mía y de mis compañeros de trabajo técnico la llevamos a una oficina cerrada, no nos ven y nos

perdemos lo que pasa en la biblioteca, al revés ocurre otro tanto: si llevamos los talleres a un espacio cerrado, el resto que no sabe que existe ese taller, no lo va a descubrir. Entonces, los talleres se realizan en el propio espacio de la biblioteca, y no pasa nada. No hay un escándalo. Es una conversación normal y el resto de personas trabajan. Él estaba en el ordenador y dijo, «¿qué ocurre ahí?». «Una vez al mes organizamos un taller». Es [Horkonpon](#), simil de los *Repair Café* holandeses, donde yo sé reparar, a ti se te ha estropeado la cafetera y nos juntamos. Y entre ambos vamos aprendiendo. Y el que ha venido a reparar una cafetera termina echando una mano con alguien en la máquina de costura. Y dijo, «ah, pues yo sé reparar paraguas, ¿podría venir?». «¡Cómo no!». Mediar es eso, dar posibilidad, poner accesibles las herramientas que tenemos; y en herramientas digo desde las físicas a talleres, tiempo y disponibilidad.

También importante: colaborar con colectivos y personas. Estamos metidos en 100.000 proyectos, bien con el festival de cine, bien con la escuela de cine, con fondos de archivo, con proyectos de investigación de “Escucha el barrio”, que se está haciendo desde el ayuntamiento de Donostia... en todo. Porque somos una institución que trabaja en Donosti, para una comunidad Autónoma, pero también dentro de un barrio.

Para terminar, un resumen de cómo trabajamos en UBIK:



Acerca de la autora



Arantza Mariskal Balerdi

Diplomada en Biblioteconomía y Documentación por la Universitat de Barcelona. Postgraduada en Gestión de Recursos Culturales por la Universidad de Deusto y Documentación Digital por la Universitat Oberta de Catalunya. Puso en marcha y dirigió Xenpelar Dokumentazio Zentroa (Centro de documentación para la guarda, conservación y difusión del patrimonio oral improvisado vasco) entre 1990 y 2009, para incorporarse seguidamente al equipo de Tabakalera. Desde 2009 es responsable de Ubik, biblioteca de creación de Tabakalera, donde centra su labor en el diseño y definición, puesta en marcha y consolidación del proyecto.

PONENCIA 3

Mediación, participación e interacción cultural. La cultura en la agenda estratégica de la innovación

JORDI PARDO

Director General de la Fundación Pablo Casals, Socio Fundador de Nartex Barcelona y Vicepresidente del Cercle de Cultura de Barcelona

LA PERSPECTIVA PROFESIONAL

En los últimos 25 años han aparecido movimientos nuevos, tendencias nuevas que nos van acercando al mundo de la economía, en el sentido de que es el mundo que a los responsables políticos les parece que es más importante, en los ámbitos de poder real. Y es la economía creativa, porque es el 8% del PIB de media en los países europeos. En Barcelona son 115.000 personas que trabajan en esto. Tiene que ver con los puntales, con los

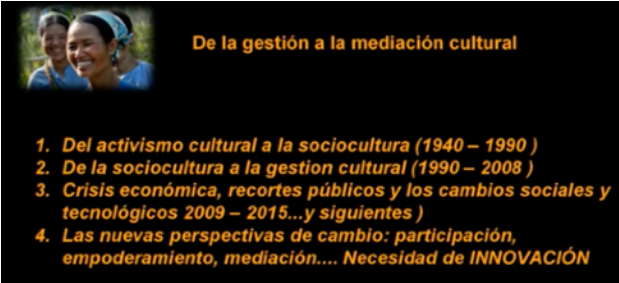
motores de desarrollo futuro, que no van a ser la industria minera, ni la agricultura ni muchas otras cosas. Además está conectado con ese ciclo de: «si eres un territorio atractivo y lo puedes ser con la cultura, puedes pasar a ser un territorio creativo y a veces esos territorios creativos, incluso pueden ser el salto a ser un territorio innovador». La innovación es creatividad aplicada de forma viable y sistemática. Lo hacen las empresas, pero también se puede hacer en un proyecto urbano y lo pueden hacer las personas. Eso se puede hacer, como pasó en Nueva York en los sesenta en el Soho, donde sin saberlo estaban haciendo economía creativa; se puede hacer de abajo a arriba, *bottom up*; se puede hacer como se intentó hacer con los grandes eventos, a veces con éxito, a veces sin éxito, de arriba a abajo, como un proyecto de ciudad o un pacto público-privado... Creo que lo más fácil es intentar buscar equilibrio y hacerlo simultáneamente *top down* y *bottom up*, de arriba a abajo y de abajo a arriba. Desde el empoderamiento y participación directa, desde la colaboración y la cocreación, pero evidentemente con pactos con los otros operadores de ese sistema en el que está la cultura, que no solo son los agentes culturales.

«Si eres un territorio atractivo y lo puedes ser con la cultura, puedes pasar a ser un territorio creativo, y a veces esos territorios creativos, incluso pueden dar el salto a ser un territorio innovador».



No voy a extenderme más sobre la importancia del hecho cultural, lo sabéis mejor. Vayamos más al grano, para entender por qué hablamos ahora de mediación. Venimos del activismo cultural: en la dictadura y la posguerra la cultura era un elemento de defensa de la dignidad y de la libertad y de muchas cosas. Con la transición lo que

pasó es que los que estaban en las manifestaciones pasaron algunos a la administración pública, porque ganaron una plaza, los contrataron... nos pasó eso. Y, por supuesto, en ese momento, se hablaba de algo que quiero recordar. Los de mi generación lo van a recordar: la **sociocultura**. Se hablaba de acción sociocultural. Los primeros centros cívicos, los primeros centros culturales, los vecinos, los barrios, las comunidades rurales. Se hablaba de sociocultura. Más tarde, en los noventa, hablamos ya de otra cosa, de **gestión cultural**, porque se había llegado a la conclusión de que no era necesario ser muy buen creativo, muy buen artista o muy buen mediador, sino que eso se debía planificar y administrar bien. Y entramos además en un momento en que la administración pública, en el mundo en general, descubre un paso siguiente a la administración basada en el criterio de racionalidad, que es el criterio de eficacia y de eficiencia, es el mundo de la cultura gerencial, que viene de la mano de los estados del bienestar más avanzados: mundo escandinavo, gran Bretaña, etc. Y nosotros, de tradición continental, más escorados hacia lo burocrático, administrativo... Es un momento en que se crean los patronatos, las fundaciones, empieza a dinamizarse el conjunto de operadores de la cultura con figuras jurídicas nuevas, públicas o privadas.



De la gestión a la mediación cultural

1. *Del activismo cultural a la sociocultura (1940 – 1990)*
2. *De la sociocultura a la gestión cultural (1990 – 2008)*
3. *Crisis económica, recortes públicos y los cambios sociales y tecnológicos 2009 – 2015... y siguientes)*
4. *Las nuevas perspectivas de cambio: participación, empoderamiento, mediación.... Necesidad de INNOVACIÓN*

La crisis económica supone una superposición de motivos de cambio. No solo los recortes, sino el drama de las personas que viven la crisis y por tanto la distancia de lo aparentemente menos prioritario, que es la cultura, ir al teatro, al cine... pero además de los cambios tecnológicos que están en plena ebullición. Y ahora estamos en una etapa aún con los efectos de la crisis, no volveremos a lo de antes, esto

lo sabemos todos... y es una etapa de imaginar un futuro distinto y por eso estamos hablando de **mediación**.

A veces cambiar es necesario, cambiar de conceptos, pero también os recuerdo: ya en Roma se inventó un *think tank* potentísimo o se le puso nombre a algo que ya existía, que ponía en contacto los errores del pasado, de la innovación, con las decisiones del presente. Lo digo porque sería un error ir, como la ley del péndulo, de un extremo al otro pensando que estamos descubriendo de nuevo el Mediterráneo, o la sopa de ajo. Detrás de las palabras puede haber mucho engaño, una palabra no es nada: ¿qué es la inteligencia? Es la gestión de conceptos, *logos*. De ahí surge el lenguaje, de la capacidad de abstraer; lo digo porque a veces somos cautivos, prisioneros de las palabras. ¿Qué queremos decir con mediación y por qué estamos hablando de mediación? En definitiva, en estos momentos se está hablando en todo el mundo, en Europa básicamente e Iberoamérica, de participación, de empoderamiento, de mediación. En definitiva, lo que está detrás es algo permanente en la historia de la humanidad, pero ahora con unos cambios brutales, rapidísimos y profundísimos, que es la **necesidad de innovación**. Eso es lo que está detrás. Y a eso me voy a referir.



LO ÚNICO PERMANENTE ES EL CAMBIO. ¿DE LA GESTIÓN A LA MEDIACIÓN?

Lo único permanente es el cambio. Siempre se ha cambiado. Lo digo por los que han nacido a partir de los noventa; el cambio ha existido siempre. Y debemos saber gestionar los cambios. ¿Qué es necesario desde mi punto de vista? Innovar en el proyecto, en la idea, en el producto, en la experiencia. Innovar en el propio concepto. Innovar en el proceso, en la distribución o acceso, ¿cómo la gente llega, se entera, participa? Innovar sobre todo en la gobernanza, que no es la acción del gobierno sino cómo participan los afectados

directamente o indirectamente en ese proceso. ¿De qué manera los tenemos en cuenta...?

Dejadme decir una conclusión profesional. Yo he trabajado en lugares duros. Yo he tenido una empresa en Suecia... fantástico. Pero la conclusión es la misma. ¿Sabéis cómo se blinda un proyecto? Cuando se comparte. No la solución, sino del diagnóstico de hablar con la gente, cuando se comparte el problema. Si uno tiene una idea o un proyecto artístico o de fiestas populares y se lo cuenta a la gente y busca su soporte, evidentemente eso es importante, pero es mucho más efectivo si antes de expresar su idea o proyecto, que ya es una propuesta, comparte el problema. Compartir el problema y que los hoteleros o los de cine, o los arqueólogos, tribus que no se hablan, tengan en común cual es el problema que comparten es fundamental para avanzar y blindar los proyectos. Y, evidentemente, la gestión, que es otra cosa: el cómo administramos, cómo funciona, quién paga, quién cobra, o quién distribuye los tiempos si es algo voluntariado... y cómo se financian. Por supuesto también innovar en la evaluación.

¿De dónde venimos? En el siglo XIX, en el estado liberal, se habla de instrucción pública, de artes, de ciencias, no se habla de políticas culturales o de cultura. Solo después del Estado del Bienestar se habla de políticas culturales. Empezando por Gran Bretaña y luego países escandinavos y poco a poco se incorporan otras lógicas. Y de ahí pasamos al Estado Relacional:

cuando el estado descubre, a diferencia de época de Napoleón, simplificando, que el presupuesto tiene un límite. Esto ya se descubrió antes de la crisis. Porque no

se pueden conquistar más colonias... el presupuesto tiene un límite, y alguien tiene que pagar las cosas. Es cuando entramos en un estado, unas lógicas nuevas que requieren la relación con los otros.



Vuelvo a poner el ejemplo de sanidad: ¿cómo vamos a mejorarla más allá del ámbito competencial de la salud pública? Con las escuelas, la gente, el diseño urbano... En ese momento es cuando hablamos de **Cultura y Desarrollo**. Y de **economía creativa**. El Estado Liberal coincide con la formación de los mercados. Coincide con la apología de la ley, la norma, el reglamento, que es la que dicta cómo tienen que hacerse las cosas, porque lo fundamental es la seguridad jurídica. Los operadores culturales entran en una lógica esencialmente burocrática y es el momento que se crean las grandes infraestructuras. Los museos nacionales: El Prado, 200 años; el Louvre es mucho más antiguo, de 1791; o el Museo Británico, primer gran museo de Europa en 1753. Pero de ahí venimos. Y el Estado del Bienestar, tras la Segunda Guerra Mundial, tiene otra lógica porque el presupuesto tiene un límite. Coincide con el desarrollo de la sociedad consumista. Algunos de aquí recordarán: ibas a la administración pública y casi te insultaban, una antipatía total, una distancia. En cambio ibas a un negocio privado y eran amables, te sonreían. La administración no era *friendly*. Era distante. Eso ha cambiado, por suerte; o bastante. ¿Por qué? ¿Porque uno paga impuestos y por eso es como pagases un ticket? No. Porque somos ciudadanos y no solo usuarios. Y es cuando se empieza a hablar de eficacia y eficiencia, en los finales de los ochenta y principios de los noventa. Y en ese entorno es cuando hablamos del entorno gerencial. Las fundaciones culturales... se descentralizan con patronatos muchas funciones públicas, se da figura jurídica a un teatro o a un programa o se crean empresas públicas dedicadas a la cultura. Y por tanto, lo que se hace es consolidar, reconocer que la cultura es un factor de calidad de vida y se están reconociendo los derechos culturales.

«Subsiste esa organización gerencial en la que no solo se busca ser eficiente y eficaz sino resultados y cambio de actitudes. Outputs y outcomes».

Pero todo cambia. El estado relacional coincide con la internacionalización de la economía, subsiste esa organización gerencial en la que no solo se busca ser eficiente y eficaz sino resultados y cambio de actitudes. *Outputs* y *outcomes*. Cambiar las actitudes de la gente, que es lo que estamos buscando ahora: cómo

incorporar públicos nuevos, cómo hacer que la gente exprese su creatividad y la canalice. Es cuando hablamos esencialmente de redes, de cultura y desarrollo, de economía creativa y cuando aparecen tensiones con el modelo burocrático tradicional.

Esto de la cultura es algo nuevo, el arte estaba en Altamira o en los dólmenes que tenéis aquí, sí, pero la visión, la administración, la gestión o la mediación de eso con la ciudadanía es algo nuevo en términos mayoritarios de la sociedad. Y tiene un momento clave, que es cuando Malraux crea el primer ministerio de cultura del mundo. Antes, un precedente fundamental es el Arts Council, del que se han inspirado o copiado muchos otros modelos. Después de la Segunda Guerra Mundial, Malraux con el ministerio de cultura, el Arts Council, y España en 1977 crea su primer Ministerio de Cultura con sus competencias; el tratado de Maastricht, el de Lisboa, que aun no han entrado en algo que yo creo que es esencial, o estaré equivocado: las **políticas culturales de dimensión europea**. Porque si no, no vamos a construir un proyecto común. Y eso no significa menospreciar a lo regional, local o nacional. No. Es superponerlo. Una Europa basada en la diversidad.



15 de septiembre de 2008: crisis de Lehman Bros. En España no nos enteramos, como si no pasara nada, hasta que en 2009 empieza a haber conciencia de lo que está pasando. Y estamos ahora viviendo todavía los efectos de lo que ha sido la RSAL, las leyes de control del gasto público, la recentralización administrativa de muchos servicios que ha afectado no solo a los técnicos de cultura del mundo público, sino también a las empresas que contratan o reciben subvenciones. Por tanto, recorte, control, coincidiendo con los otros cambios que

antes he mencionado. ¿Qué pulsiones? Gestión directa, externalización, ajustes y recortes, privatización, concertación pública y privada difícil, desarrollo de sistemas culturales complicados o con poca visión y esa necesidad de innovar en materia de cultura, en gestión, mediación y participación.

¿En qué deberíamos innovar?

Desde mi punto de vista, ¿en qué deberíamos innovar? ¿Qué está detrás de esa tensión que nos hace hablar de “de la gestión cultural a la mediación cultural”? Creo que eso es necesario, pero hay más cosas. Ese es el sentido de mi intervención: **tener una visión más amplia**. Innovar en los roles profesionales: evidentemente si uno es especialista en conservación de papel, fantástico; si uno es técnico de artes escénicas o programador, fantástico; cada uno con su cosita pero es necesario tener visión general de dónde se mueve uno y que la organización o proyecto, empresa, entidad o colectivo comunitario tenga conciencia de eso. Innovar:

1) **En la visión del conjunto de los sectores.** Las cosas las paga alguien siempre. Nada es gratis. Incluso si uno tiene agua es porque otros no tienen. Lo digo por esa conciencia que a veces... que es otro de los elementos que tiene que ver con las manías del sector cultural, que es pensar que como eres artista, te lo tienen que dar gratis, o como la arqueología es muy importante tiene que haber más dinero para el patrimonio. Que no digo que no. Visión de conjunto, saber en qué mundo estás.

2) En los procedimientos.

3) **En la conceptualización o uso**, en la carta de servicios de las infraestructuras y espacios culturales. Fijaos, el Liceu se quemó en el año noventa y cuatro, y se reconstruye. Fue una decisión desde mi punto de vista absolutamente equivocada el reconstruir tal y como había sido el edificio, con sus limitaciones. Lo digo porque las casas de la ópera, las salas de concierto, los museos no son estáticos, y lo pongo como ejemplo. ¿Cómo vamos a construir públicos nuevos? Primero tenemos que ver por qué la gente va o por qué no va a esas infraestructuras. ¿Por qué iba la gente al Liceu en 1846 cuando se inauguró? Primero porque era una manifestación cultural importante; no había pantallas y por tanto, lo cultural era presencial. O era la

lectura... Segundo: porque cultura equivalía a prestigio y se hacían negocios. La burguesía se reunía, tenía un espacio de celebración social. Ahora le llaman *networking*. Y porque además era un símbolo: toda ciudad importante debía tener una ópera o un museo, y los estados exactamente lo mismo, como los elencos nacionales, etc. ¿Cuál es el papel de los museos? ¡Si desde casa podemos ver las obras! ¿Y de las bibliotecas? Tenemos que, sin perder el sentido, el alma de las infraestructuras especializadas, debemos repensarlas e innovar en la carta de servicios. ¿Qué no podrá ofrecer nunca internet o un acceso digital? La experiencia real.



Yo soy arqueólogo y mi visión del tiempo es muy rara; yo y mis colegas, o vosotros, hemos sacado el polvo a las crisis. La visión del tiempo que tenemos es muy rara, ya lo sé, pero estamos en la prehistoria del cambio digital. Es como si hubiésemos descubierto el encender fuego; y estamos maravillados porque podemos hacer fuego, pero lo importante son los conceptos detrás de las acciones y de lo que hacemos. Digo esto porque en los museos, ¿qué vas a hacer si puedes ver las colecciones? Para mí el lujo del futuro vendrá dado por autenticidad, espacio y tiempo. El lujo se va a construir con eso. Esos electrodomésticos que utilizamos... con el 5G va a cambiar muchísimo, y yo creo que va a amplificar la necesidad de buscar lo auténtico, el tiempo y el espacio. A ver quién puede conseguir esas cosas: ese será el lujo del futuro. ¿Qué puede proporcionar un museo? Cosas presenciales, y no me gusta la palabra experiencias. Es un

anglicismo que me parece frívolo. Por ejemplo, los auditorios y centros de música que han creado programas educativos desde hace tiempo. Es que debe formar parte de la carta de servicios básica el atender, el crear, el estimular la curiosidad musical. Y eso pasa por no solo organizar conciertos convencionales. Las bibliotecas... si lo hacen las librerías, las que subsisten, que se convierten en lugares para tomar café, para hablar, para hacer crítica literaria, para escribir. Es un lugar de encuentro de la gente. Tenemos un trabajo brutal. Por tanto, revisar los espacios. Claro que tenemos que mediar, pero además hay deberes que hacer en la reinención, en la innovación. ¿Qué es innovación? Introducir cambios mediante novedades. Eso es innovación. No tiene que ver necesariamente con los bytes.

4) **En la conceptualización, uso y carta de servicios** de las infraestructuras.

5) **En la administración, gestión y financiación de los proyectos.** Ya hay realidades en las que los teóricamente consumidores, en el lenguaje del siglo XX, son socios. Procesos mucho más empoderados. Y no estoy diciendo con esto que todo tenga que ser participativo; algunas cosas sí y otras quizás no.

6) Y, evidentemente, **en la gobernanza y gestión de los proyectos.**

RETOS EN EL SISTEMA CULTURAL

Algunos retos del sistema cultural:

- Evidentemente, **la relación con los públicos:** el acceso, la participación, el consumo, el empoderamiento.

- **La promoción del arte, la ciencia y el conocimiento** y su difusión y aprehensión social. No olvidar eso que todos sabemos: no trabajamos para llenar un teatro, una galería o una exposición o un monumento o para que el festival sea un éxito. Trabajamos para otras cosas más importantes: la dignidad. La música tiene mucho de capacidad para estimular a la edad temprana la curiosidad, que es algo fundamental para subsistir, para triunfar en la vida. Si no has tenido la oportunidad de emocionarte con un motete de Bach o con hip-hop o no sé qué música popular, ¿cómo vas a saber qué te emociona o te afecta tu fuero interno? Esa es la función que deberíamos revisar. Por tanto, la promoción del arte, la ciencia, el conocimiento, su difusión y la aprehensión. El futuro ya no está en los

imperios; las grandes corporaciones de poder, y lo digo por conocimiento, porque yo he ayudado a crear un centro de innovación en el sector media, hace años, fichan a artistas, a gente de la cultura porque esto genera procesos de innovación. El arte expresa lo que todavía no se puede escribir, o lo que todavía no se puede estructurar. Y esa potencia del arte, y digo las artes, el conocimiento, las tradiciones, esos saberes son un patrimonio de todas las personas y cuando se comenta "construir dignidad" es que la gente se entere en que mundo está viviendo, por qué estamos aquí. Se puede.

«El futuro ya no está en los imperios; las grandes corporaciones de poder (...) fichan a gente de la cultura porque esto genera procesos de innovación. El arte expresa lo que todavía no se puede escribir, o lo que todavía no se puede estructurar».

-Otro reto importante es la **innovación orientada al cambio social, tecnológico y cultural**. Esto es evidente y tiene que ver con la revisión de las cartas de servicios y el papel o el concepto de los servicios o espacios de la cultura.

-**El aislamiento respecto a otros sectores**. La semana pasada presencié en Lituania de acciones en las que el chelo o la música de chelo comparte motivaciones con la danza o la pintura o la filosofía: mirar a otros sectores. No sé si os suena un tal Yo-Yo Ma, un chelista. El sábado organizaron una comida, éramos doce personas y había investigadores de neurología, científicos... Y él estaba invitado. Por eso es importante que estéis organizados, como aquí en Navarra. En Cataluña lo intentamos, pese a que está lleno de catalanes...

-**La viabilidad y financiación de los proyectos**. Pensar desde un inicio: ¿eso cómo se va a financiar?

-**El aislamiento estratégico en la administración de los proyectos urbanos y rurales**. La mediación es importante, pero hay algo fundamental que deberíamos poner en la agenda social, que es el valor que tiene la cultura. Y citaba el ejemplo doméstico de Barcelona para resituar o relanzar un proyecto urbano que afecta a la calidad de vida de la gente de todos los barrios, a la actividad económica, al posicionamiento, y a muchas otra cosas. Y eso se puede hacer mal, mejor o bien o muy bien. Algunas cosas se hacen bien y otras mal, pero ese es un ámbito en el que desde mi punto de vista,

crítica a mí mismo, merecería más atención de los que nos dedicamos a esto de la cultura en el ámbito que sea. ¿Y cómo se hace eso? Luego compartiré alguna reflexión.

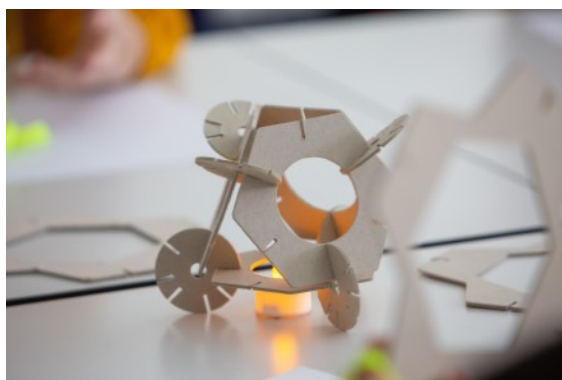
-Otro elemento que ha cambiado: **el prestigio social de la cultura**. Hace cien años para ocupar un cargo importante en el mundo público, en la política, lo digo de dos formas: lo que parecía normal era tener nivel cultural, y otra visión es que la cultura iba asociada al poder. Ahora parece como si en la política hubiésemos alcanzado el nivel de las tertulias de Telecinco de hace diez años. Y lo decía el presidente, que es un tipo importante, de la fundación Adenauer, una fundación privada pero tutelada por la República Federal Alemana. Él hablaba en la inauguración del Centro Arvo Pärt en Estonia de la diferencia entre cultura y entretenimiento y la necesidad de que hubiese cultura como ejercicio de riesgo, de experimentación, pero también de entretenimiento. Estábamos cenando e improvisó un *speech* y dijo que el drama es que nuestros políticos han confundido la política con el entretenimiento. Cito eso porque el prestigio social de la cultura es mucho menor en 2019 que hace cien años. Mirad en vuestras realidades cercanas. Por tanto es una lucha en la que debemos estar todos muy activos.



LA SUPERACIÓN DE LAS DEBILIDADES DE LOS SECTORES CULTURALES

«El otro» puede ser un colaborador/socio. En el mundo de los negocios también existe, pero la distancia que se encuentra en los sectores de la cultura es enorme y es una de nuestras debilidades. Yo soy Vicepresidente del Circle de Cultura, que no es una asociación de profesionales y gestores culturales, es un ámbito de debate independiente y lo que queremos es generar introspección y debate con el resto de sectores de la actividad económica o social. Se piensa que «el otro» es un competidor y no es verdad. Claro que es competidor, lo será siempre, pero puede ser también socio, aliado. Eso

es típico de los ecosistemas en depresión. La tendencia en un estanque donde hay pocas algas y nutrientes es que el otro es un competidor. Imaginad una balsa cuando queda poca agua. En cambio, la historia de la humanidad es una historia de cooperación. Como especie hemos subsistido, veremos si superamos el cambio climático, porque hemos cooperado. Cooperar con gente de tu propia actividad, cooperar con otros sectores. Si no, fijaos en el tamaño de las empresas, de los proyectos, cuántas producciones de cine o de teatro, cada uno va a su cosa. Y no digo que sea obligatorio pero es un registro de cambio que deberíamos considerar. Otro elemento de cambio: hay gente que piensa que tiene un derecho porque es artista. Pero oiga, la mayoría de los cuadros de los museos fue pintada por gente que no era funcionaria ni recibía subvenciones. Lo digo porque está instalada una visión de la cultura que nos hace daño a todos. No digo que no deba haber subvenciones ni ayudas a la creación, pero ¿cuál es el retorno social de eso?



La visión de conjunto del sistema cultural, la visión comprometida con el espacio social... los proyectos tienen que tener algún nivel de compromiso con el lugar con el que se desarrollan, el físico o el virtual. Después, poner el ego a buen recaudo, que es fundamental. MI proyecto, MI museo, MI obra, MI concierto... Y o cambiamos eso o... La visión abierta: como he dicho antes, lo único permanente es el cambio. No es necesario volver a descubrir la sopa de ajo. Es hablar, cooperar, buscar la opinión de otro que igual de eso sabe más que tú, tú sabes más de otras cosas, y sobre todo escuchar,

hablar, sumar, compartir, organizarse, esto que estáis haciendo, lo que intentamos hacer en todas partes, estructurar un poco más los operadores, la gente de la cultura. Es la única manera para que mejore la financiación, el prestigio social, exista un ecosistema más receptivo para la producción, la creación cultural, la preservación del patrimonio tangible e intangible. Para que esto funcione mejor. Es clave, es crítico.

EL SISTEMA CULTURAL EN LA AGENDA SOCIAL

Terminando: la cultura en la agenda social e institucional. Creo que esto es fundamental, por lo menos que nos suene y que cada uno lo interprete como quiera. Pero además de pensar en la mediación, en cómo innovamos nuestras infraestructuras, en el concepto del festival o lo que sea... en todos los registros que hay, y cada uno que ponga los que quiera, ¿cómo mejorar la posición general del conjunto del sistema cultural? Hay unos argumentos y estoy convencido de esos argumentos:

El carácter estratégico para el desarrollo de la Sociedad del Conocimiento, en la que ya hemos entrado. Veremos los robots cómo van a aparecer un día de estos... En 2022, con el 5G y las primeras aplicaciones, prehistóricas, cutres, pero que las veremos, de robots que nos resuelven la vida... esto va a generar unos efectos de cambio brutales. ¿Y esto cómo se impulsa y se genera y cómo puedes superarlo? Con una educación y una cultura, con una visión, con una dignidad intelectual mayor. Y, ¿dónde van a construir los nuevos centros de poder? ¿Dónde están las mejores universidades y la gente es más receptiva al riesgo, al pensamiento? No a lo instrumental, no me refiero a saber sumar y hacer operaciones, o saber cosas de memoria, me refiero a la capacidad creativa y la curiosidad por lo universal, por la belleza, por las preguntas de la vida. Eso es lo que está detrás de la ciencia y del arte. Las sociedades que apuesten por educación en cultura son las que lo van a tener más fácil. Lo están haciendo las corporaciones privadas en sus ámbitos de negocio. Pues a nivel comunitario creo que ese es el principal argumento. Y además esto se mide: ¿dónde hay más PIB? En los lugares donde va gente mejor educada, más culta, o donde vive más educada y más culta. Eso tiene que ver con lo que hacemos todos en nuestros días de trabajo.



Por tanto, el empoderamiento, el cambio, el impulso de la curiosidad, el papel del arte, la ciencia y el conocimiento en el futuro colectivo.

Además, un argumento esencial, que no es retórica de la gente de la cultura: **la cultura no es un gasto**. Si en España el gasto en cultura es del 1,7 %, el impacto en el PIB es de 4,5 % de forma directa. No es un gasto, es una inversión. “Es que está subvencionada...”. Perdonen, no hay industria más subvencionada que la del automóvil. Y os doy un dato de Barcelona: hay más gente trabajando en cultura, economía creativa... todos los sectores media, edición y tal que en SEAT, VW, NISSAN, MERCEDES... El impacto en PIB y en ocupación es importantísimo. Pero miramos la realidad y los economistas miran la realidad, muchas veces, no todos, con unas gafas que están absolutamente desfasadas. Y además sabemos que la industria de la automoción se va a ir a la India; a China no, porque ellos pronto ni la querrán. Por tanto, la cultura no es un gasto, es una inversión, y además del impacto directo en PIB, y en ocupación, genera una cosa que se llama competitividad. Pese a los líos de los catalanes, pese a la masificación turística, todas las empresas quieren tener una oficina en Barcelona. Y, ¿cómo se ha construido eso? Con una competitividad con el elemento fundamental de la cultura. Klaipeda, Lituania: 200.000 habitantes. Está construyendo su proyecto con la cultura público-privada, con gente con talento, lo tienen clarísimo. Y buscaríamos ejemplos y encontraríamos en todas partes. Pero eso cada cuatro años lo tenemos que repetir y es importante y es bueno, pero también

tenemos que innovar y recordarlo nosotros mismos y tenerlo claro cada día.

La construcción de las identidades y la cohesión social se basa en la cultura y en la educación. En Europa hay un movimiento creado hace quince años en Berlín y lo que pretende es poner con fuerza la cultura como elemento de construcción del proyecto europeo. Lo tienen clarísimo. Veremos qué pasa en el parlamento. Pero es un ámbito fundamental para construir algo que dé forma a una realidad. Tenemos más cosas en común con el resto de los países de Europa que cosas que nos separan. De hecho, Europa es una piedra en el zapato del capitalismo salvaje y del antiguo régimen comunista, porque se demostró que podía pactarse desarrollo económico con redistribución de riqueza. Momentos históricos interesantes.

Y por supuesto, escuchar, hablar, sumar, compartir, organizarse. Que es lo que estáis haciendo aquí.

Hablo de estas imágenes, que es la masificación, el gap social... que está en todas partes: hay 1000 personas que no tienen techo en Barcelona, en una ciudad con la renta per cápita más alta del promedio estatal y que tiene una actividad económica



trepidante. El efecto de la crisis ha sido menor en Barcelona, por supuesto mucha gente lo ha sufrido, pero es esa paradoja, esa contradicción entre los efectos de una cosa y la otra que tienen como elemento subyacente, no único pero sí muy importante, es uno de estos principales elementos, a la cultura como elemento generador de valor, de dignidad y de oportunidad. Eso es lo que está detrás.

Acerca del autor



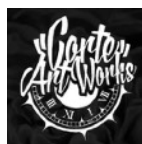
Jordi Pardo

Gestor de proyectos culturales, especialista en proyectos de intervención urbanística y de gestión patrimonial. Licenciado en Geografía e Historia, DEA en didáctica de las Ciencias Sociales. Diplomado en Arqueología Hispánica. Máster en Administración Pública por ESADE. Diplomado en dirección y gestión de Instituciones Culturales por New York University - ESADE. Experto independiente de la Comisión Europea para evaluar y seleccionar las Capitales Culturales Europeas (ECOC). Miembro del equipo internacional de expertos de UNESCO en políticas culturales en el marco de la Convención UNESCO de 2005 para la Protección y Promoción de la Diversidad de las Expresiones Culturales, y experto del programa en Cultura, Desarrollo y Gobernanza (2011 - 2015).

PONENCIA 4

Experiencias Navarras: Zuk Dance Performing Arts, Ópera de Cámara de Navarra y Jabier Landa

Experiencias Navarras recoge en esta ocasión el testimonio en el terreno de la mediación de tres proyectos invitados:



Z ZUK Dance Performing Arts

ITSASO A. CANO y MIGUEL PG

No sé si seremos los más indicados para hablar de mediación, pero desde nuestra humilde posición vamos a hablar de las cosas que nosotros vemos como artistas y creadores y cómo intentamos, digamos, saltar los problemas que tenemos día a día cuando intentamos trabajar.

Somos una compañía de artes escénicas con sede en Madrid, aunque realizamos muchos proyectos en Navarra, porque Itsaso es natural de aquí, y algunos nos conocerán por el proyecto URA que hemos hecho en Ribaforada, o el proyecto Materia, hecho hace poco, en noviembre, en el Museo Universidad de Navarra. Queremos decir que no solo nos implicamos con la danza sino que llevamos a veces música, o intentamos trabajar con otras actividades paralelas a la vez que la programación de danza, como en este Ribera en Danza que hemos hecho hace poco en Ribaforada, que llevamos por ejemplo a una monologuista, y cosas que intenten atraer al público a conocer la danza, porque, como sabéis, la danza es muy complicada, no hay público, etc. Todo esto que ya sabemos que hay que intentar dinamizar de alguna manera e intentar llenar los teatros, porque si no nunca vamos a tener un progreso, lo que al final afecta también al

artista. Es decir, si no hay público no se contrata danza, si no se contrata danza los presupuestos son más bajos, y es una cadena que nos va afectando a los espectáculos que intentamos vender o que intentamos



sobrevivir con ellos día a día.

¿Cómo empezamos nosotros en la mediación? Voy a contar una cosa que a mí me parece graciosa: en España no nos programaban, entonces yo estaba cansado de mandar convocatorias y abrasar a *emails* y las bandejas de entrada de todos los programadores estaban con *emails* míos, que yo creo que me bloqueaban directamente... pues dije, «tendré que mover mis espectáculos en otro sitio, porque hay que sobrevivir». Y nos empezaron a salir en la región de Asia un montón de bolos, y de repente un año fuimos tres o cuatro veces a Asia, al año siguiente otra vez, y digo, «pues les interesa lo que hacemos». Pero, ¿qué pasa? Que ni hablas su idioma, ni entiendes sus signos, ni nada por el estilo. No sabes ni siquiera su cultura, porque a lo mejor te hacen un gesto con la cabeza y es otra cosa. Teníamos el principal problema de decir, «hacemos la creación de una obra de algo europeo, de temática europea, hablamos de cosas que interesan a esta sociedad, pero en la otra parte del globo, ¿interesa eso o no?». Entonces empezamos a estudiar un poquito la cultura de allí, y empezamos a descubrir más o menos los canales por donde había que entrar al público de a pie. Porque llegas a Pekín, aterrizas, no conoces nada, te llevan a una sala y no sabes quién te va a venir a ver. En Navarra yo sé que va a venir la madre de X, y el padre de Y, y ocho te aseguras en primera fila, pero en Asia no sabes.



Entonces, empezamos a hacer una serie de actividades a lo largo de los días anteriores para que nos conocieran, ya sea en el instituto Cervantes de Pekín, en la sala X, en la Universidad... Creamos talleres, actividades para les interesara nuestra actividad y al final acabaran en el teatro viéndonos. Que venían cinco, pues cinco, que venían diez... pero la grata sorpresa es que los asiáticos son muy correctos y *polite*, y además les gusta mucho lo extranjero, lo exótico. Y

si viene alguien, ellos tienen que ser el anfitrión perfecto, entonces lográbamos tener bastante público. A través de eso, empezamos a hacer diferentes proyectos: por ejemplo, en el II Festival Danza Contemporánea de Johor Bahru, en la frontera con Singapur; hicimos un laboratorio de danza en la Universidad SIM de Singapur; creamos también un taller con el Instituto Cervantes y bailamos en unas ruinas históricas de un templo de 600 años... que para los chinos es «demasiado», porque lo quemaban todo. En el SIBU International Dance Festival, en Borneo; también en Bangkok; y recientemente en Casa Blanca.



Voy a extenderme con la estrategia en mediación que hacíamos nosotros antes de dar paso a los tres proyectos más focalizados en navarra: Materia, Ura y Ribera en Danza. Lo que veíamos con la mediación es que en muchas convocatorias se hablaba de ella y de cosas que estaban ahí como rondando entorno a la mediación, pero no lograba haber algo claro. Cuando yo echo a una convocatoria o escribía un dossier, no había líneas claras, todo era muy general y decía, «no sé por dónde ir", ¿no? Cuando empezamos a ir al extranjero me empecé a dar cuenta de verdad de lo que era mediar con el público, y utilizar esos canales en nuestro beneficio, y en beneficio de, lo que dicen también muchas convocatorias, promover la danza y la cultura. Sin ánimo de atacar a nadie ni a ningún sector, voy a leer unas cuantas cosas que yo empecé a preguntarme:

Hablaban de creación de nuevos públicos, que se repite mucho en las convocatorias, y es que la creación de nuevos públicos creo que hoy en día no existe. O sea, en Madrid, para crear un nuevo público tendrías que borrar toda la programación cultural, que hay todos los días 50.000 cosas, que uno se levanta por la mañana y dice, «¿a qué voy hoy?: al campeonato de pádel, hoy un monologo en el centro cultural de no sé qué, al día siguiente, hoy bailan unos aquí...». ¿Cómo va a ser a crear nuevos públicos así? ¡Si la oferta es tan grande que es imposible crear un público asiduo que le guste la danza o que le guste la música! Porque hay tanta oferta... Es casi imposible crear un público asiduo, y menos con una convocatoria. «Vamos a hacer un programa de algo, una actividad, ¿y con eso vamos a crear un público? No creo». Creo que eso se hace muy poco a poco, haciendo granitos y granitos.

«Hablaban de creación de nuevos públicos, que se repite mucho en las convocatorias, y es que la creación de nuevos públicos creo que hoy en día no existe».

Y luego también el tema de la investigación y los nuevos creadores está un poco difuso. Se crean residencias de mediación, pero se quieren proyectar a los nuevos creadores y realmente es una residencia de investigación, no de mediación. Porque si lo que queremos es potenciar a los nuevos creadores, les tenemos que dar un espacio para que creen y que desarrollen sus actividades, pero eso no va relacionado con la innovación. Puede irlo, pero entramos en dos vías. Entonces todo eso nos hizo diseñar nuestra estrategia y crear estos proyectos estudiando realmente las localidades a las que íbamos, desde las comunidades que había, por ejemplo en Ribaforada hay una comunidad musulmana que también tendría que tener cabida y no puedes atacar igual una localidad que sea solo de españoles y una que tiene mucha carga de gente musulmana, porque tienen otras costumbres, otra religión, otra forma de verlo... y eso es muy importante para nosotros a la hora de intentar mediar con el público, porque si para ti el signo de no con la cabeza significa sí, es todo lo contrario a lo que hemos aprendido desde pequeños...

A continuación os hablamos de los tres proyectos y veréis poco a poco las pautas o dinámicas que hemos hecho para intentar atraer al

público a que vieran nuestros proyectos, y si os puede servir alguna idea para alguno de vuestros proyectos o para gestionar salas o cualquier cosa, bienvenido sea.

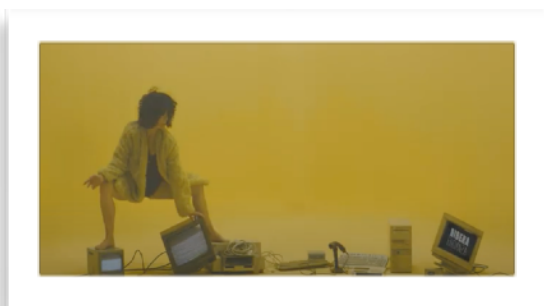


MATERIA

Materia fue un espectáculo que estrenamos en noviembre en el Museo Universidad de Navarra. Tuvimos una ayuda del Gobierno de Navarra, una pequeña subvención y lo interesante de este proyecto es que hicimos la última fase creativa en el propio museo. Aprovechando esta coyuntura, hicimos una audición y cogimos quince bailarines emergentes de Nafarroa y los integramos dentro del espectáculo en que llevábamos dos años trabajando. También, en el tiempo en que estuvimos allí hicimos pequeños *workshops* sobre la iluminación del espectáculo, sobre el vestuario y la utillería, cómo habíamos trabajado los vídeos, el trabajo audiovisual con la danza, la relación del teatro y el vídeo... y en las comidas y en las cenas, íbamos a los colegios mayores del propio museo y hablábamos de cómo había ido el ensayo ese día. Las personas que estaban estudiando artes escénicas, por ejemplo, se acercaban para ver desde cerca lo que es un ensayo y lo que es dialogar el coreógrafo con la persona que hace la grabación de video, lo que es el iluminador y cómo es su proceso en los ensayos... Fue bastante interesante. Y ahora lo que nos gustaría sería poder llevar este espectáculo a otro lugar y poder coger un grupo de bailarines del lugar y volver a repetir el mismo proceso.

RIBERA EN DANZA

Recientemente, la primera semana de este mes de mayo, el primer fin de semana, hemos hecho la primera edición del Festival de Danza contemporánea Ribera en Danza. En este festival también hemos, como ha dicho Miguel, traído músicos, todos de Navarra, y una humorista de Bilbao. ¿Por qué hemos querido hacer un festival de danza contemporánea en la ribera? Porque tiene muchísimo potencial; por ejemplo, Ribaforada dispone de un teatro magnífico, con capacidades técnicas impresionantes, pero que no tiene muchas posibilidades para traer danza. Por ejemplo, dispone de platea, dispone de titirred, pero no dispone de un público de danza y no dispone de un ciclo de danza. El hecho de llevar un festival a la calle ha podido atraer nuevos públicos y ha podido interesar a personas que pasaban por allí, y la idea es que el año que viene puedan otros municipios de alrededor unirse a la propuesta y pedir una ayuda a INAEM para hacer un festival referente nacional. Por supuesto, con sede principal en Ribaforada, que son los primeros que han apoyado la propuesta. Sobre este festival también decir que nos interesa mucho potenciar a los bailarines emergentes navarros, bailarines y coreógrafos, porque muchas veces sales de una formación, de un conservatorio y te encuentras en un desierto laboral, en un lugar donde no sabes por dónde empezar, cómo mostrar tu trabajo, “he terminado la carrera, ¿y ahora qué?”. Entonces, poder abrir un espacio donde la gente pueda ir a mostrar sus pequeñas coreografías, a comenzar, y que sea además en su propia casa, nos parecía muy interesante. Aunque la idea es crecer y hacer algo a nivel internacional, traer también gente de fuera.



URA

Por último, tenemos el proyecto Ura, un proyecto muy importante para nosotros, un proyecto que nos ha hecho mucha ilusión poder llevarlo a cabo porque trata sobre un tema que es muy importante, que ahora mismo creo que todo el mundo tendríamos que estar haciendo pequeñas labores acerca del tema de la ecología, la problemática del plástico y de la suciedad y la contaminación en las aguas. El primer taller que hemos hecho de Ura lo acogió el [DNA](#) el año pasado y lo hicimos durante un mes, una residencia artística en el teatro de Ribaforada. Ribaforada, con todo lo que pequeño que es, tiene una escuela de hip hop con muchísimos alumnos de danza urbana. Nosotros cogimos unas edades que creímos oportunas para ese taller y utilizamos treinta alumnos. Estuvimos un mes realizando todos los días actividades, desde recogida de plástico hasta... una de las más interesantes fue el guardar todo el plástico que cada uno de nosotros consumimos durante siete días: siete días guardando el plástico que le quito a la piruleta, la bandejita donde va el plátano, el plástico que me dan cuando voy a comprar cualquier cosa... porque es que consumimos muchísimo plástico. Entonces, ese plástico que trajo cada una de las personas de esos siete días, que fueron unas bolsas inmensas, fueron utilizadas después en un espectáculo que hicimos el último día de la residencia en Ribaforada. Con este plástico creamos unas escenografías que se utilizaron y la gente pudo ver el impacto que cada uno de los bailarines había generado en una semana. Imaginaos con treinta bailarines qué cantidad de plástico se pudo juntar en el escenario.

También, con respecto a la mediación, lo que hicimos fue hacer algunas de las coreografías en la calle y hablar sobre el proyecto a la gente del pueblo que se acercó a ver ese día la coreografía. Hicimos una presentación del proyecto. Y luego también proyectamos una película de título "Antes de la inundación", de Leonardo DiCaprio, superbuena, de cómo está actualmente toda la tierra respecto al tema del plástico y las aguas. También el trabajo de las redes y todos los videos que pudimos crear con los chavales recogiendo los plásticos, atrayendo al público, que el teatro se llenó... todo el tema de trabajo

de redes y audiovisual es importantísimo hoy en día. Supongo que esto todos lo tenemos muy claro en el tema de la mediación: que hoy en día todo se mueve a través de internet. Pero que el hecho de sacar las artes a la calle, sacar las artes al bar, por ejemplo en Ribera en Danza hicimos las piezas de la monologuista en los bares, cuando la gente estaba de txikiteo, cuando estaban tomándose la caña, les llevábamos las artes. Estáis en el bar, vamos al bar; estáis en la plaza, vamos la plaza. Si la gente no se acerca al teatro, nosotros acercamos a la gente el arte: eso creo que es un poco el gancho que estamos utilizando nosotros.

*«Si la gente no se acerca al teatro,
nosotros acercamos a la gente el arte».*



TXEMA LACUNZA

Tengo que decir que el concepto de mediación me parece tan suficientemente amplio y tan difícil de explicar que nosotros hemos tratado de focalizarlo en una serie de experiencias que hacen nuestro devenir hoy en día, el devenir de la asociación. Pero siempre partiendo de la base de que creemos que mediar es agilizar la comunicación entre dos partes y acortar la distancia entre las partes. Con lo cual, en ese sentido, nos sentimos unos permanentes y perpetuos mediadores. No ya entre nuestra asociación, sino entre un género como la ópera... Porque hoy por hoy, si yo digo ópera, en muchos sitios suena a género elitista, a género de poca accesibilidad, tiene una serie de condicionantes muy negativos, que es lo que nuestra asociación pretende evitar y pretende derribar: todo ese condicionante ideológico que existe respecto a la ópera. Sí debo decir que nosotros en su momento, y llevamos dieciséis años de trayectoria, surgimos partiendo desde la cúspide, desde el producto, para nosotros lo importante era el producto, de creación propia además, porque en nuestro haber en dieciséis años tenemos diecisiete



producciones propias, producciones en distintos formatos pero siempre partiendo de la creación. Y de una creación, básicamente, también tengo que decir, radicada en el territorio, en Navarra. La mayoría de compositores, de cantantes, de libretistas, porque la ópera es un tema muy complejo, han surgido del territorio, con lo cual creo que en ese sentido, la labor de mediación, porque ahí mezclamos muchas cosas respecto a la creación, está hecha.

Otra cosa es que nos dimos cuenta, que como os decía crecimos desde la cúspide, pero desde nuestro punto de vista la mediación está en la base y a Ópera de Cámara de Navarra (OCN) le hemos dado una vuelta muy importante, porque hoy el sustento y la base de OCN es la base y no la cúspide. La cúspide efectivamente serán los montajes finales, será un espectáculo bien hecho, con una calidad estupenda, porque creo que a lo largo de los años hemos desarrollado un equipo técnico y artístico muy interesante, pero necesitábamos acceder a la base. ¿Y cómo accedemos a la base? Nosotros intentamos potenciar recursos del conocimiento y además nosotros siempre hemos dicho que una de nuestras máximas es que del conocimiento nace el disfrute. Cuanto más conoces, cuanto más capaz eres de analizar una propuesta, me da igual musical, escénica, de danza, de literatura, de pintura... de lo que quieras, cuanto más conocimiento tienes, tienes muchos más recursos para acceder a un disfrute mucho más interesante que el que pueda tener al lado alguien. Como recurso. No digo que vayas a disfrutar más, pero sí tienes otros resortes. Y ahí nos

hemos implicado mucho. Porque creíamos que teníamos que ser un puente entre el género y el receptor y nos hemos empeñado en que el receptor venga desde edades muy tempranas. Por supuesto tenemos programas que van dirigidos a gente adulta, pero incluso también a adolescentes; es decir, pensamos que un espectáculo de calidad lo valora todo el mundo, y que desde el conocimiento de un espectáculo de calidad se valora más, y desde la formación para ejercer la participación; porque ese es otro de los componentes que pensamos es fundamental en la mediación: la participación de externos a lo que es nuestra propia compañía. En ese sentido, creo que os he expuesto cuáles son nuestras líneas de funcionamiento y simplemente explicaros cómo los materializamos: en una serie de programas.

«Un espectáculo de calidad lo valora todo el mundo, y desde el conocimiento y la formación se valora más.»

ESCUELA DE ÓPERA

Tal y como decía, empezamos desde la base, y la base la empezamos con una formación interna dentro de la propia compañía. Ópera de Cámara es una asociación, digamos, muy subvencionada, pero realmente de lo que se preocupa es del acercamiento a todos los públicos, pero mediante la incorporación, como decía, desde niños, desde muy niños, a los propios espectáculos. Entonces, tenemos una Escuela de Ópera, en la que a los niños los formamos en danza, interpretación y canto. Pero no es solo una formación de acudir a una escuela; el objetivo es que esos niños estén participando dentro de los montajes, que decíamos que eran la cúspide, que es el resultado final que todo el mundo va a ver, es lo que no se ve, pero todos esos niños van a estar participando dentro de los montajes de Ópera de Cámara.

Eso supone, primero, que para nosotros es tan importante el ejecutante como el oyente. Es fundamental, lógicamente, que los espectáculos tengan una calidad pero lógicamente es importantísimo que tengan audiencia, si no tienen audiencia nos estamos yendo... ¿Mediante la incorporación de estos niños estamos procurando audiencia? Por supuesto: a nivel familiar, de amigos, y sobre todo desde una edad muy temprana, con lo cual estamos atrayendo a gente a un género, ya digo, el nuestro, y es un género que realmente no

tiene gran aceptación social, llamémoslo así, pero lo estamos haciendo desde edades tempranas.

EDUCÓPERA

Pasamos a otro punto, y es el punto escolar. Nuestro punto de intervención en las escuelas es muy importante y nos parece fundamental porque aliados con los profesores, tanto de música como de literatura, como de plástica, porque realmente la ópera es un género que abarca todas las artes. Es un género completísimo: literatura con los libretos, hablamos de música, construcción de escenografía, de técnicos, de todo...

Entonces, la intervención escolar nos parece fundamental. Y la hacemos de distintas maneras. En la manera más lógica es mediante la programación: cada vez que hacemos una ópera, hacemos una programación de funciones escolares. Pero no se quedan en las funciones escolares. Si nosotros hiciéramos solo una función escolar, estaríamos llegando al profesor que le guste o que no le guste. Se elaboran una serie de guías didácticas, una serie de talleres de inserción en los colegios, con lo cual, para cuando los chicos van a ver una ópera saben de qué va, quien escribió el libreto, de qué va la música, cuál es el estilo... Es decir, a través el conocimiento estamos tratando de llegar a ellos. Pero no solo llevarlos a funciones escolares: está muy bien acercar, que también es una labor de mediación entre el colegio y el espacio de representación. Y lo estamos haciendo al revés: vamos a ir al colegio. Pero vamos a ir como un espacio no solo de intervención sino de participación, y tenemos otro programa que se llama Educópera, en que es ha desarrollado un libreto cercano a la problemática actual de los jóvenes, a las redes sociales, al tema LGTBI,



pero en que ellos se conviertan en partícipes de la propia ópera que se representará en su colegio. Ahora ya no los llevamos al colegio, vamos a estar en su colegio, y en él además ellos en clase de plástica se encargan de hacer la escenografía o el attrezzo, porque realmente cuando vamos son espacios muy reducidos y hay que hacer intervenciones pequeñas. Pero van a hacer talleres de danza y de canto, de forma que en la propia representación, mientras los cantantes, los instrumentistas están tocando la función, en momentos determinados ellos se incorporan, bailan y cantan con los protagonistas; aparte de la relación que luego adquieren con los protagonistas de una ópera... La verdad, es una experiencia que, os puedo decir, es enriquecedora en grado sumo. Y que está testado y comprobado que nos está generando público en esa cúspide de la que hablaba antes. En las representaciones que se harán en Baluarte, en Gayarre, en Villava, Burlada, ya en sitios de representación al uso se está incorporando gente que jamás se había incorporado a escuchar una ópera, y eso sí lo estamos notando y lo hemos notado a nivel de audiencias y a nivel de ir a centros de cultura y decir, «hace diez años veníamos y había 200 y ahora hay 400". Y eso os puedo certificar que son números objetivos, no subjetivos.



Otro punto: para mí uno de los proyectos estrella, de hace cuatro años, es también una inmersión en los colegios, pero siendo ellos los artífices de la creación de la ópera. Hicimos una ópera, Eloise, que ya estaba compuesta, en este caso no hicimos labor de creación, pero tuvimos a once colegios de Pamplona trabajando conjuntamente en un espectáculo final que se hizo en el Auditorio de Barañáin, y luego en el Teatro Gaztambide de Tudela, al que asistieron más de 5000 personas. ¿Por qué? Por la implicación de todos los chavales: un colegio hacía el vestuario, otro la escenografía, Salesianos se encargaba del tema técnico de iluminación, otros hicieron el tema publicitario, otros... Todos más Ópera de Cámara como aglutinador de aquel sentir, como organizador. Esos chavales siguen hoy viniendo a la ópera; y eso se hizo hace cuatro años. Entonces, creo que los

nichos, la búsqueda, de lo que hablábamos... acercamiento y participación. A través de la formación y luego del cuestionamiento, que es fundamental. Y nosotros siempre estamos abiertos; todas las experiencias traen un poso maravilloso y otro no tan maravilloso: los roces diarios, los problemas que surgen hay que gestionarlos y nos hacen cuestionarnos y avanzar hacia futuro mediante aportaciones que no son nuestras pero que vienen de fuera con toda su buena intención.

ÓPERA AL CUBO

Para terminar, os comentaré que también creo que existe un hueco dentro de los adultos, de la ópera adulta: la ópera de repertorio. Realmente no es nuestro foco principal de actividad. No veréis que ópera de Cámara monte un Otelo o un Pescador de Perlas... De momento, que también esa es otra. Pero sí de cara a la incorporación por el conocimiento que os decíamos, sí que con nuestra actividad de producción tenemos un programa que se llama Ópera al Cubo, que va por la V edición y que funciona como un tiro.



¿Y en qué consiste? Ópera al Cubo consiste en que la gente que accede al programa conviva con compositores, libretistas, iluminadores... de las experiencias. De cómo se crea una ópera, de ver el escenario vacío, de cómo descarga el camión, de cómo sube o baja una vara y por qué se cuelga de ahí y no de la siguiente, porque va a pegar en la línea de focos. Y todo eso es un foco de atracción, y funciona muy bien. En ese sentido, lo que quería transmitir es que creo que somos mediadores todos los días.



JABIER "CORTE" LANDA

Mi portafolios artístico dice que soy **artista multidisciplinar** y mi currículum dice que soy licenciado en educación física. Lo digo por contextualizar los proyectos que vamos a ver. No tengo ninguna formación artística... No sabíais esto, ¿verdad? Bueno, hay dos compañeras que me conocen y hemos trabajado juntos, y si no se han asustado y ha funcionado, creo que puedo cumplir. Voy a intentar contextualizar estos proyectos dentro lo que os puede interesar y dentro de la mediación. Lo digo porque hago muchos tipos de proyectos artísticos, siempre enfocados hacia el arte urbano, y voy a intentar que os pueda transmitir o que os pueda inspirar o aunque sea crear alguna idea.

Yo provengo del grafiti. Voy a hacer una introducción que suelo hacer cuando colaboro con ayuntamientos, por ejemplo, para crear un pequeño vínculo entre eso tan desconocido que es el grafiti y una entidad cultural o departamento de cultura. Yo provengo del grafiti, lo considero una escuela artística, es donde yo he aprendido: pintando en la calle con otras personas y ahí ya hay una **participación** y una intervención espontánea, que es algo importante que puede aportar el grafiti llevado después al arte urbano. Y en este caso voy a hablar de proyectos de muralismo. Quiero introducir también



esos términos para intentar

transmitir una corrección que no tiene por qué saberse; así que yo cuando tengo la oportunidad intento explicarlo.

Dicho esto, me toca muchas veces hacer de **mediador**, no solo entre grafiti, ayuntamiento, vecinos/as y arte, entre ayuntamientos y vecinos y vecinas... entonces, voy a intentar que estos dos proyectos muestren dos ejemplos en los que los resultados han sido bastante satisfactorios, y sobre todo visuales, que es lo que en nuestro caso podemos ofrecer.

Soy de Huarte. En Huarte tenemos un festival que llevamos diecisiete años haciendo, de forma ininterrumpida, el más longevo de todo el estado y el segundo del mundo. Es en septiembre, todos los años, y lo hacemos en colaboración con el ayuntamiento. Soy parte del colectivo Cantamañanas y es lo que nos ha dado pie a muchas colaboraciones con vecinos y vecinas. Como **artistas urbanos o escritores de grafiti**, otra forma de denominarlo, estamos en la calle,



ahí hacemos nuestra obra, por lo que la conexión con la gente de los pueblos es directa todo el tiempo y con todas las generaciones. No solo con la gente joven, que es lo que se tiende a conectar. También tengo que hacer un pequeño alegato en este sentido, aunque no seáis técnicos y técnicas de juventud. En lo que se hace mucho hincapié es en las competiciones y los concursos de grafiti, y en lugar de ello, nosotros desde el colectivo intentamos promover la exhibición de artistas profesionales y los talleres, así como los **espacios de libre expresión**. Esta es mi cuña, que la tengo que meter, porque nuestra obra es grande, es en la calle, y un chico que quiera practicarla no puede hacerlo en un cuaderno, necesitamos espacios para poder practicar. En Huarte, de donde yo soy, predicamos con el ejemplo e

intentamos dar opción: tenemos varios espacios de libre expresión, que se sepa que los tenemos. Y trabajamos talleres y trabajamos exhibición para inspirar a la gente. Esa es nuestra filosofía. Dicho esto, podría extenderme lo que queramos, pero voy a presentar dos vídeos.

FAC3S

Uno de ellos se llama Fac3s y es un proyecto entre tres pueblos: Huarte, Villava y Burlada. Yo tengo una conexión directa con los tres y hay un concepto que se llama Hiruherri, una unión entre los tres pueblos que yo pensaba que estaba poco reforzada y me parecía bonita, y de alguna forma descentralizar el pueblo, por los pueblos o la conexión incluso de geografía o de naturaleza que podía tener. En este caso en el proyecto la idea era que los vecinos y vecinas fuesen protagonistas de los murales. Son tres murales de los tres pueblos.



Ese es el primer proyecto, que yo creo que viéndolo se entiende mejor. El objetivo de la participación era que los vecinos y vecinas fuesen el contenido, los personajes. Y era muy curioso cómo al casting que propusimos vinieron 300 personas, que no esperábamos ni mucho menos tanta aceptación. Aunque la gente luego nos decía, «no creíamos que fuese a ser tan grande la pared y que se fuesen a parecer tanto», se esperaban un dibujo de comic. Pero el objetivo era justamente que se reconociesen las personas y crear un vínculo entre pueblos, entre generaciones. En cada mural había una persona de cada pueblo y cada una de una generación distinta. Muchas veces, lo primero que les venía a la cabeza era decir:

- «¿Son personas famosas?»
- Yo les decía:
- «No, gente del pueblo».
- «¿De este pueblo?».
- «De este y de los dos de al lado».
- «¿Pero por qué no son los tres de mi pueblo?»

Ahí queríamos crear un vínculo no solo con ese espacio y con tu pueblo sino con los vecinos de los vecinos. Entonces era bonito justamente eso: el grafiti, el arte urbano o muralismo consigue un **apego con el espacio, con tu entorno**, de cuidado, de orgullo, de enseñarlo. Y en este caso es de otra forma distinta al de Landarte, por ejemplo, el siguiente a presentar. Pero conseguimos eso, una conexión, un orgullo, se cuida el espacio... En mis murales muchas veces la gente me escribe que la gente ha escrito algo debajo, la gente se preocupa. Tenemos un vecino en Huarte, que hay un mural que cada semana van los chavales y le pintan bigotes... pues este vecino baja con sus pinturas de témperas y le arregla la boca, los bigotes y un día me llamó muy preocupado porque decía que lo estaba estropeando más y tenía que ir yo a arreglarlo. Y fui, y efectivamente había ido con titanlux, con témperas y había intentado arreglarlo y no había manera. Y esa persona ni siquiera participaba en ese mural pero lo tenía como propio. Vive enfrente y para él era muy importante. Entonces al final conseguimos un apego. Porque estamos modificando el entorno, que está muy saturado de publicidad, por ejemplo, y sin embargo, con esto, si trabajamos bien los mensajes y objetivos y si conseguimos que la gente participe, desde luego, el cuidado y el respeto y el orgullo creo que se multiplica.



LANDARTE: MURAL NEURONAL

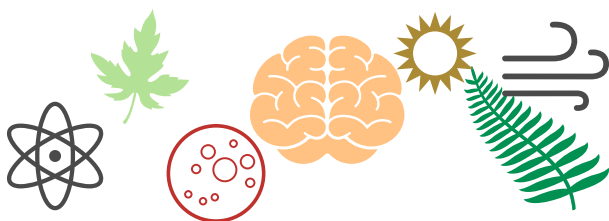
Paso al siguiente proyecto. Landarte ya de por sí es un proyecto que globalmente es participativo. Antes comentaba que estoy muy contento de poder estar aquí porque creo que cualquier compañero que ha estado en Landarte podría estar, porque era el objetivo justamente. Y me llamaron de Landarte por Fac3s, y por eso me parecía que era

interesante también incluirlo. En este caso fui a un pueblo muy pequeñito, Petilla de Aragón, que yo ni conocía y ellos estaban superenfadados porque decían que muchas veces en los mapas ni les ponían. Entonces, para ellos era importante realzar o sentirse un poco que aportan algo a su pueblo. En este caso lo que queríamos era una conexión y darle un valor mayor de forma artística al pueblo.

Ramón y Cajal es una figura célebre y que, por casualidad, lo dicen ellos también, nació en el pueblo pero ellos y ellas se aferran a eso para intentar tener algo de notoriedad. Y es un dato. Así que lo utilizamos también para conectar el trabajo científico de Ramón y Cajal con la obra mural. Normalmente hay muchas formas de hacer murales participativos; los hago constantemente en muchos pueblos, y hay muchas formas y variantes de hacerlo: esto lo digo de cara a ideas que podáis tener, posibles proyectos, etc. Hay muchas formas de poder enfocarlos. En este caso, ellos y ellas se llevaron una sorpresa grande porque creían que yo iba a dibujar algo y que ellos iban a rellenar. Y desde el gobierno me pedían un boceto constantemente y yo les decía que no existía el boceto porque lo íbamos a hacer allí. Y lo hacíamos en una semana. Y decían, «¿cómo vais a pintar toda la fachada del hostel y encima crear los diseños y todo en una semana?». Si algo tiene de bueno el muralismo y mi aprendizaje del grafiti es **la inmediatez**. De esta forma quise que la gente se quitase ese miedo a crear, metiéndoles un poco la presión de la inmediatez. Ellos y ellas se sorprendieron un montón de poder ser partícipes de la idea también, de cómo conectar. Fue un reto y creo que se consiguió bastante bien:



Este era el segundo proyecto. Como veis, tiene una implicación distinta de vecinos y vecinas y, en este caso, lo más interesante es que las ideas han surgido de ellos y ellas. Como comentaba en el video, me quedé sorprendido, porque era como la villa de Astérix y Obélix y eran auténticos expertos y expertas en ciencia. Dese la mujer de setenta y cinco años al crío de nueve. Me quedé sorprendido, de verdad. Conocían la sinapsis, los tejidos neuronales... me quedé alucinado y fue una pasada por eso, porque al ver que ellos y ellas podían aportar sus ideas fue espectacular. Si veis en internet con calma los dibujos, podéis ver que lo que hicieron fue conectar los tipos de células... Ramón y Cajal hizo ilustraciones muy trabajadas y con un valor artístico bastante potente, y visualmente recordaban a cosas, peces, flores, etc. Entonces, plasmamos como una visión geográfica de Petilla de Aragón, el enclave que está rodeado de naturaleza y rodeado de Aragón, y fueron haciendo capas de animales, de plantas, en base a dibujos de neuronas y células reales que conocían. Funcionó superbién y además quedó bonito. Es como un mosaico, pero tienen un contenido bastante potente.



Y en este caso hay algo que es importante, que quizás si os quedáis con esto creo que es suficiente, es que **el mancharse implica algo que has creado tú**, es como quien hace cerámica, sabes que lo has hecho tú. Construir una casa con tus manos pues ya es un apego muy fuerte. En este caso el poder hacer cosas, que la gente se manche y siente como propio creo que une aún más. Y ya en el caso de los jóvenes, hoy en día todo es muy digital, todo es muy limpio y va por internet y no hace falta tocar ni escribir, y, lo dicho, el mancharse, y todas las actividades que podáis hacer que se manche la gente conseguirán conectar.

PONENCIA 5

Nuevas formas de contar

IKER SEISDEDOS

Director de Babelia y Redactor Jefe de Cultura de El País

Me parece muy interesante el encuentro sobre mediación, porque, probablemente, yo me dedico a la mediación de mediaciones, a la de conseguir que la gente se entere de que muchas cosas suceden, y también por eso vengo a este encuentro con la cabeza gacha. Porque uno siempre tiene el sensación de que no hace bien su trabajo en hacer que la gente se entere, no solo de lo que la gente tiene que enterarse, es decir, de lo que es la cultura dominante desde un periódico como El País, sino de lo que sucede más allá de lo que uno esperaría de la cultura dominante: las grandes instituciones, los grandes festivales y todo este tipo de cosas... los grandes nombres. Vengo también para conocer nuevos proyectos. Ya he conocido antes tres proyectos distintos. Os invito a que cuando terminemos, o digo ahora mismo mis señas en el aire, para que las cojáis y que siempre que los gestores culturales o artistas que estáis aquí queráis comunicar algo al respecto

en El País, que siempre tengo la impresión de que, sobre todo desde una ciudad como Pamplona y desde una comunidad foral como Navarra, muchas veces da la impresión de que es un sitio inalcanzable y eso es una cosa que no está bien que sucediera. Si sucede, es claramente por culpa nuestra, de los periodistas de El País, y de cómo funciona la cultura en España y la cultura de Madrid.

TRAYECTORIA PROFESIONAL

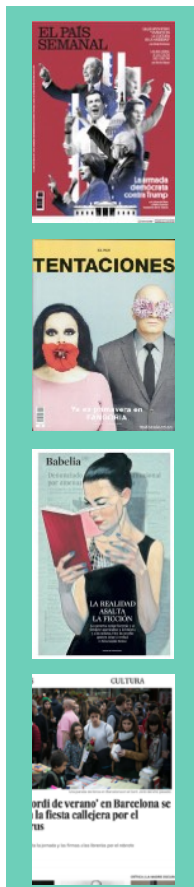
Os voy a contar un poco de dónde vengo, para que sepáis mi *background*. Yo no soy periodista, estudié derecho económico en la universidad de Deusto. Tengo ya cuarenta años y empecé en el periódico muy jovencito. Hice el máster de periodismo y esa fue mi manera de entrar, que es básicamente la manera de entrar en El País desde hace bastante tiempo: hacer un máster allí mismo, compartido con la Universidad Autónoma de Madrid, y uno si tiene suerte se queda como becario y si luego tiene un poco más de suerte se queda trabajando allí o primero como colaborador. Yo estuve trabajando en El País Semanal, que fue muy divertido porque hacía entrevistas a estrellas de Hollywood y viajaba mucho. Duró muy poco, como todo lo que tiene que ver con mi trabajo y era divertido. En seguida me pusieron a llevar el Suplemento Tentaciones, que quizás alguno ni recordará y eso significará que es muy *millennial*. Era un



suplemento de cultura juvenil y lo llevé muy jovencito, con veintiséis años. Eso fue también divertido y me quitaron rápido: en seguida me pusieron de jefe de sección de Cultura, que en los periódicos quizás sepáis que existen: el redactor jefe, que es el que manda, y el que se come todos los marrones que es el jefe de sección. Después de

bastantes años haciendo ese trabajo me pusieron en la sección de Domingo, que luego la cambiamos a una cosa que se llama Ideas, un suplemento que pretende ir más allá de la información y que es un concepto, es un acrónimo en realidad y no lo sabe nadie: es Investigación... no me acuerdo ni yo tampoco. Al final se trata de dar una visión sobre temas de política internacional y nacional y también de cultura desde un punto de vista más de reflexión.

Y después de eso, que también fue divertido y duró poco, me pusieron a llevar estas dos cosas a la vez: la sección de Cultura, una información diaria que es mucha información en internet y unas dos, tres o cuatro páginas en papel, y luego el suplemento Babelia, el suplemento de los sábados de información cultural de El País. Aparte de eso, también, para que sepáis, llevo la sección de televisión, que es bastante reciente, y la de toros, que no da mucha guerra salvo con la feria de San Isidro y la de Sanfermines, pero también a uno, aunque no tenga una especial afición por los toros por decirlo de un mundo educado, le toca también llevarlo.



LA SELECCIÓN DE CONTENIDOS

Esto de las dos o tres páginas en papel es interesante porque muchas veces la gente no se da cuenta hasta qué punto ha cambiado la profesión periodística. Cuando por ejemplo uno se queja de que algo no sale en el periódico, no se da cuenta de que cuando yo empecé a trabajar, en 2003, hace nada, antes de ayer, la sección de Cultura llevaba siete u ocho páginas, los viernes llevaba diez o doce, porque eran los estrenos de cine, y ahora normalmente tres o cuatro, y muchas veces hay que pelear con otras secciones para que no nos quiten o para conseguir un poco más de espacio porque tenemos que dar esto o aquello.

Al mismo tiempo, ha sucedido una cosa que cuando empecé no estaba tan a la orden del día, aunque ya existía internet, que es que tienes un contenedor donde puedes poner lo que uno desee o lo que uno sea capaz de poner. Es decir, los contenidos en internet son infinitos, eso es una ventaja o podría serlo, pero también hay que tener cuidado porque, primero, no todo merece salir en una web de un gran periódico como El País y, al mismo tiempo, las plantillas de los periódicos van cada vez a menos. Eso implica a la gente que está contratada y, hace unos años, en 2012, hubo un ERE muy traumático en El País y echaron a un montón de gente, y eso hizo que las plantillas se redujeran bastante. Cuando yo empecé a trabajar en Cultura éramos veinte personas, mucho más de lo que cualquier otro periódico español o extranjero soñaría con tener en Cultura, y ahora somos más o menos de diez a doce. Eso significa que no se puede atender tanto como en tiempos todo lo que va sucediendo en la cultura en España y en el extranjero. Antes había siempre la opción de "damos una columnita": no sabes bien qué hacer con un tema, mandas a alguien, un becario, y das una columna en la página número 8. Eso ya no es posible hacerlo. Y aunque parece que es menos trabajo porque se han reducido el número de contenidos que das, es más difícil llenar tres páginas que llenar diez porque parte de nuestro trabajo, lo más complicado del trabajo de alguien como yo, es escoger qué merece ser publicado.

«Los contenidos en internet son infinitos, eso es una ventaja o podría serlo, pero también hay que tener cuidado».

El hecho de que haya que escoger qué merece ser publicado implica que muchas veces, o casi todos los días, o todos los días, uno se va a casa con la sensación de haberlo hecho mal, porque es muy difícil priorizar, por un lado, y sobre todo entender qué quieren los lectores. Los lectores son esa entidad a la que los periodistas nos referimos con mucho respeto, pero al fin y al cabo no sabemos muy bien quienes son. Ahora os explicaré un poco mejor cómo la tecnología nos ha permitido conocerlos un poco más, pero al mismo tiempo es una masa bastante informe. Es decir, uno cuando se dedica a una revista especializada de arte sabe que todo lo que tenga que ver con exposiciones del Museo del Prado les interesa a sus lectores.

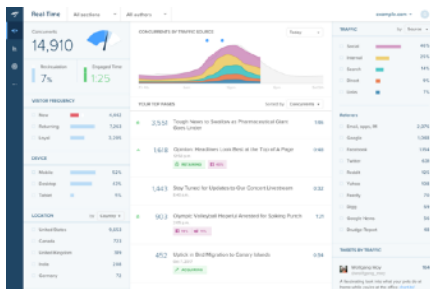


Cuando uno está en un periódico como El País, tiene que hablar a una variedad muy grande de personas de la que no siempre conoce sus características. Siempre pongo un ejemplo: Jose Manuel Caballero Bonal, gran poeta gaditano, que ya debe de tener noventa y tres años, premio Cervantes. Una vez que estaba yo en su casa me contaba que lo único que hacía todos los días con noventa años, el único motivo que tenía para salir de casa era ir a comprar el periódico, y yo pensaba que si una persona de noventa años se toma la molestia de ir a por el periódico, es una gran responsabilidad no poner tonterías o cosas que no le parezcan una tontería. Bueno, pues hay que poner cosas que no le parezcan una tontería a él y también que le puedan interesar a un chico de quince años. Es un poco como la revista dominical de El País, que se llamaba El País Semanal, que es la revista que traía mi padre a casa y se quedaba una semana dando vueltas por el salón y tenía que interesarle a mi madre, yo me leía la entrevista con Lou Reed de Rosa Montero, mi hermana la cogía y se veía... en fin, cada cual lo que le interesaba. Y eso, como comprenderéis, es muy complicado de hacer.

CONOCER AL LECTOR

Como decía, la tecnología nos ha permitido saber un poco mejor cómo son nuestros lectores con herramientas como Chartbeat, que te permite saber qué está viendo la gente en este momento. Te dice por un lado cuánta gente está en ese momento viendo el periódico: en este momento están en alguna información de El País 77.811 personas, y te lo va ordenando de más a menos. Lo que más

visitas tiene ahora mismo es la *home* del El País; la segunda, la página principal de la edición de América.

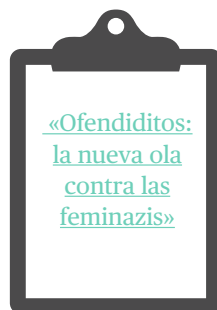


EL PAÍS tiene ahora mismo cuatro ediciones: a la que accedéis vosotros por geolocalización desde aquí; la

que se hace desde América, que hay una oficina en México con veinte personas, que además hacen un periódico que es el cuarto periódico más leído en México, y digamos que se hace un periódico más o menos latinoamericano, obviamente con mucha carga de la información española, pero ellos adaptan allí el periódico que se hace en España y quitan todos los coñazos, con perdón, de la política española y se quedan con las informaciones europeas que pueden interesar en América Latina, y hacen informaciones específicas desde las capitales donde tenemos gente: México, Colombia, Argentina y Chile.... Bueno, tenemos corresponsales en todas partes, pero gente con oficina, en esos sitios. Bueno, pues el segundo contenido con más visitas es la web de El País América. El tercero es el de El País en portugués, que se hace para Brasil. Esto es una iniciativa de hace unos cuatro años, que parecía una locura pero ha funcionado muy bien porque se hace un periódico en portugués para Brasil y ha tenido muchísima influencia y muchas visitas, cada vez más, sobre todo desde que está Bolsonaro en el poder porque para muchos de estos países la visión de un periódico de estilo europeo es interesante. Como cuando uno ve el New York Times desde aquí, que parece que tiene otra... hay ciertas cosas que les pueden interesar por la calidad o la cierta objetividad que podemos defender.

Entrando en noticias, la más vista ahora mismo, «Sánchez pide a Iglesias que reconsidere su exigencia de una coalición tras los resultados del 26M», y la primera noticia de Cultura que sale, bastante arriba por cierto, con 744 visitas, se llama «Ofendiditos: la nueva ola contra las feminazis». Supongo que así no os suena de nada. Esto es un ensayo que ha escrito una colaboradora, Lucía Lijtmaer, que se llama Los Ofendiditos y va sobre cómo el mundo ahora está muy

mediatizado por la polémica, por ese concepto que utilizamos tanto los periodistas de que “se encienden las redes”. Cuando algo molesta mucho a lo que ella considera que son “los ofendidos”. Es decir, alguien se suena los mocos con la bandera de España y la gente se ofende mucho y se monta un lío de la leche. Este contenido, que es un ensayo de Anagrama, un contenido bastante duro, está tan arriba probablemente porque es un tema muy de internet y al mismo tiempo está titulado con bastante intención, que es una cosa que hemos aprendido a hacer los periodistas, culturales y no, en los últimos años: intentar, sin perder la decencia, que las cosas resulten más atractivas. Cuando empecé a trabajar en la sección de Cultura de El País, uno podía llegar al periódico y titular una información «El último vuelo de Sylvia Plath» y luego esperar que la gente se lo leyera. Ahora mismo, si pones eso en un titular... bueno, hay muchos matices, hay ciertos personajes que tienen interés para los lectores, pero esto de aquí por ejemplo está bien titulado en el sentido de que no estás vendiendo algo que no es, pero al mismo tiempo está enganando de algún modo.



EL CLICKBAIT

En esto hay que tener cuidado porque los periodistas hemos hecho durante los últimos años, y El País ha sido culpable en muchos sentidos, el juego al *clickbait*, que habréis oído hablar de ello, que es echar la caña de pescar para conseguir un clic. Se ha hecho bastante, aunque a lo mejor en los últimos años eso ha cambiado. ¿No os ha sorprendido al entrar en la página web de El País que había un montón de noticias que no merecían estar en la página principal de un periódico, como «las 10 mejores maneras de limpiar el retrete» y cosas así? Creo que lo estamos quitando bastante, y es una cosa bastante general de la prensa mundial. ¿Qué sucedió en los últimos años? Que hubo una carrera por conseguir las audiencias mayores y eso no siempre es posible hacerlo con artículos sobre Schopenhauer, aunque os sorprendería... Siempre tendré para mis memorias, que no creo que a nadie le interese leerlas, pero una vez íbamos a publicar un tema sobre Heidegger en Babelia, lo íbamos a titular «El libro más difícil del

filósofo más oscuro» y pasó un subdirector del periódico y dijo, «con eso os vais a hinchar a visitas», como diciendo que no iba a leerlo nadie, y acabó lo más visto del día. Entonces, creo que los periodistas y grandes medios han tendido a subvalorar a sus lectores y eso se ha hecho en cierto modo para eso, para conseguir grandes audiencias. Se supone que ahora lo que tienen que hacer los periódicos con esas grandes audiencias es fidelizarlas para una cosa fundamental para nosotros y nuestra supervivencia, que es conseguir que la gente pague por contenidos, de lo que os hablaré luego.



LA TRANSFORMACIÓN DIGITAL

Esto es lo típico que pasa en los medios: de pronto los gurús nos dicen que tenemos que hacer una cosa y a los cinco años nos dicen la contraria. Los gurús de la prensa son así. Lo único seguro es que siempre ganan más dinero que hace cinco años. Pero sus tendencias siempre se contradicen, van cambiando. Por eso creo que es interesante el tema de los medios en general, parece que interesa a la gente, pero también creo que es interesante como campo de pruebas de lo que puede pasar en general en muchos de los sectores afectados por lo mismo que nos ha afectado a nosotros un poco antes: la transformación tecnológica. En el caso de la música, que empezó antes que ningún otro disciplina artística, el hecho de que a finales de los noventa viniese esa crisis enorme en la venta de discos, cuando las discográficas decidieron, las tecnológicas sería mejor decir, que era posible copiar con la misma calidad un CD en otro CD, con lo que las discográficas entregaron el máster de la grabación a cualquiera que quisiera copiarlo, en ese momento empezó una debacle que ha servido de ejemplo a muchas otras industrias. De hecho, creo que la

serie de televisión y la industria audiovisual han llevado mejor sus problemas precisamente porque han aprendido de los problemas de la industria del disco. En ese sentido, lo que ha pasado con los periódicos, y esto que se llama la transformación digital empezó hace más o menos diez años, puede servir para muchos de los ámbitos de la vida en general de las empresas y también de la gestión cultural.

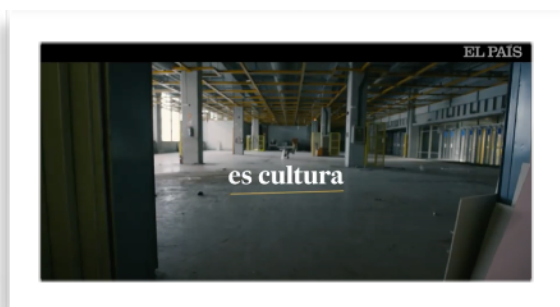
Hace poco, en una mesa redonda que compartí con gestores culturales de Madrid, que trataba sobre mediación por cierto, muchos de ellos estaban obsesionados con las páginas web que ellos son capaces de hacer: cómo llenar de contenidos las webs de los centros culturales para que la gente vaya a esas webs independientemente de si saben que van a encontrar algo allí. Hace cinco años en una mesa parecida la obsesión eran las redes sociales: tenían que conseguir de la manera más inmediata llegar a la gente y parecía, o eso fue lo que nos hicieron creer, que las redes sociales eran la manera más inmediata y que te permitía ahorrarte un montón de pasos, como poner un anuncio en una revista o salir en un periódico o poner banderolas por la calle. Eso se ha demostrado que no siempre es así, y de hecho no es así del todo, pero por eso digo, las webs y las formas de contar historias y las formas de contar los contenidos que uno tiene como centro cultural creo que son o serán claves en el futuro de los centros culturales, de la mediación de la cultura.

«Las webs y las formas de contar historias y las formas de contar los contenidos que uno tiene como centro cultural creo que son o serán claves en el futuro».

MEDIADORES DE LA CULTURA

Nosotros, como medio de comunicación somos mediadores entre muchos medios de un lado y otro; es decir, nosotros guiamos entre la cultura y los lectores, mediamos entre artistas y lectores, entre gestores culturales y lectores, y también muchas veces lo particular del gremio del periodismo cultural es que en cierto modo pertenecemos al sector de la cultura. No estamos para defender los intereses de los artistas, o no solo para eso, pero sí muchas veces nos sentimos parte. Entonces, creo que también mediamos entre el sector de la cultura y los políticos, por ejemplo, o entre la cultura y los directivos de los

periódicos. Hay una cosa que sucede todos los días a las cinco: una reunión de primera, una de las cosas que aún se mantienen del viejo régimen de hacer una portada en papel, en la que todos los redactores jefe van y tienen que defender sus contenidos. Empieza Internacional y cuenta una cosa muy importante, y muy terrible, y luego va el de España y cuenta algo fundamental, luego va el de Sociedad y cuenta un tema que afecta mucho a la gente, y entonces llegas tú y muchas veces te sientes apocado porque estás vendiendo... no sé, la última obra del teatro inmersivo que se estrena en Madrid. Nosotros tenemos que hacer ese trabajo de que también en los periódicos se valore la cultura, cosa que no siempre es fácil. Yo no tengo queja de la actual dirección en cuanto a la valoración de los temas culturales, pero hay de todo. Yo he tenido otros directores menos atentos a la cultura y otros compañeros me cuentan que en muchos otros medios se les hace bastante menos caso que a nosotros.



NUEVAS FORMAS DE TRABAJAR

Cuando decía lo de nuevas formas de contar y de lo que parte el título de la ponencia, lo que nosotros estamos experimentando ahora es que ha cambiado mucho el modo en que trabajamos. En tiempos, uno llegaba al periódico más o menos a la una de la tarde, después de haber ido, por ejemplo, a la presentación de un libro en el Círculo de Lectores, le contaba a su jefe qué tenía, el jefe le compraba y le decía que tenía media página, se iba a comer, se tomaba un chupito y cuando volvía, a las seis y media o siete, se ponía a escribir; a las ocho cerraba y se iba a casa. Y al día siguiente lo mismo, todo funcionaba de esa manera. Esto ya no es así, porque el cierre del papel es una de las

cosas que sigue condicionando la vida de un periódico, pero al mismo tiempo ha pasado a ser bastante irrelevante. Yo, que soy un enamorado del papel y sigo comprando periódicos y revistas, siempre pienso que mi vida sería mucho mejor si El País cerrase su edición impresa, porque veo a compañeros que trabajan en medios nativos digitales, que es como se llaman los que no tienen papel, y no tienen que preocuparse por las dos cosas al mismo tiempo. Yo tengo que preocuparme por cómo cerrar los contenidos en papel y al mismo tiempo cómo abastecer la web 24 horas al día, 7 días a la semana. Eso ha hecho que los flujos de trabajo empiecen mucho antes y se retrasen mucho más, y las jornadas laborales también.

En ese sentido, a pesar de que nos ha cambiado mucho la vida, los periodistas seguimos muchas veces contando las historias como las contábamos hace diez o quince años. Os voy a poner algún ejemplo. Esta es una pieza que hice yo el otro día en Bilbao: Lo pongo de ejemplo malo para que veáis que tampoco me tiro el pisto. Es una información sobre una exposición de Lucio Fontana en el Guggenheim de Bilbao. Es una información de unas 800 palabras, lo que cabe más o menos en papel y es una información con una sola foto y que tiene un texto sin ningún tipo de aderezo más allá de que tiene alguna información relacionada y algún *link*. Digamos que estaríamos en la primera fase de enriquecimiento de una información. El asunto es que hoy en día, cuando uno presenta un tema de esta manera, insisto en que lo hice yo... no está contando las cosas como deberían contarse hoy, es decir, a veces no llega a más. Estaba en Bilbao y no quería cargar de trabajo a los compañeros y, en fin, es una exposición del Guggenheim y no es una cosa que estuviese muy preparada y a lo mejor no tuvo demasiadas visitas y a lo mejor no pasa nada.

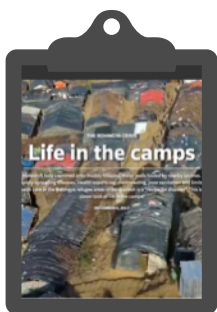


Pero esto mismo se puede contar así. Así lo contó el New York Times. No es la misma exposición, es la que hubo en el Metropolitan de Nueva York y como veis la presentación es mucho más atractiva. Como veis, aquí ponen uno de los famosos cuadros cortados de

Fontana, empieza el texto, y como veréis hay dos fotos... más fotos... la foto que habíamos puesto nosotros o similar... Una manera más atractiva de explicar una historia, y esto sería el paso número dos: añadir unas fotografías, más de las que se pueden dar sobre una exposición, a una información; es un primer paso para lo que se puede llegar a hacer hoy en día con una información.

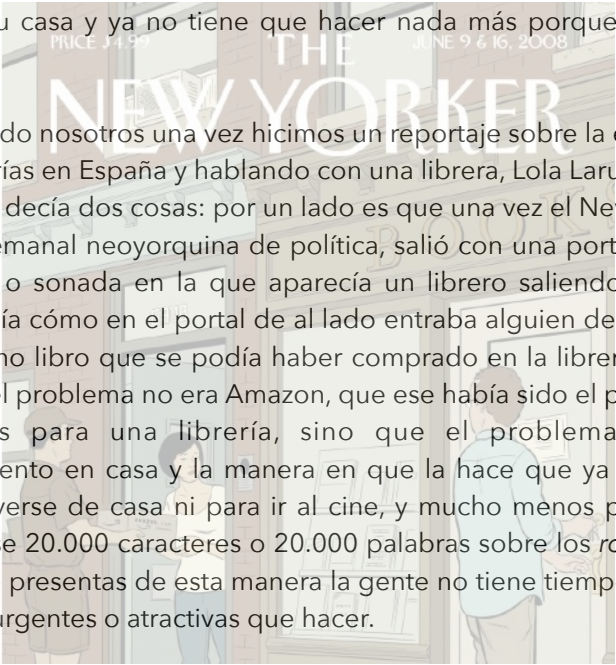


Os voy a poner algunos ejemplos. Esto es un reportaje de la agencia de noticias inglesa Reuters sobre la vida en los campos *rohingyas*. ¿Conocéis la historia de la catástrofe humanitaria en Bangladesh? Ellos hacen una información 360: tienen por un lado la información que uno puede recopilar con una libreta y después escribe un texto, pero lo presentan de una manera mucho más atractiva y añadiendo mucho más. Aquí ponen un mapa, aquí un mapa interactivo, al lado un localizador... que además se puede ir viendo mientras pasan los textos cómo cambia el mapa para que uno pueda ver a qué se refiere el texto. Están, por ejemplo, los puntos donde pueden beber agua en esos campos, muchas fotografías, y después hay vídeos también.



Obviamente, esto no se puede hacer con cualquier información porque no existe tanta fuerza de trabajo para esto. Calculo que en esta información habrán trabajado unas veinte personas. En la de Fontana trabajé yo y el chico que tuvo la amabilidad de subirme la pieza a la web. Esto, como digo, no puede ser para todo tipo de información porque no da para tanto la cosa. Pero aquí están metidos infógrafos, gente de vídeo, de visualización de datos, por supuesto periodistas, editores web y todo ese tipo de cosas... Os lo pongo como ejemplo de cómo los periodistas y los periódicos estamos intentando luchar contra lo que creo que estamos todos, que es la amenaza que tiene cualquier expresión cultural ahora mismo, que son las plataformas digitales HBO, Netflix, Amazon y Apple, que es esta cosa donde uno se

sienta en su casa y ya no tiene que hacer nada más porque lo tiene todo ahí.



Cuando nosotros una vez hicimos un reportaje sobre la extinción de las librerías en España y hablando con una librera, Lola Larumbe, de Alberti, nos decía dos cosas: por un lado es que una vez el New Yorker, la revista semanal neoyorquina de política, salió con una portada muy importante o sonada en la que aparecía un librero saliendo de una librería y veía cómo en el portal de al lado entraba alguien de Amazon con el mismo libro que se podía haber comprado en la librería. Y ella decía que el problema no era Amazon, que ese había sido el problema hacía años para una librería, sino que el problema era el entretenimiento en casa y la manera en que la hace que ya no haga falta ni moverse de casa ni para ir al cine, y mucho menos para, a lo mejor, leerse 20.000 caracteres o 20.000 palabras sobre los *rohingyas*, que si no lo presentas de esta manera la gente no tiene tiempo o tiene cosas más urgentes o atractivas que hacer.

APROBACIÓN Y DISTRIBUCIÓN DE CONTENIDOS

¿Cómo es el proceso en que decidimos cuáles son los contenidos que salen en El País? Por un lado, como digo, yo trabajo con dos ritmos, por un lado el semanal de Babelia y por otro lado la información diaria. Os voy a decir una cosa que a lo mejor es de Perogrullo, pero pese a que mucha gente tenga la impresión de que el periodismo cultural básicamente se dedica a promocionar actos culturales, nosotros también nos dedicamos a sacar noticias, y las noticias son eso que dicen que decía George Orwell, que es «contar algo que alguien no quiere que cuentes». Y decía, «el resto son relaciones públicas». En la parte que nos dedicamos no a la noticias, que son lo que los museos, los ministros y ese tipo de gente no quiere que saquemos, cuando nos dedicamos a promocionar algo, a hacer de prescripción o a señalar entre el mogollón de cosas que hay en el mundo algo interesante, tratamos de... Yo tengo muchos inputs para enterarme de algo que sucede y a partir de ahí decidir si merece salir o no. Yo recibo unos ciento cincuenta *emails* al día proponiendo cosas de este tipo; recibo también propuestas de la gente que trabaja en el periódico y también de los colaboradores, que son unos cien

colaboradores culturales en el periódico. Y recibo también llamadas de teléfono, aunque eso ha bajado bastante en los últimos años. Lo que intentamos hacer, aparte de ser justos con la información, es ver qué es lo más relevante para esa persona que no conocemos, que es el lector de El País. A pesar de esos ciento cincuenta *emails* y llamadas y colaboradores, muchas veces se nos escapan cosas. El otro día escribió un señor al periódico muy indignado un email que tituló "ridículo histórico" porque no nos habíamos enterado de que había un congreso sobre arte inclusivo en Málaga. Creo que fue un poco exagerado en lo del ridículo histórico en no habernos enterado, pero sí es verdad que no nos habíamos enterado y es un tema interesante que podíamos haber valorado.

«Tenemos la sensación de que no somos capaces de hacernos entender con ese unicornio blanco que son la generaciones *millennial*, *centennial*...»

Nosotros cuando tenemos esa información, decidimos cómo distribuirla, si algo es para Babelia o si es para Cultura. Básicamente a grandes rasgos: si algo tiene un perfil más informativo iría en la sección de Cultura, en el periódico del día a día, en las páginas entre Deportes y Sociedad, y las cosas más reposadas o de crítica o entrevistas más en profundidad van en Babelia. Hay una segunda diferencia que a veces hacemos y es si algo va en papel o solo en la web, eso es interesante porque nos hemos preguntado muchas veces si deberíamos hacer dos tipos de secciones de Cultura. Sabemos que en papel sobre todo tenemos lectores no tan mayores como Caballero Banal pero que algún día lo serán y en la web tenemos lectores de todas las edades y muchos son jóvenes y tenemos la sensación de que no somos capaces de hacernos entender con ese unicornio blanco que son la generaciones *millennial*, *centennial*... Un buen ejemplo de algo que podríamos hacer y que no sabemos muy bien cómo atacar es el tema de los videojuegos. Siempre parece que es algo muy moderno y que consigue que a la gente joven le interese, pero siempre me pregunto si el tema es lo que hace que la gente se interese o es el cómo lo cuentas. Yo creo que se podría hablar de videojuegos para cualquier edad siempre y cuando encuentres un enfoque que lo haga interesante.

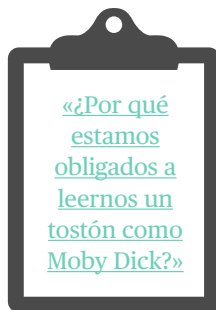
Con eso también tenemos que tener cuidado, y creo que en eso nos parecemos a los gestores culturales o centros culturales. Hace seis meses hubo una polémica que generamos nosotros cuando la Biblioteca Nacional albergó parte de una exposición sobre Leonardo da Vinci que había comisariado el presentador de Pasapalabra. Nos pusimos muy estupendos y nos pareció un escándalo; por otro lado creo que teníamos parte de razón, y hubo un catedrático de historia del arte que escribió un artículo que decía que no podía ser que al abrigo de una institución científicamente tan relevante como la Biblioteca Nacional hubiese una propuesta así. No ya de alguien que como no era historiador del arte, los historiadores del arte se pusieron de uñas con él, Christian Gálvez se llama, sino que no tuviese el rigor científico que se supone a una exposición de esas. A la Biblioteca Nacional le generamos un gran disgusto y se escudaba en que la parte de Christian Gálvez estaba en las escaleras y en algunas partes comunes, no en el *sancta sanctorum* de la sala de exhibiciones, donde efectivamente había una cosa muy interesante.

Tuve una reunión con Ana Santos, directora de la Biblioteca Nacional, en que me expresó su susto, y la verdad es que se ve que les generó una crisis de las que se generan ahora, que dentro de poco espero que sepamos gestionar mejor, que es una gran bronca en internet, que se pasó a los dos días y de la que nadie se acordaba, pero que generó una jornada sobre cómo llegar a los nuevos públicos y que se hizo en la Biblioteca Nacional. Fue una jornada interesante, en la que se habló de si eso era legítimo: si uno podía echar mano de un presentador de televisión para hacer que la gente se interesase por Leonardo.



Nosotros también hemos probado esa medicina cuando una vez se me ocurrió probar en Babelia, solo en la web, y ahí comprobé que a la gente le da igual la web o el papel, porque la mayoría de la gente que ve los contenidos en la web y si pone Babelia arriba no sabe si sale en el papel o no. Se me ocurrió encargar a un escritor llamado Kiko Amat, barcelonés y que escribe muy desenfadadamente, una sección que se llamase Clásicos Latosos.

Se fue publicando con bastantes visitas pero sin grandes broncas hasta que se le ocurrió meterse con Moby Dick, e hizo un artículo que generó una gran polémica porque él venía a decir que no hacía falta leerse Moby Dick porque es un rollo. Yo no estoy de acuerdo pero no solo publico cosas con las que estoy de acuerdo, pero acabó en una polémica según la cual nosotros estábamos invitando a la gente a que no leyera. Y nuestro interés era llegar a nuevos públicos, que a lo mejor la gente que ve Babelia y se echa a dormir pensara que puede haber un texto gracioso o desenfadado y nos salió el tiro por la culata. Me sirvió para darme cuenta también de que no somos ingleses porque eso en un medio anglosajón se hubiese interpretado como un contenido aburrido pero aquí la gente se llevó las manos a la cabeza. Me hizo mucha gracia porque un sector muy aguerrido de los críticos literarios escribió columnas en otros suplementos culturales y Kiko, que es un tío muy gracioso, me dijo que ese tipo de gente que se echa las manos a la cabeza con algo así son «guardas en un campo de concentración vacío». A veces, otro de los problemas a los que nos enfrentamos es hasta dónde uno puede llegar en acercar las cosas al público sin que la gente piense que lo está banalizando.



LOS INTERESES DEL PÚBLICO

¿Para qué sirve realmente la información sobre el público? A nosotros nos da pistas, pero es importante no dejarse engañar. Por ejemplo, más o menos tengo claro qué contenidos dentro de la sección de Cultura interesan más. Interesan el cine y la música lo que más, y luego un pelotón de cosas como el arte, el teatro... y luego algunas que interesan menos, pero yo por eso no dejo de dar danza.

La danza, en general, y creo que es porque tampoco sabemos explicarla, no interesa demasiado, pero el hecho de que no interese no hace que yo no dé información de danza. Nunca damos información suficiente de nada. Si alguno os dedicáis a la danza estaréis pensando que no damos nunca nada. Pero eso no puede hacerte tomar decisiones erróneas.



Por ejemplo, tenemos un crítico de música clásica que se llama Luis Gago, que sabe mucho de lo suyo y es muy respetado, yo creo, y sé que sus críticas de 3.000 palabras sobre Richard Strauss no son *blockbusters*. Sé que si pongo todos los días una información de Rosalía tendré muchas más visitas pero hay que tener cuidado con eso.

«Si solo le das a la gente lo que le gusta, no le va a gustar otra cosa que eso que ya le gustaba»

De hecho, hoy hay una información de Rosalía en el periódico que cuando me he enterado, he llamado y he preguntado, ¿para qué lo habéis puesto? Porque hay que tener un poco de cuidado porque el hecho de saber que algo le gusta a la gente es como lo de siempre, «si solo le das a la gente lo que le gusta, no le va a gustar otra cosa que eso que ya le gustaba». En ese sentido, nosotros

hemos apoyado mucho en el periódico, lo que hemos podido, al Centro de Artes Vivas de Matadero, que es una institución que quizás no ha llegado aquí el eco de la polémica, pero que han empezado campañas para... lo pusieron en lugar de un centro de teatro convencional. Y obviamente el centro de teatro convencional, que venía La Casa de Bernarda Alba, etc., tenía mucho más espectadores, pero yo creo que esa apuesta valiente del ayuntamiento de Madrid, que creo que se va a acabar por desgracia, era necesaria, y es la responsabilidad de los periódicos intentar apoyar eso.

LÍMITES

Otra cosa de la que me gustaría hablar y tiene sentido que hablemos aquí es del terrible problema que tiene la cultura española, y creo que de todos los países, que es su centralidad. Es muy difícil a veces que salgamos los periódicos y todos los medios de comunicación de informar de cosas que solo suceden en Madrid, en Barcelona, y a lo mejor en Valencia, y un poco en Sevilla y a veces en Bilbao y ya está. Tiene que ver con que la red de corresponsales de los periódicos, y supongo que de las televisiones, pero hablo de lo que sé, se ha ido resquebrajando con el tiempo y muchas veces hay plazas en las que tenemos un corresponsal político que sabe poco de cultura y que le interesa poco la cultura. Creo que muchas veces en esos lugares, como por ejemplo Pamplona, nos dan por imposibles y ni siquiera intentan que nos enteremos de lo que sucede.

Otro problema que tenemos es presupuestario: intentamos llegar a todo, pero no podemos, no tenemos suficiente gente e intentamos que no nos inviten a las cosas y a veces es complicado. No digo que no aceptemos ninguna invitación porque sería mentira, pero intentamos ir a las cosas por nuestro propio pie, porque si no sería muy fácil salir en El País. Yo recibo invitaciones todos los días a los sitios más peregrinos; hoy sin ir más lejos nos ha invitado a Dinamarca, a Moscú... Emiratos Árabes siempre están dispuesta a llevarte en primera a algún lado, y hay que tener cuidado. Ese es otro de los equilibrios que tenemos que hacer y no siempre es fácil: entre cuánta información local/nacional de España y cuánta información extranjera tiene que dar un periódico como El País, que tiene aspiración de ser un periódico europeo, que más de la mitad de las visitas las recibimos de Latinoamérica, y al mismo tiempo uno no tiene que creerse tan estupendo para informar todo el tiempo de lo que sucede en el Metropolitan y el MOMA y no contar qué sucede en el museo Arqueológico Nacional.



AUDIOVISUALES

¿Qué cabida tiene la televisión dentro del El País Cultura? La televisión es una página que hay hacia el final, al lado de la programación, en la que se habla sobre todo de contenidos; es otro de los equilibrios difíciles. Por un lado está la televisión que ve todo el mundo, que también habría que ver qué significa “todo el mundo”, pero son las cadenas generalistas, los programas del corazón, El Intermedio, los informativos, Las Mañanas de Ana Rosa... y luego están todas las nuevas plataformas que en general a los periodistas que hacen televisión nos gustan mucho más y a veces nos pasamos de estupendos y estamos todo el día hablando de series. Es un equilibrio complicado pero genera cosas interesantes.



Está siempre el debate de si las series deberían salir de televisión y pasar a Cultura, dado que parece que es el producto cultural más consumido en el momento, y eso también implica en el caso de la televisión que muchas veces lo tratamos como trataríamos una información cinematográfica: desde el punto de vista de la industria y de la creatividad. Pero a veces, como la semana pasada, mi vida se convirtió en un infierno porque coincidieron cuatro cosas: el Festival de Cannes, algo en lo que tengo bastante experiencia, y la Feria de San Isidro, pero lo que fue lo peor de todo fue Juego de Tronos y Eurovisión. Eso fue una conjunción astral que fue espantosa. Pero, por ejemplo, Juego de Tronos es un buen ejemplo de cómo los periódicos ahora saben cómo relacionarse con la gente. Hemos identificado que Juego de Tronos interesa mucho a la gente, y es difícil hacer suficiente información para interesar a la gente que le interesa Juego de Tronos sin pasarse. Si me preguntas a mí, la semana pasada quizás nos pasamos un poco, pero creo que es mejor pasarse que quedarse corto. Era el final de la serie, que a los que la ven, les parece lo más importante desde la redacción de la Biblia, y a los demás, entre los que me incluyo, nos parece surrealista. Pero es cierto que al tener que comerte la cabeza sobre cómo informar sobre algo que quiere

todo el mundo y que todo el mundo está haciendo al mismo tiempo, generó contenidos interesantes.

INTERNACIONAL

La otra cuestión de los contenidos internacionales: más que en Europa, que también se lee, y hay una parte que se publica en inglés, lo que más nos importa ahora es Latinoamérica. Es interesante porque hace algún tiempo, desde que tenemos la edición latinoamericana y desde que la empresa, más allá de los periodistas, a los que también nos importa mucho, se dio cuenta de que el mercado español está muy maduro y polarizado. Es decir, hay mucha gente que nunca va a leer El País, de la misma forma que hay mucha gente que nunca va a leer el ABC. Entonces, ese mercado maduro tiene por otro lado quinientos millones de hispanohablantes y mucha capacidad para crecer por ahí. Entonces, ¿cómo haces la información para Latinoamérica? Al principio cometimos bastantes errores pensando que lo que querían los lectores latinoamericanos era que les hablásemos de Latinoamérica. Es verdad que agradecen que uno haga una crónica sobre un espectáculo en el Teatro Colón pero al mismo tiempo les interesa que les cuentes qué pasa en París. Entonces, en ese sentido creo que tenemos que hacer no tanto lo que sucede en EE.UU., que allí ya tienen sus propios ámbitos, sino que lo vemos como un puente entre Europa y Latinoamérica. Sin caer en el paternalismo de “os voy a contar qué pasa en vuestra ciudad”, porque eso, primero, no tenemos la capacidad de hacerlo, y segundo, que no... Creo que lo que uno agradece al leer un periódico extranjero es ver la mira de un corresponsal, del mismo modo que grandes corresponsales que tenemos hablan sobre lo que pasa con el juicio de la Kirchner; pues lo mismo con la cultura.

«El mercado maduro tiene por otro lado quinientos millones de hispanohablantes y mucha capacidad para crecer por ahí».

HISTORIAS

¿Ingredientes que tendría que tener algo hecho en Pamplona para que tenga cabida en el maremágnum de Babelia o la sección de Cultura? Lo que yo intento hacer muchas veces es ir más allá de la

información concreta. Lo que antes pasaba con El Correo en Bilbao es que uno se lo compraba y se enteraba si tocaban los Zodiacs o no, y eso El País no debería hacerlo, porque esa es información de servicio, aparte de que existen las redes sociales. Lo que sí es cierto es que hay muchas iniciativas que se hacen en Pamplona y otros lugares que son interesantes por las historias que contienen. Lo que a veces yo recomendaría a los gestores culturales que quieren llamar la atención de un gran medio es intentar encontrar una historia. A mí, si me llaman y me dicen, «tenemos un festival...», que me he fijado viniendo y ya voy a mirar lo que es porque no me había enterado, «...llamado Ecozine, de cine y medio ambiente»: eso es el gran tema del momento. Hay muchas maneras en que un festival de cine puede tener cabida en un periódico como El País. Seguro que hay algún contenido que porque viene algún director o se pone alguna película que no se ha estrenado en España, podemos interesarnos por él. Otro ejemplo de cine y Pamplona es el Festival Punto de Vista. Lo que nunca o probablemente nunca tendrá mucha proyección es si alguien programa a Sara Baras o algo que pueda estar en Madrid o Barcelona... Hay otros ejemplos: el Flamenco On Fire ha intentado o ha conseguido, ya sé que no es exactamente un evento cultural de producción local, pero ha conseguido encontrar su hueco. Nosotros tenemos aquí a un colaborador que quizás conozcáis: Andrés García de la Riva.



que no es exactamente un evento cultural de producción local, pero ha conseguido encontrar su hueco. Nosotros tenemos aquí a un colaborador que quizás conozcáis: Andrés García de la Riva.

Pero lo que a veces es difícil es encontrar el equilibrio entre lo que tenemos que dar porque tenemos que dar y que pueda colarse un contenido de este tipo, pero siempre y cuando haya una historia detrás; no es tan importante que sea una gran institución la que lo promueva sino si hay una historia detrás. A mí muchas veces me preguntan, «¿cómo podemos hacer para conseguir convencer a la gente?». Si llamas a El Mundo o a El País y no te hacen ni caso, yo te recomendaría eso: vender historias más que eventos culturales, porque uno cuando tiene un trabajo como este y alguien le llama, casi está buscando el lugar por donde decir, “esto no lo vamos a cubrir por

lo que sea...” Pero hay cosas interesantes aquí, desde luego. Si las conexiones de tren fuesen más rápidas, también ayudaría.

«Si llamas a El Mundo o a El País y no te hacen ni caso, yo te recomendaría eso: vender historias más que eventos culturales».

PÚBLICO JOVEN

Creo que por un lado les hacemos demasiado caso: estamos muy preocupados por ellos, cuando yo creo que ellos tampoco lo necesitan, y hablo de los *millennials*. Los *centennials* ya es otra cosa: nacieron entre del 95 al 2005 y esos están empezando a salir al mundo. Pero creo que intentamos interpretar qué quieren y al mismo tiempo, nosotros y las marcas de todo tipo, los infravaloramos muchísimo. Pensamos que no leen, que no saben quién es Unamuno y todas estas cosas, cuando yo creo que no es verdad. Yo doy clases en un centro de Bellas Artes y cada año veo que la gente está más despierta. A veces pensamos que hay que dárselo todo muy mascado y eso es contraproducente.

Os voy a poner dos casos de lo contrario en Madrid. Son dos instituciones que hacen muy bien su trabajo pero tienen dos públicos muy distintos. Por un lado está La Casa Encendida, el centro cultural que estaba asociado a Caja Madrid y con el lío de Bankia, pertenece a la Fundación Monte de Piedad. Uno va a las inauguraciones de La casa Encendida y es impresionante ver la cantidad de gente joven que hay, pero no joven como nos gusta pensar a los de cuarenta, sino joven de verdad, de veinte, veintitrés... ¿Cómo lo consiguen? Están muy volcados en el arte contemporáneo, curiosamente una de las cosas que más hace torcer el gesto de los jefes en el periódico, porque les estofa totalmente. Pero curiosamente a ellos es lo que más les interesa. ¿Por qué creo que es lo que más les interesa? Porque para mí, gran aficionado del arte contemporáneo y que escribo mucho de ello, es uno de los ámbitos que más hablan del momento actual y del mundo en el que vivimos. Yo, que conozco a la directora de la Casa Encendida, siempre le digo que el día que Vodafone se entere de qué gente que va a sus inauguraciones les pagarán todo. Espero que no lo hagan, pero les ofrecerán dinero, porque realmente consiguen llegar a mucha gente. Por otro lado, la otra institución cultural es la Fundación Mapfre,

con grandes exposiciones sobre pintura y con mucha querencia por el impresionismo, con el problema de que la mayor parte de los asistentes a esas exposiciones tienen de cincuenta años para arriba.

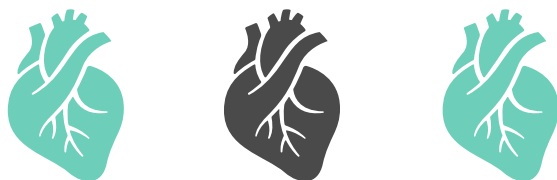


Ellos tampoco se van a poner ahora a hacer exposiciones de Damien Hirst para atraer a un público joven, pero sí están trabajando para intentar rejuvenecer el público. Curiosamente, la Casa Encendida no está trabajando para envejecer el suyo. Pero creo que muchas veces infravaloramos a los jóvenes, porque, por un lado, están mucho más preparados para según qué cosas y si tienen un interés es mucho más fácil, ahora que cuando yo era joven, llegar a todo lo que uno quiera saber sobre eso. Yo, cuando sacaba un disco Tom Waits, tenía que esperar a que llegase a la tienda de discos de Bilbao, a reunir la paga... ahora es todo mucho más fácil. Y eso hace que sean mucho más despiertos para según qué cosas. Es posible que para otras, no. Efectivamente igual no saben quién es Blas de Otero, pero a lo mejor tampoco pasa nada por ello. Yo he sido bastante catastrofista en general, últimamente me he unido a la tribu de los integrados, porque creo que de verdad es un público que tiene mucho potencial. ¿Es difícil llegar a ellos? A veces, sí, pero cuando se llega creo que responden muy bien.

NICHOS

Iba a deciros otra cosa. Lo de los nichos: no sé si os habéis dado cuenta de que "nichos" es una palabra que solo usan los periodistas y los sepultureros. El hecho de que la cultura es muy de nicho ha hecho que el periodismo cultural haya crecido en valoración por parte de lo puramente económico. Porque uno de los secretos para hacer que la gente pague por contenidos es darle a la gente cosas muy concretas. El último ejemplo es el New York Times, que ha tenido grandes éxitos

de suscripción digital, sobre todo por su oposición a Trump, pero también por cosas muy peregrinas. Una de ellas son las recetas, que han hecho que tengan una base de lectores muy fieles, y dispuesta a pagar por contenidos, y la otra que están poniendo ahora en marcha es el *parenting*, o sea ser padres y madres. Y ese tipo de cosas, de contenidos culturales... Bueno, en España es un poco distinto pero si consigues dar con la tecla de algo que pueda interesar a mucha gente, a no tanta gente pero mucho, puede ser una de las formas de llegar a nuevos públicos también.



NUEVAS FORMAS DE ESTAR EN EL MUNDO

En cuanto a historias de mediación que me han llamado la atención últimamente, lo que están haciendo en el Centro de Artes Vivas, o lo que están haciendo en los Teatros del Canal... Madrid siempre ha sido una ciudad muy conservadora en general, salvo por estos últimos cuatro años, ¡en que los Teatro del Canal hacían unas cosas...! Yo que soy aficionado a la música experimental... la música es otro tema, en la música no hay manera, seguirán con Verdi, Rigoletto y esas cosas, pero estoy más inclinado a ir a ver un espectáculo de teatro experimental que a ver otra vez Doña Francisquita. En ese sentido, ha habido muchos casos tanto en los Teatros del Canal, como el Centro de Artes Vivas de cosas que a lo mejor no lo iba a ver mucha gente y solo lo ponen un día... pero a eso voy con lo de las historias. Yo, si hay una buena historia detrás, me da igual que sea una cosa para veinticinco personas. A lo mejor un día me echan por eso.

Por ejemplo, hace poco ha habido un proyecto hecho por el Conde Duque, también con un nuevo equipo de chicos españoles que vienen de Liverpool, e hicieron una cosa que era un paseo por la ciudad mezclando geografía, y uno se ponía los cascos, e iba por el metro e iba obedeciendo órdenes que le iban dando por los cascos

prestados con un *ipad* y eso me parece que son nuevas formas de estar en el mundo.

Tiene que ver con lo que os decía del arte contemporáneo. Hace poco he estado en la bienal de Venecia y las cosas que suceden allí yo creo que interesarían a cualquiera; no todo, es verdad. Mucha gente piensa que el arte contemporáneo es un timo, pero no sé si visteis la pieza que ganó el León de Oro de Venecia: fue el pabellón de Lituania, donde pusieron una especie de balcón donde se ponían los espectadores y abajo había una playa con arena de Lituania y había trece personas tumbadas como si estuviesen en la playa de Benidorm e iban cantando y haciendo una performance, y eran cantantes de ópera y eso hablaba sobre el cambio climático. Eso lo pones en cualquier lado y la gente lo querría ir a ver.

«Hay cosas que hablan de nuestro tiempo y echan menos la vista atrás y que requieren nuevas formas de contarse».

Independientemente de que suene un poco demasiado elevado. Yo creo que ese es el tipo de iniciativas que pueden tener más futuro; que es un poco lo que os decía con los ejemplos que os he puesto. Uno puede seguir poniendo una exposición de Zuloaga como la que abren hoy en Bilbao, que seguro que es muy interesante, exponen a Zuloaga, para lo que supongo que no hay que hacer grandes malabarismos más allá de eso, pero luego hay otro tipo de cosas que hablan más de nuestro tiempo y echan menos la vista atrás y que requieren nuevas formas de contarse.

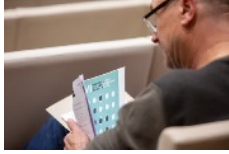
Acerca del autor



Iker Seisdedos


Periodista. Licenciado en Derecho Económico por la Universidad de Deusto, estudió el Máster de Periodismo de la Universidad Autónoma y EL PAÍS, medio en el que trabaja desde 2004. Ha pasado por las secciones El Viajero, El País Semanal, Tentaciones, Domingo e Ideas. De esta última fue su responsable. Actualmente es redactor jefe de Babelia y de la sección de Cultura de El País. Además, es editor asociado de El Estado Mental.

***Artículos de Iker Seisdedos**



Patrocina
Babeslea

 **FUNDACIÓN**
CAJANAVARRA

 **Nafarroako Gobernua**
Gobierno de Navarra

Colaboran
Laguntzaileak



Avuntamiento de
Tafalla
Tafallako Udala

DN
DIARIO DE
NAVARRA

Organiza
Antolatzailea



Gestión Cultural Navarra
Nafarroako Kultur Kudeaketa