



VIII ENCUENTROS GESTIONAR CULTURA

EL NUEVO VALOR DE LA CULTURA

**Encuentro celebrado en el Centro Cultural IORTIA Kultur Gunea de
Alsasua (Navarra), el 19 de mayo de 2022**

Disponible en el [Canal de Youtube de APGCNA](#)

EL NUEVO VALOR DE LA CULTURA

Edita: [KUNA, Asociación de Profesionales de la Gestión Cultural de Navarra](#)
info@gestionculturana.org

Transcripción y revisión de textos: [Amore Verbum Traducciones](#)
Diseño y maquetación: [Amore Verbum Traducciones](#)

Edición: septiembre de 2022

Las ideas y opiniones expuestas en la presente publicación son las propias de sus autores y no reflejan necesariamente las opiniones de los editores.

© 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.

Contenidos

01 El papel de la cultura: Diego S. Garrocho

El papel de la cultura en la sociedad pospandémica

02 Mesa de debate con D. Garrocho, M. G^a Alonso y Xián Rodríguez

La cultura como motor para la innovación y el cambio social

03 La cultura y la comunidad digital: Marcos G^a Alonso

El acceso a la cultura a través de la comunidad digital

04 La gestión del audiovisual navarro: Itziar G^a Zubiri y Rosa G^a Loire

El cine como modelo de gestión

05 Ponencia final: Julia Juániz

«El cine es mi vida». Visión de una industria cultural

Diego S. Garrocho

Vicedecanato de Investigación y Transferencia del Conocimiento de la Universidad Autónoma de Madrid. Profesor de ética y filosofía política en la UAM, donde ejerce como coordinador del Máster en Crítica y Argumentación Filosófica. Ha realizado estancias de investigación en la Johns Hopkins University, el Massachusetts Institute of Technology y el Boston College y es autor de una amplia producción científica.

Avance:

«Voy a introducir algunos contenidos que nos agiten mínimamente porque creo que es obligación de la cultura generar ese desafío y también afrontar algunos de los conceptos que normalmente damos por buenos».

«Utilizamos el coronavirus como un jalón histórico, como un acontecimiento importante que debe necesariamente pautar nuestras vidas, que debe sincopar la producción cultural».

+ Participa en la mesa debate



01 El papel de la cultura: Diego S. Garrocho

El papel de la cultura en la sociedad pospandémica



El papel de la cultura en la sociedad pospandémica

Es un placer para mí reflexionar sobre algo que creo que nos compromete a todos y agradezco a la organización el pedirme que piense sobre algo que previsiblemente no sabemos exactamente qué es, y en qué momento de la postpandemia nos encontramos es algo discutible y disputable. Sobre lo discutible o lo disputable también les adelanto que voy a introducir algunos contenidos que nos agiten mínimamente porque creo que es obligación de la cultura generar ese desafío y también afrontar algunos de los conceptos que normalmente escuchamos y que damos por buenos, pero que creo que es obligación de quienes nos dedicamos, digamos, a pensar las palabras, que se supone que es una de las muchas tareas que humildemente asumimos quienes nos dedicamos de forma más o menos profesional a la enseñanza de la filosofía, y creo que puede ayudarnos el pensar en esa dirección juntos.

Hablamos de pandemia y de cultura con un cierto narcisismo de época. Este será uno de los tópicos que visitaré o a los que haré referencia a lo largo de mi presentación. Cada época, cada gran era, cada gran tiempo tiene un objeto de pensamiento preferente. Los que saben dicen que los griegos se concentraron, exactamente, o tomaron como objeto preferente para la reflexión el cambio y el movimiento. Esto es algo

razonable en las sociedades arcaicas porque el cambio y el movimiento es lo que se observa cuando se mira a los cielos, posiblemente la cosa más fascinante que podríamos encontrar no solo en el mundo antiguo sino todavía hoy. Entendemos que hay cosas que se mueven de un modo irregular aquí abajo y, sin embargo, el movimiento de los astros genera una serie de secuencias, una serie de leyes, que fascinó al pensamiento antiguo, y ese es el motivo por el que comúnmente interpretamos que los griegos se encargaron de pensar preferentemente en ese movimiento o en ese cambio.

Con el tiempo, esto no será sorpresa para casi nadie, en la edad media se cambió de objeto de reflexión. En clase de filosofía del instituto descubríamos que casi todos los pensadores medievales insistentemente pensaban sobre dios. Era como un monográfico; durante un montón de siglos tomaron por objeto la cuestión de la existencia de dios. Pero el tiempo seguía avanzando y la modernidad inaugura, entre otras cuestiones, una pregunta interesante y que ya nos empieza a sonar: la pregunta por el conocimiento. ¿Qué podemos conocer? ¿Hasta dónde podemos conocer? ¿Cómo conocemos lo que conocemos? ¿Y cuál es el límite de nuestro propio conocimiento? Pero seguimos andando y yo creo que ya no nos encontramos en una sociedad posmoderna. La posmodernidad es un marco que somos capaces de detectar de una manera muy clara: después de la Segunda Guerra Mundial en adelante... o incluso hay quien puede evocar la muerte de Nietzsche como ese umbral. Pero nos empieza ya a pasar otra cosa.

01 El papel de la cultura: Diego S. Garrocho

Sin embargo, a pesar de que ya no seamos exactamente posmodernos, a pesar de que nos encontremos en un momento de transición, parece que lo propio de esta época es pensarnos a nosotros mismos. Y además esta es una de las urgencias que habitualmente se arroja a la industria cultural: estar comprometida con su tiempo, pensar sus circunstancias, transformar la sociedad en la que vivimos. Hay una especie de narcisismo donde en muchas ocasiones no miramos hacia la realidad, no pensamos hacia fuera sino que pensamos hacia nuestro propio tiempo, lo que nos pasa. En narrativa es algo que ha ocurrido en las últimas décadas de una forma muy llamativa, muy pregnante: la autoficción, el asumir que uno tiene que ser objeto de reflexión. Yo, la propia época, los míos, lo que nos ocurre. Y eso genera oportunidades, pero también algunas obsesiones que creo que una cultura responsable debería intentar revertir.

Por eso comienzo pidiendo disculpas por hablar de la circunstancia. ¿Por qué tenemos que hablar de esta sociedad pospandémica y si efectivamente la pandemia ha tenido una condición lo suficientemente honda, importante, fuerte como para que deba interesar desde un punto de vista cultural y desde la perspectiva de la gestión cultural? Hay un hecho que es muy claro y muy cierto. Si pensamos en qué forma la pandemia ha transformado el acceso a la cultura, todos imaginaríamos una cosa: pantallas. Lo que ha hecho la pandemia sobre todo ha sido hiperdesarrollar instrumentos tecnológicos que estaban ya disponibles pero cuya aceleración se ha visto motivada por una circunstancia que nos llevó a estar encerrados en casa. Aquello

que en principio podría haber tardado muchísimo más tiempo, sin embargo, tuvo que activarse de una manera urgente. Y nos encontramos efectivamente con exposiciones digitales, hemos descubierto cómo se improvisaban maneras en las que se pudiera llevar la experiencia cultural, expresión que prefiero a la de consumo cultural, a los hogares de forma que el mundo se ha acabado por transformar y por convertir en un mundo pantalla. Ya no tiene sentido distinguir la realidad virtual de la realidad real porque en muchas ocasiones pasamos (y si aplicamos un sesgo generacional, el susto que nos llevaríamos es terrible) casi más horas mirando una pantalla que mirando al mundo. O estamos permanentemente ubicando nuestra atención, nuestros miedos, nuestros afectos, nuestras tristezas en un universo que no vamos a decir que no existe porque evidentemente existe, genera impacto, desarrolla una transformación que es visible, pero que se encuentra en ese mundo encerrado, en ese contexto digital.

Y aquí lo primero que yo haría, y creo que es obligación de la filosofía y en general de la cultura, es generar una primera prevención. Vivimos en una circunstancia donde permanentemente se nos habla de la innovación como un valor: en la universidad es muy ridículo; siempre nos están proponiendo a los profesores que hagamos planes de innovación docente. Y es curioso, porque no nos proponen que hagamos planes de mejora docente, que sería lo interesante. Sin embargo, hemos asumido que lo novedoso tiene que ser forzosamente un valor: innovar es bueno. Luego veremos escenarios innovadores que no necesariamente fueron buenos.

01 El papel de la cultura: Diego S. Garrocho

¿Al servicio de qué causa? ¿Qué queremos transformar y hacia dónde? ¿Cuál es esa novedad prometida hacia la que la cultura en muchas ocasiones sirve y a la que, en ocasiones, también parece que se abandona de una manera plácida y que nos devuelve realidades que no siempre son felices? Y este ámbito de la digitalización, por ejemplo, es uno de ellos. Hablamos de salud mental y de cómo se está sometiendo a los más jóvenes a una exposición a pantallas que está resintiendo su calidad de vida de una manera inequívoca. El compromiso climático, por ejemplo, también encuentra en el desarrollo digital una serie de condiciones o de consecuencias imprevistas que deberían tenerse en cuenta. Pero incluso el contexto político, y más adelante haré alusión a las guerras culturales, se ha visto exacerbado también por el desarrollo de lo digital. De modo que cabe preguntarnos si hablar de cultura en un contexto pospandémico equivale necesariamente a hablar de cultura digital o de digitalización de la cultura, o si podemos orientar esa digitalización, esa innovación y esa transformación. O incluso si podremos o si tendría sentido reconstruir, que es otra opción, la experiencia vivencial, en carne y hueso, como uno de esos lugares de resistencia imprevistos donde creo que la cultura tiene mucho que decirnos.

Podríamos pensar que esto es una exageración puntual de quienes nos dedicamos, en sentido amplio, a la cultura. Pero hay un indicador singular si lo analizamos en términos políticos. No es nada original establecer relaciones entre política y cultura; prácticamente durante todo el siglo XX, y desde luego con la irrupción de la Escuela de Frankfurt, la relación entre política y

cultura se ha pensado de una manera muy intensa. Pero creo que en ocasiones tiene también sentido mirar a los escenarios políticos en la medida en la que también son construcciones culturales. Y lo que descubrimos es que el gran eje o las grandes líneas maestras de la UE que se pronuncian sobre la generación que viene, el nuevo pacto social que se ha prometido a través de los fondos europeos, tiene tres ejes que están desvelando de algún modo cuál va a ser el espíritu sobre el que se pretende refundar ese pacto social. Yo creo que su regeneración es urgente, esto nos llevaría a otro lugar... porque yo creo que los jóvenes nos están mirando hastiados, con miedos, con legítimas ansiedades, y Europa lo que ofrece son unos fondos sobre tres pilares fundamentales:

- 1) la sostenibilidad; de acuerdo, es prioritario pero la sostenibilidad no nos habla de vidas prósperas; que vivamos en un planeta sostenible, en un planeta que nos permita la vida es una condición de posibilidad del resto de cosas, pero es un mínimo.
- 2) resiliencia; es decir, cómo tenemos que acostumbrarnos al daño, cómo tenemos que soportar imprevistos, cómo tenemos que asumir que nuestra vida no se va a parecer a aquello que esperábamos que fuese.
- 3) Y digitalización. Personalmente creo que es un proyecto poco ambicioso. Yo soy profesor de universidad, estoy permanentemente hablando con mis alumnos y me cuesta mucho reconstruir la esperanza de una generación sobre estos tres pilares, que pueden ser útiles, pero puede que no

01 El papel de la cultura: Diego S. Garrocho

sean suficientes a la hora de reconstruir una mínima esperanza en términos políticos.

¿Y qué otra cosa nos ha generado el contexto de la pandemia y que es absolutamente relevante en términos culturales? La condición homogénea a la que nos ha sometido. Todos sabemos, y estamos biológicamente programados para reconocer nuestra diferencia fisonómica, que una de las cuestiones que más nos diferencian a unas personas de otras es nuestro rostro. Viéndonos la cara sabemos quién es cada uno, porque no hay dos rostros iguales. Esto también es fascinante: cómo pueden seguir naciendo personas en el mundo y nunca hay dos rostros iguales. Sin embargo, la pandemia nos ha obligado a vivir de una manera homogénea, nos ha hecho más homogéneos en un doble sentido. El primero porque nos ha convertido en personas indistinguibles. ¿Cuántas veces nos ha pasado esto? Alguien nos ha saludado y hemos dicho, “no te había reconocido con la mascarilla”. Nos hemos vuelto todos mucho más parecidos. Pero además ha habido un rasgo que nos ha convertido no solo en parecidos sino en exactamente iguales: que todos estábamos expuestos a un virus. Había un marco cultural en el que vivíamos puntualmente concentrados en nuestras vidas privadas, en lo específico de cada comunidad, de cada individuo, de cada familia, de cada cultura, de cada lengua, y de repente nos hemos dado cuenta de que somos todos bastante parecidos. De que frente al virus, el riesgo de muerte era muy probable y que una persona de Sudán se parece extraordinariamente a una persona de Moscú y a una persona de Buenos Aires. Es decir, todos estábamos expuestos a ese

virus; todos teníamos que enfrentar una realidad que era desafiante.

Y aquí no quiero hacer un discurso plácido o cómodo sobre la función de la cultura. No quiero hacer un discurso molesto, pero sí ambicioso, y es que tenemos que entender que la cultura desde su origen tiene que ver con el desafío de la muerte. Las primeras manifestaciones culturales en la historia de la humanidad fueron una reacción a la muerte, o una reacción a la previsión o al miedo a la muerte. Hacemos prácticas y productos culturales porque de algún modo la cultura nos permite sobrevivir a nuestro propio miedo y porque la cultura nos proyecta sobre una vocación de inmortalidad. Sé que hay exposiciones, obras de arte, performances que pueden ser perfectamente fugaces, efímeras, y sin embargo, el pulso creativo del animal humano ha tenido siempre que ver con esa mirada a la muerte de frente. Y la pandemia lo que nos ha enseñado es eso.



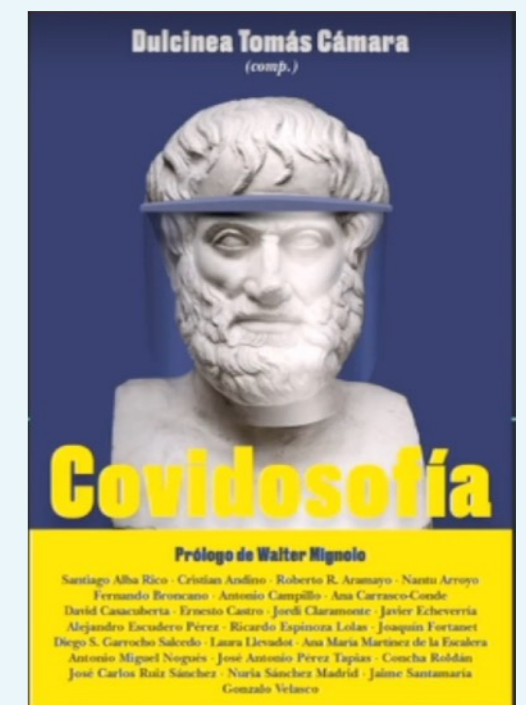
01 El papel de la cultura: Diego S. Garrocho

Fijense qué miedo nos da la muerte que no me he atrevido a incluir la imagen de aquella portada del periódico El Mundo que levantó tanta polémica, la de los ataúdes situados, y que todo el mundo dijo que no se debería haber publicado, y que después cuando veíamos que la gente era irresponsable, que la gente no se tomaba en serio la pandemia, se recondujo el debate y decíamos, “pues a lo mejor deberíamos haber enseñado escenas más crudas para que nos diéramos cuenta de que esto iba en serio”. Y, sin embargo, la mera formulación de sabernos mortales, de saber que es seguro que esto se va a acabar es una de las reacciones que nos lleva a crear productos culturales.



Hay un adagio latino que señalaba que *la vida es breve y el arte, largo*, se prolonga. Generamos esa vocación de memoria. Sin una vocación de inmortalidad ni existirían héroes ni existirían poetas porque el poeta es aquel que canta a aquello que no merece ser olvidado. La memoria también es uno de los elementos fundamentales a la hora de interpretar qué es o qué no es efectivamente cultura. Qué debe ser recordado. La condición de lo pictórico, por ejemplo, lo que merece la pena ser retratado, lo que merece la pena ser salvado de la corrupción del tiempo o lo que de algún modo aspira a sobrevivir a ese tiempo. De modo que, aunque suene un poco cursi, me atrevería a defender que la cultura, en su dimensión más amplia, tiene que ver con una vocación de inmortalidad, de durabilidad, y por tanto una pandemia tiene que desafiar necesariamente esa condición.

Y así surgió, creo que dentro de todas las industrias culturales, cuando empezaron a pasar las primeras etapas de la explosión de la pandemia una reacción inmediata, y a veces un poco torpe también, no sabíamos qué estaba ocurriendo y no sabíamos muy bien cómo había que reaccionar. Y en esto los filósofos como gremio somos superpesados, creemos que podemos opinar sobre todo, que tenemos una receta para todo... Por eso esta publicación.



[Comprar en librería](#)

01 El papel de la cultura: Diego S. Garrocho

Es un proyecto del que formo parte y me meto con ello como un ejercicio de modestia. Sentimos que teníamos que reaccionar ante esa circunstancia. Salió un volumen grande en la editorial Paidós, donde estaban muchas de las personas que enseñan filosofía con una vocación de transferencia del conocimiento y de impacto social y que rápidamente nos reunimos para desentrañar qué demonios nos estaba ocurriendo, qué era esto de la pandemia y qué tendríamos que hacer con ello. De hecho, hubo un momento en que todos temimos que hubiera una sobreabundancia de la cultura de la pandemia, que nos encontráramos con poemas de la pandemia, películas de la pandemia, libros de la pandemia, tratados filosóficos de la pandemia. Pero este fue un compendio donde hay textos notabilísimos y de nuevo nos demuestra que la cultura reacciona con su circunstancia. Debe hacerse responsable. Y además me atrevería a decir que la cultura debe hacerse responsable o reaccionar de manera proporcional al tamaño del trauma porque la cultura siempre viene a completar aquello que al mundo le falta.

Este es otro texto, de Miguel Saralegui, que por cierto es navarro. Es un texto muy bueno y



[Comprar en librería](#)

nos demuestra de nuevo cómo la iconografía de la pandemia ha llegado a cubiertas de libros que en principio no tienen nada que ver con la pandemia. Simplemente utilizamos el coronavirus como un jalón histórico, como un acontecimiento importante que debe necesariamente pautar nuestras vidas, que debe sincopar la producción cultural y que se sitúa como uno de los elementos que deben hacernos reaccionar.

Esta es la parte descriptiva, pero quiero ser también crítico con los filósofos. Hablamos mucho del pensamiento crítico, pero yo cada vez estoy más convencido de que el mejor pensamiento crítico es el autocrítico. Ustedes cuando oigan a alguien hablar sobre el pensamiento crítico en un congreso, en cualquier sarao, pregunten a cuánta gente que piensa exactamente lo contrario que ellos invitan. Porque para hacer pensamiento crítico lo interesante sería atrevernos a someter a crítica nuestros propios prejuicios, nuestras propias certezas... Entonces, a mí lo que me interesa siempre es el pensamiento autocrítico. Por eso escojo a un filósofo, Giorgio Agamben, que por lo demás tiene una obra notabilísima e importante pero que cometió un derrape cuando aconteció la explosión de la pandemia.

“Di fronte alle frenetiche, irrazionali e del tutto immotivate misure di emergenza per una supposta epidemia dovuta al virus corona...”

Giorgio Agamben, 26 de febrero de 2020.

01 El papel de la cultura: Diego S. Garrocho

Dice, “me opongo a las frenéticas y del todo inmotivadas medidas de emergencia por una supuesta epidemia debida al coronavirus...”. Giorgio Agamben es uno de los filósofos más reputados de Europa y estaba diciendo que la pandemia era una supuesta pandemia. Paul B. Preciado también derrapó, o Zizek, diciendo “la pandemia va a ser el fin del capitalismo”. Es decir, a veces, la urgencia cultural, el ir rápido, los tempos reactivos de tener que pensar nuestra circunstancia nos lleva en muchas ocasiones, con todo el respeto, a hacer el ridículo. ¿Cómo puede uno de los filósofos más importantes de Europa decir que la pandemia era ficticia y que todo esto era un mecanismo de control de los gobiernos en la sombra que querían controlar nuestros movimientos? Pues mire, muy probablemente, no. Los gobiernos, con más o menos aciertos, se encontraron en una circunstancia desconocida y cometerían errores. Está muy mal empatizar así con los gobiernos, a lo mejor empatizo mucho, pero pienso en cómo lo gobernamos desde la universidad, donde tomamos muchas decisiones en caliente y les tengo que confesar una cosa: lo hicimos como pudimos y nos equivocamos un montón de veces, porque en mi vida ni yo, ni la decana, ni la rectora, se habían enfrentado a algo así como una pandemia. Y puedo sospechar que los presidentes de comunidades autónomas, el presidente del gobierno y concejales hacen lo que pueden ante una circunstancia como esta. Pero como digo, esta urgencia de reaccionar y de tener una receta cultural rotunda y robusta con respecto a lo que nos pasa, nos llevó a generar algún tipo de disparate que tenía algo de divertido.

¿Pero por qué nos interesa la pandemia en términos culturales?
¿Qué sentimos de inmediato? Normalmente interpretamos la línea del tiempo histórico como una línea. En un cronograma vemos cómo la historia va modulándose, se va moviendo a través del tiempo pero de una manera uniforme y pensamos que hay acontecimientos que cambian la historia para siempre. Pero sabemos que esto no es exactamente así, que una visión lineal del tiempo es algo injusto porque no hay solo una línea, hay muchas líneas: una cosa es la historia de Occidente y otra cosa es la historia de otra civilización, una cosa es la historia de una familia determinada que puede no sincoparse con el contexto donde está viviendo... La historia siempre es compleja, siempre es resultado de una reescritura, de una reinterpretación que siempre es fragmentaria, siempre es disputable, siempre se le pasan cosas... pero normalmente la vocación humana por intentar dominar lo complejo de los tiempos tiende a proponer sentidos para la historia a partir de acontecimientos muy concretos. Uno de ellos, icónico, casi el que abre el siglo XXI, que podría ser uno de los momentos en que se torna la historia de Occidente de una vez por todas, fue la caída de las Torres Gemelas, porque nos queda mucho más cerca que la Revolución Francesa. De pronto, la historia pasó por delante de nuestros ojos. Y el tiempo da la razón a que este acontecimiento reordenó enormemente el mundo, y reordenó también la cultura. El problema con la sociedad pospandémica es que no sabemos si el Covid va a ser uno de estos escenarios que va a generar una herida, una influencia irreversible en la historia de la humanidad o si por el contrario podemos aspirar o podemos descubrir que,

01 El papel de la cultura: Diego S. Garrocho

después de todo, cuando verdaderamente se haya pasado el covid, cuando se hayan devuelto todas las mamparas que pueblan la administración pública en la atención a los ciudadanos, cuando ya no quede nada de eso, ni el rastro de las mascarillas, podremos preguntarnos, ¿y esto nos ha cambiado tanto o en el fondo hemos vuelto exactamente a la casilla de salida y todo se parece a como era antes de la pandemia?

Con respecto a esto, hay siempre dos posibilidades: *Nova aetas vs. Nihil sub sole novum*.

Nova aetas es una expresión que haría célebre el propio Hegel y es la nueva edad, la sensación de que vivimos en un tiempo nuevo, de que todo está cambiando. Por cierto, este es un discurso muy político, sobre todo hace algunos años: la sensación de que estábamos en un momento novedoso, radical, en una oportunidad que se abría, que tiene también una expresión cultural y en la que surgen productos y experiencias culturales apegadas a las circunstancias, apegadas al presente, apegadas a lo que nos pasa. Frente a esta condición, nos encontramos con una postura mucho más serena que se podría parecer a un proyecto universalista: *nihil sub sole novum*. Esta frase del Qohelet, del Antiguo Testamento, dice, “no hay nada nuevo bajo el sol”. Y la cultura se parece mucho a esto. Uno va a una exposición de arte contemporáneo y descubre cosas novedosas, pero después uno lee a Homero o a Eurípides y piensa que no somos tan distintos. Hay una relación entre cosas que son profundamente novedosas y rompedoras, y sin embargo todo acaba por parecerse. Los ingredientes con los que

componemos la experiencia y los productos culturales se parecen. D’Ors decía aquello de que todo lo que no es tradición es plagio. Y en el dominio que tengáis cada uno de vosotros y vosotras, reconoceréis que muchas veces las cosas se repiten. Una de las cosas más naif o más ingenua en el ámbito cultural es la revolución que se repite: cuando alguien hace algo que piensa que es rompedor y luego detecta que ya había pasado en París en 1923... Y hay alguien que lo está vendiendo en una sala en Malasaña como si fuera algo rupturista. Pues en esa síncopa entre lo que parece nuevo y lo que parece eterno debemos movernos.

Cultura ¿?

Voy a hacer algo que nos les gusta a los gestores culturales pero que nos encanta a los filósofos: intentar definir qué demonios es la cultura. Lo tengo que intentar porque es un desafío que o lo enfrentamos, o por lo menos sondeamos su complejidad, o en muchas ocasiones vamos a estar indefensos cuando tengamos que defender la cultura. Ortega tiene una preciosa conferencia, Misión de la Universidad de 1930, donde sostiene que la universidad debe ser sobre todo una institución cultural. Yo me siento parte de las industrias culturales y cada vez que hablo con un político intento presentarle y defender cuál es el interés real de la cultura. Que parece tan obvio y se repite tantas veces que la cultura es importante, que se ha convertido en un eco sordo que la gente ya no oye, ya no tiene ningún efecto. Es como el ruido de la nevera: es un ruido que está ahí y ya no genera ningún salto, ninguna conciencia. Pero, además, os dedicáis a

01 El papel de la cultura: Diego S. Garrocho

a algo especialmente extravagante: la gestión cultural o la industria cultural. Y además estamos programados para que con estos dos conceptos nos pete la cabeza. Porque no casan. Si uno piensa en una industria, piensa en una fábrica, en una cosa sucia, sórdida, vinculada con el trabajo en la peor dimensión, con el esfuerzo, con la contaminación... Nadie imagina un paisaje industrial como un paisaje bello. Esto es algo muy contemporáneo también.

Antes los paisajes industriales podían ser bellos. Si acuden a Matadero de Madrid, con una arquitectura industrial, uno descubre que había una especie de fatiga espiritual. ¿Por qué en los años veinte del siglo XX se construyó una arquitectura bella, llena de ornamento, en un sitio que estaba destinado a matar reses?



Hoy serían unas naves industriales funcionales y sin ninguna concesión a la belleza. Si vamos a mejor o a peor, eso lo dejaremos para otro momento... Pero lo que sí entendemos es que hay una colisión de conceptos. Pensamos que las industrias son algo promovido por un ánimo de lucro, algo sórdido, prosaico en el mejor de los sentidos, y luego la cultura tiene ese hábito de ser algo esencialmente valioso porque custodia la esencia de lo humano. ¿Qué demonios puede entonces ser eso de las industrias culturales?

El problema de la definición

Insisto: si no damos con la definición, hay debates contemporáneos que no sabríamos resolver. Algunos son incómodos o divertidos: plaza de toros de Las Ventas.

¿Esto es cultura? ¿No es cultura? ¿Es agresión? ¿Puede ser agresión y cultura?

¿Puede ser el asesinato una de las bellas artes? ¿O no es asesinato? No importa lo que pensemos cada uno, lo que pasa es que si yo tengo que decir si lo que tengo en la mano es una botella o no, para que yo lo



01 El papel de la cultura: Diego S. Garrocho

pueda decir, tengo que tener una definición de botella. Para poder resolver si los toros son o no cultura, tengo que tener una definición de cultura. Porque teorizar es muy pesado, pero si nos ahorramos el esfuerzo teórico, si no ambicionamos a manejarnos con unas categorías metafísicas que nos permitan distinguir qué puede ser o no cultura, acabaremos fracasando. Porque hay acepciones que hacen de Auschwitz algo cultural. Y desde luego que Auschwitz fue cultura, no en el sentido digno en el que vosotras os dedicáis a la gestión cultural, sino en una de las definiciones posibles de cultura. Auschwitz no es un acontecimiento natural, no es un boniato que nace, no es la lluvia, no es un río, no es una cascada en la que se precipita agua... sino que es algo que se ha construido por mano del ser humano. Que se ha diseñado, que se ha pensado y que ha dado curso a una de las experiencias más inmorales y más execrables que se dan en la humanidad. Como artefacto, es un artefacto cultural pero no en el sentido que es cultura una preciosa casa de Mies van der Rohe. ¿Son cultura en el mismo sentido? Si yo les dijera, ¿por qué no?, les podría pasar lo mismo que decía San Agustín que le ocurría cuando alguien le preguntaba qué era el tiempo. Lo del tiempo es complejo porque si nadie me hace esa pregunta, todos sabemos qué es el tiempo. Sabemos qué es el antes y el después, sabemos que hemos quedado a las cinco y media... pero si alguien nos pregunta qué es el tiempo, lo pasamos mal, porque no sabemos exactamente definirlo. Es algo que pasa con la cuestión de la cultura. Y no quiero hacer un monográfico en definir qué puede entenderse por cultura pero no

estoy seguro de que nos podamos conformar con decir que cultura es aquello que llamamos cultura.

La imposibilidad de una definición

Y como no voy a poder resolverlo yo, voy a pasar por algunos de los hitos básicos. Marc Fumaroli: uno de esos intelectuales que solo da Francia, de los que son molestos de verdad. No es molesto porque se meta en escándalos previsibles y ruidosos sino porque plantea un desafío. Dice que esto de la cultura, en el fondo, es una experiencia secularizada de la religión. Es el nuevo tótem que debemos seguir. Y por eso la excepción cultural, Francia es el primer país que tuvo un ministro de cultura, que luego todos los países de Occidente replican. Allí se asume la cultura como un objeto político y como uno de los elementos vertebrales del Estado. Francia hace y asume de la cultura una política de Estado, y después muchos otros países, muchas otras comunidades políticas entienden que la cultura es el refugio de lo político esencial. Toda la idea de la hegemonía Gramsci, frente al materialismo de inspiración más marxiano, tiene que ver con esta



[Comprar en librería](#)

idea: las comunidades se vertebran culturalmente. Y esto abre la posibilidad a que inauguráramos otro debate, que es la diferencia entre cultura y culturas. ¿Qué tienen en común la Cultura, la gran cultura, con las culturas y las diferencias? Les recomiendo este texto de Marc Fumaroli, para que lo pasen un poco mal. Leer para pasarlo bien está bien, pero a veces hay que leer textos para pasarlo un poco mal.

También conocen a Ferlosio, uno de los intelectuales, de esa gente que decía las cosas que no se podían decir y de manera original. Porque ahora hay gente que juega a decir lo que no se puede decir, pero dicen todos lo mismo. La gracia era el ser capaz de intuir cosas que molestaban. Tiene un artículo que es recurrente, pero es interesante: La cultura, ese invento del gobierno. Pásenlo. Para defender la cultura hay que sortear estas primeras críticas interesantes.

El mito

Luego hay otra crítica que me parece menos interesante y que en muchas ocasiones los hipercríticos con la cultura han utilizado y que me parece que es injusto: el decir que la cultura, sobre todo, es un mito, como Gustavo Bueno. Pero yo ahí creo que no tenemos que negarlo: la cultura es un mito; como casi todo lo importante. De hecho, descubrimos que la cultura, o como la entendemos comúnmente, surge en textos antiguos del mediterráneo oriental. Ese contacto liminar entre Oriente y Occidente es donde empezamos a construir relatos desde los cuales nosotros hoy pensamos la cultura, como, por ejemplo, la

expulsión del Edén. Ahí se construye una primera idea que tiene mucho que ver con el modo en el que nosotros hoy interpretamos la cultura. Ya saben, Adán y Eva hacen caso a la serpiente, comen del fruto prohibido del árbol del bien y del mal y les pasan cosas que son esencialmente culturales: primero, el trabajo, es decir asumimos que la naturaleza no nos provee de aquello que necesitamos, que la naturaleza no basta, que no podemos abandonar la naturaleza a su libre ser, que tenemos que ser capaces de cultivar, de abrigarnos; segundo, desarrollamos un ejercicio de pudor, nos vestimos, todas las culturas se visten, en todas las culturas hay algo que no se permite ver y que se oculta; y, tercero, asumimos que la naturaleza nos resulta más o menos hostil.

Pero esta idea no es una idea bíblica, sino que se va repitiendo en las fuentes que normalmente activamos cuando buscamos el principio de nuestra herencia cultural, y uno de los orígenes es, desde luego, Platón. Plantea en el Protágoras una de las definiciones que han impactado de una manera más rotunda y continua en la idea de cultura. Lo primero que me interesa es cómo Platón recurre al mito, porque los mitos son estructuras legítimas a partir de las cuales nosotros explicamos lo que nos pasa. Es recurrir a ficciones que completan la naturaleza. Igual que el puente que nos permite cruzar el río completa la naturaleza, los mitos, las películas, toda la industria audiovisual, las canciones, la música... vienen a completar una naturaleza que no nos basta. Y en ese mito, Platón plantea lo siguiente: dos hermanos de titanes, Prometeo y Epimeteo, reciben la encomienda de distribuir las capacidades para los diferentes

01 El papel de la cultura: Diego S. Garrocho

animales. Y como siempre los más torpes son los más imprudentes, es Epimeteo quien levanta el dedo y dice, yo reparto las cualidades. Entonces, están creando las diferentes especies y a unas les da unas fauces especialmente poderosas, a otras les permite nadar, a otros correr, a otros los convierte en animales venenosos... Es decir, cada especie tiene sus recursos para hacer frente a su subsistencia y a su vida próspera. El caracol, en su universo de caracol, normalmente y si no le molestamos, lleva una razonablemente buena vida de caracol porque tiene todo lo que necesita. Sin embargo, el ser humano, desnudo y sin armas, si lo soltamos en el bosque no llevaría nunca una buena vida. La cultura es el refugio con el que reconstruimos esa buena vida. Como digo, Epimeteo reparte todas las capacidades entre los animales y cuando llega al ser humano se encuentra con que las ha gastado todas, de modo que la alternativa procurada por el hermano es ir y robarle el fuego y las artes, "las técnicas" se dice en griego, a Efesto y Atenea para reconstruir esa naturaleza truncada, imposible, carencial que tenemos todos los seres humanos.

Creo que esta es una de las mejores formas en que podemos definir la cultura: son los recursos creativos con los que intentamos reconstruir nuestra precariedad y nuestra insuficiencia para hacer soportable nuestra existencia. Y naturalmente, hemos descubierto que en el contexto de la pandemia, nos encontramos con la necesidad de imprimirle un sentido a nuestra vida. A veces, el sentido más ordinario.

Vemos cómo, por ejemplo, la cultura ha sido importante en la gestión de la crisis. La vacuna la obtuvimos relativamente pronto, la solución técnica y científica de cómo afrontar el coronavirus se resolvió. Todo lo que vino después, como la implementación política, la decisión de establecer o no preferencias, decidir si nos reservábamos vacunas para nosotros o si las enviábamos a otros lugares del mundo necesitados, eso también es cultura. El hacer frente a esa crisis resuelta desde el ámbito científico era necesariamente cultura.

Cómo la pandemia determina la cultura. Qué interpretación cultural le damos a la pandemia

De modo que debemos interrogarnos sobre cómo la pandemia determina la experiencia cultural. En este punto me gustaría servirme de Ortega, pero también de Camus. Maldito Camus, yo empecé a fumar por él, aunque luego lo dejé. Camus, en *El mito de Sísifo*, sostiene lo siguiente: que la vida no tenga sentido no es necesariamente un problema porque esa es la excusa para que podamos buscárselo y en muchas ocasiones, la cultura es esa búsqueda de un sentido. Aunque no lo capta de una manera revelada como en ocasiones lo hacen las religiones,



Albert Camus

01 El papel de la cultura: Diego S. Garrocho

sino que procura proactivamente la reconstrucción de ese sentido.

Voy a llegar al último punto. Quizás nos llevemos sorpresas, porque vivimos en un mundo agitadamente turbodigital. Escuchamos hablar del metaverso, estamos viendo a la gente intentando forrarse comprando cosas que no existen, como las bitcoins... La cultura es uno de esos lugares donde descubrimos que esa digitalización también hace aguas. Pienso, por ejemplo, en la utilización de un instrumento tan sencillo como el podcast. Hemos vivido escuchando el mantra de que vivimos en la sociedad de la imagen y que todo va a ser imagen... pero una de las industrias culturales que más están despegando tiene que ver con la escucha. Y de la escucha en muchas ocasiones muy desprovista de instrumentos tecnológicos o cultivados. La gente quiere oír.



Yo habitualmente hago las ponencias sin presentaciones, me niego a que estemos permanentemente atentos a una imagen. Tiene que haber una forma de producir cultura que sea resistente a estas tendencias. No digo que haya que ser tecnófobo, no digo que haya que ser contrario a la imagen, pero creo, por defensa de un cierto pluralismo creativo, tendríamos que ser capaces de

desafiar esos mantras ante los que nos encontramos porque puede que ese desarrollo tecnológico no sea necesariamente ni tan próspero ni tan bueno como imaginamos.

Polarización y guerra cultural

Uno de los contextos que estamos viendo es la guerra cultural, desarrollada y abonada por el modo en el que se ha construido el espacio de conversación público. Eso también es cultura: el modo en el que decidimos cómo vamos a hablar, las plataformas desde las que hablamos, la administración de lo decible y lo indecible es uno de los escenarios culturales prioritarios. Por eso hoy se está hablado de guerra cultural, a pesar de que es una palabra que no me gusta y donde no me encontraría nunca cómodo, aunque lo que sí estoy dispuesto a dar, y esto es una concesión de parte, es una batalla estética. Creo que la batalla y la disputa por qué pueda ser o no bello es interesante.

Pero como decía, puede que el futuro que viene no sea un futuro próspero. Los indicadores climáticos así lo advierten: puede que el futuro no sea el territorio de las esperanzas y eso está teniendo una traducción muy clara en el ámbito cultural con las industrias de la nostalgia.

Está mal que yo lo cite, pero el año pasado en el Círculo de Bellas Artes de Madrid impartí un curso que tenía que ver con las industrias culturales de la nostalgia. El libro de Reynolds es probablemente el primero que alumbró esa idea: ¿por qué nos interesa tanto regresar?

01 El papel de la cultura: Diego S. Garrocho



Al tiempo que estamos en una tecnofilia casi pornográfica, estamos descubriendo que la cultura es en muchas ocasiones un lugar donde encontramos una retención estética, una vuelta a otros lugares. Está el ejemplo de Black Mirror, y esa vuelta quizás tenga que ver con el miedo que nos da el futuro. Y así nos encontramos con algo que es muy próximo a la folkmodernidad, la recuperación de lo folky. Mis alumnos alucinan con el vídeo de C. Tangana, que en el fondo es una reunión familiar del mediterráneo: las tías y los tíos todos reunidos alrededor de una mesa donde están bebiendo licores y donde están cantando. Y esto se ha convertido para una generación en el signo más revolucionario.

Con esto concluyo. Pero me gustaría proponer una última idea y es que durante tiempo se ha hablado de la cultura como valor refugio, y eso tiene sentido ante un mundo cambiante,

amenazante. La cultura es un lugar donde nos sentimos a salvo. Uno de los claims del mundo de la cultura ha sido “la cultura es segura” y está bien que así sea, pero también atrevámonos. La cultura también tiene que ser un poquito insegura, no para la salud ni para que nos contagiemos, pero sí que exista un desafío, una puesta en riesgo, así que, que el abrazar el peligro cultural y la autocrítica no sea un mero eslogan, sino que sea un lugar desde el que producimos y consumimos experiencias culturales.

Muchas gracias.

02 Mesa debate con D. Garrocho, M. García Alonso y Xián Rodríguez



Marcos García Alonso

Gestor y consultor cultural. Desarrollador de estrategias relacionadas con comunidades digitales para plataformas

Licenciado en Derecho y máster en Gestión Cultural, MBA por el Programa DIE de la Unión Europea y PMP®. Ha trabajado como gestor y consultor cultural en EE.UU., Latinoamérica y España para instituciones como el Departamento de Industrias Culturales y Creativas de la Oficina Comercial de la Embajada de España en Miami, AECID o el Gobierno del Principado de Asturias.



Diego S. Garrocho

Presentación en página 3.



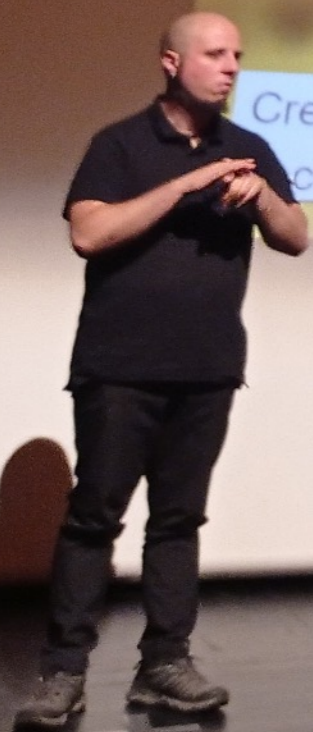
Xián Rodríguez

Consejero técnico. Subdirección General de Cooperación Cultural con las Comunidades Autónomas. Ministerio de Cultura y Deporte

Gestor cultural, licenciado en humanidades y máster en gestión del patrimonio cultural. Ha desarrollado su carrera en el ámbito de la cooperación cultural en AECID y SEGIB, y en el de las artes plásticas en el CCCB, el MACBA y la Fundación Joan Miró en Barcelona, la Hayward Gallery en Londres y el Museo Naval en Madrid.

02 Mesa debate con D. Garrocho, M. García Alonso y Xián Rodríguez

La cultura como motor para la innovación y el cambio social



Creo que en el ámbito rural también está a aplicar políticas de crecimiento, que creo que son importantes. Es necesario siempre



La cultura como motor para la innovación y el cambio social



Marcos García Alonso: «Bienvenidos a este debate. A mí siempre me pasa, y más cuando abro una mesa de diálogo, esperemos que de debate y quizás de polémica también, que sufro el síndrome del impostor. Soy consultor y gestor cultural, trabajo para una plataforma, pero vengo hoy en nombre propio y no en representación de nada ni de nadie, pero no puedo obviar esa realidad. Uno siempre siente si realmente lo que os voy a contar aquí os sea de utilidad. Y hablo de utilidad, no en vano, porque aquí tenemos tres pilares o acercamientos al hecho cultural: lo institucional, con Xián, lo académico o teórico, con Diego, y lo pragmático conmigo, creo yo. Después de años asistiendo a este tipo de encuentros y conferencias, no ha habido ninguna vez donde no existiese el momento donde alguien haya querido definir la cultura. Creo que no es un debate superado, como hemos visto muy bien. Pero desde mi sombrero pragmático, de algún modo, no se nos puede pedir a los que trabajamos en el día a día de la cultura que definamos la materia prima con la que estamos trabajando, que definamos qué somos y qué hacemos porque como sabéis la propia definición del gestor cultural es algo recurrente a nivel asociativo y a nivel institucional, y que después hagamos el trabajo que tenemos que hacer. Simplemente por algo muy pragmático que se denomina coste de oportunidad, que es que mientras estás haciendo esto, no estás haciendo otras cosas que pueden ser más o menos productivas o que pueden ayudar a desarrollar tu profesión o proyectos culturales en el caso de que trabajéis con equipos de trabajo. Por lo tanto, desde el punto de vista de innovación y del resto de conceptos que se hilarán aquí, creo que está muy bien tirada la composición de esta mesa de debate.

En la ponencia anterior, me ha resultado muy interesante todo el concepto de ciencia-cultura, incluso la propia definición de cultura, guerras culturales y demás... No sé si consciente o inconscientemente, la economía la hemos dejado de lado. En uno de mis roles hace unos años, en mi trabajo como responsable-consultor del Departamento de Industrias Culturales y Creativas de la Embajada de España en Estados Unidos, en Miami, primero me chocó y después vi que tenía todo el sentido que el ámbito educacional, de universidades, estuviese dentro del concepto de Industrias culturales y creativas desde

02 Mesa debate con D. Garrocho, M. García Alonso y Xián Rodríguez



un punto de vista económico. Es decir, para la oficina comercial de España en Miami, para ICEX, un agente económico que se incrustaba dentro de las industrias culturales y creativas era la Universidad. También porque lo que querían era llevarse a algunos estadounidenses a España y generar programas de intercambio, pero creo que está muy bien que alguien que está en el día a día del mundo académico se considere parte de esa industria cultural y creativa que muchas veces, cuyo concepto, como todos sabéis, también está en crisis o en permanente redefinición.

Hay gente que se encuentra más o menos cómoda en ese concepto y todo ello nos lleva a la recurrencia de estar permanentemente definiéndonos, no sé si justificándonos, pero sí posicionándonos en “la cultura es importante».



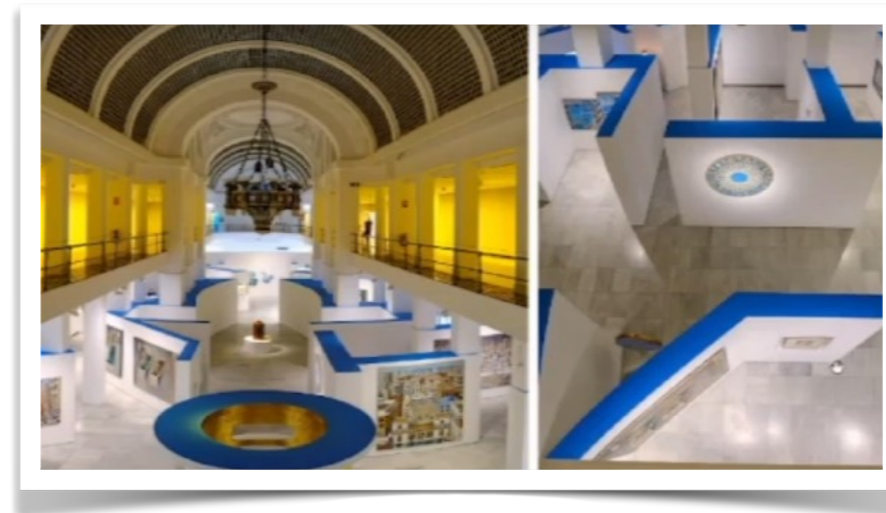
Xián Rodríguez: «Encantado de saludaros y transmitir un saludo de parte de Adriana Moscoso del Prado, nuestra directora general de Industrias Culturales, Propiedad Intelectual y Cooperación en el Ministerio de Cultura y Deporte, un Ministerio al que me he incorporado hace dos meses en un programa que se llama Cultura y Ciudadanía y del que luego os hablaré muy brevemente. Aportaré una serie de conceptos desde mi punto de vista, como gestor cultural, profesión a la que me he dedicado durante los últimos quince años, pero especialmente como gestor cultural desde lo público. Porque creo que el shock que supuso la pandemia puso de manifiesto más que nunca la dependencia que tiene el sector cultural del ámbito público y también, por supuesto, la enorme responsabilidad que eso supone. En estos momentos de transición, tras todo lo que ha pasado y está pasando, cuando estamos yo creo que un momento de reformulación, el sector público tiene que hacer un esfuerzo por aportar estabilidad, respuestas, alternativas viables para que este sector tan amplio pero tan frágil pueda continuar su andadura.

Hago esta introducción en base a mi experiencia, también desde mi anterior puesto de trabajo. Cuando estalló la pandemia yo era responsable de Exposiciones temporales en la Consejería de Cultura de la Comunidad de Madrid. Tras la pandemia, lanzamos una serie de proyectos expositivos que tanto por los contenidos que tocaban como por la reacción del público creo que nos ayudan a vislumbrar ciertas claves de cómo el sector cultural se está transformando. Voy a compartir con vosotros unas imágenes de tres

02 Mesa debate con D. Garrocho, M. García Alonso y Xián Rodríguez



exposiciones: en la primera exposición nos trasladamos a febrero de 2021, a una exposición de Guillermo Pérez Villalta que llevaba por título El arte como laberinto. Esta cuestión suponía para nosotros un verdadero laberinto de gestión cultural porque era una exposición muy ambiciosa. Construimos un laberinto diseñado por el artista, fue muy costosa a muchos niveles, nos generaba muchas dudas y una gran incertidumbre, cuando había restricciones de movilidad, cuando el público todavía no había vuelto a los espacios artísticos públicos.



La traigo porque la respuesta del público fue muy favorecedora, tuvo una gran acogida, ese laberinto no se quedó vacío, se llenó dentro de los límites de aforo que teníamos permitidos, y creo que quizás es un lugar común cómo la cultura en ese momento pandémico se convirtió en una herramienta, en un salvavidas. Esto se produjo porque la cultura tiene toda una capa de valores entorno a ella que son fundamentales y que, especialmente desde lo público, tenemos que tener presente.

Yo vengo en representación de la Dirección General de Industrias Culturales, un término polémico también, pero creo que esa visión más mercantilista de la cultura es una realidad, tampoco la podemos desatender, es especialmente importante para el sector privado, pero también desde el sector público tenemos que atender a estas otras capas de valor que se han visibilizado de manera muy evidente durante la pandemia. La cultura como ese mediador con el malestar físico, el anímico, el psicológico... Cómo abrir las puertas de estas salas y que se llenasen de público fue una sorpresa para nosotros que demostraba esa necesidad de volver a consumir. a disfrutar. a encontrarse con la cultura. Además. fue

02 Mesa debate con D. Garrocho, M. García Alonso y Xián Rodríguez



una exposición que, como veis, era muy sensorial. Se buscaba que el público descubriese las obras en esos requiebros de los muros, en ese laberinto. Quería dejar esa idea de los múltiples valores de la cultura como posible idea de debate.

La segunda parada es solo un mes más tarde, en una sala más pequeña, la Sala de Arte Joven de la Comunidad de Madrid. Esta Sala está destinada a artistas y comisarios emergentes, menores de treinta y cinco años. En este caso era una exposición concebida durante el peor momento de la pandemia, confinados, y que se presentó en el momento de la nueva normalidad donde todavía no sabíamos cómo iba a ser ese encuentro en lo social.



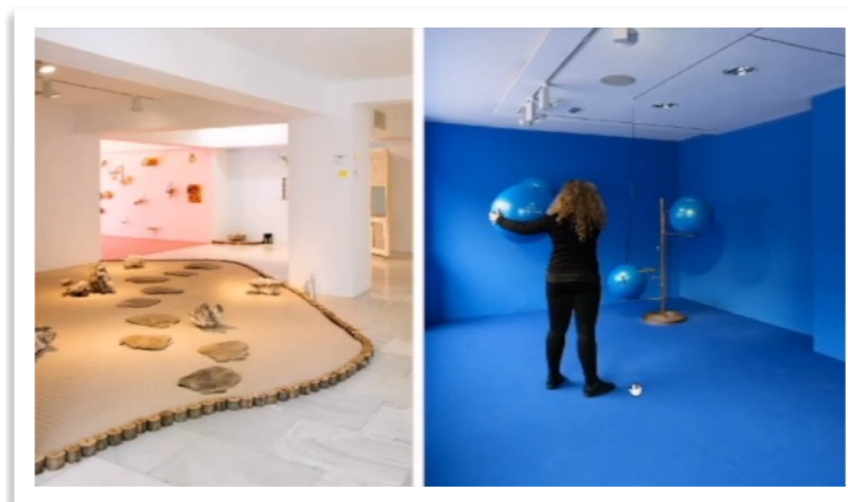
En este caso, las comisarias Claudia Rodríguez Ponga e Isabella Lenzi propusieron una propuesta de varios artistas donde se trabajaba precisamente el espacio común. Veis en la imagen izquierda una parte de un gran taller de costura colectivo donde se construyó. Aquí lo importante era la colectividad. Era un lugar donde activar procesos en común, donde abrirse a otras disciplinas como la psicología o las telecomunicaciones. Y esta era la segunda idea que quería aportar: cómo durante la pandemia nos vimos abocados a la interdependencia. Fue una necesidad. Y había inquietud sobre cómo abordarla. Esto también es una oportunidad, esta idea de la cultura como un nexo, como algo que genera comunidad y en muchos sentidos. El principal y más evidente de este proyecto Nudo nido era esa necesidad del vínculo, de la empatía, del afecto, de la proximidad. Ya no solo empatía con los seres humanos sino con la

02 Mesa debate con D. Garrocho, M. García Alonso y Xián Rodríguez



naturaleza, que de alguna manera era lo que estaba detrás del origen de la pandemia. Pero también la idea que se veía en estos procesos artísticos, donde nos alejábamos de las artes plásticas y nos íbamos a una creación artística que se asentaba en lo procesual, en las pequeñas aportaciones que construían. Esa idea de trabajo en red, de colaboración. Y también la cultura como un nexo de unión con otras disciplinas, con otros sectores muy diferentes. Se vio muy claro durante la pandemia que la cultura se cogió de la mano de la psicología y la salud mental y se demostró como una herramienta muy eficaz para enfrentar el malestar contemporáneo, también con las telecomunicaciones y con otras disciplinas. Esta era la idea que también quería aportar: la idea de nexo, de comunidad de la cultura, que debemos tener en cuenta también cuando planificamos políticas públicas.

Y la última exposición, en el mismo espacio, en la Sala de Arte Joven, y con esto acabo, se conceptualizó en el momento de nueva normalidad y se trajo a la sala en febrero de 2022. Y aquí había una visión diferente. En la exposición, comisariada por Ignacio González Olmedo y Juanjo Aguilar, trataron de contraponer el horizonte Yuppie, de bienestar y de crecimiento individual, con la realidad milenial, muy hostil en un contexto de crisis y cómo esas brechas que se habían ido abriendo en el sistema encontraban respuestas artísticas.



Cómo todas estas propuestas artísticas prestaban atención a procesos paliativos, a esos procedimientos

02 Mesa debate con D. Garrocho, M. García Alonso y Xián Rodríguez



que trataban de sanar esas heridas. Son intervenciones artísticas relacionadas, como veis, con el mundo del fitness, del deporte, para alcanzar el bienestar, de la meditación... o incluso de la astrología o del mundo esotérico. Son alternativas paliativas a un momento social de grietas, de malestar. Y traigo esta exposición porque cada vez es más evidente cuando tratamos con interlocutores más jóvenes que hay una desconfianza, que hay un malestar, un desencanto con el sistema, con lo social. Es algo que tenemos que incorporar en nuestra mirada. Esto tiene también potencialidades positivas. Me voy a mi terreno, que es el de las artes plásticas: hay cada vez una mirada más evasiva pero que busca nuevos escenarios de idealidad, de ficción como herramienta para buscar alternativas a lo que tenemos.

Pero creo también que desde lo público es necesario atender a esa desazón y abogar por políticas culturales que doten de estabilidad. Que las propias políticas sean estables. Al final, la institución pública, a pesar de las múltiples crisis que se han ido encadenando, ha conseguido sobreponerse, con muchas dificultades, con muchos matices, pero está ahí y sigue siendo un buque insignia del que depende el sector porque es donde más dinero se mueve, donde más actividad se mueve. Es importante que desde la política pública atendamos a estas necesidades y que busquemos horizontes que doten de estabilidad a unas generaciones que no la están viviendo.

Termino con mi trabajo actual, el Programa Cultura y Ciudadanía, que desde que se creó en 2015 trababa de hacer de vaso comunicante entre lo que está pasando en la cultura y las propias políticas culturales. La idea de Cultura y Ruralidades es atender a lo que está pasando en los márgenes del sector cultural, dominado por lo institucional, y aprender para implementar nuevas medidas e incidir en la política pública en un sentido mucho más amplio».



Diego Garrocho: «En cuanto a las cuestiones que se han dicho, querría retomar algo en lo que creo y en lo que estaríamos todos de acuerdo pero no siempre es obvio. Yo antes hablaba del libro de Fumaroli y creo que en Francia se inaugura un marco de debate interesante para la gestión pública, que es la idea de la excepción cultural. El problema de lo público es que cuando se pronuncia la palabra público, rápidamente hay una tentación ideológica, y es legítima, porque hay personas más intervencionistas, más liberales, más o menos proteccionistas, pero sí creo en la condición excepcional de la cultura, igual que sí

02 Mesa debate con D. Garrocho, M. García Alonso y Xián Rodríguez



creo en la condición excepcional de la educación. Es un lugar donde personas de inspiración más liberal o menos intervencionistas deberían o podrían entender que el terreno de la cultura es excepcional porque la satisfacción de sus fines siempre es a muy largo plazo. La confianza política en el rendimiento que generan los bienes culturales no siempre son inmediatamente traducibles en una economía de mercado, y esa apuesta excepcional es importante que seamos capaces de legitimarla, como en el ámbito educativo. Insistentemente trato de colocar este marco porque creo que es algo muy importante porque creo que es algo excepcional.

Creo que la cultura en muchas ocasiones puede resultar deficitaria, e insisto esto puede ser ideológico, pero yo sí defendería públicamente que el Estado tiene que estar allí donde hay servicios que son importantes pero que son deficitarios. En la Universidad ocurre muchísimo, estamos cada vez más estresados económicamente con las asignaturas de baja ocupación, las disciplinas que no son muy populares. Que haya un profesor experto en siriaco, que nos parece una cosa muy friki, yo creo que es algo bueno independientemente de si tiene muchos o pocos alumnos, y que se oferte una asignatura sobre sintaxis griega, independientemente de si tiene muchos o pocos alumnos, es algo que no se puede describir en una lógica de mercado sino que colectivamente tenemos que entender que eso hay que protegerlo porque es valioso aunque no genere un rendimiento. No soy ingenuo; la pregunta siguiente es quién decide cuál es el valor de los elementos que deben custodiarse, pero ese es un segundo momento del debate, que creo que es legítimo. Creo que en el ámbito de las políticas públicas, pero también en el ámbito privado, hay dos jerarquías que hay que tener muy vigiladas: la figura del crítico y la figura del gestor cultural público, que de alguna manera están determinando consumos o experiencias preferentes dentro del ámbito cultural. Que diga que tienen que estar bien vigilados no es que sean necesariamente criticados o perseguidos sino que tienen que operar con una perfecta transparencia y en un espacio de liberación donde podamos poner a prueba las razones que nos llevan a considerar que determinadas experiencias culturales son dignas de protección o no lo son. Yo creo que el debate público se embarra en ese momento previo, en si hay que subvencionar o no la cultura, cuando creo que lo interesante sería el

02 Mesa debate con D. Garrocho, M. García Alonso y Xián Rodríguez



entender que es una marca de la experiencia humana. No me quiero poner muy pedante ni muy académico pero hay un momento de La República de Platón donde le describen a Sócrates una ciudad posible, de pura supervivencia, donde se puede comer, encontrar calzado y demás... Y dice, “eso es una ciudad de cerdos”. Es decir, no podemos conformarnos con que las comunidades humanas satisfagan esas necesidades más inmediatas. Una comunidad en sentido próspero tiene también que abonar determinados lujos. La Cultura por supuesto que es un lujo, un lujo imprescindible, el lujo que nos humaniza. Entonces yo creo que en España nos falta entender que la apuesta cultural es una apuesta excepcional que se debe naturalizar y que genera un presente que es muy interesante de cooperación público-privada donde no hay una competencia sino que hay una sinergia perfecta, que inaugura una nueva relación que incluso se podría exportar a otros sectores y a veces se nos olvida».



M. G. A.: «Sí que creo que desde lo público hay una labor de dinamización, hay una responsabilidad, quizás aún mayor por estar gestionando recursos de todas y de todos.

También creo en la diferenciación, que seguro que todas y todos hemos escuchado, entre valor y precio, en que todo lo que supone un valor añadido debería estar fuera de ciertas lógicas cortoplacistas y mercantilistas. Siendo esto así, yo recordaba, al hilo de lo que comentaba Xián sobre el bienestar personal y lo importante que es también la cultura en todo este ecosistema de lo personal y más en este momento social donde todos estamos un poquito raros, que hace unos años, un gestor cultural muy buen profesional, Jaume Antich, siempre hacía la comparativa o dicotomía entre deporte y cultura, que aparentemente era algo muy arriesgado y que generaba cierta polémica. Pero lo que él venía a decir era que habíamos conseguido socialmente adoptar el deporte como algo beneficioso a nivel físico y necesario, y quien más o quien menos en sus retos de principios de año



02 Mesa debate con D. Garrocho, M. García Alonso y Xián Rodríguez



apuesta por empezar a ir al gimnasio, llevar vida sana, complementarlo con la alimentación, etc., porque existe un beneficio físico y un beneficio psicológico, y que uno de los retos de la gestión cultural y de la cultura ampliamente entendida era intentar explicar por qué la cultura también es beneficiosa a nivel físico, como estamos empezando a comprobar en diversos estudios que salen, sobre todo a nivel europeo con Reino Unido a la cabeza, y a nivel psicológico evidentemente. Hay varias batallas que están abiertas y que quizás vamos perdiendo. No dejan de ser conceptuales y de definición pero no dejan de ser importantes a la hora de definir ese discurso y ese valor.

Dentro de todo ello, creo que programas públicos como el de Cultura y Ciudadanía son absolutamente necesarios, si bien tienen que ser conceptualizados de una forma adecuada. Es decir, no creo que no lo estén y lo que conozco me gusta, pero creo que la definición de “queremos escuchar lo que pasa en los límites, en los alrededores de la cultura, en las periferias, etc.” tiene sentido si ese apoyo desde lo público se da de una forma que no tape los verdaderos procesos de innovación que se están generando. Creo que todos y todas somos conscientes de que muchas de las innovaciones en los procesos, en las estrategias, en los resultados están viniendo de ámbitos no centralistas, en términos territoriales. Vosotros sois un ejemplo de todo ello, Euskadi es un ejemplo... pero podríamos poner muchísimos ejemplos más a nivel territorial. Personalmente creo que desde el ámbito privado, en procesos de innovación, no solo por los resultados sino en los propios procesos, está generándose lo más interesante a nivel estatal. ¿Qué sucede con esto? Que cuando vamos a buscar el dinero, los recursos, para llevar a cabo determinados proyectos nos encontramos con dificultades a la hora de explicar ese valor a “inversionistas privados” o nos vemos atados a una serie de convocatorias públicas que no siempre, desde mi punto de vista, cumplen los objetivos que deberían cumplir en cuanto a resultados, no solamente tangibles sino de propuesta de valor, de qué se puntúa y por qué se puntúan ciertas cosas. Esta es una autocrítica, porque entre otras cosas trabajo con el Gobierno de Asturias en convocatorias públicas como el ciclo Asturias Cultura en Rede, etc. ¿Hasta qué punto los gestores culturales hacen proyectos para convocatorias o buscan convocatorias para sus proyectos? Deberíamos analizarnos desde dentro y ver qué supone esto en términos de cambio social y de innovación. Casi lanzo más preguntas y más flechas que respuestas, que son muy difíciles de encontrar en estos foros».

02 Mesa debate con D. Garrocho, M. García Alonso y Xián Rodríguez



X. R.: «Recogiendo lo que comentaban los compañeros, creo que lo público es algo muy grande, muy complejo y con diferentes sensibilidades, y desde luego muy mejorable desde todos los puntos de vista. Pero con una misión propositiva, intentando identificar los lugares de mejora, creo que la cultura del evento, el promocionar lo que ocurre en un momento, ha condicionado mucho las políticas públicas de financiación, de programación y es uno de los elementos que tenemos que matizar, no quiero decir combatir porque si no estuviese con covid, este fin de semana me iría de festival. Pero sí hacer énfasis desde las políticas públicas en otros modos de hacer cultura, en lo importante que son los procesos de mediación. Esto, tanto a nivel de convocatorias de ayudas, como en la propia programación de los entes públicos. Cómo esos procesos de mediación contribuyen a crear hábitos, a cambiar la forma en que se percibe la cultura y a que la cultura, en esa multiplicidad de capas de valor, permee mucho más la sociedad. Este sería uno de esos puntos: abrirse a otros procesos de innovación, a laboratorios de innovación, a otros sistemas de crear cultura que se alejan de la idea del evento.

Y estoy completamente de acuerdo con lo que decía Marcos en cuanto a que el sector público, por lo grande que es, es lento en su proceder, al menos desde mi experiencia, y desde luego la innovación está habitualmente fuera de ese entorno. Programas como Cultura y ciudadanía lo que tratan es de estar atentos y de escuchar lo que está pasando para explicárselo a la institución, para ver cómo esas maneras de proceder, esas sensibilidades y esas problemáticas se pueden trasladar a convocatorias de ayudas, que son muy deficitarias en algunas cosas pero que siguen siendo una herramienta útil, e intentar mejorarlas. En mi pasado como gestor cultural en lo privado me veía en esa situación, de estudiarme y prepararme las convocatorias antes de poder aplicar».





Iñigo Osés Maestro (moderador): «Por recoger varias cuestiones que han salido, hace unos días estaba en la presentación de unas convocatorias de Fundación Caja Navarra y Obra Social La Caixa en Pamplona que incluían la ponencia de un filósofo llamado Jordi Grané y me quedé con la frase “lo más revolucionario que se puede hacer hoy en día es dormir”, con toda su explicación de fondo, y tenía toda la razón. Pero es que yo dentro del sector llevo años escuchando que lo más revolucionario que un violinista puede hacer es tocar el violín, que para una orquesta es dar un concierto... es decir, dedicarse al hecho artístico en sí. Y ahora cuando te tienes que enfrentar a convocatorias desde la parte del creador, se te exige de todo menos eso. Pero esto se entiendo en cuanto coges el manual de los Next Generation, como tú explicabas Diego, con esas tres patas: sostenibilidad, resiliencia... ¿qué le vas a contar de resiliencia a alguien del mundo de la cultura, por cierto? ...y, por último, transformación digital. Es decir, no les estamos dando camino u opción a que creen y que sean libres de crear, si ellos mismos se tienen que meter a hacerle ver a la sociedad que la sostenibilidad o el ecologismo son necesarios. Falta un poco de sensibilidad de parte de estas convocatorias de dejar libertad de creación porque en las convocatorias que estamos viendo creo que estamos entre 35 y 55 puntos de interés o calidad del propio proyecto artístico y el resto son todo pequeñas intervenciones del aparato público de dónde tienes que estar. Y yo reflexiono mucho sobre esto porque creo que no es sano para el creador, no es real y es muy intervencionista, aunque sí que creo que ha de serlo el aparato público en muchos de los aspectos. Por último, miramos a Europa en cuanto al fondo, a estos caminos que nos marcan, pero no a la forma, porque cosas tan pragmáticas como las plurianualidades, de cómo se tienen que armar las convocatorias para que sean ágiles para todos, tanto para la pata pública, para que los gestores de las administraciones no sean contables ticando facturas, como a la parte de la creación, para que no tengan que tener un gabinete de seis especialistas para poder presentarse a una convocatoria. Esto, que Europa lo deja muy claro, no lo cogemos en España. Cogemos solo la parte del fondo y esto me preocupa. Creo que es una labor de todos, de instituciones y de nuestra parte, de intentar poner algo de sesgo de razón, de sentido común. Creo que es uno de los aspectos que se ve en el día a día, que nos quedamos algunas cosas buenas, y otras que deberíamos ser capaces de sortear, no lo hacemos. Y esto, en el día a día, quema mucho.

E hilándolo con otra de las cuestiones que habéis comentado y hablando del papel de la cultura y el

02 Mesa debate con D. Garrocho, M. García Alonso y Xián Rodríguez



cambio social, en cuanto a la autoficción o el egocentrismo de los gestores culturales, es que somos necesarios, tenemos que estar dando a la sociedad, ayudándole, transformándole, pero llega una pandemia y lo que casi se nos calza es al propio personal. Tenemos muchas bajas de salud mental, ya directamente porque no sabemos dónde estamos cada día, porque hemos estado precisamente en ese periodo de pandemia y postpandemia intentando protocolizar en este contexto extraño e intentando seguir dándole a la sociedad todo aquello que creemos que necesitaba. Creo que esto nos lo tenemos que hacer mirar porque es complicado el contexto en el que estamos ahora.

Por último, he apuntado la palabra “brecha”, que ahí sí que es donde nos ha pillado el toro, y la otra, “la ruralidad”. Se hablaba de la España vaciada antes de la pandemia pero ahora se ha diluido mucho. Hago varias reflexiones para ver por dónde continuamos».



D.G.: «Han salido muchas cosas importantes. Y es que en muchas ocasiones las industrias creativas son muy poco creativas porque están matadas por el espíritu de las convocatorias. Y el problema es que esto no tiene solución. Porque una gestión diligente de la transformación social exige saber hacia dónde nos transformamos, es decir, la transformación por la transformación no es un valor. Lo que está ocurriendo ahora en Kiev es una transformación social: tú te lías a tirar bombas en una ciudad y a matar gente y estás transformando, estás creando una realidad nueva que antes no existía. Pero la tentación dirigista de que hay un ideal muy concreto hacia el que tenemos que converger hace que las convocatorias generen un espectro muy estrecho para la creación. Hace que todas las solicitudes al final sean fakes. Es decir, tú tienes un proyecto que luego le sacas la coletilla de que sea inclusivo, sostenible... lo adaptamos, ¿no? Y luego todos los proyectos se parecen y eso tiene un riesgo castrador en el sentido de la creatividad. Porque a lo mejor alguien quiere dar un concierto y no es inclusivo, pero igual tiene otros valores o propone algo peor. Yo creo en el arte y la cultura como un territorio de experimentación moral; es que a lo mejor tiene un sentido que alguien en el ámbito cultural se dedique a desafiar o a afrentar algunos de los lugares donde nos sentimos cómodos y eso es un valor cultural. Y precisamente eso es lo que abre la puerta a la creatividad, que en ocasiones creo que adaptarlo a una gestión diligente, sobre todo desde lo público, donde se propone un ideal responsable y es cabal que de algún modo exista.

02 Mesa debate con D. Garrocho, M. García Alonso y Xián Rodríguez



Ahí creo que cada vez somos menos creativos. Si hago memoria y pienso en cuántos montajes teatrales, este año en Madrid, yo he visto gente desnuda y gritando como algo rompedor, o en cuantas exposiciones yo he estado con algo reciclado, me salen unas cuantas. Y todo el mundo pensaba que estaba haciendo algo hipernovedoso. Eso cansa muchísimo. En cuanto al mundo rural, me parece una de las grandes esperanzas porque en esa proliferación y multiplicación de propuestas, creo que el ámbito rural es uno de los más originales y uno donde después se recibe de manera más celebrada y con más ambición porque es el gran desconocido. Creo que por ahí puede venir una salvación. Y sobre todo hay una urgencia que es de justicia y es que entendamos que la comunidad que somos no se conforma con lo inmediatamente visible; creo además que el riesgo de las grandes metrópolis es que se parecen mucho más, ya no hay diferencia entre París, Nueva York, Roma... Los jóvenes urbanos de grandes ciudades somos todos iguales, pero el ámbito rural es quizás uno de los pocos espacios donde hay propuestas que son insólitas y para esa apertura a lo insólito también hay que ser un espectador muy tolerante. Pero es que entre las cosas insólitas a lo mejor tenemos que asumir que hay cosas que nos parecen un “bluf” o que nos molestan, y sí, yo veo esclerotizar muchísimo la producción creativa».



M. G. A.: «Totalmente de acuerdo con lo que decías e hilo esto con lo que después hablaremos en profundidad sobre comunidades culturales y digitales, y es que no sé si hacer el experimento, pero que levante la mano aquel o aquella que en su propuesta de proyecto no ha dicho que “el target del proyecto era todo el mundo” y eso es materialmente imposible. Quizás las propuestas que vienen de las nuevas ruralidades, las no tan nuevas, parten de un proceso de innovación implícito no buscado explícitamente mediante el cual tu público objetivo en términos mucho más tangibles es la comunidad más cercana que tenéis, que pueden ser los valles mineros de Sabero donde viven mis



02 Mesa debate con D. Garrocho, M. García Alonso y Xián Rodríguez



padres, en la cuenca minera de Asturias, donde la media de edad es muy determinada, donde el acceso a la cultura es muy determinado, donde el imaginario cultural está muy determinado por muchas otras cuestiones sociales y económicas... quizás de ahí parte la verdadera innovación en cuanto a propuestas culturales. Como decía Diego, cuando haces una propuesta en Madrid y quieres hacerla rompedora, estás viendo veinte exposiciones similares o representaciones teatrales que pretenden ser únicas y no lo son.

Por otro lado, en cuanto al valor social, no quiero dejar de recalcar, porque tiene mucho sentido, que he hecho una cuenta muy rápida y aquí somos 28 mujeres y 13 hombres, más personal y técnicos que hace esto posible donde creo que hay casi paridad entre hombres y mujeres, y sin embargo aquí hablando estamos cuatro hombres blancos. Sé que Xián también trabaja con Adriana y que ella va a estar con nosotros y demás... Creo que el cambio social también viene de esa mirada femenina y feminista que sobre todo en el ámbito cultural es algo incontestable. Creo que tiene mucho sentido que de forma permanente y diaria tengamos en cuenta que nuestro sector tiene una mirada puramente femenina, feminista, y además creo que tiene que ver con que el mundo rural sea eminentemente matriarcal. Esto sería una cuestión mucho más antropológica que no estoy en condiciones de abordar, me meto en jardines que no soy capaz de argumentar, pero desde luego no puedo negar que allí de donde yo vengo, Asturias, hay una sociedad absolutamente matriarcal, que en Galicia hay una sociedad matriarcal, etc. Y estoy hablando de cultura atlántica dentro de España».



X. R.: «Por retomar el debate que manteníais, creo que la idea de innovación que siempre está detrás de las políticas públicas muchas veces deja de lado la estabilidad, la continuidad, los proyectos y creo que la idea de innovación también nos lleva siempre a lo que son modas, a hablar de idea de innovación también nos lleva siempre a lo que son modas, a hablar de conocimiento situado, a hablar de los cuidados, cuando lo situado es saber a quién te diriges, con quién estás y los cuidados es casi una regla de educación y de convivencia básica. Entonces, siempre hay esas modas que se ven mucho en entornos urbanos y que marcan la agenda; en el ámbito rural están más desprejuiciados, la acción desde allí no está tan sometida a esas modas, a todo ese constructo que se va generando de manera colectiva. En el programa Cultura y

02 Mesa debate con D. Garrocho, M. García Alonso y Xián Rodríguez



ciudadanía desde el principio se vio como un ámbito con una lógica propia y original, que en base a unos conocimientos tradicionales les permitían operar de manera más innovadora, aunque dicho suene contradictorio, o más desprejuiciada con las modas. Entonces, el medio rural también nos está enseñando a aplicar políticas de decrecimiento cultural, que son importantes. No es necesario siempre ir a más. Estamos en un momento en el que demasiada oferta cultural e innovación nos están llevando a lugares vacíos, entonces hay esa idea de decrecimiento, de desaprendizaje, o de aprendizaje de las formas tradicionales que están revestidos de contemporaneidad.

De hecho, la primera semana de julio nos reuniremos en Asturias para celebrar el foro de Cultura y Ruralidades, que este año tiene como eje vertebrador unas ayudas del sector público que se han aprobado para fortalecer el sector cultural en el ámbito no urbano. Yo no he estado en el proceso de participación, pero ha sido un proceso muy valioso porque el documento que se consensuó con todas las Comunidades Autónomas incluía proyectos de innovación en el sentido de no solo atender a eventos sino de hacer laboratorios de ideas, poder prototipar proyectos culturales, atender al patrimonio inmaterial o atender a los procesos de creación, que creo que son tan importantes. Que esos criterios o proyectos tengan también cabida en estas convocatorias públicas».

Marcos García Alonso

Gestor y consultor cultural. Desarrollador de estrategias relacionadas con comunidades digitales para plataformas. Licenciado en Derecho y máster en Gestión Cultural, MBA por el Programa DIE de la Unión Europea y PMP®. Ha trabajado como gestor y consultor cultural en EE.UU., Latinoamérica y España para instituciones como el Departamento de Industrias Culturales y Creativas de la Oficina Comercial de la Embajada de España en Miami, AECID o el Gobierno del Principado de Asturias.

Avance:

«...todo lo malo que tengáis que decir de TikTok, decídmelo tranquilamente porque se trata de jaquear desde dentro».

«Lo que nos permiten las comunidades digitales es salir del ensimismamiento artístico y ver qué hay fuera».

+ Participa en la mesa debate



03 La cultura y la comunidad digital: Marcos G^a Alonso

El acceso a la cultura a través de la comunidad digital

Tipos de comunidades



- **Acción:** comunidades de alguna creencia política, religiosa...
- **Circunstancial:** comunidades de individuos que encuentran en la misma posición/situación en un momento determinado (emocional, social, económica...)
- **Interés:** comunidades de interés en relación a una pasión o gusto común
- **Lugar:** comunidades ligadas por una ubicación territorial común
- **Práctica:** comunidades que participan en una misma actividad privada o profesional.



para que mañana, cuando en pregunt... al ha ido el encuentro, ha habido un chico que l...
comunidad

El acceso a la cultura a través de la comunidad digital

Buenos días. Tengo la sensación permanente del síndrome del impostor por el recorrido profesional que he tenido. He estado bajo varios sombreros: he sido músico profesional durante diez años, por lo tanto conozco bien la realidad de la industria musical, actualmente además trabajo con varios proyectos de la misma, también con la docencia, he trabajado para el sector público en el ámbito internacional, he trabajado para el sector privado dentro del ámbito museístico y de la gestión cultural más institucional... Y ahora trabajo para TikTok. No lo dice el programa por cuestiones internas y porque aquí estoy como orador de forma absolutamente personal y no representando a ninguna compañía ni institución. Pero dicho esto, que sepáis que todo lo malo que tengáis que decir de TikTok, decídmelo tranquilamente porque se trata de jaquear desde dentro.

Cuando me planteaban desde Kuna afrontar este taller alrededor de comunidades digitales y el papel de la cultura en todo ello, el acceso a esas comunidades desde el punto de vista de la cultura, yo mismo me planteaba qué sería más provechoso para incorporar a vuestra reflexión diaria. Os adelanto que no os voy a dar un catálogo de buenas prácticas ni de casos de éxito; todos conocéis que El Museo del Prado lo hace muy bien en TikTok, perfecto, pero lo tenéis al alcance en el móvil y no tiene

sentido que yo os lo explique. He caído en la trampa de las definiciones porque creo que es importante delimitar de qué hablamos cuando hablamos de comunidad, cuando hablamos de comunidad digital y de cultura dentro de la comunidad digital. Hablábamos también de públicos, no públicos, de la economía de la atención; cómo lo podemos incorporar a nuestro día a día o a nuestro discurso práctico en nuestro desarrollo de la profesión. Voy a intentar ser directo y breve.

¿Qué es la comunidad?

Lo primero que me pregunto es de qué hablamos cuando hablamos de una comunidad. Lo que me ha sucedido es que cuando buscaba definiciones e intentaba comprender el término conceptualmente, me daba cuenta de que estaba intentando buscar una definición de cultura. Y siempre es un terreno pantanoso y complicado.

¿Qué es una comunidad?

1. Conjunto de personas que viven juntas bajo ciertas reglas o que tienen los mismos intereses ("una comunidad de propietarios")

2. Grupo social del que forma parte una persona.

"Las comunidades humanas se organizan generalmente en torno a un propósito, interés y/o rasgo común que es variable (idioma, costumbres, valores, etc.) Sus miembros además suelen compartir pasiones, necesidades o deseos y de su asociación se deriva, de algún modo, en una mayor posibilidad de alcanzar dichos propósitos. Dentro de las comunidades se producen relaciones entre sus partes, que pueden llamarse relaciones comunitarias."

03 La cultura y la comunidad digital: Marcos G^a Alonso

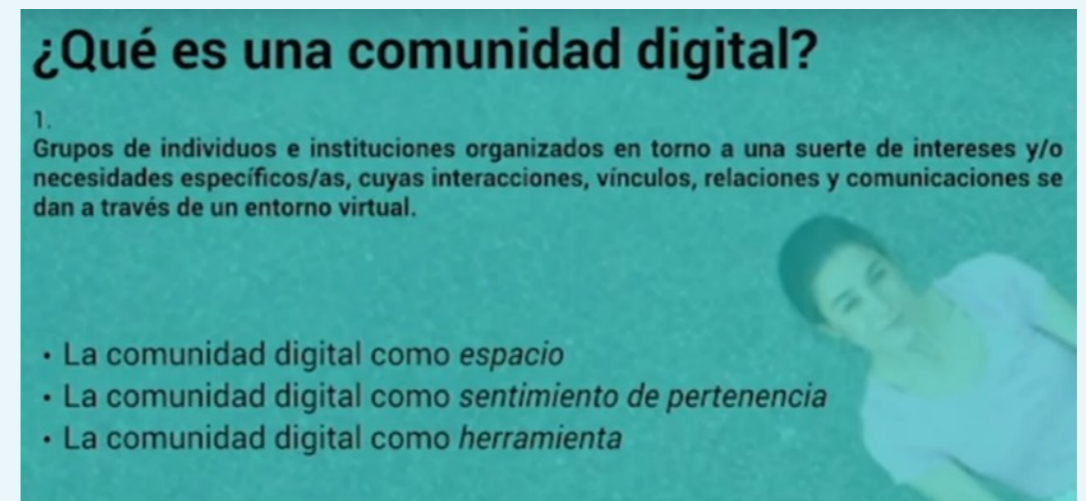
Ciertas definiciones me ayudan a llevar al terreno que yo quiero llevarme el discurso, pero una de ellas es esta: un conjunto de personas que viven juntas bajo ciertas reglas o/y que tienen los mismos intereses, y daba el ejemplo de una comunidad de propietarios.

Una segunda definición adicional a la comunidad podría ser un grupo social del que forma parte una persona. Y esto quiero creer que nos empieza a sonar a aspectos culturales o aspectos que todas y todos hemos escuchado respecto a la definición de cultura. He ido recalando algunos términos que me gustaría compartir con vosotras y vosotros: propósitos, intereses, rasgos comunes, que pueden ser de muchos tipos, de idioma, de territorio, religión o valores, que son compartibles. La comunidad no se entiende si no hay algo para compartir y si no es bidireccional, y esto tiene importancia y quiero que os lo guardéis para lo que hablaré a continuación. Y que normalmente suele tener más sensación de horizontalidad que de jerarquía, o al menos debería ser así. Al menos en origen una comunidad podría considerarse como horizontal y no jerárquica.

¿Qué es una comunidad digital?

Una definición que he encontrado es “grupos e instituciones organizados en torno a una serie de intereses o lugares comunes o necesidades y cuyas interacciones y vínculos se generan en un entorno virtual”, cibernético, llamadlo con el término que más os guste. Quiero recalcar tres puntos importantes para aterrizar: la comunidad digital como espacio, físico y virtual, no solo espacio virtual, y aquí ahora mismo

tenemos un maravilloso ejemplo, tenemos un espacio evidentemente físico pero también virtual porque estamos directamente por la plataforma YouTube; la comunidad digital como sentimiento de pertenencia, y justo antes de empezar hablábamos de que pocos sectores tienen más sentimiento de pertenencia y militancia que lo cultural y lo creativo, desde todo punto de vista, lo cual está muy bien porque no siempre es así; y, la comunidad digital como herramienta, que muchas veces es la definición en mente cuando alguien habla de generar comunidades digitales o estar en plataformas, de que tenemos que generar planes de comunicación digital, tenemos que estar en social media, etc. Creo que estos tres acercamientos a lo que puede ser una comunidad digital nos ayudarán a conceptualizar mejor cuestiones que nos sitúan una vez más para nuestro día a día.



Cultura. Subculturas.

He caído intencionadamente en buscar una definición de cultura

03 La cultura y la comunidad digital: Marcos G^a Alonso

que me sirva de hilo conductor. Hay tantas definiciones de cultura que seguramente todo el mundo tendrá una definición de cultura, igual que ahora todo el mundo es especialista en la guerra de Ucrania. No estoy especialmente cómodo con definiciones cerradas pero he buscado el hilo conductor con una definición holística: cultura es la transmisión de información, modos de hacer las cosas y costumbres a través de medios sociales, que se transmiten de generación en generación, bien sea por vínculos familiares, sociales, etc.

Cultura. Subculturas.

Una definición holística de cultura: la transmisión de información, modos de hacer las cosas y costumbres a **través de medios sociales** (de padres a hijos, entre hermanos, entre amigos o en la escuela).

Forman parte de una subcultura un grupo de personas con creencias y comportamientos que los hacen **diferenciarse** de la cultura predominante de la que también son parte.

Creo que es importante recalcar “a través de medios sociales” porque una vez más cuando hablamos de redes y plataformas sociales, de algún modo nos han robado el término y los vínculos sociales y las redes sociales se las han apropiado una serie de plataformas que han decidido que eso es lo social, en el ámbito virtual, cuando hay muchas formas de sociabilidad.

El término subcultura tiene mucho sentido y del cual se aprovechan también todos los agentes que conforman este

ámbito tan etéreo de lo digital. Es el término de hablar de qué nos diferencia o qué queremos que nos diferencie o cómo nos sentimos nosotros a la hora de diferenciarnos en cuanto a gustos, intereses, creencias, respecto a lo común, a lo general. Estamos bajo un paraguas cultural que nos viene dado pero, y esto en la época adolescente está claro, todo el mundo tiene una diferencia: a mí me gusta mucho el reguetón y a otra persona la música urbana, y a otra el macramé. Y todos tienden a definirse individualmente, también desde lo digital, puesto que el contexto digital ayuda porque le interesa diferenciarse y delimitarse por verticales. El concepto que se utiliza en estos ámbitos digitales es el de verticalización: todo está dividido en verticales y tenemos interés en vertical deporte o entretenimiento, y dentro de eso entra la subvertical de artes escénicas o arte contemporáneo. No estaría mal, por cierto, que desde lo público también empezasen a hacerlo. Por cierto, soy muy fan del apropiacionismo; he escuchado antes que “todo lo que no es tradición es plagio, y mucho del plagio se convierte en tradición”. Creo que todos y todas hemos utilizado eso en nuestro favor. Creo que Fernandez Mallo, escritor que tuvo ciertos problemas con un libro de Borges y con su viuda, etc., hablaba del



Agustín Fernández Mallo

03 La cultura y la comunidad digital: Marcos G^a Alonso

perfil, de explorar nuevos públicos, de determinar quiénes no son vuestros públicos, de incentivar a nuevos públicos, sean jóvenes o no tan jóvenes. Pienso en personas de mediana edad y tercera edad, que muchas veces no son tenidos en cuenta en programaciones y estrategias. Creo que no nos tenemos que dar por vencidos a modo de excusa por el hecho de que desde lo pequeño, desde lo local, o diario, creáis que no tenéis las herramientas para investigar y para proponer.

Hacia un retrato global para sacar determinados puntos interesantes:

- Rasgos/intereses comunes
- Relación entre pares
- Vínculos afectivos (pertenencia)
- Nivel de participación (roles)
- Medios sociales
- Necesidad de diferenciación

- Que dentro de una comunidad, sea digital o no, siempre hay rasgos o intereses comunes
- Hay una relación entre pares, horizontal o vertical

- Hay vínculos afectivos. Una sensación de pertenencia a algo, todo el mundo necesita sentirse parte de algo, general o muy de nicho, de subcultura.
- Hay niveles de participación: gente que produce, gente que consume, hay el término de “prosumidor”, gente que no sabe que está produciendo pero está produciendo. Hay no usuarios. Hay muchos tipos de roles.
- Hay medios sociales. Y no son solo los digitales, insisto. También hay cafés, momento de comida... Ojalá este tipo de eventos en el futuro se genere entorno a la sala del café charlando de igual a igual con o sin micrófonos y en formato donde todo el mundo, sin levantar la mano, a modo conversacional pueda exponer sus ideas, sigan el hilo conductor de alguien que en este caso sea yo o no. Lo relacional y lo conversacional tiene mucho más interés, sobre todo en este tipo de sectores donde se generan relaciones y alianzas y vínculos afectivos, y por tanto comunidad, que un foro donde alguien habla y los demás solo escuchan.
- Y la necesidad de diferenciación entorno a las subculturas verticales, etc.

Tipos de comunidades digitales

Todo esto son definiciones que por serlo son parciales. No os las toméis al pie de la letra porque podéis considerar que hay muchos más tipos de comunidades. Es un mero aterrizaje. Pero, ¿en qué se basan?

03 La cultura y la comunidad digital: Marcos G^a Alonso

- **Acción:** cualquier grupo en una plataforma social por una creencia política, religiosa, por un personaje público...
- **Circunstancial:** si tengo un hijo y me veo en un wasap de los padres de la guardería. Es emocional, temporal... Cuando viví fuera de España y volví, mi contexto cambió y mi comunidad, también; y hay otro tipo de comunidades que se mantienen a lo largo del tiempo, como mis amigos de la infancia.
- **Interés:** comunidades basadas única y exclusivamente en intereses que nos diferencian. Si me gusta la bicicleta estaré en foros donde se hable de ello o buscaré ese tipo de contenido para formar parte de él de forma activa o pasiva
- **Lugar:** puro territorio. Muchos y muchas sois socios de KUNA, eso os define para estar aquí.
- **Práctica:** privada o profesional.



Os preguntaréis: ¿hay cosas que se entremezclan? Efectivamente, una de las definiciones o características de estas comunidades digitales es que nos son compartimentos estancos, son comunidades que se entrelaza. Puedes tener un interés espectacular en artes plásticas o escénicas y además ser un profesional de ello. Como decía, creo que el sector es claro ejemplo de cómo nuestra pasión se convierte en nuestra profesión, en el mejor de los casos. A veces solo intentamos que se convierta y no lo conseguimos.

Plataformas digitales

Esa es la pata de qué tipos de comunidades hay y la segunda pata es qué tipos de plataformas digitales hay. Aquí una vez más podéis decir, claro pero hay plataformas sociales o de entretenimiento, educativas, musicales... Pero también hay plataformas de pago, bancarias, que también se pueden definir como plataformas digitales. Shopify es una plataforma de compra y venta de productos.

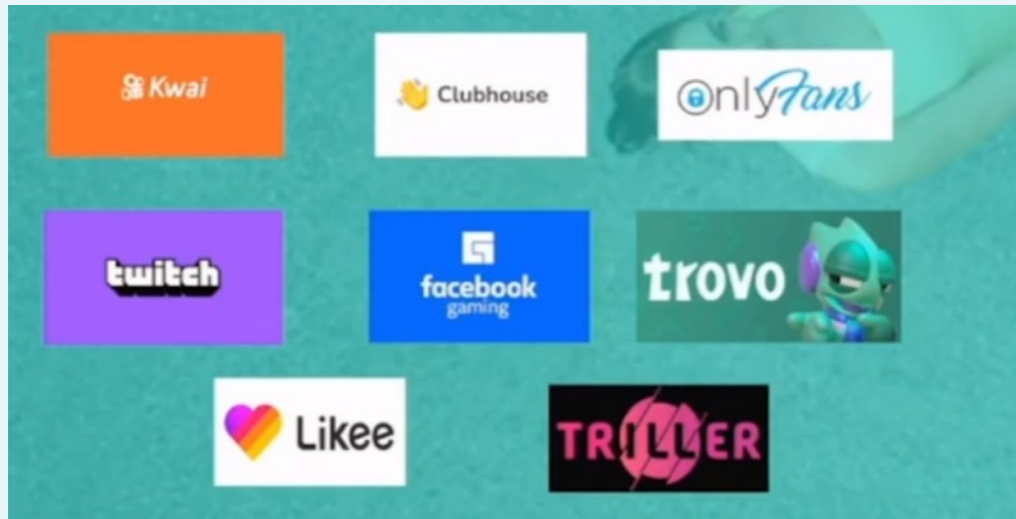
En este video, que podéis buscar en Youtube, se ve cómo han ido evolucionando las plataformas denominadas sociales o de contenidos a lo largo del tiempo. Hasta abril de 2022 en número de usuarios globales. El vídeo comienza en 2006-2007 y prácticamente ninguna de estas plataformas aparece. Estaba MySpace, etc. Esta es otra de las



Vídeo plataformas digitales

03 La cultura y la comunidad digital: Marcos G^a Alonso

características, la volatilidad y que todo parece frágil. Porque, de las siguientes plataformas, ¿cuántas conocéis?



¿Alguien ha oído del boom de Clubhouse hace un año?
¿Alguien conoce qué es? Clubhouse fue algo nacido en EE.UU. que era un formato que buscaba la diferenciación entre lo auditivo y lo visual, se trataba de salas de conversación. Es una app con una sala de conversación bajo una temática determinada, de todo tipo, normalmente profesional, donde cualquiera podía entrar a tiempo real y no se grababa. En momentos de pandemia, evidentemente, tuvo un subidón brutal. Tal como subió, bajó. A día de hoy digamos que la tasa de abandono de la app tiene tres dígitos y es un desastre y se ha convertido en una plataforma donde se hace coaching y todos te dicen cómo puede ser bueno un Clubhouse cuando en realidad no hay nadie en Clubhouse. Como esa, muchas otras.

He puesto OnlyFans con toda la intención porque se autodefine como plataforma de contenido. Nació no como lo que se conoce ahora sino donde los creadores, a modo de Patreon, tenían la posibilidad de subir contenido para que un suscriptor, alguien interesado en ese contenido, pagase una suscripción mensual o semanal. Luego ha derivado en el contenido que todos sabéis.

Los que tenemos Twitch, sabéis qué tipo de plataforma es. Facebook tiene una pata que se llama Facebook gaming; todo lo que tiene que ver con gaming está desarrollado de otro modo con respecto a las comunidades digitales. Trovo... ¿lo conocéis? Es uno de los competidores más fuertes, made in Spain, de Twitch. Está Likee, donde todos los menores de quince años están y es una plataforma similar a TikTok. Triller es otra similar... Lo que quiero decir es que soy consciente y debemos serlo todos de que prácticamente todos los días aparecen y desaparecen plataformas que generan comunidades digitales. No quiere decir que en vuestro plan de comunicación de vuestra institución cultural o proyecto en el que vais a desarrollar X propuesta cultural, cuando vayáis a presentaros a la financiación europea de turno tengáis que incluir todas estas plataformas porque es imposible y porque no tienen ningún sentido. Igual no tenéis que incluir ninguna e igual vuestra mejor comunidad digital es un grupo de Telegram o juntaros una vez al mes a tomaros un café en la tasca del centro cultural.

¿Para qué sirven las comunidades digitales?

Reflexión sobre lo que son o lo que deberían ser.

- Permiten conocer a nuestros afines en términos de intereses de todo tipo

03 La cultura y la comunidad digital: Marcos G^a Alonso

- Permiten atraerlos, retenerlos, fidelizarlos e incentivarlos, e incluso dejarlos ir cuando cambiamos nuestra misión
- Ser capaces de emitir información veraz. Nadie mejor que uno mismo para contar lo que hace y además 1:1, en tiempo real, por lo tanto, comunicación directa
- Te permite pivotar y adaptar tus propuestas a la demanda existente. No es lo mismo la demanda en verano que la demanda en invierno, la que había en pandemia o momentos de pospandemia, o la que hay en una localidad de 500 habitantes o en una gran ciudad. Es importante conocer qué intereses tiene tu comunidad.
- Para salir del ensimismamiento artístico. He sido músico profesional diez años, sigo siendo músico aficionado y conozco muy bien lo que es esa situación de enamoramiento propio de un proyecto artístico o cultural, de la no capacidad de enamorar al que tienes enfrente por la no capacidad de explicarlo como tú lo sientes porque es muy difícil explicar un enamoramiento y cómo muchas veces nos enfadamos cuando no nos entienden. Creemos que intentamos explicarnos de la mejor forma y nadie valora como creemos que tiene que ser valorado el proyecto, etc. Lo que nos permiten las comunidades digitales es salir de ese paradigma y ver qué hay fuera. Hay tantos puntos de vista como personas y tantos intereses como personas hay en este mundo y debemos ser conscientes de que lo resiliente también tiene que ser una de las características a incluir.
- Para repensarnos mientras aprendemos. *Work in progress*. Esto es algo que nunca termina, no es lineal, no tiene inicio y fin. Cuando un proyecto se presenta a una convocatoria pública tiene un inicio, desarrollo y fin, y normalmente ni siquiera el punto final está bien definido porque ni siquiera esos objetivos o indicadores se corresponden con nuestras necesidades. Recuerdo trabajar en convocatorias sin procesos de evaluación posterior. Por lo tanto, tú acudías a la ayuda, luego ya salía más o menos bien, justificando a nivel fiscal en qué se había gastado el dinero, pero a nadie parecía interesarle si esto se había utilizado correcta o incorrectamente. Afortunadamente esto va cambiando.
- Para hacer tests A/B. Básicamente es ensayo/error. Lanzo A y veo cómo funciona, y lanzo B y veo cómo funciona. Veo una comparativa que me permite tomar decisiones de muchos tipos, a nivel de programación, de precio de una entrada, de cómo me voy a cercar a los diferentes públicos, a nivel planificación mucho más largoplacista. También para el apartado político es una forma de tangibilizar el trabajo intangible que desde la gestión cultural se hace, llevárselo a quien tiene poder de decisión y demostrar que he sacado una conclusión sobre una línea de trabajo, porque de otro modo sería más difícil argumentarla.
- Y, sobre todo, para aprender a escuchar. Aun cuando todos nos autodefinimos como que escuchamos a nuestros usuarios, debemos aprender realmente a escuchar y después a tomar decisiones entorno a ello. No escuchar por escuchar sino escuchar proactivamente con algún tipo de vocación o intención de cambiar las cosas.

¿Cómo se hace desde el sector cultural?

Dentro del sector cultural, podríamos definir comunidades digitales a aquellos que desde tres pilares están desarrollando su estrategia en ese ámbito. Por un lado, las instituciones, tanto públicas como publico-privadas, y profesionales, individuales o empresas, que a través de plataformas digitales o de una estrategia digital de generación de comunidades ven una oportunidad directa de comunicarse con su audiencia y usuarios. Con un concepto un poco heredado de lo tradicional, es decir, antes sacabas una nota de prensa y esperabas que todo el mundo difundiese tu historia, y creo que en buena parte lo institucional sigue en esas. Ahora trabajo en una labor de consultoría para una administración pública donde todavía ayer me decían que querían una página web y que se pueda hacer el streaming dentro de la página web y que después toda la agenda cultural esté ahí, pero para eso hay que actualizarla antes de las siete de la mañana, cuando ya existe otra administración pública del mismo territorio que ya hace eso... Es decir, el querer estar por estar o hacer por hacer porque parece que en otros sitios funciona, pues no funciona. Porque quizás no es la labor de esas instituciones el generar ese tipo de contenidos. Y sobre todo aprenden haciendo, y también es algo que todos habéis ido viendo, por cuestiones de recursos económicos y de personal, las personas que se hacen cargo de estas comunidades digitales van aprendiendo según van haciendo. Y no está del todo mal; es un método válido como cualquier otro pero es verdad que ese ensayo/error se traslada, y todos seguro que tenéis ejemplos de cosas que se han hecho

pero que igual se habrían hecho de otro modo si fuese hoy, etc. Esto por el lado institución, entendido de un modo amplio.

Tenemos luego a los particulares. Ese término “prosumidor”; ahora ya nos han recalado que los usuarios no son pasivos sino que los consumidores a su vez producen contenido y entonces se difumina un poco ese perfil. Y pongo entre interrogantes el término de creador. ¿Qué es un creador de contenido y cómo se define?, ¿por qué se define como se define a día de hoy? Luego volveré a ello, pero dejémoslo en que los particulares, profesional o no profesional, generan algún tipo de contenido en esas plataformas y pueden generar ese tipo de comunidades afines a ellos.

En tercer lugar, los usuarios pasivos, aunque no son pasivos como tal. Se informan, se forman, se entretienen. Si tengo interés en determinada materia, me pongo de fondo el streaming de alguien, me uno a un grupo o foro... porque los foros siguen existiendo. Se supone que los usuarios también generan contenido porque yo puedo poner un mensaje en un foro, pero digamos que el ratio del contenido de valor que yo puedo aportar respecto al que consumo es dispar, por eso no me consideraría un productor de contenido sino más bien un consumidor o un usuario de ese contenido.

Estas son las tres patas que dentro del sector cultural podríamos definir.

¿Pero qué se hace desde la institución?

Esta es una publicación de noviembre de 2021, una de tantas publicaciones entorno a la gestión cultural y entorno a qué está pasando, cómo nos autodefinimos, estudios de caso, etc. En

muchas ocasiones todavía estamos en eso: “Comunicación en redes sociales, ¿cuál es la mejor estrategia para tu museo?”, “Plan 2.0 de comunicación, ¿cómo estar en twitter y Facebook?”. Todos estos ejemplos son de una misma publicación. “Cultura abierta sin horario ni calendario, el museo de las redes sociales”. Este tipo de cosas no digo que estén mal, digo que estamos aquí; cuando mi experiencia me dice que la realidad está en otro lado. No sé si hay representantes políticos o no aquí, huid del enésimo plan donde queramos digitalizar la institución cultural X y la digitalización sea igual a abrirse un perfil en no sé qué plataforma. Es solo un consejo, pero por favor, tomadlo.

¿Y qué se hace desde el sector cultural?

Esto es una definición generalista, aunque hay excepciones como todos sabéis. Hay un perfil oficial, cuantas más plataformas mejor porque hay que estar, contenido unidireccional y cuento lo que voy a hacer, programación del próximo trimestre, que cerraré 15 días o que hago un sorteo de tres entradas para un espectáculo... Pero, de repente, 50 personas te dicen que el otro día fueron a un concierto y la chica de la entrada no fue muy amable, o que el proceso de compra de entradas online es fatal porque no funciona. Y no hay contestación a eso, ahí hay un muro, nadie sabe si nos leen, si no nos leen, si hay alguien al volante, si toman nota para la siguiente o qué hacemos. Genial que tengas X followers, pero eso es solo un número si no hay una comunicación que genera comunidad y sentimiento de pertenencia. Solo hay actitud reactiva; al final hacemos cosas solo cuando hay una polémica, como las aerolíneas y las telefónicas, cuando pasa algo y rápidamente el

community dice, “escribe por privado y te solucionaremos...”. Esa actitud reactiva también en los equipamientos culturales existe cuando hay críticas, y las hay; porque en la propia naturaleza de los proyectos culturales está el fomentar esa crítica. Y sucede todavía, y dentro de las instituciones museísticas de este país sucede bastante. Estar por estar no tiene sentido. No es una obligación estar, lo mismo que no es una obligación vender entradas por internet. Estar por estar es igual a no estar. Cuando estéis buscando financiación para vuestro proyecto no os sintáis obligados a meter todo esto como parte de la innovación o del cambio social porque es más bien lo contrario.

Después está la realidad de que hay veces en que no se puede estar porque no hay recursos personales o económicos, por desconocimiento, porque es imposible que todos estemos al día de todo y no dan las horas del día, y hay que especializarse. Hay una realidad que no podemos obviar.

El relato del creador de contenido



Os lanzo algunas preguntas. ¿Quién es esta chica?, ¿alguien la conoce? Es Cristinini. Es la streamer con mayor alcance y comunidad de habla hispana en Twitch, es colaboradora de Zapeando en LaSexta, trabaja con Dazn en retransmisiones deportivas y empezó en offline como periodista en medios tradicionales. ¿Es una creadora de contenido? ¿Se puede definir como una creadora de contenido?

03 La cultura y la comunidad digital: Marcos G^a Alonso



¿Y quién es esta chica? Najwa. Una artista, música y actriz, por ese orden. Se considera más música que actriz pero todos la conoceréis seguramente por La casa de papel,

pero os recomiendo *Los amantes del círculo polar*, su mejor peli. ¿Es una creadora de contenido?



¿Quién es este chico? Iván Ferreiro. Artista importante, músico de este país, que en los noventa tenía una banda que se llamaba Los piratas, gallego. Es efectivamente músico y hacia abril

o mayo de 2020, con todas las restricciones de la pandemia, él era un fanático de Clubhouse, se enganchaba todas las noches. Imagínate qué es que Ferreiro sea tu ídolo y puedas hablar con él a las doce de la noche de igual a igual, de qué tal su vida. A este chico se le ocurrió que en uno de sus conciertos en Las Rozas, además de las entradas presenciales, iba a emitir el

concierto en Clubhouse y en una sala con 5.000 personas. No pagaron ticket, es verdad, Pero generaron una comunidad digital entorno a él, porque un porcentaje de esa gente que lo siguió y que tuvo la experiencia quizás única e irrepetible de seguir su concierto a través de una plataforma novedosa, luego se podía comprar un ticket para su siguiente concierto o al menos seguir más la pista de lo que estaba haciendo. ¿Es un creador de contenido?

¿Y quién es este? Ibai Llanos. ¿Es un creador de contenido?



¿Por qué el relato del creador y cocreador de contenido ha sido apropiado por parte de un determinado tipo de creador de contenido, normalmente digital, que se autodefine como creador de contenido? Es decir, vosotros veis cualquier persona con 20.000 followers en Instagram, que sube fotos más o menos interesantes, pero que se define como creador de contenido. Ya el término influencer ahora está denostado y no quieren llamarse así y todos se denominan creadores de contenido. ¿Por qué Ferreiro o Najwa no lo son?, ¿por qué tenemos que asumir que el término de creación de contenido en origen no eran los músicos, los juglares, artistas, escritores, relatores orales que durante miles de años han sido los que han generado contenido para que el resto de la sociedad y la comunidad tenga una guía o un camino, o una búsqueda de

la felicidad. ¿Por qué hemos perdido desde el sector cultural la batalla en la cual, cuando hablamos de creadores de contenido, a todos, en nuestro imaginario nos salta la chispa y aparece Ibai pero no Najwa o cualquier artista, actor, actriz, escritor, escritora, dramaturgo de cualquier tipo que genera un contenido que tiene mucho más peso a nivel social.

Me niego a asumir que un creador de contenido solo es Cristinini y solo es Ibai, que también. Creo que cada uno desde nuestro rol, tenemos que empezar a defender que los originarios creadores de contenido son toda esta gente que hemos comentado antes. Esto puede estar abierto a réplica y contrarréplica.

Para entender el papel de una comunidad digital es fundamental:

1. Debes ser usuario. Una compañera decía, cuidado con la ruralidad porque mis niños están enganchados a TikTok. No es incompatible estar en un ámbito rural, trabajar en iniciativas desde lo rural, con el hecho de ser usuarios superactivos de plataformas. Más bien diría que es una ventaja porque tienen a su disposición más herramientas, otra cosa es que eso les imposibilite disfrutar de otras cosas. Pero creo que no tiene nada de malo. Por poner un ejemplo, el disco de Vetusta Morla se estrenó en TikTok España y no os imagináis la cantidad de gente que nunca se habría imaginado escuchar TikTok para escuchar un directo, no gente de quince años, ni mucho menos; el perfil del usuario de Vetusta Morla no tiene quince años. Ser usuario no está mal; agobiarse por no entender todas las plataformas está muy mal.

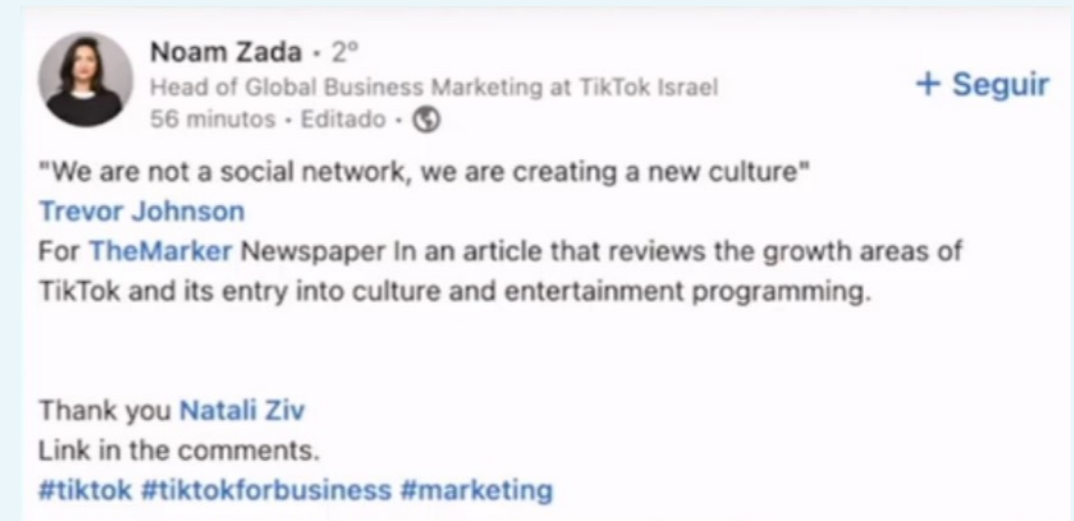
2. Se deben comprender los códigos de comunicación y lo específico de cada cual. Este tipo de comunidades se basan en códigos; no es tanto la herramienta como cómo se utiliza, de qué forma. Como el ejemplo manido de lo bien que está haciendo el Museo del Prado su comunicación en las plataformas X. Entender desde dentro de qué forma se comunica y bajo qué códigos una comunidad se mueve. Si entráis en el chat de un streamer de los que hablábamos tienen una serie de códigos que si no estás muy dentro, quizás no entiendes. Una forma incluso de frases hechas que solo se entienden si formas parte activa.
3. Se deben entender y aplicar herramientas para establecer relaciones. No solo tener perfil en todas las comunidades, decir que tengo los perfiles en las principales redes sociales y poner las miniaturas en toda comunicación digital o no que se hace de vuestros proyectos. Un proyecto no tiene por qué tener solo una comunidad y a esas distintas comunidades se les apela de distintas formas. Hay un caso de éxito en Asturias de una escuela municipal de música que ha hecho algo muy sencillo, que es tan de cajón que a nadie se le había ocurrido. Un porcentaje de población es mayor, con una pirámide poblacional bastante adulta, senior, y a nadie se le había ocurrido que la Escuela de Música se tenía que acercarse los centros de día para llevar su actividad a la mayor capa de población que tiene ese territorio. Entre otras

03 La cultura y la comunidad digital: Marcos G^a Alonso

muchísimas cosas, ha sido un caso de éxito porque la labor social que tiene la propia Escuela, como parte de una entidad municipal y por tanto pública, era la difusión y el contacto con su comunidad. En segundo lugar, porque ha permitido que los usuarios, de mediana o tercera edad, generen un interés por aprender a estudiar un instrumento o por acudir a actividades musicales o actividades de su propia localidad que antes veían ajenas o no entendía de qué iban. Y eso ha sido al margen de lo digital. Fue alguien que desde la coordinación de esa Escuela de Música ha entendido que formar una comunidad de usuario pasa por ahí. Luego veremos si eso se traduce en los objetivos que alguien le marque o no, pero desde luego es algo tangible que puede defender ante quien sea.

4. Debes saber que es una relación entre iguales. No es una relación institución-usuario. Al principio hablaba de relaciones horizontales, y creo que en términos de comunidades digitales tenemos que hablar en lo posible de relaciones entre iguales, porque tienen que ser también bilaterales en todo lo posible y que requiere un esfuerzo sostenido y prolongado. Para volver a hacer hincapié en que abrirse un perfil para el aniversario de la festividad X, generar contenido en el mejor de los casos durante ese año y después abandonarlo sin más y olvidarse de todo ello es una mala práctica. No lo hagáis, no tiene beneficios y tiene negatividades para la imagen de vuestros proyectos a nivel digital y a nivel offline.

Por último, este es un post de esta mañana de una compañera de Israel, que a su vez cita una entrevista de un medio de Israel.



Un compañero dice que "TikTok no es una red social sino una nueva forma de crear cultura". Si no lo hacéis, mucha gente ya lo está haciendo. Os lo digo yo que estoy en el día a día. Está en vuestra mano recuperar el relato, no perderlo, que esa nueva forma de crear cultura no solo venga de otro tipo de performances, que viene porque no está en nuestra mano decidir que no sea así, sino que lo incorporemos e intentemos entender el contexto en el que habitamos y aprovecharnos de todo esto.

04 Ponencia sobre el audiovisual navarro a cargo de...



Rosa García Loire

Presidenta del Clúster Audiovisual de Navarra (CLAVNA)
Licenciada en Comunicación Audiovisual por la Universidad de Navarra y en Ciencias Políticas y Sociología por la UNED. Formada en gestión empresarial y gestión de entidades sin ánimo de lucro. Ha desarrollado su labor profesional en el ámbito de la producción audiovisual con diferentes productoras. Además, ha producido eventos culturales y empresariales. Productora ejecutiva de la productora audiovisual navarra «601».



Itziar García Zubiri

Asociación de Productoras y Profesionales del Audiovisual de Navarra (NAPAR)
Productora creativa, con 20 años de experiencia en Ficción y Documental para Cine/Televisión, videoinstalaciones y festivales. Durante 12 años dirigió la producción de proyectos de la productora navarra “Arena Comunicación”, donde produjo obras como “Cholitas”, “Pura Vida”, “Muros” o “Dardara”, implicada en tareas desde el desarrollo hasta la distribución multiventana.

04 La gestión del audiovisual navarro: Itziar G. Zubiri y Rosa G. Loire

El cine como modelo de gestión

VIII ENCUENTROS
GESTIONAR CULTURA

EL NUEVO VALOR DE LA CULTURA



Itziar García Zubiri:

Gracias a KUNA por darnos un espacio al cine en este mundo cultural. Hablo de mundo cultural porque ya toca hablar de cine dentro de ese universo tan complejo que es la cultura. Específicamente en el siglo XX, XXI, el cine creemos que realmente se ha puesto como otro elemento cultural más. Estos son los cuatro pilares que van a estar de manera transversal en lo que vamos a ir contando.

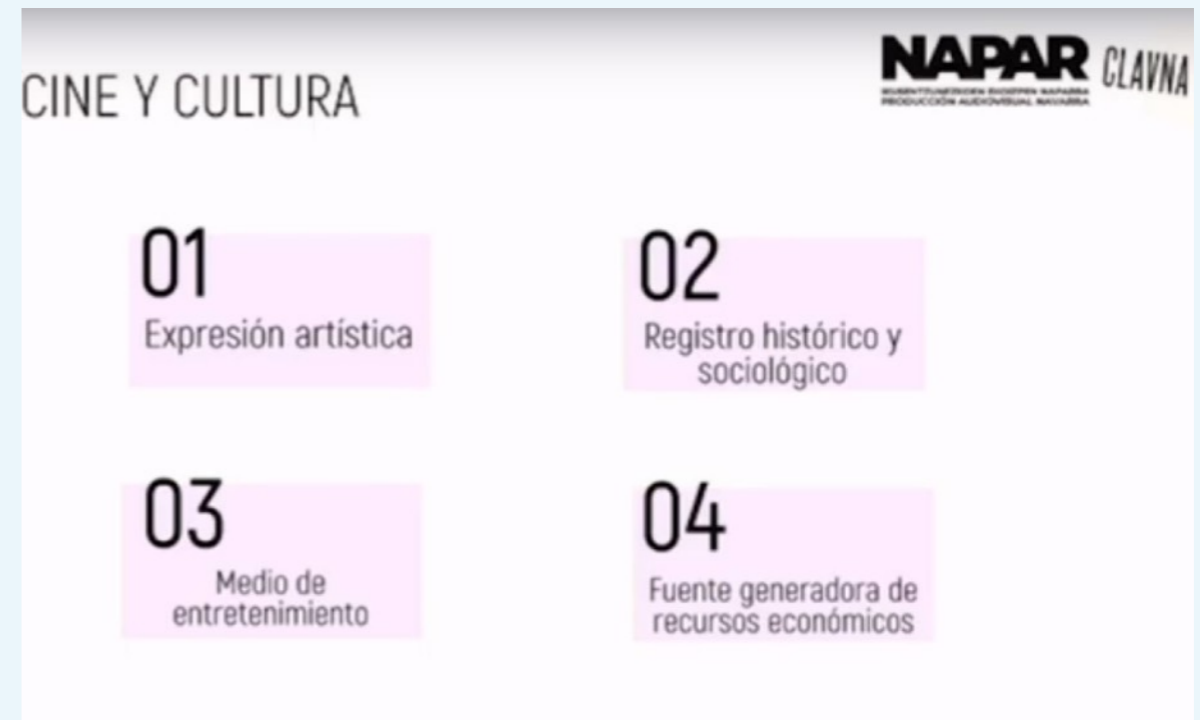
01. El cine como expresión artística, es evidente, quizás sea lo principal... según quien lo vea, pero realmente es el origen: el querer expresar algo con un proceso creativo y artístico.

Rosa García Loire:

02. Como registro histórico y sociológico porque creemos que el audiovisual, no solo el cine, registra y conserva nuestra memoria, de ahí la importancia de las filmotecas y de los archivos audiovisuales, que sobre todo en el documental nos sirven para crear historias a partir de cosas que han sucedido en el pasado.

Casualmente, es una de las cosas que hemos hecho y se ha visto interesante en la pandemia en el sector navarro y que se ha querido desde las instituciones: recoger ese registro audiovisual del momento histórico de la pandemia y cómo se nos ha pedido a muchas productoras si teníamos archivo. Somos conscientes de la responsabilidad del sector en cuanto a armar el patrimonio inmaterial de un territorio.

03. Como medio de entretenimiento. No hay mucho más que decir...



04. Como fuente generadora de recursos. Aquí es donde más entran los modelos de gestión. Nosotros en el mundo del cine y el audiovisual vivimos siempre entre dos tierras, y no porque lo canten Héroes del silencio. Por un lado somos cultura pero también queremos ser, o creemos que somos, industria, y a veces nos lleva a tener que buscar modelos que pivoten entre los dos espacios. No creemos que estén reñidos, pero sí que a veces es un poco difícil saber dónde pones el foco entre lo que es tu negocio y darle más valor al aspecto artístico o cultural frente al aspecto industrial.

Da un poco de respeto hablar de esto ante esta audiencia, que sabéis mucho, pero es verdad que es algo que te tienes que repetir a ti misma: “somos industria, somos industria...”. Bajar un poco a tierra y hacer de esto un medio de vida para el sector y

para otros. Que realmente construyamos algo que pueda traccionar o arrastrar a otras cosas y que genere trabajo. Nos proponemos, “hay que dignificar los procesos creativos y que tengan una estructura”. Y la generación del contenido cultural puede ser industria también.

Además vivimos en un mundo en el que vamos desde productores o guionistas o gente que quiere levantar sus ideas casi como artesanos, con una o dos o tres personas, hasta los grandes grupos de comunicación que todos tenemos en la cabeza, pero que no están aquí implantados en Navarra. En ninguna de nuestras asociaciones hay un Mediapro o un Secuoya o un grupo grande que haga industria de esa manera. Sí que creemos en la profesionalización y en la estandarización de ciertos procesos pero atendiendo a la diversidad que tenemos y a las características propias de Navarra.

Quizás estos cuatro puntos son el recorrido que ha hecho el sector. Ahora veremos que empezó como expresión artística, como registro también, pero realmente para desarrollar el sector hace falta llegar al punto 04, obviamente.

Nos gusta mirar cómo se ha ido desarrollando y cómo ha ido creciendo el sector audiovisual y el cine en Navarra. Nos gusta pensar en la foto de hace quince años, que no tiene nada que ver con la foto de ahora, o eso creemos desde dentro. Es verdad que ves la foto de hace quince años y te das cuenta de que el sector estaba atomizado totalmente: éramos muchos, pero cada cual a lo suyo. Esto pasará en muchas disciplinas, entiendo, pero es verdad que era muy evidente y no hay que ir mucho más atrás. No sabías mucho quién existía haciendo qué en esta comunidad.

Era una falta de conocimiento entre nosotros mismos. Aunque Navarra sea muy pequeño, a veces no sabes dónde buscar ciertos profesionales y esto es algo que hemos ido mejorando, aunque todavía queda camino. Y pasa lo mismo con el talento. Hace quince años daba la sensación de que el que hacía algo bien, se tenía que ir fuera. A todo el mundo le sonaba un director que era navarro, pero vivía en Madrid, o un jefe de producción que vivía en Barcelona, o un guionista trabajando en Londres. Creemos que esto está cambiando. Hay más navarros trabajando en Navarra y desde Navarra y haciendo producto navarro que se exporta. Nos parece muy bien que cada uno viva donde quiera, pero es verdad que para generar tejido hay que hacer las cosas desde aquí.

Eso era muy importante. Sí se hacían cosas por navarros y navarras. Había mucha gente que trabajaba en Madrid, había navarros y navarras por todos lados, haciendo un montón de cosas en el cine, en el audiovisual en general. Entonces, el planteamiento era, “vamos a intentar que las siguientes se queden un poco más”. Eso era importante.

Sin datos registrados y clasificados. Esto es importante porque a la hora de hablar con instituciones, te piden datos. No vale decir que haces las cosas bien, siempre nos piden altas y bajas, volumen de negocio... Esto es verdad que no está supersistematizado pero ha cambiado de hace años a aquí, sobre todo por la existencia de asociaciones, que son capaces de recoger los datos de sus asociados y de ponerlo en común entre ambas de manera muy coordinada con las instituciones y que nos den una foto de lo que hay, y hace una década no la teníamos.

En los datos, como sabéis, se pueden basar miles de cosas. Desde organizar la formación de cara a tener profesionales que realmente sean lo que necesita el sector, porque aparecen los datos de qué perfiles se emplean o no, hasta subvenciones concretas, porque si eres más o menos masa todo eso tiene que ver mucho con el futuro de una disciplina o de cualquier industria creativa cultural. Creo que los datos son superimportantes y van a una clasificación con utilidad. Antes eso no estaba; más allá del registro de empresas y los CNAE, no creo que hubiese mucho más.

Sin fuentes de financiación sistematizadas. En el sentido de herramientas que se puedan llegar a poner a disposición, y no solamente públicas, aunque también. Todo parte de saber quién está, qué necesita y poner en marcha un sistema de ayudas que sean realmente orgánicas, y ahí vamos otra vez a lo especial de esta industria en la que es todo tan inmaterial, son todo ideas y tan poco táctil, por lo que es muy complicado. Por lo que tener un sistema de ayudas o una financiación privada que entienda qué puede necesitar el sector es un antes y un después. Hace quince años no existía o existía muy poquito.

En cuanto a las ventanas de difusión propias, al final vivimos en una comunidad que no tiene una televisión pública. Esto nos afecta porque nuestros vecinos que sí la tienen, cuando van a ayudas, si han tenido antes una venta, ellos van con un porcentaje de financiación garantizada que desde Navarra no lo tenemos, a no ser que coproduzcas, que te busques un socio vasco, catalán o madrileño. Es algo que a nivel de ayudas estatales no nos ha ayudado precisamente. No ha mejorado mucho pero es verdad que cada vez compartimos más con nuestros vecinos y vamos abriendo espacios en ese sentido.

Por ejemplo, Golem cumple cuarenta años este año y esa ventana de difusión ha estado desde hace mucho. En las salas de cine, incluso en las gestionadas por barrios y demás, sí ha habido algo de espacio pero popular, de movimiento desde los vecinos. Pero a nivel ventanas de difusión que sean otro tractor del desarrollo del sector, no han existido. Hace quince años lo justo nacía Punto de Vista como festival, y después alguna televisión local, pero no era, “voy a hacer algo y sé dónde se va a ver y va a ser en Navarra”. Era difícil saber dónde iba a estar lo que habías creado, tu obra. En Navarra era más difícil.

Sobre todo, el pedir unas ayudas al ICAA y tener un porcentaje garantizado: es algo que siempre nos ha faltado a nosotros.

En este tiempo el sector ha cambiado y nos conocemos más, trabajamos más juntos, entre otras cosas gracias al asociacionismo. La primera asociación profesional de nuestro sector que se crea en Navarra es NAPAR.

Sentimos desde dentro que sí que hay un clic a nivel de colaboración público-privada en el nacimiento de NAPAR. Como cualquier otra asociación de profesionales, que ahora es la única y espero que sigamos juntos así, NAPAR nace con la sensación de que somos muchos y estamos haciendo muchas cosas buenas y tenemos mucho que pedir, con muchas cosas en común. Vamos a ver quiénes estamos y vamos a organizarnos. Eso nació en 2010-2011, y ahí se juntaron las empresas más grandes, lógicamente porque las tienes como referente de que funcionan, y esto fue un alivio cara a Gobierno de Navarra, al Departamento de Cultura. Así se sabe con quién hablar. Además, para el propio sector, se sabe en qué hombro llorar.

Esto es lo que hacen las asociaciones: compartir muchas cosas, te llevas todo y cuanto más pones más te llevas.

NAPAR nació más pequeña y lo que pasa en cinco años es que nos damos cuenta de que somos muchos más. Hubo un momento que coincidió con el nacimiento de CLAVNA en el que se abre la asociación a profesionales, no solo a empresas, y creemos que es un punto muy importante para saber más quiénes somos y quiénes hacemos cosas. Y de repente tenemos una red de cuarenta y cinco profesionales y empresas asociados en NAPAR a día de hoy, que es una maravilla. Y sabemos que hay muchos más, y son todas bienvenidas. Una asociación, para un sector siento realmente que es un paso en el desarrollo del sector, aunque quede alguien fuera. Si hay tres o cuatro claves comunes para defender y luchar por ellas entre los de dentro y los de fuera, es bien para el sector en global. Por eso creo que el nacimiento de NAPAR fue un hito importante para ir ganando posición e interlocución en general.

Y CLAVNA nace en 2016 por iniciativa de NAPAR y coincidiendo con una política de clusterización de Gobierno de Navarra. Ese año salieron ayudas para la creación de clusters y no fue fácil pero porque ni siquiera era fácil detectar a los socios fundadores del propio cluster. Teníamos claro que un socio era la propia asociación, otro fue NICDO, que es nuestra interlocución con la administración y del que depende la Navarra Film Commission, la Filmoteca, el espacio Baluarte... Para nosotros era importante que estuvieran y tuvieron que ser socios de NAPAR los que acabaron siendo también socios fundadores de CLAVNA para poder llegar a esos cinco marcados en los estatutos a finales de 2016. Ahora somos más de cuarenta. Hemos cogido toda la cadena de valor del sector, teniendo en cuenta que son las

productora pero que hay muchas más cosas alrededor que hacen posible una producción. Forman parte del cluster las universidades como espacios de formación, centros formativos privados, despachos de abogados que nos ayudan con incentivación fiscal, aseguradoras, prestadoras de servicio... y hemos llegado a ser cuarenta.

Creo que una vez consolidadas estas dos asociaciones en Navarra y trabajando entre nosotras dos muy coordinadas, de hecho yo soy presidenta en representación de NAPAR, por lo que la coordinación es bastante importante, y coordinándonos de manera bastante efectiva y siendo interlocutoras válidas con las instituciones, vemos que llega el momento de empezar a trabajar a nivel estatal. En el caso del cluster, buscamos otros clústeres que estén trabajando de manera efectiva y que sean representantes únicos de un territorio y empezamos a hablar. Vimos que hay cinco: Navarra, País Vasco, Canarias, Cataluña y Galicia, y creamos una red para que esta misma interlocución con las instituciones a nivel regional cada uno en su territorio la podamos hacer también a nivel estatal y poder incidir nivel normativo, hablar de ayudas, saber qué pasa con los fondos que vienen de Europa, saber qué pasa con los fondos que se están dando a otras entidades y buscar un crecimiento ordenado por todo el territorio y que las cosas no se queden solo en ciertos focos del país. De momento nos ha funcionado, estamos abiertos y seguimos creciendo.

En realidad te das cuenta del proceso orgánico para seguir dando pasos para reforzar el sector. Veíamos la necesidad de la unión entre profesionales, y se crea la asociación, la necesidad de la unión de lo público-privado, que se genera con el cluster, donde NAPAR ha ganado voz en otros departamentos, como en

Desarrollo Económico o Cultura... Y la siguiente fase, una unión entre territorios: tres fases para ir creciendo, tirando las redes para intentar reforzar. NAPAR vio en CLAVNA la oportunidad para llegar a Europa, a ver si se puede llegar a tener otras fuentes de financiación u otros espacios donde poner tu obra o producto. Se veía claro la necesidad de esas tres uniones.

A nivel público-privado, CLAVNA para NAPAR ha sido un punto importante y a nivel con otros territorios también hace tres años nació PIAF, una Federación de Asociaciones de Productoras a nivel estatal en la que estamos una asociación de Cataluña, de País Vasco, de Andalucía y de Valencia y nosotras. Cuando llegamos a PIAF, en NAPAR en algún momento habíamos hecho consultas individualmente a ICAA, a la parte de cine, pero no habíamos tenido interlocución directa con ICAA, pero con PIAF esto sí sucede. Además, siendo Navarra una comunidad autónoma de un tamaño, por lo menos en número de personas o empresas del sector, más reducido respecto a las demás, es curioso que aprenden mucho de NAPAR y Navarra. Al final la gestión es diferente, a veces hay más creatividad en lo pequeño. Cuando es más pequeño lo que tienes que gestionar, a veces tienes más ideas por tener menos recursos, etc. Y tenemos mucho que aportar. Y también aportan del otro lado. PIAF es una Federación que nos ha permitido la interlocución con ICAA, lo mismo que hacemos aquí con el Departamento de Cultura. Por ejemplo, perfilas las ayudas del año, que eso ya es una pasada. Para forjar, para que todo el mundo esté representado, porque si no se centraliza todo y es necesario que las redes entre diferentes territorios para que cada territorio pida lo que necesita. Eso es importante.

Esto también es lo que pasa en la Red [REDCAU]. Al final ir a hablar como Navarra a un Ministerio, y más como empresas navarras, sería muy complicado, pero ahora mismo la Red representa a más de 200 empresas y entidades de manera directa y a más de 700 de manera indirecta, y esto te coloca en otro sitio y hace efectivamente que vayas a hablar con ciertos departamentos con otra tranquilidad y sabiendo que representas más. Y siempre lo que agradecen es muchas veces la interlocución única. Dicen, “no podemos estar hablando con un montón de asociaciones de diferentes territorios; si sois capaces de unificar el mensaje o una serie de peticiones y de trasladárnoslas de manera única es mucho más fácil trabajar”. Creo que en esto sí que es algo en lo que hemos ganado en nuestro sector, por lo menos en el sector navarro, que antes no teníamos a nivel estatal.

Imagínate cerrar un convenio con cinco cabezas o con cincuenta y cinco. Por lo menos estamos más estructurados.

Esta es nuestra cadena de valor de la que hablábamos antes. Hemos intentado estar nosotros, claro, pero que estén otros.



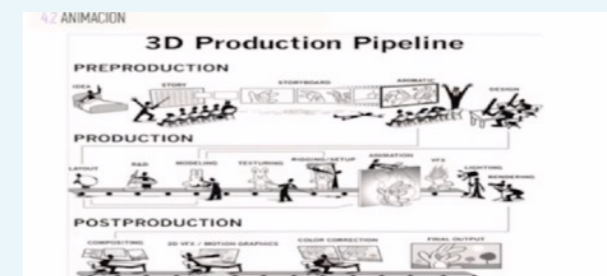
Cuando hablamos de cadena de valor al final estamos hablando de cosas que muchas veces no se han identificado directamente con el audiovisual. Si hablamos de creación artística, hablamos de escritores también, por ejemplo, de gente con buenas ideas que puedan convertirse en guiones. Podemos estar hablando de fotógrafos que conocen muy bien el territorio y que pueden ayudar a localizar y a armar un buen dossier y a vender algo a un Netflix. Hablamos de producción pero también de postproducción, donde en producción necesitamos actores, maquilladores, constructores, peluqueros, artistas ayuden a hacer que una casa parezca un palacio, vestuario, utilizamos músicos para nuestras bandas sonoras, estudios de grabación, locutores... y todo esto se tiene que distribuir y necesitamos gestores que nos ayuden a mover nuestras piezas por festivales y que quieran exhibir nuestras obras. Al final creemos que somos un sector que puede ser tractor de muchas cosas y que está muy abierto a hablar con otros agentes culturales porque solos no podemos.

Me gusta ver los rodajes o las películas como la creación de una empresa de cero hasta su pleno rendimiento, en tres meses, con 150 empleados. ¿Qué tengo que poner en marcha? Imagínate: todo. Eso en cuanto a los tres meses de rodaje, e imagina todo lo demás. Es como montar una empresa enorme en un momento, de cero. Entonces, necesitamos conocer mucha gente, estar en red para que todo eso no se tambalee porque tiene que funcionar en un tiempo corto y con mucha cercanía.

Además para nosotros sería muy interesante también llegar a medir en algún momento de qué manera el coordinarnos en nuestra producción puede atraer también a otros sectores, porque creo que es importante para nosotros, y para todas las

industrias culturales, el que se nos vea como un todo potente y con potencial industrial. Si no, acabamos siendo los titiriteros. Nosotros también somos una industria, generamos valor, riqueza. Creemos que es algo que hay que potenciar.

Igual me adelanto a la carta a los Reyes Magos y a Olentzero, pero teniendo hay que tener en cuenta todas las partes del proceso porque hablo de esta industria o fábrica, esta empresa que se genera para deshacerse en tres meses, pero si no tenemos quién apoye el inicio, las ideas, el cuidar el I+D del audiovisual y luego no tenemos dónde se vea, dónde va a acabar el producto, el mercado, ¿para qué hacemos todo esto? Esto es básico, obvio, pero importante decirlo.



Hemos querido hablar también de cómo funciona la animación porque es audiovisual pero muchas veces se acaba viendo como un subsector. Ellos al final tiran de mucho personal, hay mucho dibujante trabajando. Requiere de una formación muy específica, pero también es cierto que en Navarra se ha ido desarrollando bastante, partiendo de que había muy poquita animación, pero ahora hay varios estudios trabajando en largometrajes y cortometrajes, series... Y ha sido una de las líneas que nos ha servido también para impulsar y es una de las líneas por las que ha apostado Desarrollo Económico y trabajamos mano a mano. Son también miembros del cluster y no queríamos dejar de nombrarlos.

El cine y el audiovisual no solo visto como una disciplina artística sino como sector estratégico para el crecimiento económico y nutriente para otros sectores: esto también nos lo hemos empezado a creer en los últimos años. Al final, la S3 entonces, la S4 ahora... nos vamos creyendo que es un sector que puede traer crecimiento económico, solo viendo quién está en CLAVNA. Es interesante ver qué otros sectores pueden llegar a alimentar el cine.

En CLAVNA básicamente está NAPAR, los estudios de animación... pero hay también asesorías y despachos que trabajan temas de incentivo fiscal, aseguradoras, ADITEC como socio para el desarrollo tecnológico, está NICDO, las universidades, los centros de formación... Hay una asociación de hoteles porque al final nuestros rodajes siempre tiran mucho de alojamientos. Tenemos empresas de catering, de construcción... Hay un universo muy variado porque es gente que acaba trabajando mucho con el audiovisual. En cuanto al dato, a veces nos resulta difícil extrapolar quién de la UPNA o de la Universidad de Navarra está trabajando directamente para el audiovisual. Ellos no producen, pero sí que están formando profesionales o están participando de manera directa en proyectos de I+D+I. A veces para nosotros es complicado pero es verdad que muestra una foto de cómo somos para considerarnos un sector estratégico.

La foto actual, como hemos avanzado, no se parece en nada a la de hace quince años. Desde el momento en que NAPAR y CLAVNA se han constituido como interlocutores válidos para las instituciones dentro y fuera, con una consciencia de que no estamos todos los que somos pero somos todos lo que estamos y con la idea de bienvenidos y bienvenidas todos, hay más

conocimiento y unión, y confío en que se puede ir a cubrir las necesidades de más tipología de empresas o de profesionales. Creo que estamos mejor que hace quince años.

Empezamos a tener datos, pero nos faltan. Tenemos unos datos que a nosotros nos valen, pero que no a todos les valen. Estamos muy “contentos” de localizarnos, de saber quiénes somos, más o menos nuestros volúmenes de facturación... pero es verdad que cuando hablamos con ciertos Departamentos, como Desarrollo Económico sobre todo, o con Servicio Navarro de Empleo para los cursos enfocados a nuestros profesionales, ellos nos piden una serie de datos en los que todavía estamos trabajando. Porque ellos manejan una cantidad de profesionales que sacan de un CNAE; ellos dicen, “vosotros estáis dados de alta X personas”. Pero no solo somos esos, y hay gente que hace esto y más cosas o gente que trabaja de manera intermitente... Y no van a eso. Una de las cosas que estamos trabajando actualmente es el poder tener una foto lo más real posible del impacto económico y de empleabilidad de nuestro sector y de toda la cadena de valor porque creemos que tenerlo nos va a posicionar en un sitio o en otro. Para mí esto ahora mismo es fundamental.

Además, agiliza mucho. Si eres interlocutor pero sin datos, tampoco sabes qué masa eres de cara a una institución. “Para qué estáis pidiendo, para cuántos”. Es importante para que desde los ayuntamientos y gobiernos tengan claro a quién van a alimentar o quién está detrás de todo esto. Igualmente, para las posibles vías de financiación más sólidas. Ahora tenemos un sistema de ayudas que lanza el departamento de Cultura, que es Genera Cinema, que además creemos que han ido llegando a cubrir, aunque siempre se pueden ir perfilando, bastante bien las

necesidades en los diferentes momentos del proceso creativo del cine. Ayudas a desarrollo, que es muy importante, ayudas a la producción, tanto de documental, ficción, como animación, y ayudas para exportar, las ayudas Exporta. Y también para festivales, las ventanas. Ya tenemos todo muy cubierto, aunque puede ser más. También en algunos ayuntamientos va habiendo ayudas. El Ayuntamiento de Pamplona tiene también ayudas a la creación, no solo audiovisual, también para otras disciplinas artísticas. En el País Vasco nos llevan la delantera porque los ayuntamientos llevan muchos años dando ayudas, y no solo capitales, porque aunque sea una bolsita para desarrollo de guion, son ayudas superimportantes. Estamos viendo también que es importante, y lo veíamos desde antes de la creación de CLAVNA, ayudar a entender el tema del beneficio fiscal, que es un tema peliagudo. Es un sector que se presta a reducir los impuestos de sociedades y que inversores pueden llegar a beneficiarse de esto a la vez que productores y productoras nos beneficiamos de esa inversión en los proyectos. No son tantas las vías que hay de financiación aparte de recursos propios, que también lo son. Al existir NAPAR y CLAVNA, ha ayudado para consolidar posibles vías de financiación, incluso privadas, como el Innova Cultural, que aunque es para más disciplinas, que tenga en cuenta el cine ha sido porque ha habido movimiento y se ha visto que hay gente que necesita para desarrollar obras.

Creo que para nosotros, desde luego, el incentivo fiscal es un impulso importante. El hecho de que estemos por encima de la incentivación fiscal del territorio común, aunque estamos por debajo de Canarias pero estamos muy bien posicionados, ha hecho que vengan rodajes, obviamente, y ha hecho que productoras navarras que a veces pueden tener un gap para cerrar una financiación, puedan tener ese incentivo. En el caso

de Navarra hay una cosa curiosa, que es la que primero ha simplificado el proceso. Antes, cuando se puso en marcha el incentivo, había que hacer unas estructuras de financiación más complejas. Ibas a hablar con cualquier despacho y te decían que para un presupuesto de 200.000 euros to no te compensaba. Esto ahora es mucho más sencillo, tiene un contrato de financiación más fácil, pero lo que se ha trabajado también en Navarra es la seguridad jurídica y en otro sitios, no. Ahora hacemos una prevalidación del proyecto que cuando vas a un inversor ya hay alguien de Gobierno de Navarra que dice que este presupuesto está en forma, que cumple con criterios de gasto en Navarra, que es un producto cultural y cuando se lo llevas al inversor está mucho más seguro de que esto saldrá adelante.

Y esto trae la financiación antes al proceso. Son herramientas que aun y todo son de broche final, pero antes estabas produciendo con todo el miedo de si ibas a tener que hipotecar tu casa... Y llegaba al final. Pero ahora, con esto, se trae un poquito antes. Así ganas mucho.

En general, nosotros mecenazgo lo usamos para desarrollo, como el MECNA, que es importante también porque al final es tirar de los recursos cercanos. Ahora creemos, desde la honestidad, que hay talentos reconocidos en Navarra. Con el registro histórico y sociológico, la vía documental de Navarra es realmente importante. El cine documental creado desde Navarra siento que es muy potente, y ficción también, pero es verdad que ahora mismo hay gente que está recorriendo el mundo con películas documentales de aquí. Y no creo que sea casual que en este entorno se genera el Punto de Vista y que vayan apareciendo cineastas nuevas y vayan haciendo sus pelis y

pasen fronteras con ellas. Se está haciendo, en mi opinión humilde, buen documental.

En esto tiene que ver seguramente una ventana de difusión consolidada que es Punto de Vista, que al final es un festival muy reconocido y que hace que haya muchos documentalistas que miren hacia aquí y que entiendan que es un punto de encuentro y una cita obligada.

Y ese es el efecto tractor del espacio donde puedes poner tu peli. Son tan importantes las ventanas para generar sector, para generar producto, para saber que puedes llegar a mostrar en un sitio, además ya consolidado y con cierto prestigio. He de decir que cuando antes iba a la Berlinale o al European Film Market, me decían, “vienes de Pamplona, ah, de Sanfermines”. Pero luego han pasado a decir, “Pamplona, el Punto de Vista”. Ahora conocen Pamplona como la ciudad del Punto de Vista y eso es maravilloso. Y es que genera contenido, tienes un espacio y lo llenas. Esto es muy importante.

Luego se han ido creando otros espacios de difusión de contenido aunque no sean proyecciones cinematográficas. Está el Festival Lo que viene, en Tudela, donde puedes presentar tus proyectos, también el festival Opera Prima, no solo de documental, el NIFF... Todo esto siempre nos ayuda porque atrae profesionales y hace que nos conozcan.

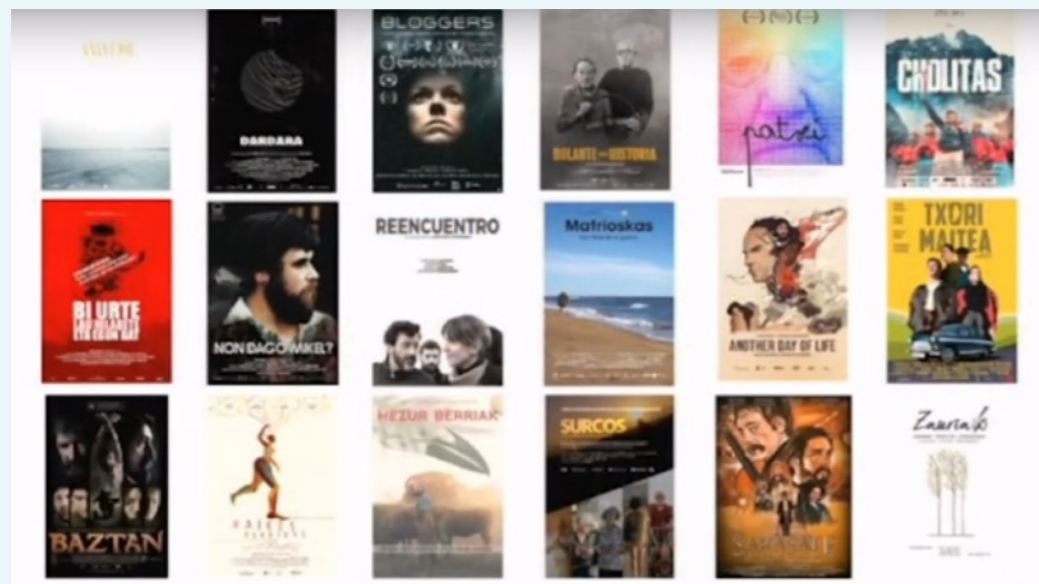
Por último, Navarra como plató de cine: es el resultado de una labor de la Navarra Film Commission, de estar en diferentes sitios y espacios vendiendo territorio.

Y una labor de la propia Navarra, que es bonita de por sí y aunque no estuviese el incentivo ya venía mucha gente a rodar a Navarra. Ahora se ha puesto mucho más en el foco pero Navarra da muchísimas opciones de cara al rodaje. Sobre todo, que se facilita un poco más. Estamos ahora más acostumbradas a que haya un rodaje entre Zapatería y la Plaza del Consejo, etc. Cada vez viene más gente y está todo más integrado y eso es bueno.

Y el hecho de que exista buena comunicación entre el tejido productivo y las instituciones al final lo que hace es que sea relativamente sencillo tener un permiso en Navarra. Hay ciudades muy saturadas y en las que rodar es muy complicado, lo dice la gente que hace publicidad en Barcelona. Aquí es muy accesible y, si no es con una productora es con la Film Commission, siempre encuentras la persona a la que pides el permiso y que te contesta en un tiempo razonable. Al final esto a nosotros nos facilita nuestro trabajo y facilita a los que vienen de fuera.

04 La gestión del audiovisual navarro: Itziar G. Zubiri y Rosa G. Loire

Recogiendo el tema de los talentos y las ventanas disponibles, mostramos un poco cosas que se han hecho en los últimos años. En este caso, por asociadas y asociados de NAPAR, pero hay muchos más. Desde NAPAR estamos intentando también cada año generar un dossier con las actividades y actualizamos cada persona asociada nuestro perfil y ponemos las películas en las que estamos y las que hemos estrenado.



Que sepáis que tenemos esto siempre actualizado con las películas que están disponibles también para programar. En la página de la asociación tenemos siempre el dossier, y si algo no estuviera actualizado, estamos haciendo un ejercicio de tener un catálogo no solo de profesionales sino de obras a disposición de gestores, auditorios, ayuntamientos con Casa de Cultura... para que se sepa qué se está haciendo, porque a veces es una cosa desconocida y no se sabe a quién preguntar. Y aunque no sea de NAPAR, si alguien nos consulta sobre una peli de alguien, también estamos más enterados de con quién hay que contactar o quién está detrás. No os cortéis en escribir al contacto de NAPAR.



04 La gestión del audiovisual navarro: Itziar G. Zubiri y Rosa G. Loire

Como estamos hablando de gestión, NAPAR, clúster y NICDO hemos creado una especie de marca, aunque es una web y más. Es la Navarra Film Industry.



Para nosotros es una especie de paraguas del que colgamos todos. Eso es lo interesante. Es una marca que nos ayuda a salir fuera juntos y en la que se mezcla lo público y lo privado. Lo interesante de esta web es no solo que tengas noticias o cursos de formación, eventos... es que puedes encontrar a los propios profesionales de nuestro sector, estén en las asociaciones o no. Es una iniciativa de las asociaciones pero estando la Navarra Film Commission, obviamente es una cosa abierta a todos. Se trabaja de manera coordinada, tenemos una especie de comité con representantes de todos en el que se decide cómo se trabaja la marca, cómo se posiciona, cuales son los contenidos que se cuelgan, cómo se financia... Al final es una web, lo sé, pero hay una filosofía detrás: que salimos al mundo juntos y al que viene lo recibimos también juntos. Creo que eso es lo interesante y lo que marca desde luego la diferencia de lo que pasaba hace quince años a lo que pasa ahora. Hemos sido capaces de no ir cada uno con nuestra tarjeta de visita, aunque nos la hagamos y todo el mundo hace networking, y con un

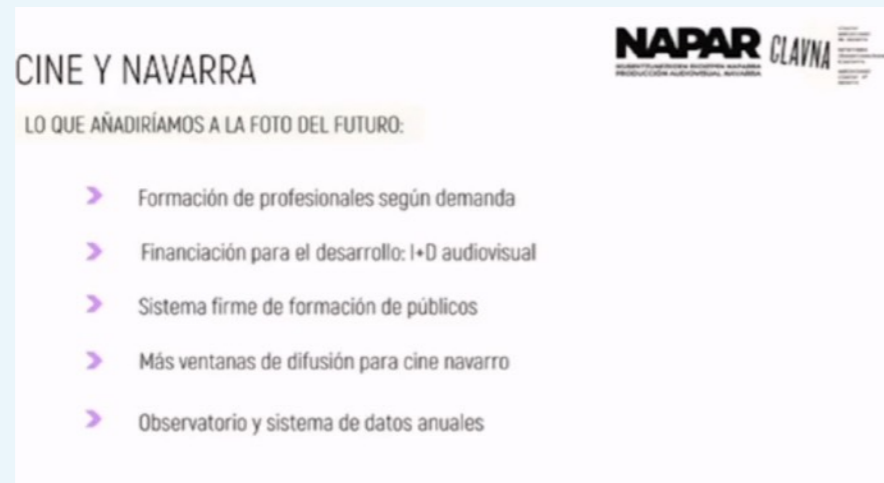
paraguas y un espacio en el que estamos todos, en el que hablamos todos y en el que de alguna forma pensamos todos. Con esta marca hemos estado en el Conecta Ficción de manera muy coordinada cuando se celebró aquí, con ella vamos muchas veces a mercados y es algo que tenemos todos muy presente y que hacemos además un esfuerzo porque esa guía esté actualizada y porque cuando viene un rodaje de fuera, con una productora potente, y cree que tiene que traerse todos sus técnicos de Madrid, decirle, “oiga, no, consulte esto, que hay más de 300 profesionales, que igual no hay que traerse todo de fuera, que lo que no encuentres aquí, llámanos y ya te lo intentamos buscar nosotros”. Nosotros nos lo creemos pero los de fuera se lo tienen que creer y tienen que ver que aquí hay talento y profesionales. Siempre había existido una guía de la Navarra Film Commission, pero ahora esta guía se actualiza desde las asociaciones y eso es lo importante, que sirva, que no se queden registros de empresas desaparecidas sino que sea algo muy vivo y muy útil para el que viene.

Ahí por lo menos está el espacio, el contenedor hecho y es lo importante. Y lo hemos integrado, decimos, “esto somos nosotros”.

Tenemos la foto actual y obviamente siempre se puede pedir más y somos conscientes de que hemos avanzado mucho pero también de que queda muchísimo por avanzar y por crecer, por sincronizar...

Esto es lo que añadiríamos a la foto del futuro, mejor en diez que en quince años: lo mencionado sobre rodajes que vienen a Navarra, donde hay talento y técnicos que se pueden contratar, que sea real incluso porque hay muchos técnicos más porque se

ha dado con la manera de casar la demanda del sector con la formación que hay en Navarra, desde lo universitario hasta todos los niveles.



Yo he llegado a decir que estoy harta de los cursos de guion y dirección, pero es verdad: “muy bien, dirección de guion”, pero un sonidista, toda la fotografía, técnicos que te ayuden a hacer tu película... porque si no tienes quien te ayude, que es igualmente digno, por no hablar de la producción que sabemos que no venden. Suena a lío. Pero es verdad que tiene que ser una formación asociada 100 % a la demanda del sector porque si no, es absurdo, en mi opinión. También es verdad que viene muy bien reforzar, detectar qué es lo que se necesita y detectar a las personas que están en un buen punto y que les das una formación complementaria, y entonces es una perfecta sonidista o un perfecto montador... Es verdad que esa conexión me parece esencial y se está trabajando en ello, también desde las instituciones.

El problema que tenemos es que no es continua la oferta de trabajo. Al final, cuando hay un rodaje todo el mundo necesita gente, pero ese rodaje se va y hay unos meses en los que no pasa nada y la mala suerte hace que haya dos rodajes a la vez y que no encuentres técnicos. Pero como dice Itziar, existen ya cursos, se está trabajando bastante bien y las asociaciones tenemos muy buena relación con Servicio Navarro de Empleo y vamos teniendo una formación muy enfocada a profesionales y a reciclaje de profesionales de otros sectores que pueden entrar en el sector audiovisual. Para nosotros, el que se apueste por la investigación y el desarrollo en el audiovisual es muy importante, como para todos, pero aquí para nosotros es fundamental un cambio de mentalidad. A veces, leemos convocatorias y da la sensación de que tienes que hacer un aparato o tener una patente para hacer algo. Nosotros llevamos tiempo trabajando en un mensaje que entendemos que tiene que calar y es que la investigación y el desarrollo muchas veces no es porque yo vaya a hacer un motor que haga algo, sino que igual es un cambio en un proceso o un cambio en desarrollo de producto.

O una investigación y desarrollo de una idea. En el audiovisual, yo siempre he visto que la investigación y desarrollo, aunque sea un poco naif, es el guion. Es tres años que te puedes pegar desarrollando un proyecto. Eso es investigación, documentación para hacer tu tesis, que es tu película, y tu producto. Ya sé que es muy naif, no conlleva tecnología punta pero es darle valor a la fase de desarrollo más allá de las ayudas públicas. No sé qué herramienta tiene que tener el ayudar a tener más impulso en el desarrollo, que para mí es vital. A veces es impulso de contactos o hacer un hub, o hacer una sesión de trabajo para algo... al final, poner el foco en el desarrollo. No solo en la producción, porque para llegar a producir has tenido que pasar dos desiertos

y un montón de tempestades.

Hay una cosa muy de audiovisual, no sé cómo funciona en el resto de industrias culturales, y son las aceleradoras de proyectos que se hacen en otras comunidades autónomas y sería algo interesante de hacer aquí en Navarra: muchas veces no estoy pidiendo dinero pero hazme una mentoría con gente muy puntera y que tiene los contactos y que me ayuda a desarrollar mi proyecto, a ponerle un sello de calidad y que me va a presentar a X financiadores o me va a dar una beca para que vaya a un mercado que igual mi empresa de otra forma no lo puede pagar. Este tipo de figuras.

Abycine es un ejemplo absoluto. Es un programa que genera un encuentro de presentaciones, de pitch de proyectos, y el premio es un dinero para desarrollar pero si no te lo llevas, ya te has llevado toda la mentoría, la red de contactos, la red de profesionales... Esto lo generaron desde cero e igual no es un gran gasto que ayuda a que Albacete exista, a que el sector exista. Además, como llaman a otras comunidades, es un encuentro.

Aceleradora Canarias paga gastos para que estés una semana pensando en tu proyecto con asesores, con reuniones one to one, con otros profesionales que ven tu proyecto y te lo mejoran.

En el caso de Abycine se ha convertido en pocos años en un aval de calidad, esa es otra manera de apoyar a un proyecto en desarrollo. Alguien dice, “a esto prestadle atención”. Solamente eso. Y se convierten esas aceleradoras, depende de cómo lo gestionen, en un punto más para ICAA.

El sistema de formación de públicos. Ya lo hemos comentado, tenemos cada vez más festivales y eventos que tienen que ver con el audiovisual y además con audiovisuales con lenguajes muy diferentes y que hacen que haya un interés.

Por ejemplo, en Navarra el tema de Golem es un hito. Es muy interesante. Es una empresa muy bien ubicada a nivel estatal e internacional, de exhibición y distribución que, además, hace una labor superimportante de formación de públicos porque tienen muchísima programación para colegios, que se convierte en gente que va a estar o de profesional o para programar o como público, una labor que creo esencial. No solo la formación de profesionales sino también la formación de gente que disfrute del cine.

Ventanas para la difusión. Siempre nos gustaría tener más, donde se consuma, como a todos.

De hecho, quizás hayáis oído últimamente que estamos desde NAPAR impulsando la utopía de tener un repositorio de contenido navarro. No hablamos de televisión pública, sino de un lugar donde sepamos desde el inicio de un proyecto que puede llegar a verse lo que estás haciendo. Si hay un repositorio *online* donde sabes que tú vas a llegar a poner tu película en algún momento, algo generado desde Navarra, para que lo vea el público navarro, si existe un espacio así, bien gestionado y con sentido común, en el sentido de no hacer una cosa enorme sino lo justo para cubrir la necesidad de una ventana más, sería maravilloso.

Y volvemos un poco al tema del dato. Nosotros cuando hablamos de televisión y de repositorios sabemos que aquí se

ve ETB, pero ellos no tienen esa obligación de gastar en producción externa y en cine, no tienen un compromiso con Navarra, aunque se producen cosas en Navarra y tienen que ser contenidos en euskera. Desde las asociaciones se está trabajando para que la entrada en ETB sea mayor. Porque Navarra Televisión es un espacio para contenidos de un cierto tamaño y un cierto presupuesto; ellos tienen un presupuesto, que es el que es, y no da para producciones externas. Entiendo que nosotros hablamos de tele y nos dicen, “sí que hay”... Sí, pero no son televisiones con un presupuesto como las autonómicas o como televisión española, que si tiene que dedicar un 3 % a producción externa, es mucho dinero. Esa es la figura que no existe en Navarra.

Vuelvo atrás porque he de decir que la labor de la Filmoteca de Navarra también es vital y brutal. Es real. Con la programación navarra es otra cosa más que tienes en mente, otro de los espacios que te ayudan a crear. Dices, “la filmoteca nos va a acoger y se escucha y se ve maravillosamente”. El caso del Ciclo de Cine Navarro... Y además últimamente intentando descentralizar un poco, que se mueva el cine no solo en Pamplona... me parece que se está haciendo muy bien y que es otro elemento más muy importante si hablamos de cine y Navarra.

En cuanto a los datos, confiamos, también porque desde las instituciones se nos ha transmitido, que se están dando pasos y somos conscientes de ello, para tener el sistema de datos y que es importante para todas las partes, desde los técnicos que están solamente ejecutando en el momento de rodar hasta las productoras, hasta las instituciones, hasta los inversores. Es para todas las partes.

Julia Juániz

“El cine es su vida”. Trabaja desde 1990 como montadora de películas y documentales: Paula Consa, Bobby Moresco, Carlos Saura, Victor Erice, Rafael Gordon, Alberto Morais... Es miembro de La Academia de las Artes y las Ciencias Cinematográficas de Hollywood, de la Academia de Cine Europeo y de la Academia de las Artes y las Ciencias Cinematográficas de España. Como directora se enfoca en el cine experimental y el videoarte.

Avance:

«Tengo una imaginación que puedo inventarme lo que me dé la gana. Pienso que todo lo podemos hacer si me lo imagino».

«El audiovisual es un lenguaje nuevo. Los chicos estudian en los colegios la historia de la literatura, ¿pero por qué no estudian la historia del cine para entenderlo? Todo lo que tienen delante son pantallas. Es obligación ese estudio del cine».



05 Ponencia final: Julia Juániz

«El cine es mi vida». Visión de una industria cultural



Lo habéis visto ya.
Esos serían de fotos, pero





Obra de Julia Juániz

Doy las gracias a KUNA por traerme y estoy muy agradecida de que estéis todos y todas aquí.

Lo que vengo yo a contaros es algo a nivel creativo y personal, sobre lo que he trabajado y lo que me gusta. Mi vida es el cine y vivo por y para el cine porque es lo que me ha educado y lo que me ha enseñado. Yo nací en un pueblo de Navarra de cien habitantes donde solo había campo de cereal y un cine. Tuve la suerte de que existiera ese cine donde podía ir todo el mundo, los niños pequeños en bancos... Era muy gracioso porque en ese mundo en el que no había nada, te encuentras un cine. Yo soy la pequeña de los hermanos, a mi madre le encantaba el cine y nos llevaba siempre. Iba desde pequeña; eso siempre lo cuento y me parece que, pensándolo muchísimo, aunque me llevarían a Donosti con una edad, yo conocí el mar en Arellano por el cine, yo conocí otras vidas por el cine, aunque nos las entendiera... La suerte que tenía era que con mis hermanos, que eran mayores, cuando veíamos una película luego la contábamos. Vivíamos con eso. Y eso me hizo que al ser pequeña y no entender, cuando me dormía pensaba en esas películas. Eso es lo que hizo crecer mi imaginación. Tengo una imaginación que puedo inventarme lo que me dé la gana. Pienso que todo lo podemos hacer si me lo imagino. A partir de ahí, ese valor fue muy importante. También mis hermanos fueron saliendo fuera a estudiar y cuando volvían contaban las películas y yo las aprendía plano a plano. Era como un ejercicio que hacías y las vivías. Esa fue la parte que para mí fue muy positiva, yo siempre quise hacer cine, desde pequeña. Cuando fui a estudiar a Pamplona mi hermana ya me regalaba algún libro... pero en ese momento no eran las escuelas de ahora y yo tuve que hacer otras cosas para ir llegando. Y al final lo conseguí. Estoy agradecida y sería un punto de partida para decirle a todo lo mundo que si te gusta algo, lo tienes que hacer, y si te has equivocado, cambia. Tengas la edad que tengas.

Partiendo de eso, quiero hablar de los pueblos, pero no de lo rural como se habla hoy en día. De los pueblos en sí de cien habitantes a los que no llega nada; que si llega algo, es porque hay gente que quiere hacer cosas y para mí es muy fácil hacer cosas en los pueblos y se deben hacer esas cosas. Hay muchos niños perdidos. Por supuesto que hoy van a escuelas diferentes, pero esa educación y esa cultura que tiene que llegar a los niños para llegar a algún futuro, porque los que son jóvenes van a llegar a todos nosotros. Tienen que estar preparados y para que estén preparados tiene que ser desde pequeños, en valores, en actitudes, en

05 Ponencia final: Julia Juániz

educación.... Parto de esa base: ¿dónde llegan más cosas culturales? En las ciudades. Por lo cual estoy muy agradecida de que en Alsasua, que creo que es un pueblo, se venga a hacer esto hoy aquí. Estas cosas tienen que salir fuera. Pero en los pueblos pequeños claro que se pueden hacer muchas cosas. Los niños, en vez de estar en casa cuando vuelven y estar solos, ¿por qué no los acompaña un mayor? Toda la Cultura que existe en los pueblos, en general, es por gente que da su esfuerzo sin recibir nada a cambio durante muchísimo tiempo y no les valoramos nada y esa gente es la que tiene que volver y ser valorada por el esfuerzo que ha hecho. En todos los sitios existen esas personas y se han conseguido cosas, a nivel de todo tipo. ¿Qué se puede hacer en un pueblo? Desde que los niños vean en grupo una película con alguien mayor y se hable de esa película, no que la vean en su casa. Y cuando digo niños, no digo de seis años que no la entiendan, porque tiene unos valores, está pensada, preparada... y que esos niños tengan esa educación. Empezamos por eso.

¿Qué otra cosa se puede hacer en los pueblos? La señora de sesenta o la que sabe tricotar, que les enseñe a los chicos, no solo a las



Obra de Julia Juániz

chicas, porque de ahí puede salir un artista textil en el futuro. Hoy en día, que toda la industria textil a nivel artístico está en auge otra vez, por qué no va aprender ese niño y se va a hacer él un jersey. También digo, la señora de sesenta años igual tiene una jubilación de 600 euros, que es una tristeza... Tendrá casa y huerto y puede comer, pero paguémosle algo. Y que lo hagan de vez en cuando y los niños como un juego pueden aprender.

¿Qué más se puede hacer? Exposiciones. Que no llegan a los pueblos. Y que alguien reúna, no a los niños, sino a la gente mayor y al reunir a ese grupo van a hablar de poner la foto o quitarla... ¿Qué tipo de foto es? Y ahí hay una sinergia entre todos y va a haber otro tipo de conversación. ¿Quién ha dicho que la gente ve *Sálvame*? Claro, porque no les educamos; si tú educas a esa gente mayor y desde pequeños, eso va cambiando, quizás no cambie rápido pero tiene que cambiar porque les vas a educar en unos valores. Y eso costará años, pero si no empezamos por los niños, que no valoramos nada en España a nivel de Cultura, no se va a conseguir nada. Creo que es política de Gobierno y de instituciones. Ayer fui a un sitio, al Museo de Navarra, y me quedé tristísima; si hubiera sido un

05 Ponencia final: Julia Juániz

político de una institución estaría tristísima: día libre de un museo y había... turistas, cuatro. Es una maravilla de Museo. ¿Cómo se puede permitir eso? El mailing de toda la información que tiene Navarra, la gente no se ha enterado. Se han enterado cuatro y no han ido. Pero los colegios no se han enterado: mailing para los colegios, no solo para los que conocemos. El mailing lo tienen los políticos, tienen el poder haciendo eso. Ayer el Museo de Navarra tenía que haber estado lleno de niñas de 16 o 18 años, aunque lo vean mal. Pero ver un Zuloaga o un Goya, igual no lo han visto. Aunque lo hagan de corrido, que pasen rápido, pero que lo vean. Y ayer el día que era gratis y no estaban. Yo si hubiera sido política, esta mañana estaba muy triste. Creo que era obligación; no digo lleno, pero tenía que haber llegado a muchísimo sititos. Por ejemplo, a la residencia de la tercera edad, a la gente que sí pueden salir; pues hubieran ido, pero no se han enterado.

Claro que el audiovisual es un lenguaje nuevo. Los chicos estudian en los colegios, muy bien, la historia de la literatura. ¿Por qué no estudian la historia del cine para entenderlo? Todo lo que tienen delante son pantallas. Es obligación ese estudio del cine. Enseñarles cómo les engañamos cada minuto para que compren algo si darse cuenta, lo tienen que aprender. Si no se aprende y los gobiernos no lo enseñan, podemos con ellos, les engañan como quieren y les van a engañar porque yo desde montaje puedo engañar. Puedo hacer que tú compres algo solamente por cómo lo presento. Ellos tienen que aprender desde pequeños para saber valorar las cosas; y eso si no se hace de pequeños, mal... Tiene que llegarles. Es una historia de un lenguaje nuevo. Tienen que aprender todos los idiomas que queramos y este es uno nuevo. La base la tienen que llevar; creo que debería ser obligación.

¿Qué pasa en España con la Cultura? Los políticos tienen miedo a la Cultura. Oyen Cultura y se asustan, "ya vienen estos". ¡No! ¿Qué pasa?, ¿por qué? Si hay una exposición en el Prado, el político de turno va y se hace la foto. ¿Por qué en las galerías nuevas de gente joven no va ningún político a ver esa exposición?, ¿por qué el crítico no saca esa exposición de gente nueva interesante, para bien o para mal, en una reseña?, ¿por qué siempre son los mismo los que salen? Eso también me parece mal. Eso viene desde las instituciones y se tiene que valorar y que ver; y los políticos tienen que ver exposiciones, oír música e ir al cine. ¿Qué político va al cine? Sé que hoy en día puede verlo en su casa con una pantalla enorme, vale,



Obra de Julia Juániz

05 Ponencia final: Julia Juániz

pero a las exposiciones no van; van a cuatro para la foto porque les obligan. Pero esa otra parte no la hacen, eso es lo que tiene que cambiar. Hay que saber y valorar que la Cultura por supuesto es una educación, es economía, es saber valorar eso.

Entro al tema del cine. Yo soy trabajadora del cine; por supuesto soy creativa, no me considero técnica. Si me llaman técnica, me voy a mi casa, porque no trabajo solo para manejar un ordenador; tiene que ser algo más de cabeza, eso lo tengo clarísimo. En la parte creativa del cine, yo llego en montaje, antes del cual se ha dado una preproducción, el preparar el guion... ¿Qué pasa en España? Me atrevo a decir que muchos guiones no están preparados para rodar. Haces una lectura de guion y hay gente diciendo, pero ¿pasa esto...? Y se sigue rodando. Eso me parece mal. El guion tiene que estar muy cerrado y muy pensado. Estoy hablando en general. El montaje es uno de los trabajos más creativos que existen en el mundo, para mí, porque siempre es con la labor del director al lado, en España. En otros países igual no tanto. Porque te dan imágenes y tú tienes que elegir cómo las vas a colocar para crear eso. Si hablas de ficción, lo que pasa es que está bastante estructurado y depende de lo que se haya rodado, pero cuando estás creando algo nuevo,



Obra de Julia Juániz

eso sí que es algo mental, o si es un documental que no hay un guion, lo vas a crear ahí. El guion va a pasar por el “guion primero”, el “guion de rodaje”, que se va a cambiar, y el “guion de montaje”, porque se puede cambiar... se puede inventar algo nuevo de diálogos y se puede quitar parte de diálogo. A veces se quitan secuencias enteras de un montaje; a veces una secuencia, la setenta, se pasa a la treinta. Estás cambiando la estructura de cosas dentro de una película. La estructura puede tener un giro y se hace en montaje. No en todas las películas se hace un cambio de estructura, pero muchas veces sí. Y montaje quizás es montar las secuencias por separado, esa es una parte del montaje, pero cuando empiezas a ese cambio, que es lo importante, esa sería la parte creativa también de montaje. Por eso yo digo que es creativa. No es técnica, y saber manejar un ordenador es otra cosa. Tienes que estar pensando cómo las puedes colocar o por qué las estás cambiando y por qué piensas que esta secuencia va fuera y no pasa nada y se podría haber visto desde guion... pero en ese momento quizás no ha pasado y se ha rodado.



Obra de Julia Juániz

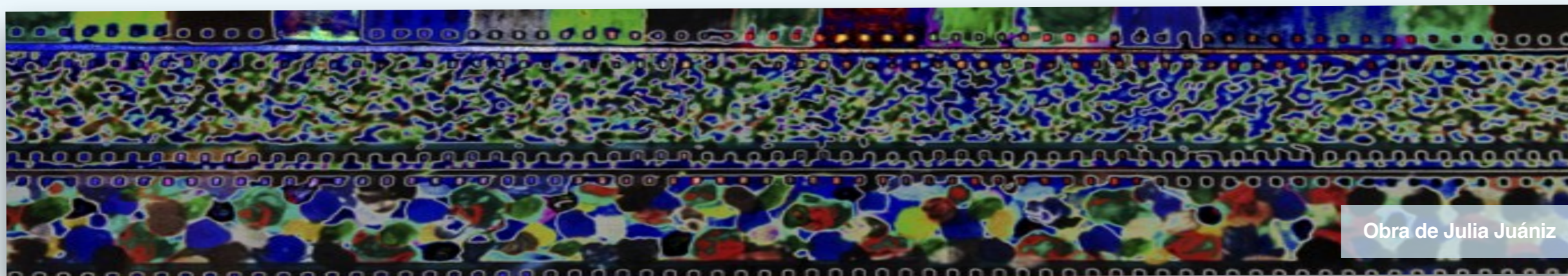
Quiero contar una historia. Cuando el cine empieza, sobre todo empieza como invento. Sí quiero decir que los hermanos Lumière cuando lo hicieron, pensaron que era para la ciencia nada más, pero en el momento en que se cobró una entrada, eso fue industria. Yo divido el cine como Cultura y el cine como industria. A mí me interesa el de Cultura, aunque ya sé que tengo que vivir y tengo que vivir también del otro. Pero el cine interesante, yo creo que es el que no está apoyado hoy en día, y ese es Cultura. El cine que es Cultura es un bien de cualquier país, pequeño o grande... Es un bien que revierte en todos, pero a nivel económico muchísimo. Eso es lo que se tiene que valorar. La industria irá por un camino, perfecto, pero la Cultura es que igual se tiene que hacer una película para perder dinero, para que se mantenga esa historia. Eso es lo que se tiene que saber ver cuando se presentan proyectos, sea en Navarra o sea donde sea. Esa es la parte de Cultura y ahí entran políticos e instituciones para saber verlo.

¿Qué pasa en las instituciones? Lo que está pasando en el cine hoy es que tenemos Netflix, Amazon, HBO... Genial para todo el mundo, dan trabajo. Pero para mí, no. Me parece que esta gente está haciendo un tipo de cine que no nos damos cuenta pero es el mismo. Vamos a ir a una cadena de cine donde todo será el mismo, donde la identidad como pueblo la vamos a perder. ¿Cuál es nuestra identidad? Que como nuestra película que hagamos para Netflix se va a ver en Estados Unidos, la traducción no irá en español, irá en inglés. Como según lo que se vaya a hacer, en EE.UU. no se va a entender, entonces haremos algo que se vaya a entender. Para mí eso es una censura y es lo que estamos viviendo. Es una censura muy soterrada, además. Siempre aparece una película pequeña y muy interesante, entonces yo me quedo con esas y son las que debemos defender como Cultura, pero desde el Ministerio de Cultura. El Ministerio se llama de Deportes y Cultura: algo va mal. Cultura es una cosa y Deporte es otra. Ahora he hecho ejercicio que no había hecho en diez años, encantada, pero deporte es una cosa y la cultura es otra. ¿Qué pasa con el cine? Muchísimas asociaciones y todo eso va mejorando porque coge fuerza, pero, ¿qué hace el ICAA? Nada. Sabemos que la mejor ley de cine que puede existir es la de Francia. Llevan treinta años pidiendo la gente del cine que eso venga, que salga una agencia estatal. ¿Dónde está? Ellos dicen que lo van a hacer... Siguen treinta años después y la gente decimos que hemos conseguido cosas... No hemos conseguido nada porque, empiezo: los técnicos vascos nos fuimos a Madrid, no nos

05 Ponencia final: Julia Juániz

pagaban ni viajes ni dietas. ¿Ahora qué hacen los de Madrid cuando vienen a Navarra? Cogen a gente navarra para no pagar dietas. ¿Qué dicen los que vienen de Madrid? “Ya traigo el equipo”. No, hay que obligarles, como hizo una asociación de técnicos vascos cuando fuimos a Madrid en los años noventa para que nos tuvieran que seguir llevando, que no nos cogieran para una semana y luego se iban y nos dejaban abandonados. Ahora hay que hacer lo mismo: si vienes a Pamplona, en el momento que empiezas a hablar con ellos, hay que decirles que va a estar un navarro un poco formado, y no lo digo por mí, sino por la gente joven que se va a preparar y tiene que dar el salto. Si vienes a Navarra y tienes incentivos fiscales, tienes que llevar un navarro de verdad y le pagas dietas, y si tiene que ir a hotel para estar con el equipo y ser creativo, se lo pagas, no le mandas a su casa.

Yo he pasado del analógico al digital. Cuando me preguntan, me da igual. Lo que me ha tocado es aprender en analógico y luego salió el digital. Siempre digo que llego justo en el momento del cambio. Aprendo algo y sale otra cosa. Ese camino ha sido largo y duro por eso. Aprendía y cuando ya me sentía segura y bien, ya había otra cosa... pero lo vas aprendiendo. ¿Entre el cine analógico o digital? Para



mí, me da igual. Creo que hay que avanzar con las cosas y hay que saber utilizarlas y en cuestión de montaje es muy importante el digital porque es más cómodo. Pero también se puede enseñar en las escuelas de cine algo de analógico para que la gente lo conozca. No digo que aprendan todo, pero simplemente para saber esa historia del cine cómo era. Eso creo que es importante.

Otra cosa a nivel de Cultura es que cuando el cine ya está hecho, viene el moverlo. Lo que pasa cuando no hay mucho dinero, es que hay que llevarlo, si te eligen, a festivales más pequeños, pero normalmente al cine que se ha hecho y que puede ser interesante no hay manera de llegar. Creo que es algo político. Me van a decir que en Cannes está el español; yo he estado y lo he visto, no había nada. Es saber vender un producto. Saber vender un producto es poner un stand y mover el mailing y que la gente oiga hablar de ese cine y ese producto, igual desde Navarra. Es llevarlo, no digo a Cannes, donde puedan ir a vender ese producto. El cine da dinero, pero hay que saber aprovecharlo para llegar a la Cultura. Otra cosa es que el cine da mucho dinero, que no se habla en España. Sí da dinero en España. Pero en Francia, lo que hacen es que una parte de ese dinero vuelve al cine para crear más cine, cosa que en España, no. Si se

05 Ponencia final: Julia Juániz

podiera poner una cantidad de millones de euros que vuelvan al cine y que se diera, pero que no fuera el Ministerio de Cultura solo el que dijera, “te damos esto” y que parece que te lo regalan... O la televisión, que parece que te lo regala, cuando está haciendo una compra por emisión y no te regala nada en ningún sitio. Esas ayudas no son ayudas a cuatro colgados de la vida, es ayuda a una Cultura y eso tendría que estar mucho más explotado a todos los niveles y llegar muchísimo más lejos. Hablo del cine, la música y todo. No sabemos vender nuestras cosas y no sabemos vender porque esos políticos o quien está en las instituciones hacen cosas pensando en el día y día y en el movimiento del día a día pero no en el futuro, que hay que saber verlo y adelantarse a ese futuro y llegar más lejos. Pero sobre todo creer en lo que tienes y saberlo vender en todos los lados, no solo en Madrid, saberlo vender en Japón, en otros países. Ya sé que estamos en crisis y ahora es muy difícil, pero es que antes no era tan difícil y no se hizo.

A nivel creadora, sí creo que el cine ha de tener otros lenguajes nuevos. Creo que tiene que cambiar y eso existe de siempre, no estamos descubriendo el mundo. Cuando hablamos de lenguaje nuevo es una narrativa diferente, que no sea algo en continuidad con todos mis respetos de Spielberg, que es un cine clásico y en continuidad, aunque puede ser muy interesante. Hay otros métodos y caminos para hacer cine diferente que existen, que se han hecho, y es seguir valorándolos. Y buscar esos caminos para que sea otro tipo de cine diferente, pero sobre todo es que ese cine se vea, que no esté escondido. Nosotros hemos tenido gente que ha hecho ese tipo de cine que nadie habla de ellos, como Javier Aguirre, Basilio... Javier Aguirre hizo la película de Parchís, claro que sí y muy bien, porque ganaba dinero para hacer su parte creativa que le gustaba. Ese señor hoy en día estaría en EE.UU. como un Dios, y en España se murió, se le valoró pero nada más, será olvidado dentro de diez años, nadie se acordará. Cuando nos vayamos todos que le hemos conocido y visto su cine, desaparecerá de la historia. Otra historia que sería buena sería recoger, que ya dentro de las filmotecas están, los valores del cine antiguos, saber la historia de nuestro cine, y de Navarra desde el comienzo. Había gente muy interesante para mí. Había una mujer en Pamplona cuando yo empecé, que hacía cine, Puy [Oria]... Esa gente es olvidada y no se sabrá de ellos ni se verán sus películas, aunque estén en la Filmoteca. Todo eso tiene que salir y se tiene que guardar y hablar de esta gente. Había valores y la gente hizo mucho esfuerzo. No pensemos

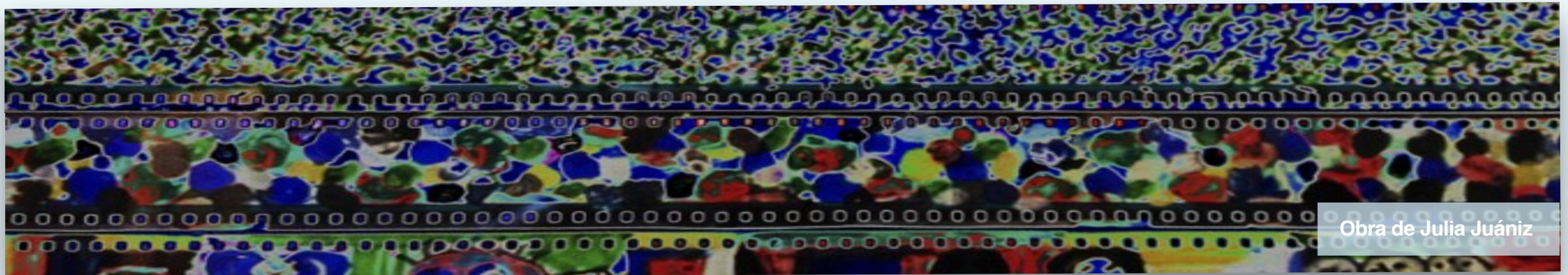


Obra de Julia Juániz

05 Ponencia final: Julia Juániz

que solamente ahora salen cineastas buenos; había. No se llegaba como ahora, no había esos caminos de ahora, que no digo que sean fáciles porque todo es muy complicado, pero que esa gente pudiera llegar como ahora se llega a Hollywood o a Cannes no era tan fácil. Pero sí se llegaba a sitios y en ese cine hay muchas películas con muchísimo valor y no se puede olvidar. La gente que trabajaba tiene que estar ahí; ha habido mucha gente que ha hecho muchas cosas por el cine navarro y se tiene que mantener.

Hablando de la creatividad, yo diría que todos somos artistas. De pequeña, a mí mi profesor me decía, “tú dibujas peor que tu hermana, tu hermana es buenísima”. Oía esto y pensaba que yo no hacía ni una raya. Vale, mi hermana era buena pero yo también dibujaba. Menudo profesor que te empieza diciendo eso, o que escribes mal. Sin embargo yo tuve a Vicente Galbete de profesor de arte, y digo, ¡madre mía! Y nos dejaba copiar, pero ¿cómo no? Es que lo que nos contaba estábamos atentas, nos ponía diapositivas de arte, que había ido a Egipto y nos las traía. Era un ser tan inteligente que el arte que aprendimos con él... daba igual si nos dejaba copiar porque nos lo sabíamos, porque sabía enseñar. Es llegar a la gente que más o menos han hecho un trabajo en su vida, que no han sido



Obra de Julia Juániz

reativos en según qué terrenos porque no les ha llevado a nada la vida, pero puedes ser creativo y tienes que pensar lo que te gusta hacer. Y tú solo en tu casa, sea cine o escribir un libro, o un poema, o hacer una raya, la haces porque te sale, porque en el momento que lo hagas te vas a sentir bien. Si tienes tiempo para hacerlo porque hora tienes una edad, hazlo. Y ve a ver una exposición, claro que sí. Eso te va a dar la energía. Yo cuando veo una película que me gusta, me vuelvo a mi casa llorando, soy feliz. Me va a hacer pensar, voy a estar dándole vueltas, qué me ha enseñado. El cine me ha enseñado todo lo que sé. Me enseñaba cosas de la vida, el trabajar con según qué directores me enseñaba otras cosas, cambiabas cada cinco o tres meses de grupo... Es algo que va en mi vida, es lo que me ha tocado. Seré cineasta y el cine será mi vida hasta que tenga cien años y veré pelis. Pero el resto de la gente podemos hacer lo mismo y eso es la Cultura y avanzar con la cultura y animar a la gente joven, que son nuestro futuro. No les olvidemos. Y facilidades para que puedan vivir: les estamos haciendo todo imposible. Si les educamos en unos valores, en una forma de ser, que eso repercuta para toda la sociedad y cambiarán el mundo. Sé que cuesta pero lo harán. Enseñemos el cine en las escuelas, en los colegios... es obligatorio,

05 Ponencia final: Julia Juániz



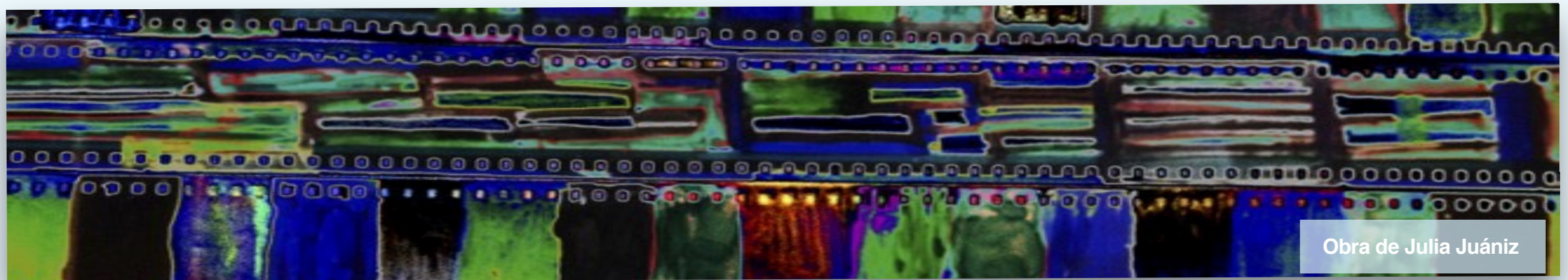
Obra de Julia Juániz

nadie lo quiere ver. Es un lenguaje; yo puedo hacer un truco de montaje y engañaros, que es lo que se decía que hacían con la Coca-cola, aunque no quería nombrarla, perdón. Cuando te la ponían en el cine, la veías y salías y comprabas eso; eso es real. A partir de ahí, como es real mil cosas dentro del montaje. Hay que aprenderlo, no nos pueden engañar. Nos engañan en todos los sitios y no nos podemos dejar engañar y tenemos que avanzar. Y el mundo es el audiovisual. Soy partidaria del cine pero lo diferencio, pero sí. El audiovisual va a estar en todo.

En la pandemia, ¿qué paso? Que tuvimos todo de una manera gratis, y cuando nos dan todo gratis no damos valor. ¿Qué nos pasaba? Como en muchas instituciones todo nos lo dieron gratis, y España es un país de robar, todavía estábamos más contentos: todo era gratis. ¿Qué pasa ahora que no es gratis? ¿Quién piensa en esa gente que les hemos metido audiovisual toda la pandemia y que no tiene medios económicos para hacerse de estas plataformas para ver cosas? Les hemos abandonado y les decimos, id al cine. Les has metido que todo sea gratis y eso se tiene que cambiar y hay que educar para que sea diferente. Tienes que regalar sabiendo que regalas, y la gente tiene que entender que eso es un regalo. En la pandemia hemos estado muy bien con todo esto, dentro de que era una pandemia y lo hemos vivido cada uno a su manera, pero esa gente no lo tiene. La gente con poder adquisitivo, sí, pero el resto, no. ¿Pensamos en ellos? No. Eso sí traerá algo diferente después para esa gente. Lo ha tenido todo y de repente no tienen nada, ¿cómo no van a ver *Sálvame* si no tienen medios de ver otras cosas? ¿Qué tienen en otra cadena? Da lo mismo, si es parecido. Eso tiene que cambiar también, una televisión que sea educativa. Que hay programas que se podrían hacer y esa televisión funcionaría porque le enseñaríamos a la gente a saber. Les seduces, les llevas eso y se lo pones fácil. Si no les llevas, ¿qué van a ver? Los programas culturales que existían ya no existen. Luego dicen, pongo X y no lo ve nadie. Bueno, ten la paciencia de que llegue a la gente y que lo pueda ver. pagaban ni viajes ni dietas. ¿Ahora qué hacen los de Madrid cuando vienen a Navarra? Cogen a gente navarra para no pagar dietas. ¿Qué dicen los que vienen de Madrid? “Ya traigo el equipo”. No, hay que obligarles, como hizo una asociación de técnicos vascos cuando fuimos a Madrid en los años noventa para que nos tuvieran que seguir llevando, que no nos cogieran para una semana y luego se iban y nos dejaban abandonados. Ahora hay que hacer lo mismo: si vienes a Pamplona, en el momento que empiezas a hablar con ellos, hay que decirles que va a estar un navarro un poco formado, y no lo digo por mí,

05 Ponencia final: Julia Juániz

Cuando decía todo lo que se puede hacer, para mí era pensar que con tres fotos seguidas y una música tenéis un vídeo. Lo habéis visto ya. Pero si en vez de tres fotos, ¿tú te pones otra cosa? Pones una música o sin música; o pones cualquier imagen y un poema de María Zambrano, y tienes otra historia. ¿Por qué no podéis hacer todo eso? O poner la historia de mi abuela o de mi madre, que no se ha contado. Pero son cosas en obras de arte, con fotos hoy en día se pueden hacer en el ordenador mil cosas con collages. La gente que sabe coser, hay textiles maravillosos, la gente que sabe dibujar, que dibuje. Eso da felicidad y te hace la vida más fácil.



Obra de Julia Juániz

Encuentro celebrado en el Centro Cultural IORTIA Kultur Gunea de Alsasua (Navarra), el 19 de mayo de 2022

Disponible en el [Canal de Youtube de APGCNA](#)

EL NUEVO VALOR DE LA CULTURA

Patrocina



Colabora



Organiza

