

CLAVES E IMPACTOS DE LA CULTURA EN EL MEDIO RURAL

El valor de lo intangible

Estudio piloto de 20
proyectos culturales



Catálogo de publicaciones del Ministerio:

<https://www.cultura.gob.es/servicios-al-ciudadano/publicaciones.html>

Catálogo general de publicaciones oficiales:

<https://cpage.mpr.gob.es/>

Edición 2024



Edita:

SECRETARÍA GENERAL TÉCNICA

Subdirección General de Atención al Ciudadano, Documentación y Publicaciones

NIPO: 190-24-098-3

Cualquier forma de reproducción, distribución, comunicación pública o transformación de esta obra solo puede ser realizada con la autorización de sus titulares, salvo excepción prevista por la ley. Dirijase a CEDRO (Centro Español de Derechos Reprográficos) si necesita fotocopiar o escanear algún fragmento de esta obra.

Créditos

Unidad Promotora

Dirección General de Derechos Culturales
Directora General: Jazmín Beirak Ulanosky

Subdirección General de Cooperación Cultural
con las Comunidades Autónomas
Subdirector General: Benito Burgos Barrantes

Dirección y coordinación

Benito Burgos Barrantes
Ministerio de Cultura

Andrea López Azcona
Ministerio de Cultura

Autores

Luis Antonio Sáez Pérez
Universidad de Zaragoza

María Cruz Navarro Pérez
Universidad de La Rioja

Vicente José Pinilla Navarro
Universidad de Zaragoza

Andrea López Azcona
Ministerio de Cultura

Edición

Benito Burgos Barrantes
Ministerio de Cultura

Xián Rodríguez Fernández
Ministerio de Cultura

Trabajos de campo

Alberto Conejos Sevillano

Marc Badal Pijoan

Ikerfel

Luis Antonio Sáez Pérez
Universidad de Zaragoza

Diseño editorial

Tres Tipos Gráficos

Proyectos

1 Kilómetro de Arte

Azala

Centre d'Art i Natura (CAN) de Ferrera

Centro de Desarrollo Sociocultural Germán
Sánchez Ruipérez

Complejo Cultural As Quintas

Ecomuseo del Río Caicena

Espiello. Festival Internacional de Documental
Etnográfico de Sobrarbe

Festival Agrocuir da Ulloa

Festival Internacional de Teatro Clásico de Almagro

Fundación Uxío Novoneyra

Fundación Cerezales Antonino y Cinia

Fundación Santa María de Albarracín

Fundación Santa María la Real

Genalguacil Pueblo Museo

Mancomunidad de Servicios Bibliotecarios Berragu

Museo Vostell Malpartida

Museu Terra (antes Museu de la Vida Rural)

Mutur Beltz

Política cultural del Ayuntamiento de Vilafranca

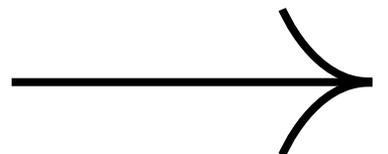
Pueblos en Arte

Índice

1. Introducción	5
2. Fundamentos y base analítica	10
2.1. Los estudios de impacto	
2.2. Cultura en el mundo rural e impacto en su desarrollo: cuestiones de partida	
3. Aproximación a una metodología para el estudio del impacto de la cultura en el medio rural	20
3.1. Las limitaciones de las fuentes estadísticas tradicionales	
3.2. El «método del caso» como alternativa	
3.3. Selección de casos	
3.4. Grupos de consulta	
3.5. Selección de instrumentos para la recogida de información	
3.6. Entrevista a agentes promotores	
3.7. Cuestionarios a agentes promotores, agentes cualificados y población local	
3.8. Resultados informativos	
4. Breve caracterización de los proyectos	48
5. Factores clave en la vida de los proyectos	60
5.1. Conclusiones derivadas de las entrevistas	
5.2. Conclusiones derivadas de los cuestionarios	
6. Impactos de los proyectos culturales en el medio rural	82
6.1. Impactos percibidos por la población local	
6.2. Impactos percibidos por los agentes cualificados	
6.3. Impactos percibidos por los agentes promotores	
6.4. Comparación entre los impactos percibidos por los distintos grupos de consulta	
7. Conclusiones	105
7.1. Sobre los impactos de la cultura en el medio rural	
7.2. Sobre las claves y los aprendizajes acerca de la acción cultural en el medio rural	
7.3. Sobre políticas culturales públicas en el medio rural	
8. Apéndices	120
8.1. Casos de estudio	
8.2. Bibliografía	

1

INTRODUCCIÓN



El objeto de este trabajo es la elaboración de un estudio piloto sobre el impacto social, económico y demográfico de la acción cultural, a partir de una selección de iniciativas y proyectos culturales relevantes en el medio rural español, alejados de ciertas dinámicas metropolitanas, que se consideran representativos para reflexionar sobre qué es significativo cuando se habla de desarrollo a escala personal, comunitaria y territorial.

El trabajo y los objetivos para desarrollar se enmarcan dentro del programa «Cultura y Ruralidades», impulsado por la Dirección General de Derechos Culturales del Ministerio de Cultura, a través de la Subdirección General de Cooperación Cultural con las Comunidades Autónomas. Este programa tiene como finalidad la investigación y el impulso de las políticas y prácticas culturales en el medio rural español desde una perspectiva contemporánea, estrechamente vinculada a los desafíos sociales, económicos y medioambientales de nuestra época. Las acciones del programa «Cultura y Ruralidades» se inscriben, además, dentro de las llamadas 130 Medidas ante el Reto Demográfico, que coordina el Ministerio para la Transición Ecológica y el Reto Demográfico, entre cuyas estrategias figura el fomento de aquellos proyectos de estudio dirigidos a abordar el fenómeno de la despoblación y los desequilibrios sociales y demográficos que afectan a las zonas rurales, analizando sus causas y las posibles formas de intervención.

Las dificultades que afectan a las pequeñas poblaciones rurales, la mayoría de ellas vulnerables sociodemográficamente, y la reflexión acerca del papel de la cultura en nuestras sociedades son cuestiones sujetas a debate, en permanente reformulación conceptual y estratégica. Tanto desde las ciencias sociales, al estudiar los territorios y sus actividades, como desde las humanidades, en lo relativo a las artes y la creatividad, el número de investigaciones especializadas es ingente. Asimismo, las normas y planes sobre el medio rural han crecido mucho en las últimas legislaturas, al tiempo que la cultura tiene desde siempre una conversación privilegiada con las instituciones. Sin embargo, ni desde el ámbito político ni desde el académico se ha abordado suficientemente la reflexión acerca de cómo cultura y desarrollo rural se relacionan e influyen, para beneficiarse de las innumerables realidades en las que convergen. Apenas se ha tomado en consideración cómo la cultura es un factor clave para el bienestar personal y el dinamismo de una pequeña población. En consecuencia, este proyecto se propone abrir ruta con un estudio piloto que pueda avanzar en análisis, diagnósticos y propuestas relativamente novedosas sobre dos ámbitos importantes, pero todavía pendientes de ser abordados conjuntamente, lo rural y la cultura, con una perspectiva interdisciplinar e integral, holística, que sea efectiva y con vocación transformadora.

El objetivo general expuesto se concreta en cuatro metas:

- Profundizar en el análisis del rol de la cultura como factor catalizador del desarrollo socioeconómico de los territorios rurales y su influencia en la evolución demográfica de estos.
- Evaluar los impactos de los proyectos culturales y de la participación ciudadana en la vida cultural en cuestiones cualitativas, como el bienestar y la calidad de vida, la salud, la soledad, las sensaciones de arraigo y pertenencia, la autoestima o los cambios en las percepciones y los imaginarios (y prejuicios) sociales y simbólicos asociados al medio rural.
- Analizar las relaciones entre actividad cultural, participación y resiliencia en el medio rural, en particular, en aquel que presenta déficits demográficos.
- Extraer conclusiones útiles para la definición de índices o parámetros que permitan medir el impacto de la cultura en municipios o comarcas rurales que, entre otros efectos, den soporte para que el análisis y la toma de decisiones públicas sean más rigurosas.

En el camino hacia la consecución de estas metas, se ha trabajado en dos líneas, autónomas pero complementarias: una de carácter metodológico, en la medida en que este estudio aspira a hacer propuestas que trasciendan del ámbito específico de análisis, lo que supone profundizar en las discusiones más vivas en torno al desarrollo rural y a los fenómenos culturales, para derivar diagnósticos consistentes con la muestra de estudio seleccionada; y otra más aplicada, con base en esos proyectos, para suscitar posibles estrategias dinamizadoras. De este modo, el informe se estructura en seis bloques:

- Reflexión teórica en torno a las temáticas objeto de estudio, teniendo en cuenta su capacidad explicativa en función de los contextos y trabajo de campo a desarrollar.
- Propuesta de una metodología coherente con los casos concretos, que sea rigurosa y sistematizable en información cuantitativa y cualitativa.
- Breve caracterización de los proyectos, atendiendo a su trayectoria y horizontes diversos.
- Identificación de los elementos que han sido clave en la vida de los casos de estudio, profundizando, además, en su interior y en las personas que los encarnan, más allá de las habituales «cajas negras» con que se simplifica su complejidad.

- Análisis de impactos en la comunidad local y en el territorio más inmediato, derivando un diagnóstico que trascienda lo descriptivo y pueda ofrecer propuestas consistentes.
- Conclusiones en torno a los impactos generados por la cultura en el medio rural y a los factores clave que posibilitan el desarrollo de estas iniciativas, para orientar, en última instancia, estrategias que hagan de las pequeñas poblaciones lugares acogedores y que posibiliten que quienes allí conviven sean agentes relevantes en su comunidad, haciendo valer sus talentos y sensibilidades.

El estudio se apoya en las contribuciones de una cada vez más amplia y vibrante literatura académica que analiza el papel de la cultura como parte del desarrollo rural, en el contexto de unas relaciones superpuestas, híbridas y sinérgicas. Han sido especialmente sugerentes aquellos trabajos que trascienden los discursos más reconocidos de la economía de la cultura, con nuevas aportaciones de carácter más cualitativo que resignifican los enfoques meramente funcionales, hasta ahora predominantes a la hora de inspirar políticas y estrategias. A pesar de la importancia que ha tenido en todo el trabajo una revisión crítica de la literatura, no se ha optado por redactar un estado de la cuestión al uso, por ser una tarea que sobrepasaba los límites temporales del trabajo. De hecho, el siguiente capítulo, aunque contenga muchas referencias que explican las opciones analíticas tomadas, no es una exposición sistemática de resultados académicos, sino una reflexión compartida con el público lector. Se trataría de dar cuenta de los debates sobre la cultura y el desarrollo local, para interpretar con rigor y de manera reflexiva sus desafíos, muchos de ellos compartidos, a la vez que se hacen explícitas las ideas que han dado soporte a la metodología desarrollada y a los diagnósticos efectuados.

La metodología sobre la que se despliega este trabajo parte de tres condiciones previas:

- Permitir dar respuesta a los objetivos generales del proyecto.
- Atender a la complejidad del problema tratado, considerando los diferentes tipos de efectos y una amplia diversidad de realidades rurales.
- Resolver una de las restricciones a las que se han enfrentado todos los estudios que han pretendido valorar cómo la cultura incide en el entorno rural, esto es, la falta de información estadística y de estudios de opinión pública para el ámbito rural.

Respecto a esta última, la principal aportación de este proyecto será, precisamente, el conjunto de resultados obtenidos a partir del estudio en profundidad de una veintena de iniciativas culturales ubicadas en entornos rurales ajenos a la influencia directa de las grandes ciudades. La aproximación a esas experiencias permite disponer de información que ayude a valorar su modelo de actuación y las

interacciones con el territorio y con sus agentes económicos y sociales, así como apreciar también los efectos de bienestar generados. Los instrumentos aplicados en el trabajo de campo combinan la entrevista con el cuestionario, estableciendo un protocolo que se adaptará a las tres modalidades de agentes a quienes se dirige: promotores de los proyectos objeto de análisis, población residente en los municipios donde se ubican y otras figuras relevantes cuya actividad principal o ámbitos de interés guardan una estrecha relación con dichas iniciativas.

En suma, este informe consiste, antes que nada, en un esfuerzo académico por interpretar cómo la cultura que tiene a la comunidad local como meta, y, también, como instrumento, relevante y cómplice, contribuye a que la vida tenga más y mejores significados. Todo ello con el fin de evidenciar que, junto a los impactos económicos, juegan un papel esencial los impactos en la autoestima, la cohesión social y la mejora de la calidad de vida que generan los proyectos culturales en el medio rural. Algo que se ha ido convirtiendo a lo largo del trabajo en un reto muy sugerente, pero siempre inalcanzable en su compleción, al obligar la implementación de la metodología diseñada a replantearse la consistencia de las herramientas y el fundamento de las analíticas. Es decir, disfrutar de una investigación con sentido social, apenas conclusiva, porque «el pensamiento es estar siempre de paso».



Mutur Beltz

2

FUNDAMENTOS Y BASE ANALÍTICA

- 2.1. Los estudios de impacto
- 2.2. Cultura en el mundo rural e impacto en su desarrollo: cuestiones de partida



2.1 Los estudios de impacto

Los estudios de impacto tienen una amplia literatura detrás, con numerosos trabajos académicos y una infinidad de informes, en los que se evalúan tanto las consecuencias de las políticas públicas como de las dinámicas desencadenadas por el sector privado y por iniciativas comunitarias.

Además de ese propósito evaluador, también los caracteriza que en su elaboración se compagina teoría y praxis, con discusiones y colaboraciones entre personal investigador y especialistas procedentes de distintos ámbitos. En este sentido, la polinización cruzada entre disciplinas académicas y diferentes perfiles profesionales permite plantear mejores preguntas, comparar métodos y resultados, y contrastar realidades frente a planteamientos ideales, con el fin de construir explicaciones más fecundas. Se configuran, así, espacios de encuentro que fortalecen procesos de transferencia y aprendizaje plurales, abiertos y rigurosos.

De esta manera, los estudios de impacto constituyen una buena vía si se desea que las estrategias se inspiren en evidencias, generando un conocimiento robusto de mayor aplicabilidad, al enriquecer la investigación de carácter más conceptual con el acervo del personal dedicado a la gestión.

No obstante, estas colaboraciones entre el mundo académico y los de las instituciones y el empresariado rara vez agotan todas sus posibilidades, aun cuando tengan ya de por sí un elevado valor intrínseco asociado al proceso de elaboración, durante el cual el equipo investigador suele embarcarse en una exigente (interminable) búsqueda de un marco analítico consistente y aplicable, con vocación reformista y capacidad de síntesis. Cuando se ponen en marcha estos proyectos, se hacen explícitas, por un lado, nuevas causalidades hasta entonces poco conocidas o que eran intuitivas, pero sin evidencias, y, en paralelo, aparecen ciertas limitaciones congénitas a la mayoría de las teorías de partida, pues, aunque los modelos suelen tener siempre soluciones dentro de sus axiomas, resultan poco operativas para resolver problemas con realidades complejas inaprensibles conceptualmente.

En consecuencia, es preciso reconocer los activos y pasivos de este proceso mixto de investigación aplicada y gestión, para calibrar su alcance. Esas luces y sombras se detallarán posteriormente al explicar la metodología y poner en contexto los análisis, pues se convierten en una aportación relevante del trabajo, si bien en este apartado se hará referencia a sus rasgos más generales.

→ Una primera limitación, que condiciona todo, pues está en su origen, es la dificultad para disponer de información idónea, en numerosas ocasiones inexistente. Es muy probable no hallar estadísticas de la actividad que se estudia o que, en el caso de existir, no se encuentren en la escala adecuada, ni resulten muy fiables en su elaboración, ni relevantes para el periodo estudiado.

Íntimamente relacionada con esos déficits en las fuentes está la inconsistencia de los indicadores con que se aproximan las variables del modelo teórico que subyace en el fenómeno a explicar. En gran medida, su vigencia tiene que ver más con su practicidad a la hora de elaborarse que con su capacidad explicativa. En consecuencia, para intentar superar este *impasse*, se incurre en un desequilibrio entre dónde se buscan las explicaciones, imperando una agilidad operativa, y dónde radican las causas últimas que desencadenan las dinámicas en estudio.

Tampoco suele ser frecuente una revisión crítica de los resultados, en la que se examinen procedimientos y métodos con sus potencialidades y limitaciones, para pulir las teorías aplicadas y las estrategias inadecuadas. De modo que, si son inconsistentes, se justifica la discrepancia por cuestiones de tipo instrumental y accesorias, y no como una limitación en los planteamientos de fondo, teóricos y prácticos, que hubiera que reparar. Esta infalibilidad de la oferta generadora de informes y asesorías se refuerza también desde la demanda, porque quienes contratan informes insustanciales sentirían erosionada su reputación, mientras que la ciudadanía y los medios de comunicación no están acostumbrados a cuestionar con porqués y cómo. La consecuencia es la ausencia de una crítica con debates exigentes en torno a esas fallas.

En relación con la demanda, se observa, además, que las evaluaciones de impacto suelen ser promovidas por quienes proponen la medida a estudio, casi siempre con el deseo lógico de justificar su pertinencia, lo que es probable que genere una cierta predisposición entre quienes las desarrollan a que, ante decisiones metodológicas con mucha incertidumbre y que no son neutras en sus consecuencias, se opte por la propuesta menos arriesgada para no contradecir las tesis de partida.

En conclusión, los estudios de impacto presentan importantes limitaciones en su implementación, algunas ajenas a su autoría, otras, en cambio, como producto de unos usos adquiridos que se podrían reducir con un mejor desempeño¹.

→ Al margen de las limitaciones expuestas, el análisis de impacto es una herramienta conveniente y consolidada para la toma de decisiones, a la vez que un instrumento para convalidar teorías. Entre las áreas de gestión más habituales en su aplicación se encuentran la sanitaria y la medioambiental, si bien pueden encontrarse en prácticamente todos los ámbitos.

Los estudios de impacto con un enfoque económico atraen en mayor medida la atención social, pues las consecuencias futuras de cualquier política y medida en términos de eficiencia (empleo, beneficios, competitividad, etc.), equidad (quiénes ganan y pierden) y sostenibilidad financiera (ingresos y gastos públicos a medio y largo plazo) son sumamente relevantes; pero, también, porque el dinero facilita una métrica universal. De modo que, sea cual sea el tema para evaluar, lo más habitual

¹ Frankfurt, H. G. (2006). *On bullshit: sobre la manipulación de la verdad*, Barcelona: Paidós. Ha sido uno de los primeros en sistematizar o, al menos, en generar un debate académico relevante sobre la retórica vacía en el análisis de políticas.

es que su contenido esté trufado de análisis de costes y beneficios, apoyados en cuadros con coeficientes y ratios que condensan prolijas memorias financieras siempre presentes en los anexos.

En principio, esa primacía de la economía, aunque desleída de sus tintes más monetaristas, podría marcar la senda a seguir en este estudio que analiza el papel de la cultura en la dinamización de territorios rurales, en la medida en que el desarrollo suele estudiarse a través de teorías económicas. Desde esta perspectiva, se dispone de muy buenos análisis sobre cultura y territorio, especialmente a escala local, como es el caso de los trabajos del grupo de la Universitat de València o de los dirigidos por Ana Isabel Escalona desde la Universidad de Zaragoza. Otras investigaciones ponen el foco en las aportaciones al crecimiento de las actividades culturales y creativas, en la medición de sus impactos y en las innovaciones que integran, como las lideradas por Victoria Ateca desde la Universidad del País Vasco, las que nuclea Luis César Herrero desde la Universidad de Valladolid o los innovadores análisis que impulsa Juan Prieto desde la Universidad de Oviedo.

No obstante, a pesar de que estas y otras contribuciones están generando una importante masa crítica en torno a los impactos de la cultura que sitúa a nuestro país a la cabeza de su estudio², no se pueden aprovechar plenamente, como sería deseable, ya que, desde estos marcos más próximos a la economía, las variables sobre las que influye la cultura suelen plantearse desde enfoques agregados, sobre territorios liderados por ciudades³, donde rigen las economías de aglomeración, que afectan en menor medida a las pequeñas poblaciones en áreas rurales. Por otra parte, cuando se propone una evaluación de tipo microeconómico, la protagonizan a escala sectorial el turismo y, más recientemente, las industrias creativas⁴, junto a casos concretos de éxito muy significativos. En todo caso, estas evaluaciones se orientan, preferentemente, a calibrar cómo las iniciativas culturales generan visitantes, rentas y beneficios, así como externalidades sobre el empleo y la reputación del territorio.

En este trabajo se ha de iniciar una nueva vía de investigación y manejar argumentos apenas combinados. Es, así, relativamente inédito al conjugar dos vertientes que apenas habían confluído: una espacial, al ocuparse del medio rural español en su conjunto, con especial atención a los territorios afectados por la despoblación, y otra, que se relaciona con un modelo de acción cultural que suele sentirse vinculada con las comunidades de los lugares en los que actúa. Propuesta que se

² García-Ajofrín, R. (2022). «La Cuenta Satélite de la Cultura», *Indice: Revista de Estadística y Sociedad*, 87, pp. 22-24, Madrid: Universidad Autónoma de Madrid-Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales. También en el área de la estadística y generación de información, España tiene una posición líder, pues fue pionera en la elaboración de una metodología que se concretara en una contabilidad específica.

³ Langedijk, S., Saisana, M., Montalto, V. & Tacao Moura, C. J., (2017). *The Cultural and Creative Cities Monitor*, Luxemburgo: Publications Office of the European Union. Disponible en este [link](#).

⁴ Silva, S. R., Marques, C. S., y Galvão, A. R. (2023). «Where Is the Rural Creative Class? A Systematic Literature Review About Creative Industries in Low-Density Areas», *Journal of the Knowledge Economy*, pp. 1-31, Springer. Disponible en este [link](#).

complica aún más, pero que, sin duda, mejora la investigación en términos analíticos y en cuanto a utilidad social, al evaluarla dentro de un paradigma del desarrollo entendido no solo desde el crecimiento económico, sino también como una ampliación de las capacidades y expectativas personales y comunitarias, ahondando en torno a cómo la cultura interpela a la ciudadanía y mejora su bienestar, lo que se traduce en una agencia o actividad social y política más cabal⁵. En todo caso, se trata de una triangulación, entre cultura, rural y desarrollo, en la que estos tres conceptos no son siempre fáciles de encajar⁶.

Estos conceptos sí que aparecen en los repositorios académicos, pero no en trío, sino emparejados vis a vis como «desarrollo rural» y como «cultura y desarrollo»; bilateralidad en la que hay una productividad alta de nuevos significados e interpretaciones, no solo dentro de sus respectivos campos, sino que reverberan para el conjunto del análisis haciendo eco de sus debates en esta propuesta. De modo que esa literatura es muy sugerente en términos teóricos y aplicados, y esa es la razón de que se comenten, más como una declaración de principios, las reflexiones que suscitan en el epígrafe que sigue.



Complejo Cultural As Quintas

- ⁵ Sen, A. (2000). *Desarrollo y Libertad*, Barcelona: Planeta.
- Sen, A. (2004). «How Does Culture Matter?», *Culture and Public Action*, 38, pp. 37-58, Stanford: Stanford Social Sciences.
- ⁶ Sáez, L. A. (2019). «Despoblación, desarrollo y cultura: triángulo cómplice», *PH: Boletín del Instituto Andaluz del Patrimonio Histórico*, 27(98), pp. 70-87, Sevilla: Junta de Andalucía-Instituto Andaluz de Patrimonio Histórico. Disponible en este [link](#).

2.2 Cultura en el mundo rural e impacto en su desarrollo: cuestiones de partida

Como se exponía en el apartado anterior, cada uno de los términos que articulan este estudio —cultura, rural y desarrollo— son amplios, densos y, sobre todo, expansivos, fáciles de introducir prácticamente en cualquier argumentario y están en constante agitación con investigaciones que incrementan su conocimiento. En los repositorios académicos aparecen como palabras clave de un inventario temático cada vez más extenso e interrelacionado, al tiempo que se multiplican las alusiones a estos tres términos en la gestión, pública y privada, a tenor de normas y leyes, dada su capacidad para trufar cualquier tesis, especialmente en relación con la ubicua despoblación rural.

De modo que sus realidades y teorías se revelan (y rebelan) imposibles ante cualquier intento de sistematizar el estado de la cuestión, pues siempre queda la sensación de omitir investigaciones muy potentes que remueven argumentos básicos y otras que darían aportes específicos. Porque metabolizar todo ese caudal de fuentes dentro de un discurso fluido tiene unos procesos de maduración difíciles de encauzar. De ahí la levedad de las introducciones y de los apartados en que se presenta el cuerpo teórico que sustenta las hipótesis de este estudio, siempre incompletas y provisionales. En consecuencia, quedan fuera muchos temas que, siendo relevantes, desvían de la propuesta principal y se han simplificado asuntos complejíssimos en torno a cómo la cultura es un elemento crucial para desencadenar un desarrollo rural vibrante.

En esa línea, se explican muy sucintamente aquellas nociones y reflexiones teóricas que subyacen en el conjunto del proyecto.

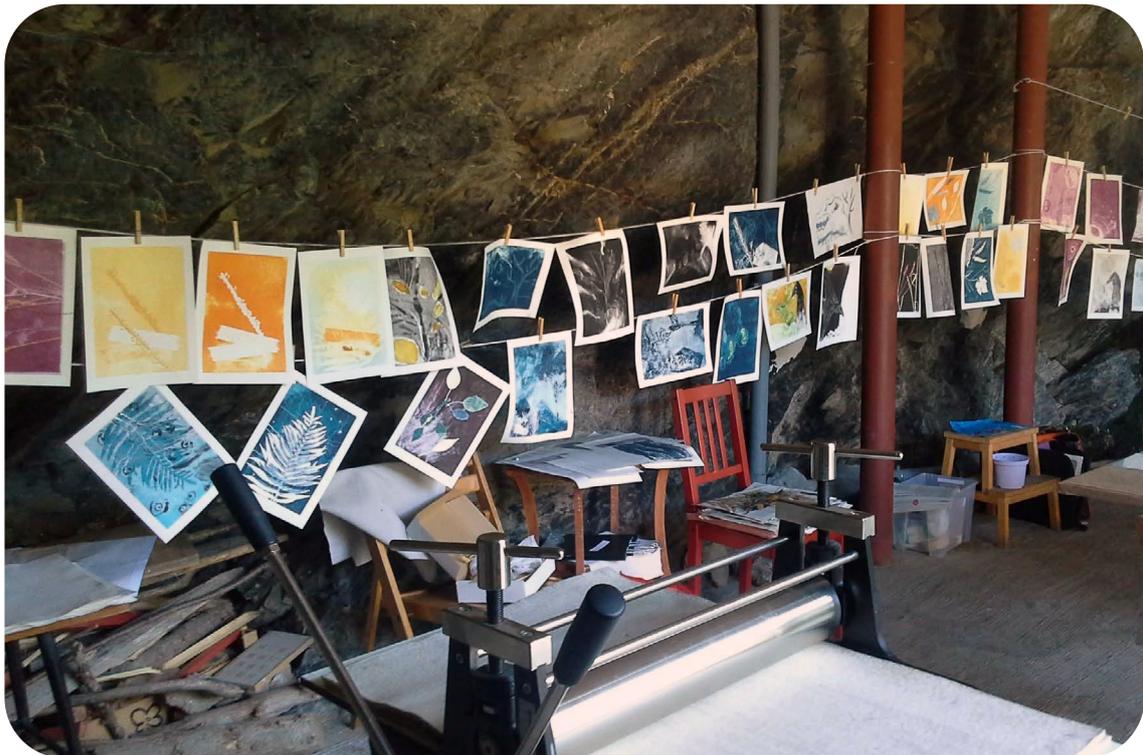
→ En primer lugar, las ideas sobre el desarrollo rural, en qué consiste y cómo se genera, se encuentran en constante discusión, pues se trata de la meta que da sentido al conjunto de la disciplina, así como al buen gobierno. Al hilo de la reflexión sobre cómo vivir mejor, cuestión escurridiza en las pretendidas ciencias sociales, entra en juego el papel de la cultura en la capacitación de las personas y en la dinamización de las comunidades, para mejorar los debates porque gran parte de cómo nos sentimos y consideramos, de nuestras posibilidades en la sociedad, depende de nuestra propia percepción y de nuestra fe en el común⁷. Los contextos sociales evolucionan, la tecnología y las funciones de producción de bienes y servicios generan constantemente nuevas expectativas y, sobre todo, las formas de apreciar lo que es una «vida mejor»⁸, en tiempos de una posmodernidad muy líquida, hacen muy difícil asentar un canon. En esos procesos tan abiertos a cambios y subjetividades, la generación de una cultura rural en clave antropológica, acerca de qué sentido tiene el territorio y cómo (con)vivir en él, tiene mucho que ver con los

⁷ Belfiore, E. (2022). «Is it really about the evidence? Argument, persuasion, and the power of ideas in cultural policy». *Cultural Trends*, 31(4), pp. 293-310, Londres: Routledge. Disponible en este [link](#).

⁸ Stiglitz, J., Fitoussi, J. P. y Durand, M. (2018). *Beyond GDP. Measuring what counts for economic and social performance*, París: OECD. Disponible en este [link](#).

significados y las relaciones que se entretajan desde las diversas manifestaciones que generan los procesos creativos, expresión y causa de mentalidades y valores. Toda noción de desarrollo, de vida pretendida, lleva aparejada una cultura sociológica que la resignifica y unas artes que simbolizan sus metas⁹.

Así, las comunidades locales cada vez se interpretan más como «espacios relacionales»¹⁰, mientras que las manifestaciones culturales son, también, en su esencia, contenidos que buscan interpelar a otras audiencias, pues se crean para comunicar, hacer pensar, sentir y compartir¹¹. Hay, por tanto, una interdependencia clara entre lo rural, en un sentido social y vital, que engloba una visión siempre plural y cambiante más allá del determinismo geográfico, y la cultura como expresión sentida y pensada, simbólica y estética, que da forma a una mirada en constante transformación. Lo relacional genera, en consecuencia, un sustrato analítico compartido a explorar y pone en el centro al bienestar social, permitiendo hablar de acción cultural y de desarrollo desde el prisma de relaciones que capacitan¹². Conceptos y enfoques que suscitan reflexiones teóricas interesantes, compartidas desde los marcos de la cultura y del desarrollo rural, y que tienen un alcance analítico potente en su proyección a políticas y proyectos.



Centre d'Art i Natura (CAN) de Farrera

⁹ Frey, B. S., y Briviba, A. (2023). «Two types of cultural economics», *International Review of Economics*, 70(1), pp. 1-9, Springer. Disponible en este [link](#).

¹⁰ Massey, D. (2005). *For space*, Londres/ Thousand Oaks/ Nueva Delhi: Sage Publications.

¹¹ Borja-Villel, M. (2020). *Campos magnéticos: escritos de arte y política*, Barcelona: Arcadia.

¹² Sen, A. (2004). «How Does Culture Matter?», *Culture and Public Action*, 38, pp. 37-58, Stanford: Stanford Social Sciences.

→ Otra cuestión relevante que considerar es que el desarrollo se asocia cada vez más a elementos intangibles, de acuerdo con el contexto de crecimiento inteligente posmaterial en que nos encontramos. El atractivo por los bienes y servicios no depende tanto de las cualidades físicas y materias primas empleadas, sino de factores asociados al diseño, a la estética, a las utilidades que cumple o a las expectativas que despierta, las cuales dependen, fundamentalmente, de innovaciones en los procesos organizativos, de distribución, de comercialización y de comunicación, así como de la posibilidad de aprovechar el talento de su capital humano. Son elementos valorados por los demandantes, que derivan especialmente de la innovación y la creatividad, presentándose como argumentos centrales del llamado puzle de la PTF (productividad total de los factores), ingrediente básico del crecimiento inteligente¹³. Es decir, lo que inspira a creadores de actividades mercantilizadas y a agentes culturales y artísticos no es muy diferente, ya que, de nuevo, cuando se habla de desbordamientos en ideas y en atmósfera creativa, la dinámica no difiere mucho si el epicentro es una fábrica, un laboratorio o un espacio de creación. En las investigaciones sobre la PTF y la creatividad se vuelve a coincidir con la cultura en la dificultad de medirlas desde categorías sectoriales y verticales, porque se trata de argumentos transversales que lo impregnan todo, de carácter cualitativo y que suelen madurar en el largo plazo, presentando amplios desfases. Esta problemática de medición está presente en este estudio.

→ En tercer lugar, al abordar la acción cultural y al tratar la especialización económica de los entornos rurales, el mercado no es un mecanismo lo suficientemente eficiente en la asignación de recursos. En el ámbito de las grandes industrias culturales puede ser el intercambiador idóneo, pero para el análisis de los territorios y proyectos que protagonizan este estudio podría dar lugar a resultados poco equitativos, contradictorios con la sostenibilidad y estabilidad de las comunidades en las que se inscriben y, en el mayor de los casos, ineficientes. En los llamados «lugares que no importan»¹⁴, el número de fallos del mercado es elevado, las divergencias entre lo que tiene valor y los precios son amplias y la brecha entre capacidades y resultados obtenidos por parte de las personas, organizaciones e instituciones que intervienen es significativo, de forma que la viabilidad de proyectos artísticos, que aúnan, además, dimensiones profesionales, comunitarias y vitales, puede resultar muy complicada bajo este paradigma del mercado.

Todo esto se observa en el estudio de la muestra seleccionada, en la que, si bien el mercado nunca deja de ser relevante, lo es mucho más el contexto político e institucional. Entre los proyectos seleccionados como casos de estudio, una parte son de naturaleza pública y otros dependen de la iniciativa privada, si bien ajena a formatos empresariales convencionales, en el sentido de que sus ingresos proceden en gran medida de subvenciones, afiliaciones y mecenazgos, mientras que los derivados de la venta de servicios y bienes asociados a sus actividades principales son menores. Ese carácter híbrido no exime de incertidumbres y riesgos, ya que las

13 Mas, M. (2020). «El crecimiento de la productividad y los activos intangibles», *Papeles de economía española*, 164, pp. 41-59, Madrid: Funcas. Disponible en este [link](#).

14 Rodríguez-Pose, A. (2018). «The revenge of the places that don't matter (and what to do about it)», *Cambridge Journal of Regions, Economy and Society*, 11(1), pp. 189-209, Oxford: Oxford University Press.

administraciones, locales y autonómicas principalmente, tienen un papel decisivo, no siempre predecible, como financiadoras e intermediarias.

Surge así un extenso conjunto de reconsideraciones sobre nociones básicas de la economía que no suelen hacerse explícitas, pero que la cultura sí cuestiona, lo que permite ampliar enfoques mejorando la comprensión de fenómenos complejos, como la despoblación y la sostenibilidad. Son clave, entre otras, las disonancias entre el valor del mercado, que suele cristalizar los precios, y los valores intrínsecos del territorio y de la cultura. En general, el valor de uso, fácilmente monetizable, tendría que conjugarse con otros tipos de valores, difícilmente cuantificables, para poder apreciar cabalmente todos los elementos que integran el valor cultural: estético, espiritual, social, histórico, simbólico y de autenticidad¹⁵.

En muchas de las revisiones que provoca la práctica cultural en la teoría económica se pueden incorporar las aportaciones de otros ámbitos de investigación que, al trabajar sobre el desarrollo y el bienestar, inciden, por ejemplo, en la importancia de los paisajes y el medio ambiente y en los valores y dinámicas relacionales en la vecindad, lo que en términos de las ciencias sociales se denomina capital natural, capital social y capital relacional. Son materias en las que disciplinas como la antropología, la sociología o los estudios medioambientales muestran su mejor adaptación a las dimensiones cualitativas del mundo rural, dando pistas para superar la visión utilitarista tan acendrada en lo económico, que tiende a interpretar los efectos de la cultura con un sentido instrumental, pero no sustantivo. Desde la economía urge reconocer el valor intrínseco de crear y recrear, que no resta al mercantilizable, pero sí lo amplía¹⁶. De este modo, la participación en propuestas culturales culmina posibilidades personales y facilita convivencias que un mero consumo a través de un dispositivo que contuviera sus contenidos no facilita. Así como es distinto un disco que un recital, una obra de teatro grabada no deja de sentirse como algo desvirtuado, sin la atmósfera que la define y transmite. En la cultura, el cómo vale tanto o más que el qué.

Un tema relevante, al que se recurrirá y que desdibuja los principios económicos convencionales, es que la cultura, como los activos intangibles, no se desgasta por su uso, sino que, por el contrario, suele incrementar sus impactos. Por todo ello, la tarea de identificar indicadores que aproximen a todos los valores que emanan de los proyectos culturales que se desarrollan en pequeñas poblaciones rurales es un reto extremadamente difícil, a la vez que muy conveniente. Que el ámbito de análisis sean estas pequeñas comunidades del medio rural perfila un ejercicio de investigación novedoso, que permite avanzar en aquellos estudios de impacto de la cultura que muestran sugerentes líneas de análisis y de gestión del desarrollo local¹⁷.

¹⁵ Throsby, D. (2001). *Economics and culture*, Cambridge: Cambridge University Press.

¹⁶ Ateca, V., Ganuza, J. J., y Prieto, J. (2021). *Economía y cultura. Una mirada hacia el futuro*, Madrid: Funcas. Disponible en este [link](#).

¹⁷ Rausell-Köster, P., Ghirardi, S., Sanjuán, J., Molinari, F., y Abril, B. (2022). «Cultural experiences in the framework of 'cultural cities': measuring the socioeconomic impact of culture in urban performance», *City, Territory and Architecture*, 9, SpringerOpen. Disponible en este [link](#).

De modo que el capital humano, el cultural y el medioambiental pueden enriquecerse de una reflexión conjunta, al igual que la innovación y la creatividad. También los matices en los tipos emprendimiento de proyectos culturales y empresariales, tantas veces superpuestos, o la precariedad laboral en la cultura, son ejemplos que no agotan la atención a un estudio compartido desde la economía, con múltiples ganancias si se lleva a cabo en un sentido interdisciplinar.

Aún quedarían multitud de cuestiones por considerar en torno a cómo la cultura y el desarrollo, el mundo rural y las iniciativas creativas necesitan ser estudiados y gestionados de manera integrada, interdisciplinar y transdisciplinar.

Este estudio ha tenido que realizarse en un tiempo limitado, pero permite trazar una senda que luego puedan avanzar y corregir quienes profundicen en las relaciones entre desarrollo rural y cultura, incorporando las múltiples dimensiones del valor cultural, especialmente las asociadas a la participación, a la conservación y transmisión para próximas generaciones y a la opción como expectativa. La meta es que todas estas reflexiones y estudios puedan generar estrategias que capaciten a las personas que habitan en estas pequeñas poblaciones, para que a título individual y colectivo desarrollen vidas mejores, más plenas y activas.

APROXIMACIÓN A UNA METODOLOGÍA PARA EL ESTUDIO DEL IMPACTO DE LA CULTURA EN EL MEDIO RURAL

- 3.1. Las limitaciones de las fuentes estadísticas tradicionales
- 3.2. El «método del caso» como alternativa
- 3.3. Selección de casos
- 3.4. Grupos de consulta
- 3.5. Selección de instrumentos para la recogida de información
- 3.6. Entrevista a agentes promotores
- 3.7. Cuestionarios a agentes promotores, agentes cualificados y población local
- 3.8. Resultados informativos



Como se exponía en el capítulo introductorio, la metodología que sustenta este trabajo parte de tres condiciones previas: debe atender a los objetivos generales del proyecto, está condicionada por la restricción que impone el ámbito territorial en el que se desarrolla el estudio y aspira a incorporar elementos que vayan más allá de los de carácter cuantitativo y monetario, teniendo en cuenta aquellos de tipo cualitativo, como los relacionados con la generación de conocimiento, bienestar, calidad de vida, vínculos y relaciones, arraigo, autoestima o cambios en imaginarios y percepciones. En distintos momentos del trabajo se señala que, junto a los valores de uso y de cambio, resulta especialmente relevante apreciar también cómo la cultura sirve para transformar las comunidades y capacitar a las personas. Esta aproximación implica ampliar el horizonte analítico habitual, incorporando las ideas que están presentes en los debates sobre el desarrollo (rural) y los espacios (despoblados), para que los diagnósticos y las políticas sean más consistentes y operativos.

3.1 Las limitaciones de las fuentes estadísticas tradicionales

El punto de partida ha sido una amplia revisión de las fuentes estadísticas directas o indirectamente relacionadas con la cultura, con el fin de constatar las opciones disponibles cuando el análisis incorpora como requisito la necesidad de combinar la perspectiva cultural y llegar a un nivel de desagregación que descienda hasta el ámbito municipal.

Cuando la aproximación a la información disponible se centra en su vinculación con la cultura, la mejor referencia es la que ofrece el propio portal web del Ministerio de Cultura¹⁸. En este sentido, sirve de síntesis de los diversos estudios estadísticos disponibles el Anuario de Estadísticas Culturales¹⁹, publicado por la misma institución. Una segunda aproximación a esta revisión preliminar sobre las opciones y limitaciones de las fuentes secundarias disponibles es la que se obtiene desde una perspectiva territorial. El Instituto Nacional de Estadística organiza su oferta de información estadística con arreglo a diferentes criterios, uno de los cuales es el territorial²⁰. Una revisión de sus principales epígrafes permite constatar que, en general, los datos desagregados a nivel de municipio serán heterogéneos atendiendo a su dimensión. Su disponibilidad alcanzará a los territorios de menor tamaño solo en el caso de estadísticas de carácter censal. Cuando los datos disponibles son estimaciones obtenidas a nivel de encuestas, aun cuando los microdatos estuviesen disponibles, no ofrecen una precisión mínima en las estimaciones si se les exige una desagregación municipal. Por último, se han considerado, también, bases de datos relativamente novedosas impulsadas desde organismos nacionales

¹⁸ Acceso en este [link](#).

¹⁹ Acceso a través de este [link](#) a las últimas ediciones del Anuario de Estadísticas Culturales.

²⁰ Acceso a través de este [link](#) a las estadísticas territoriales ofrecidas por el INE.

e internacionales. Un ejemplo es el Monitor de Ciudades Culturales y Creativas, promovido por la Unión Europea, que abarca 190 ciudades de 30 países europeos, y que ha sido replicado para ciudades de entre 50.000 y 100.000 habitantes en España²¹, si bien el problema es que incluye indicadores para los que no hay contenidos disponibles en el ámbito rural.

→ Esta revisión pone de manifiesto las carencias informativas existentes cuando se aspira a analizar el rol de la cultura como factor catalizador del desarrollo socioeconómico de los territorios rurales. Esos déficits tienen que ver, por una parte, con la consistencia de los indicadores contenidos en ellas, pero, sobre todo, con las limitaciones que impone su alcance territorial, dado que, en el mejor de los casos, ofrecen información desagregada por comunidades autónomas y solo excepcionalmente estarían disponibles por municipios.

En definitiva, en el ámbito rural, los datos disponibles se limitarían principalmente a los siguientes indicadores: variables demográficas y de población, la información catastral, la información que ofrecen los censos agrarios y ganaderos e indicadores educativos, siendo muy pocos los directamente relacionados con actividades culturales, más allá de los que se desprenderían de registros de carácter patrimonial, de las afiliaciones a la Seguridad Social, de los datos fiscales, que no son accesibles, y de los de empresas mercantiles, cuyo domicilio fiscal pudiera estar ubicado en dicho territorio. No obstante, incluso en estos casos, su aplicación encontraría limitaciones a esa escala. De este modo, se observa que los trabajadores se asignan al municipio en el que radica el centro de trabajo y no a su lugar de residencia; la actividad en la que se encuadra es la de la empresa y no la de la ocupación que efectivamente desempeña; las empresas se asignan según su domicilio fiscal, que puede no corresponder con aquel en el que desarrollan la actividad, y, por último, pero no de menos importancia, también se constata que muchas personas que trabajan en el ámbito cultural tienen varios empleos, lo que lleva a simultanear diferentes actividades, por lo que el epígrafe laboral o fiscal asignado puede no tener adscripción en el sector específico de la cultura.

La principal conclusión que se desprende de esta revisión es la falta de un conocimiento estadístico suficiente, en cantidad y en calidad, al menos en el ámbito territorial y de las actividades que determinan los objetivos de este estudio, ofreciendo tan solo una tipificación muy convencional de los municipios en los que se sitúan los casos objeto de análisis. A pesar de estas carencias, el tipo de fuentes que se han empleado son similares a las que se utilizan en los estudios destinados a analizar el impacto de la cultura en el territorio, si bien con el apoyo de un trabajo de campo excepcional.

→ La revisión de fuentes estadísticas ha estado acompañada por un estudio de la literatura sobre valoración del impacto de las iniciativas culturales. En general,

²¹ Los resultados están disponibles en este [link](#).

los estudios abordan evaluaciones muy agregadas, para grandes muestras urbanas o de nivel regional, apoyadas de manera preferente en información secundaria basada en la identificación de las entidades y su ubicación o en los datos de empleo, producción o actividad empresarial suministrados por las oficinas estadísticas nacionales. Estas valoraciones ofrecen una primera aproximación macro a la contribución del sector cultural en un territorio, pero se enfrentan a las insuficiencias asociadas al nivel de agregación de los datos, a su falta de disponibilidad para niveles administrativos inferiores al regional y a las dificultades para describir fenómenos, instituciones y relaciones complejas como son las culturales, muy idiosincráticas.

3.2 El «método del caso» como alternativa

El estudio de iniciativas culturales particulares permite disponer de información que ayude a valorar el modelo de actuación implementado y su interacción con el territorio y sus agentes económicos y sociales, así como a apreciar los efectos cualitativos generados en su desarrollo. Estos elementos son los que sustentan la posibilidad de aplicar el método del caso como medio básico de obtención de información alternativo al recurso a fuentes secundarias.

Un estudio de caso sería una investigación empírica que analiza un fenómeno contemporáneo en su contexto real, donde las fronteras entre el fenómeno y el ecosistema en que se desenvuelve no se muestran de forma nítida y en el que se utilizan múltiples fuentes de información y evidencias²². El uso de esta herramienta resulta recomendable cuando un fenómeno no puede entenderse al margen del contexto en el que se desarrolla o cuando deben considerarse un gran número de variables en su estudio, la mayoría de ellas inaccesibles o en unos niveles de imprecisión muy altos²³. De hecho, estas circunstancias son inherentes a muchas iniciativas culturales, en las que la atmósfera en que se genera la creatividad, con el encuentro de talentos diferentes y la interacción con agentes locales, configura una mezcla muy específica.

De ahí que las investigaciones centradas en este ámbito pueden beneficiarse de las ventajas que aporta el método del caso, entre otras²⁴:

- Permite estudiar la entidad objeto de análisis en el contexto en el que desarrolla su actividad.

²² Yin, R. K. (1989). *Case Study Research. Design and Methods*, Londres: Sage.

²³ Johnston, W. J., Leach, M. P. y Liu, A. H. (1999). «Theory testing using case studies in business-to-business research», *Industrial Marketing Management*, 28, pp. 201-213.

²⁴ Villareal, O., y Landeta, J. (2010). «El estudio de casos como metodología de investigación científica en dirección y economía de la empresa. Una aplicación a la internacionalización», *Investigaciones Europeas de Dirección y Economía de la Empresa*, 16(3), pp. 31-52, IEDEE. Disponible en este [link](#).

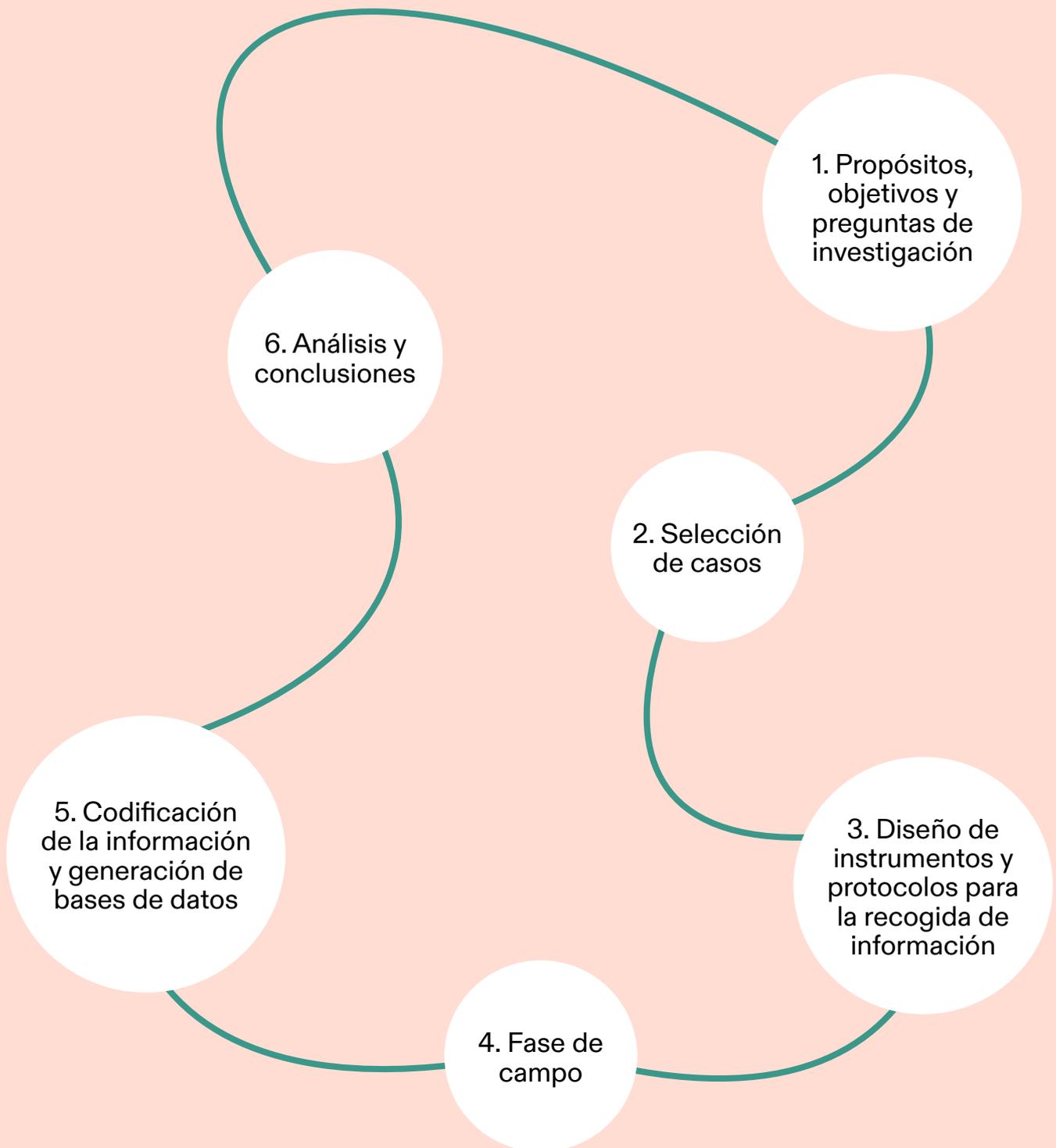
- Hace posible acceder a información de primera mano, aproximándose a los procesos de toma de decisiones, cambios organizativos y relaciones generadas.
- Da lugar a una combinación de evidencias cualitativas y cuantitativas y permite compensar algunas de las limitaciones de los métodos estadísticos en el estudio de realidades complejas.

En definitiva, el estudio de caso permite explorar de forma profunda y obtener un conocimiento más amplio del fenómeno de interés. Su aplicación no está exenta de inconvenientes. Los que se citan con más frecuencia son tres: primero, los resultados incorporan el denominado sesgo del investigador, derivado del hecho de que es quien elige el fenómeno a estudiar y la unidad o unidades de análisis; en segundo lugar, la imposibilidad de aplicar inferencia estadística, y, por último, la dificultad de generalizar los resultados a partir de un caso o un número de unidades de análisis reducido.

La aplicación de esta metodología debe recorrer una serie de etapas que comienzan con la definición clara de los objetivos que se pretenden alcanzar y culminan con la codificación y el análisis de los datos recabados en el trabajo de campo²⁵.

²⁵ Se sigue la propuesta metodológica de Villareal, O. (2017). «Is it desirable, necessary and possible to perform research using case studies?, (¿Se quiere, se debe y se puede investigar con estudios de casos?)», *Management Letters/ Cuadernos de Gestión*, 17(1), pp. 147-172, Bilbao: Universidad del País Vasco-Instituto de Economía Aplicada a la Empresa. Disponible en este [link](#).

Método del caso: etapas



3.3 Selección de casos

La selección de casos para la configuración de la muestra es un punto clave en el proyecto por desarrollar, muy determinante en la consecución de los objetivos previstos. En este trabajo, las posibles unidades de análisis son proyectos culturales, que deben reunir dos requisitos preliminares:

- Uno, relacionado con el tipo de municipio en el que se ubica el proyecto que debe estar inscrito en el medio rural conforme a los criterios establecidos en la legislación vigente²⁶ y, en la medida de lo posible, presentar un carácter periférico o al menos, ajeno a las «áreas funcionales urbanas».
- Otro, relacionado con las actividades que desarrolla, ya que ha de ofrecer bienes o servicios relacionados con la cultura, que trasciendan su caracterización mercantil o la de ser una agencia pública meramente gestora, mostrando una vocación de establecer sinergias con la ciudadanía y el tejido social más próximo.

El número total de casos que analizar está condicionado por el plazo en que se ha de realizar este estudio. Es fundamental disponer de garantías previas que maximicen la aportación efectiva de cada unidad de análisis a los objetivos que se persiguen. El cronograma ha sido un elemento determinante para delimitar las condiciones en función de las cuales se ha realizado el proceso de selección, si bien se ha visto favorecido por un conocimiento previo de los proyectos.

Como es habitual en los estudios de caso, la selección se ha basado en criterios de oportunidad, que no estadísticos, tratando de elegir aquellos que ofrecieran una potencialidad analítica coherente con los objetivos del proyecto.

Además de los requisitos preliminares señalados, en el proceso de selección han sido determinantes algunas preferencias y/o condiciones de partida:

- La principal viene determinada por las cuatro metas del estudio, definidas en el capítulo introductorio, ya que estas moldean el resto de las condiciones requeridas.
- Certeza previa del impacto del proyecto seleccionado sobre el entorno. La aplicación efectiva de esta condición requiere cierto conocimiento de las iniciativas sometidas a evaluación.
- Elevada dimensión social y territorial.
- Posibilidad de generar procesos exógenos.

²⁶ El artículo 3 de la Ley 45/2007, de 13 de diciembre, para el desarrollo sostenible del medio rural, entiende por «medio rural» el espacio geográfico formado por la agregación de municipios o entidades locales menores definido por las administraciones competentes que posea una población inferior a 30.000 habitantes y una densidad inferior a los 100 habitantes por km².

- Sin cuestionar el valor que cualquier iniciativa puede tener para las personas y la comunidad, quedan en un segundo plano, a efectos de selección, proyectos sin una clara vocación colectiva, itinerantes o concentrados en un periodo temporal breve.
- Diversidad territorial, atendiendo a aquellas comunidades autónomas que presentan un mayor número de municipios rurales, con especial atención a los territorios en situación de declive demográfico.
- Representación de las distintas realidades del medio rural español, con iniciativas inscritas en municipios que no superan los 10.000 habitantes —algunos por debajo de los 500—, considerando, a su vez, a perfiles diversos con modelos de hábitat más dispersos o concentrados.
- Diversidad en cuanto a tipología de proyectos, como festivales, centros de creación y producción, residencias artísticas, programas de mediación o políticas culturales municipales, así como en lo relativo a su adscripción a distintos sectores culturales, como patrimonio, artes visuales, escénicas y audiovisuales, música, libro y palabra, con atención a aquellos de naturaleza multidisciplinar y transectorial.
- Representación de iniciativas tanto públicas como privadas e, incluso, de aquellas de naturaleza mixta y concertada, a veces muy importantes en áreas específicas.
- Trayectoria temporal mínima de cinco años, que permita identificar impactos imputables al proyecto seleccionado.
- Posibilidad de ofrecer un valor añadido en términos de innovación en cuanto a formas de gobernanza, generación de sinergias transectoriales o atención a la diversidad.

La selección de casos ha seguido la siguiente secuencia:

- Una primera selección de acuerdo a las condiciones antes señaladas.
- Muestra provisional, con la que da inicio la siguiente etapa del trabajo. Esta selección contiene un número de casos superior a los inicialmente previstos, con el fin de poder sustituir alguno si no fuera relevante para los objetivos del estudio.
- Este grupo inicial se reajusta a partir de la respuesta obtenida tras la primera solicitud de información. Los datos recabados deberían confirmar las preferencias establecidas en el proceso de selección.

- No es una muestra cerrada. Durante el desarrollo del trabajo se pueden añadir casos con base en información sobrevenida e imprevistos.
- Tipificación de los casos de estudio. La diversidad de proyectos estudiados, unida también a la heterogeneidad de los territorios y poblaciones en los que se encuentran, aconsejaron establecer una clasificación que combinaría los tres criterios siguientes:

Tipología de proyecto²⁷

- Espacios culturales permanentes abiertos a la comunidad y al público
- Espacios de creación, producción y mediación (estacionales o no)
- Festivales y eventos de duración determinada, con posibilidad de programación expandida durante todo el año
- Proyectos de difusión y socialización más o menos estables y sostenidos en el tiempo (patrimonio, libro, artes visuales, etc.)

Tipología de promotor

- Proyecto de naturaleza pública
- Proyecto de naturaleza mixta (público-privada)
- Proyecto dependiente de fundación privada
- Proyecto privado de pequeña escala

Tipología de municipio²⁸

- Pequeña población en área periférica
- Pequeña población en área dinámica/accesible
- Población con centralidad en área dinámica/accesible
- Población con centralidad en área periférica

²⁷ Esta clasificación se ha realizado con fines operativos y en función de la muestra elegida.

²⁸ La siguiente sistematización toma en consideración las características del municipio en el contexto comarcal o supramunicipal en el que se integra, atendiendo principalmente a su número de habitantes, rango de funciones que desempeña en la provisión de servicios y en la configuración de un mercado laboral y ecosistema creativo respecto a otros núcleos próximos, y accesibilidad a un núcleo urbano con servicios cualificados. Se distingue, por tanto, si la localidad desempeña algún tipo de centralidad o no y se considera, a su vez, el carácter dinámico y accesible, o periférico del área en el que se inscribe. Junto a estos criterios principales, para algunos municipios se ha atendido a variables más específicas, como densidad de población o tasa de emigración.

Los proyectos finalmente estudiados han sido los siguientes:

	Denominación	Tipología de proyecto	Tipología de promotor	Tipología de municipio
①	1 Kilómetro de Arte	Espacios de creación, producción y mediación (estacionales o no)	Público	Pequeña población en área dinámica/accesible
②	Azala	Espacios de creación, producción y mediación (estacionales o no)	Privado de pequeña escala	Pequeña población en área dinámica/accesible
③	Centre d'Art i Natura (CAN) de Farrera	Espacios de creación, producción y mediación (estacionales o no)	Privado de pequeña escala	Pequeña población en área periférica
④	Centro de Desarrollo Sociocultural Germán Sánchez Ruipérez	Espacios culturales permanentes abiertos a la comunidad y al público	Público	Población con centralidad en área dinámica/accesible
⑤	Complejo Cultural As Quintas	Espacios culturales permanentes abiertos a la comunidad y al público	Público	Población con centralidad en área dinámica/accesible
⑥	Ecomuseo del Río Caicena	Espacios culturales permanentes abiertos a la comunidad y al público	Público	Población con centralidad en área periférica
⑦	Espiello. Festival Intern. de Documental Etnográfico de Sobrarbe	Festivales y eventos de duración determinada	Público	Población con centralidad en área periférica
⑧	Festival Agrocuir da Ulloa	Festivales y eventos de duración determinada	Privado de pequeña escala	Población con centralidad en área periférica
⑨	Festival Internacional de Teatro Clásico de Almagro	Festivales y eventos de duración determinada	Público	Población con centralidad en área periférica
⑩	Fundación Cerezales Antonino y Cinia	Espacios culturales permanentes abiertos a la comunidad y al público	Fundación privada	Pequeña población en área periférica
⑪	Fundación Santa María de Albarracín	Proyectos de difusión y socialización más o menos estables y sostenidos en el tiempo (patrimonio, libro, artes visuales, etc.)	Público-privado	Población con centralidad en área periférica
⑫	Fundación Santa María la Real	Proyectos de difusión y socialización más o menos estables y sostenidos en el tiempo (patrimonio, libro, artes visuales, etc.)	Público-privado	Población con centralidad en área periférica
⑬	Fundación Uxío Novoneyra	Espacios culturales permanentes abiertos a la comunidad y al público	Privado de pequeña escala	Pequeña población en área periférica
⑭	Genalguacil Pueblo Museo	Espacios culturales permanentes abiertos a la comunidad y al público	Público	Pequeña población en área periférica
⑮	Mancomunidad de Servicios Bibliotecarios Berragu	Proyectos de difusión y socialización más o menos estables y sostenidos en el tiempo (patrimonio, libro, artes visuales, etc.)	Público	Pequeña población en área periférica
⑯	Museo Vostell Malpartida	Espacios culturales permanentes abiertos a la comunidad y al público	Público	Población con centralidad en área dinámica/accesible
⑰	Museu Terra ²⁹	Espacios culturales permanentes abiertos a la comunidad y al público	Fundación privada	Población con centralidad en área dinámica/accesible
⑱	Mutur Beltz	Espacios de creación, producción y mediación (estacionales o no)	Privado de pequeña escala	Pequeña población en área dinámica/accesible
⑲	Política cultural del Ayuntamiento de Vilafranca	Proyectos de difusión y socialización más o menos estables y sostenidos en el tiempo (patrimonio, libro, artes visuales, etc.)	Público	Población con centralidad en área periférica
⑳	Pueblos en Arte	Espacios de creación, producción y mediación (estacionales o no)	Privado de pequeña escala	Pequeña población en área periférica

²⁹ En 2024 el Museo de la Vida Rural cambia su denominación por Museu Terra.

3.4 Grupos de consulta

La metodología desarrollada combina el método del caso con la consulta a una serie de grupos de interés, con el fin de evaluar el impacto de los proyectos que constituyen la muestra de estudio y analizar otros factores clave de la cultura en el medio rural. Se han considerado tres perfiles de actores relevantes:

- Agente promotor. La persona que dirige o forma parte del equipo de coordinación del proyecto objeto de estudio.
- Agente cualificado. En este grupo se incluyen personas que, por razón de la actividad que desempeñan o del grupo político, profesional o de interés del que forman parte, tienen un trato más cercano con el proyecto, lo que les permite evaluarlo desde una perspectiva de la que carecen el resto de la vecindad y otros públicos. Por decirlo así, tienen un conocimiento de la trama y fundamentos de estas iniciativas. Las personas destinatarias potenciales serían numerosas: agentes políticos, principalmente ediles de sus ayuntamientos, personal técnico especializado de las agencias de desarrollo rural, como los grupos de acción local que gestionan el programa LEADER, responsables de proyectos culturales con los que colaboran, miembros de asociaciones, o quienes por motivos económicos o financieros mantienen una relación particular con la actividad a evaluar. Esta diversidad acabará imponiendo la necesidad de garantizar una muestra relativamente homogénea y de acotar el perfil de agentes finalmente encuestado.
- Población local, en calidad de potencial afectada por los efectos que pudiera generar el proyecto en el entorno.

Las características de cada grupo, su dimensión y el tipo de datos que se aspira a recabar condicionarán los instrumentos utilizados para la recogida de información.

3.5 Instrumentos para la recogida de información

El trabajo de campo ha combinado dos instrumentos: encuesta o cuestionario y entrevista. Cada uno presenta ventajas y limitaciones, y su elección estará condicionada por diversos factores, como el perfil de agente encuestado, la muestra objetivo, la profundidad de las cuestiones que abordar, la posibilidad de definir una batería de preguntas y respuestas cerradas, o las restricciones en cuanto a los recursos humanos y financieros comprometidos con el trabajo de campo.

- El cuestionario, cuya orientación es preferentemente cuantitativa, permite llegar a una muestra más amplia de población y facilita el tratamiento informático posterior. Tanto el trabajo de campo como la codificación de los datos son, relativamente, más sencillos. Se genera, así, una base de datos que

facilita el tratamiento estadístico, pero su diseño precisa delimitar de forma previa la información que se desea obtener. Esta información requiere una alta estandarización, que se concretará en una batería cerrada de preguntas.

- La entrevista será adecuada cuando la amplitud y complejidad de las cuestiones que abordar no permita anticipar un abanico cerrado de respuestas. Con la entrevista se establece un diálogo con la persona entrevistada, a través del que se abre una oportunidad para entender e incorporar el punto de vista de quienes protagonizan la investigación. Aunque se parte de un guion previamente establecido, permite recabar información de interpretaciones, opiniones, percepciones, vivencias y hechos relevantes que no se pueden sistematizar previamente de forma exhaustiva.
- En el caso del cuestionario, el interés de quien investiga no es la persona concreta que contesta, sino la población a la que pertenece; de ahí la necesidad de utilizar técnicas de muestreo apropiadas. Sin embargo, la entrevista no se dirige a alguien a quien se ha escogido de forma aleatoria, sino como resultado de una selección previa.
- El número de personas destinatarias del cuestionario puede ser muy amplio, y se convierte en todo un reto el hecho de que la persona encuestada responda efectivamente, lo que dependerá del modo de envío e implementación elegidos. Por su parte, el número de personas entrevistadas se enfrenta a otro tipo de restricciones, que van a condicionar la entrevista en un doble sentido. De una parte, la que resulta de la profundidad de la entrevista prevista y, con ello, de los recursos que compromete, y, de otra, la posibilidad de generalizar los resultados obtenidos, lo que depende no solo del número de entrevistas efectivas que se llevan a cabo, sino también de la diversidad de los casos objeto de estudio.
- Otros elementos para valorar serán el compromiso de las personas entrevistadas y encuestadas con su comunidad y con la cultura y, en consecuencia, el tiempo que dediquen a facilitar la información solicitada, la posibilidad de que puedan responder a las preguntas propuestas sin la supervisión de miembros del equipo de investigación, el tipo de información que se espera recabar en cada caso o la posibilidad de proponer las preguntas y respuestas capaces de captar la información que se aspira a obtener.
- Por último, serán determinantes los recursos disponibles para implementar uno u otro instrumento.

Instrumentos para la recogida de información

Entrevista

- Permite atender a una mayor amplitud y complejidad de las cuestiones que abordar
- No requiere anticipar un abanico cerrado de respuestas
- La persona destinataria no es escogida de manera aleatoria, sino como resultado de una selección previa
- Se establece un diálogo con la persona entrevistada, a través del que se abre una oportunidad para entender e incorporar el punto de vista de quienes protagonizan la investigación
- Permite recabar información de interpretaciones, opiniones, percepciones, vivencias y hechos relevantes que no se pueden sistematizar previamente de forma exhaustiva
- Requiere de la persona entrevistada un elevado compromiso con el estudio
- Precisa de un elevado volumen de recursos humanos y temporales para su implementación

Cuestionario

- Permite alcanzar a una muestra más amplia de población
- Facilita la codificación y el tratamiento informático de la información
- El interés no está en la persona concreta que contesta, sino en la población a la que pertenece
- Requiere definir de forma clara las variables de interés
- El número de preguntas estará limitado por el tiempo disponible para su cumplimentación
- Si se basa en preguntas cerradas, es conveniente definir opciones de respuesta que abarquen todas las posibilidades en las que se pueda encontrar la persona encuestada
- Si no es presencial, es más sensible a problemas de comprensión por parte de la persona encuestada

Teniendo en cuenta los elementos apuntados, se establece el instrumento de recogida de información que hay que utilizar para cada uno de los grupos de consulta previstos:

- En el caso de los agentes promotores se combinan ambos instrumentos: parte de la información se obtiene a partir de entrevistas, y otra a través de la respuesta a cuestionarios que incluyen preguntas abiertas y cerradas.
- Por lo que respecta a los agentes cualificados, la particularidad de sus perfiles y el potencial de la información para recabar hacían de la entrevista el instrumento óptimo de recogida de información. No obstante, las exigencias que implicaría en términos de recursos humanos y temporales, y la prioridad otorgada a quienes promueven los proyectos condicionan el instrumento a aplicar, recurriendo finalmente al cuestionario con preferencia por las preguntas cerradas, si bien incorpora preguntas abiertas para matizar las primeras.
- En el caso de la población local, el formato es el de un cuestionario cerrado.

En definitiva, la entrevista se limita a los agentes promotores, mientras que se plantean cuestionarios específicos para cada uno de los tres grupos de consulta. Los cuestionarios comparten características metodológicas, pero en su aplicación difieren en el tamaño de la muestra, la dimensión del cuestionario, la información a recabar y las condiciones de implementación.



Fundación Cerezales Antonino y Cinia

Instrumentos por grupo de consulta

Agentes promotores

- Muestra —————> 20 casos seleccionados
- Instrumento —————> Entrevista y cuestionarios
- Claves del trabajo de campo —————> Compromiso, tiempo, envío previo de los cuestionarios, tratamiento de la información

Agentes cualificados

- Muestra —————> En principio, dos agentes por proyecto
- Instrumento —————> Cuestionario con preguntas abiertas y cerradas
- Claves del trabajo de campo —————> Selección de agentes, compromiso, restricciones temporales y de recursos humanos

Población local

- Muestra —————> 2.451 personas
- Instrumento —————> Cuestionario con preguntas cerradas
- Claves del trabajo de campo —————> Dinamización, compromiso, medio de recogida de la información (telefónica y *online*)

3.6 Entrevista a agentes promotores

Dentro de las entrevistas cabía considerar diversas opciones de acuerdo con su nivel de estandarización y el grado de libertad que se concede a la persona que entrevista y a la que es entrevistada.

En este caso, el tipo de entrevista llevada a cabo combina rasgos de la entrevista estructurada y la de tipo semiestructurada. Por una parte, se ajusta a las características esenciales de las entrevistas estructuradas, lo que supone que a todas las personas entrevistadas se les plantean las mismas preguntas, con idéntica formulación y orden (de esta manera, aunque estas tienen plena libertad para manifestar su respuesta, el estímulo es igual para todas ellas, y se garantiza que la variedad en la disposición de preguntas no altere las respuestas), pero a la vez, llegado el caso, se pueden incorporar nuevas cuestiones o se puede explicar el significado de las preguntas formuladas, solicitar aclaraciones a la persona entrevistada o, incluso, plantearle que profundice en algún aspecto introduciendo nuevas temáticas.

La entrevista a los agentes promotores se ha considerado una parte destacada del estudio, en la medida que permite una aproximación a elementos habitualmente invisibles, difícilmente sistematizables en datos e intensidades, y que, no obstante, pueden ser determinantes en cómo su proyecto influye en el entorno.

Protocolo de actuación para la planificación de la entrevista:

- Primera llamada de contacto efectuada por el entrevistador principal.
- Envío con suficiente antelación de los cuestionarios para cumplimentar. Este asunto fue objeto de debate entre los miembros del equipo de investigación, valorando las ventajas e inconvenientes de que la persona entrevistada dispusiera de las preguntas antes de realizar la entrevista o del hecho de que fueran a ser cumplimentados sin contar con el apoyo del entrevistador principal. Una especie de dilema entre espontaneidad frente a reflexión y precisión.
- Realización efectiva de la entrevista. Están presentes la persona entrevistada, el entrevistador principal y otros miembros del equipo de investigación. Se decide que el entrevistador principal sea siempre la misma persona, con el fin de garantizar la coherencia, la unidad de criterios y la homogeneidad de los diálogos.
- Aunque la entrevista sigue el guion previsto, los temas se entrecruzan de manera espontánea y muchos argumentos tienen en su transcurso una explicación matizada que resulta muy informativa.
- Grabación y transcripción de la entrevista por parte del entrevistador principal.



Festival Internacional de Teatro Clásico de Almagro

3.7 Cuestionarios a agentes promotores, agentes cualificados y población local

Un cuestionario puede definirse como el documento que recoge de forma sistemática los indicadores de las variables implicadas en el objetivo de la consulta. El fin que se persigue es traducir variables empíricas, sobre las que se desea información, en preguntas concretas capaces de suscitar respuestas fiables, válidas y susceptibles de ser cuantificadas.

Su diseño ha incluido las siguientes etapas:

- Identificación de las variables, que permiten obtener argumentos relevantes para los propósitos de la investigación. Se establecen tres ámbitos informativos de interés, cuya concreción en los cuestionarios varía según los grupos encuestados:
 - Uno está relacionado con la caracterización general de los proyectos culturales, así como con la identificación de los factores determinantes en su inicio, en sus dinámicas posteriores y en sus posibilidades de continuar a más largo plazo, junto con las amenazas y oportunidades que pueden condicionarlos.

- Otro debe permitir analizar el rol de la cultura en el desarrollo de los territorios rurales, atendiendo a impactos económicos, demográficos y sociales, para centrarse, asimismo, en cuestiones cualitativas relacionadas con el bienestar a nivel individual y comunitario. Este objetivo informativo constituye el denominador común de los cuestionarios que se trasladan a los tres grupos de consulta. Ha sido un esfuerzo arduo delimitar los potenciales ámbitos de impacto en un número limitado de ítems. El número y la complejidad de las preguntas propuestas no han sido uniformes, sino que se han simplificado cuando aumentaba la muestra a la que se dirigiría el cuestionario o cuando disminuía el control del equipo de investigación en el proceso de cumplimentación.
- El tercer bloque de preguntas tiene que ver con aspectos relacionados con el perfil de la persona encuestada que podrían determinar su respuesta.

Estas variables tratan de tener correspondencia con interpretaciones teóricas en torno al desarrollo rural, a las dinámicas culturales y creativas y a los fallos del mercado cultural, así como con las imperfecciones derivadas de las intervenciones públicas. De modo que, aunque se concreten en cuestiones específicas y descriptivas, en su planteamiento subyacen propuestas procedentes del ámbito de la economía de la cultura y del desarrollo rural, así como de la economía pública.

- Redacción de las preguntas. Para ello se deben tener en cuenta, también, las características de la población diana y el sistema de aplicación que va a ser empleado, ya que estos aspectos tienen una importancia decisiva a la hora de determinar el número de preguntas que deben componer el cuestionario, el lenguaje utilizado, el formato de respuesta y otras cuestiones que puedan ser relevantes.
- Tipo de preguntas incluidas. En general, se ha dado prioridad a preguntas cerradas que faciliten su codificación y explotación posterior. Lo óptimo es que se ofrezca una serie de opciones de respuesta exhaustivas y mutuamente excluyentes.
- La formulación de las preguntas y el formato de respuesta varía según sea el tipo de variable considerada. Se incluyen:
 - Variables cuantitativas, por ejemplo, número de personas en plantilla.
 - Variables categóricas que se pueden asociar a una codificación numérica, como edad, género o grado de interés por la cultura.

- Variables con un componente cualitativo, por ejemplo, una percepción, pero que se pueden categorizar a través de una escala de valoración. Este es el tipo de variable utilizado para recabar la opinión de las personas encuestadas sobre potenciales impactos de los proyectos.
- Variables de respuesta abierta.
- Adaptación del cuestionario en función de los tres grupos de consulta definidos y programación de este en castellano y en lenguas cooficiales.



Museu Terra
©Jordi Vidal mvr

Los cuestionarios: determinantes para su diseño y para el trabajo de campo

Grupos de consulta

- Agentes promotores
- Agentes cualificados
- Población local

Información a recabar

- Rasgos de identidad de los proyectos y factores clave en su desarrollo vital y perspectivas de futuro
- Impactos del proyecto en su entorno: económicos, demográficos, sociales y de bienestar individual y comunitario
- Perfil de la persona encuestada y, en su caso, variables condicionales

Restricciones para el trabajo de campo

- Tamaño muestral
- Componente aleatorio de la muestra objeto de estudio
- Recursos (humanos, tiempo) necesarios y/o disponibles para la recogida de información
- Método de recogida de información: presencial, telefónica y *online*

3.7.1. Cuestionarios a los agentes promotores

Los cuestionarios a los agentes promotores se planifican en paralelo al guion de la entrevista y se concretan en seis fichas, que abordan los siguientes aspectos:

- Ficha 1: Características generales del proyecto.
- Ficha 2: Factores determinantes en el origen y primeras etapas del proyecto.
- Ficha 3: Factores determinantes para el correcto funcionamiento del proyecto.
- Ficha 4: Factores determinantes para la supervivencia a medio y largo plazo del proyecto.
- Ficha 5: Fortalezas, debilidades, amenazas y oportunidades del proyecto.
- Ficha 6: Análisis de impactos.

Cada ficha se organiza en uno o varios bloques que incluyen ítems respecto a los cuales la persona encuestada debe expresar una valoración. A diferencia de las encuestas dirigidas a la población local y a los agentes cualificados, en este caso cada ítem va a requerir una doble respuesta por parte de la persona encuestada:

- Primero, ha de valorar entre 0 y 10 la importancia que otorga al factor al que se refiere dicho ítem.
- Segundo, debe elegir aquellos factores que considera más relevantes dentro del bloque y numerarlos por orden de importancia. Este punto requiere un esfuerzo adicional por parte de la persona que está cumplimentando la ficha, pero ayuda a corregir un problema habitual en este tipo de cuestionarios, ya que, con frecuencia, esta se mueve en un rango de valoraciones relativamente estrecho y puede que otorgue mucha importancia a todas las cuestiones sobre las que se le pregunta.

Dado que los cuestionarios se abordan de forma conjunta a la planificación de la entrevista, el protocolo de actuación en este caso ya se expuso de forma simultánea para ambos casos en el apartado 3.6.

3.7.2. Cuestionario a los agentes cualificados

Ante la necesidad de incorporar cierta homogeneidad en el perfil de las personas encuestadas, ya que, de otra forma, su ámbito relacional con la actividad de los proyectos podría conducir a incorporar sesgos, se decide sistematizar a los agentes cualificados que hay que encuestar en dos únicos grupos:

- Miembros del equipo de gobierno o personal técnico del ayuntamiento del municipio o municipios en los que desarrolla su actividad el proyecto.
- Personal directivo y técnico del grupo de desarrollo rural o grupo de acción local que opera en el territorio, para aportar una visión de ámbito comarcal.

De acuerdo con las consideraciones ya expuestas, las preguntas que se tienen en cuenta guardan relación con cuatro aspectos:

- Características de la persona encuestada que puedan influir en su respuesta.
- Conocimiento y relación con el proyecto. Según el grado de conocimiento de las personas que trabajan en él, su nivel de participación en las actividades que organiza o si tiene un vínculo más allá del de visitante o usuario, por relación familiar y profesional, entre otras.
- Grado de colaboración con el proyecto, en sus diferentes etapas, de la entidad que representa.
- El bloque más importante, el que trata de medir su percepción acerca del impacto del proyecto en el territorio. Los impactos que valorar guardan relación con los incluidos en el cuestionario a los agentes promotores, aunque algo más ajustados en cuanto a número.

Protocolo para la recogida y tratamiento de la información:

- Contacto previo con cada una de las personas encuestadas.
- Envío del cuestionario con suficiente antelación.
- Codificación y agregación de resultados. Dado que se decide personalizar los cuestionarios, incluyendo referencias al proyecto para evaluar y adaptándolos al idioma del territorio de destino, ha sido necesario un proceso de agregación de los resultados individuales para disponer de la base de datos de este grupo.

3.7.3. Cuestionario a la población local

La obtención de información de la población local a partir de un cuestionario incluye elementos comunes al resto de grupos de interés, pero requiere abordar algunas cuestiones específicas. En particular, aquellas relacionadas con la delimitación de la población objeto de estudio y la selección de la muestra, así como con la forma de alcanzar a las personas para encuestar que, a diferencia de lo que ocurre en los grupos anteriores, no están identificadas *a priori*, lo que conlleva un trabajo de campo muy diferente del acometido con los grupos anteriores.

La estructura del cuestionario es similar a la prevista para agentes cualificados, e incluye preguntas que guardan relación con tres aspectos.

- Características de la persona encuestada.
- Conocimiento y relación con el proyecto.
- Percepción de los impactos en el territorio. Los impactos que valorar por parte de la población local están relacionados con los planteados al resto de grupos de consulta, aunque simplificando el número de ítems y reagrupando ciertas cuestiones para analizarlas en una misma pregunta, especialmente en aquellos casos en los que la población local puede no tener un conocimiento tan preciso, lo que afecta, en mayor medida, al bloque de impactos económicos. Otro matiz a considerar es que para este colectivo todas las cuestiones de impactos se diseñan como preguntas cerradas.

Selección de la muestra

La población objeto de estudio era, en principio, la empadronada en aquellos municipios que constituyen el ámbito de influencia directa de los proyectos culturales. Se ha de matizar, no obstante, que, aunque el punto de partida era el número de personas empadronadas en el municipio, resultaba difícil diferenciar con precisión a esta población de la que efectivamente reside o de la que se puede ver afectada por el proyecto. Por este motivo, se introduce en el bloque de caracterización de las personas encuestadas una pregunta relativa a su residencia habitual, admitiendo preferentemente las respuestas de quienes viven habitualmente en el municipio, pero también las de aquellos que residen en una localidad próxima, pero lo visitan con frecuencia, y las de los residentes estacionales que viven durante largos periodos en el municipio³⁰.

³⁰ Estas dos últimas tipologías de personas encuestadas, residentes en localidades próximas y residentes estacionales, tienen una mayor presencia en el proceso de encuestación *online*. Cuando la encuestación es telefónica, se recurre a la encuestación a la población residente en localidades próximas sobre las que el proyecto tiene influencia directa, cuando se trata de municipios con un menor número de habitantes o de iniciativas que desarrollan una programación expandida. Atendiendo a estas dos casuísticas, en las notas al pie asociadas a la tabla de la p.45 se especifican aquellos casos particulares en los que el proceso de encuestación ha afectado a varios municipios.

El tamaño final de la muestra por proyecto se determina teniendo en cuenta la población del municipio o municipios de referencia, junto al objetivo de garantizar un error muestral³¹ que no superase el 10 %. El error muestral final no siempre es controlable por quienes implementan el trabajo de campo, en la medida en que está condicionado por factores como la tasa de efectividad de las encuestas telefónicas (relación entre llamadas realizadas y encuestas cumplimentadas). Efectividad y coste no son ajenos al procedimiento de encuestación utilizado, por lo que se ha tratado de maximizar la eficacia del proceso y llegar al mayor número de personas encuestadas posible con los medios disponibles.

Proceso de encuestación

El trabajo de campo resulta particularmente complejo cuando se implementa en el medio rural. No siendo posible abordar un proceso presencial, las alternativas son la encuestación telefónica y *online*. Aunque la primera presenta ventajas por la posibilidad de interacción entre la persona encuestada y la encuestadora, se enfrenta a dificultades en el ámbito territorial objeto de estudio. Las encuestas de opinión pública se desarrollan principalmente en ámbitos urbanos o en unidades territoriales de mayor tamaño, lo que imposibilita la disposición de bases de datos de teléfonos de residentes suficientes para abordar un proceso de encuestación exclusivamente telefónico, especialmente en aquellos municipios con menor número de población. Contando con estas restricciones, se toma la decisión de combinar el medio telefónico y *online*. La combinación de dos modalidades de encuestación no será neutra, pues no se puede descartar la posibilidad de que aparezcan sesgos por la mayor o menor relación o compromiso con el proyecto que pudieran tener las personas a las que se alcance por la vía de encuestación *online*, si bien se considera prioritaria la intención de llegar al máximo número de personas posible.

Primera fase *online*. Previa al lanzamiento de la encuesta telefónica, y con el objetivo de optimizar el reparto de las encuestas por proyecto llevadas a cabo por este medio, se propone el lanzamiento de la encuesta *online*, arbitrando un proceso de dinamización para el que se tuvieron en cuenta a los siguientes conectores:

- Ayuntamientos.
- Tejido asociativo local.
- Los propios proyectos seleccionados como casos de estudio.
- Asociaciones del territorio de diverso carácter.

Todos ellos colaboran a través de distintos medios: facilitando a la población el enlace y código QR de acceso al cuestionario; por medio de su página web, redes

³¹ Un error muestral se produce cuando la muestra utilizada en el estudio no es representativa de toda la población. A menudo se producen errores de muestreo y, por lo tanto, el equipo de investigación siempre calcula un margen de error durante los resultados finales como práctica estadística.

sociales y *newsletter*; a través de la colocación de cartelera en dependencias municipales, centros culturales y otros espacios públicos, y con el envío del cuestionario a través de grupos de WhatsApp vecinales o mediante reenvío por parte de las asociaciones a sus entidades y personas asociadas.

Al tratarse de un proceso de encuestación *online* con dinamizadores, no se conocía *a priori* la tasa de respuesta que se podría alcanzar. Finalmente, en esta modalidad se realizan un total de 1.337 encuestas, de las cuales 360 no resultan válidas: 177 por no residir en el municipio de estudio o zona de influencia y 183 porque la persona encuestada no alcanza a cumplimentar la pregunta 8, relativa a la valoración de impactos. Por lo tanto, las encuestas válidas son 977.

Segunda fase telefónica. Tras finalizar el periodo de pilotaje del proceso de encuestación *online*, se inicia la encuestación telefónica, reajustando la distribución de las encuestas telefónicas entre proyectos culturales, con el fin de aproximarse a los errores muestrales previstos³². En la fase telefónica, la tasa de efectividad ha sido de un 7,44 %. Los principales motivos por los que no se ha podido encuestar a todas las personas contactadas son la existencia de números de teléfonos desactualizados, la falta de respuesta y que la persona contactada no deseara colaborar. Por esta vía, se consiguen 1.474 encuestas válidas.



Genaguacil Pueblo Museo

³² Se ha de advertir que, aunque se determina que un error muestral del 10 % permite concluir que los resultados obtenidos son representativos de la percepción del conjunto de la población de cada localidad, en un sentido estricto, estos deberían obtenerse a partir de una muestra de la población aleatoria, que solo podría alcanzarse con un proceso de encuestación exclusivamente telefónico.

Finalizado el trabajo de campo, la distribución de la muestra queda como sigue:

	Proyecto	Población ³³	Online	Telefónica	Total	Error muestral
①	1 Kilómetro de Arte	214	128	0	128	± 5,62 %
②	Azala	826	20	12	32	± 17,34 %
③	Centre d'Art i Natura (CAN) de Farrera	3.052 ³⁴	0	51	51	± 13,89 %
④	Centro de Desarrollo Sociocultural Germán Sánchez Ruipérez	6.123	35	179	214	± 6,72 %
⑤	Complejo Cultural As Quintas	3.780	26	93	119	± 9,02 %
⑥	Ecomuseo del Río Caicena	2.352	5	64	69	± 11,86 %
⑦	Espiello. Festival Internacional de Documental Etnográfico de Sobrarbe	4.089 ³⁵	55	102	157	± 7,84 %
⑧	Festival Agrocuir da Ulloa	8.813 ³⁶	141	53	194	± 7,10 %
⑨	Festival Internacional de Teatro Clásico de Almagro	8.896	0	127	127	± 8,81 %
⑩	Fundación Cerezales Antonino y Cinia	1.232 ³⁷	6	48	54	± 13,31 %
⑪	Fundación Santa María de Albarracín	990	77	49	126	± 8,33 %
⑫	Fundación Santa María la Real	6.711	2	227	229	± 6,49 %
⑬	Fundación Uxío Novoneyra	1.024 ³⁸	92	35	127	± 8,31 %
⑭	Genalguacil Pueblo Museo	391	101	0	101	± 8,58 %
⑮	Mancomunidad de Servicios Bibliotecarios Berragu	2.641 ³⁹	15	66	81	± 10,94 %

³³ Población calculada a partir de las estadísticas del INE para el año 2021.

³⁴ Aunque el municipio de referencia es Farrera, el proceso de encuestación se realiza sobre los municipios de Farrera (116 habs.), Tírvia (131 habs.), Llavorsí (345 habs.), Alins (279 habs.) y Sort (2.181 habs.), que constituyen el ámbito de influencia directa del proyecto.

³⁵ Aunque el municipio de referencia es Boltaña, el proceso de encuestación se realiza sobre los municipios de Boltaña (1.065 habs.), Aínsa (2.312 habs.), Broto (564 habs.) y San Juan de Plan (148 habs.), en los que el proyecto desarrolla su programación.

³⁶ Aunque el municipio de referencia es Monterroso, el proceso de encuestación se realiza sobre los municipios de Monterroso (3.562 habs.), Palas de Rei (3.316 habs.) y Antas de Ulla (1.935 habs.), en los que el proyecto desarrolla su programación.

³⁷ Aunque el municipio de referencia es Vegas del Condado (1.232 habs.), el proyecto se ubica estrictamente en la localidad de Cerezales del Condado.

³⁸ Aunque el municipio de referencia es Folgoso do Courel (1.024 habs.), el proyecto se ubica estrictamente en la localidad de Parada.

³⁹ Se toma como referencia para el proceso de encuestación a los municipios de Auritz/Burguete (228 habs.), Atzibar/Valle de Arce (253 habs.), Erroibar/Erro (790 habs.), Garralda (190 habs.), Lusaide/Valcarlos (320 habs.), Orbaizeta (191 habs.), Orbara (32 habs.), Orotz-Betelu/Oroz-Betelu (139 habs.) y Orreaga/ Roncesvalles (261 habs.).

⑩⑥	Museo Vostell Malpartida	4.060	20	71	91	± 10,37 %
⑩⑦	Museu Terra	3.717	54	68	122	± 8,90 %
⑩⑧	Mutur Beltz	2.759	54	108	162	± 7,62 %
⑩⑨	Política cultural del Ayuntamiento de Vilafranca	2.201	125	64	189	± 6,96 %
⑩⑩	Pueblos en Arte	1.098 ⁴⁰	21	57	78	± 10,92 %
	Total	65.491	977	1.474	2.451	± 1,98 % ⁴¹

Más allá de las consideraciones metodológicas expuestas, del trabajo de campo realizado con la población local cabe extraer algunas lecciones que es preciso destacar.

→ Se confirma la dificultad para obtener información primaria en el medio rural lo que, entre otros aspectos, es consecuencia de los problemas a la hora de delimitar la población de interés o de restricciones para acceder a datos de contacto. Este elemento acaba influyendo, por ejemplo, en el error muestral inicialmente establecido que varía mucho entre municipios y que ha superado el 10 % en algunos casos.

→ Un elemento positivo es que el propio proceso de encuestación se acaba convirtiendo en un indicador indirecto del impulso comunitario y creativo que consiguen estos proyectos en el medio rural. Sirva de ejemplo, la difusión que ha llegado a tener la encuesta en formato *online* en algunos municipios, lo que supone vencer las dificultades de consulta que aparecen en pequeñas localidades en las que no se dispone de bases telefónicas suficientes. Si se compara el tamaño poblacional y las encuestas cumplimentadas en algunos municipios, como en el caso de Ventosa o de Genalguacil, se desprende el éxito de los medios de difusión utilizados, así como el elevado grado de implicación de la población con los proyectos. Este resultado no es desdeñable, más si se tiene en cuenta el componente tecnológico que conlleva un formato de encuesta *online*, cuando muchas de las personas a las que se destina son de elevada edad.

⁴⁰ Aunque el municipio de referencia es Torralba de Ribota, el proceso de encuestación se realiza sobre los municipios de Torralba de Ribota (163 habs.), Cervera de la Cañada (264 habs.) y Aniñón (671 habs.), en los que el proyecto desarrolla su programación.

⁴¹ El bajo índice de error muestral para el conjunto de los proyectos seleccionados como casos de estudio responde al hecho de que a mayor número de población se precisa un menor número de respuestas para obtener resultados estadísticamente representativos, con la consiguiente reducción del porcentaje de error muestral.

3.8 Resultados informativos

La información en bruto generada a partir del trabajo de campo desarrollado con agentes promotores, agentes cualificados y población local requiere un esfuerzo muy importante para su transcripción y codificación posterior. Piénsese en el tiempo comprometido en la transcripción de entrevistas, cuya duración media supera las dos horas, o en la necesidad de contactos posteriores para corregir errores detectados en la cumplimentación de los cuestionarios de agentes promotores y cualificados. Por otro lado, dado que los cuestionarios de agentes cualificados y población local están personalizados de acuerdo con el proyecto y el municipio al que hacen referencia, ha sido necesario un proceso de agregación de cada uno de los cuestionarios individuales para disponer de la base de datos de cada uno de estos grupos. De forma que el número de horas efectivas dedicadas al trabajo de campo de esta parte del estudio supera las veinte horas por proyecto.

A partir de ahí el producto informativo obtenido es el que sigue:

- Por una parte, las grabaciones de las entrevistas a promotores y su transcripción.
- Por otra, tres bases de datos, una para cada grupo de consulta: de agentes promotores (dividida en seis subbases, una por ficha), de agentes cualificados y de población local.

Para su análisis posterior, y con el fin de tratar de inferir conclusiones, las bases originales se completaron con variables adicionales según la tipología de proyecto, municipio y promotor, así como con variables de agregación que agrupaban efectos según fuesen de naturaleza demográfica, económica, reputacional o vinculados al bienestar personal y comunitario.



4

BREVE CARACTERIZACIÓN DE LOS PROYECTOS



La selección de los proyectos fue la consecuencia de una reflexión conjunta en la que estuvieron presentes, de una parte, los objetivos del estudio y, de otra, unas condiciones de partida, expuestas en el apartado metodológico, que aspiraban a incorporar un abanico amplio de opciones analíticas, tanto por la tipología de actividades consideradas como por atender a las distintas realidades del medio rural español, incluyendo iniciativas de un amplio número de comunidades autónomas. Pero, más allá de su ámbito de actuación y del espacio en el que se ubican, nos encontramos con una diversidad de iniciativas que convendría poder sistematizar a partir de un conjunto de descriptores.

En la ficha 1, relativa a los datos principales del proyecto, se solicita a cada agente promotor la siguiente información: actividades impulsadas por el proyecto, tanto principales como secundarias, fechas o hitos relevantes desde su nacimiento, estructura organizativa, públicos a los que se dirigen y, por último, personas que, de una u otra manera, forman parte del mismo, organizadas de acuerdo con sus funciones, nivel educativo o municipio de residencia. El resultado, en contraste con las entrevistas, es una fotografía con una amplia gama de matices susceptible de múltiples enfoques, de la que se pueden extraer ciertos rasgos para interpretar mejor el conjunto del estudio.

Actividades principales y secundarias

Como se exponía al inicio del informe, conceptualizar una actividad como cultural es una tarea no siempre sencilla. La creatividad se concibe en entornos muy abiertos, que no suelen acomodarse dentro de categorías tajantes, ni adscribirse, en ocasiones, a saberes reglados. La propia dificultad de delimitar lo que es cultura se evidencia, también, cuando algunos agentes promotores tratan de concretar sus líneas de actuación. Su subjetividad, pero tanto o más la idiosincrasia de su proyecto, dificultan una taxonomía al uso académico. Teniendo en cuenta esta casuística, se han tratado de sistematizar cuatro grandes tipologías con las que agrupar los proyectos más afines, si bien dentro de cada una se manejan delimitaciones muy permeables, en la medida que gran parte de las iniciativas seleccionadas desarrollan actividades que permitirían su adscripción a otra tipología de proyecto, especialmente en el caso de las categorizadas como espacios culturales permanentes, que incorporan frecuentemente en su programación festivales, proyectos de mediación o residencias creativas.

→ Según las declaraciones de los agentes promotores, son excepción los proyectos que tienen como actividades principales otras que no sean las estrictamente culturales. Las tres excepciones son el producto de una estrategia de diversificación, porque en su crecimiento hubo una especie de efecto bola de nieve, asumiendo de manera orgánica iniciativas de tipo más funcional que precisaba su territorio, como en el caso de la Fundación Santa María la Real, que se convierte

en una especie de *holding* creativo y social, o, como en los casos de Azala y Mutur Beltz, porque la actividad cultural forma parte de un proyecto que se hibrida con otros emprendimientos, generándose muchas sinergias.

—> Entre las actividades secundarias, existentes en todos los proyectos, es difícil encontrar pautas similares, dada su diversidad, aunque se puede intentar sistematizar algunos rasgos compartidos.

Así, algunas van dirigidas a obtener ingresos a través del mercado, bien con líneas de negocio emplazadas en sus propias sedes, normalmente vinculadas a la hostelería y a la venta de productos artesanales del territorio o a mercadotecnia derivada de su patrimonio exhibido, bien con programaciones dirigidas a visitantes que guardan relación con los contenidos artísticos que los definen, creando rutas temáticas y experiencias adicionales, en ocasiones fuera del espacio principal.



Fundación Santa María la Real
©P36-AmigosDelPatrimonio

El otro bloque de actividades secundarias puede implicar la necesidad de contraprestaciones y ayudas para su financiación, por medio de mecenazgos y subvenciones. Se definen por complementar su oferta principal dentro de una actuación coherente con sus metas últimas. En este caso, son frecuentes las acciones educativas y las relacionadas con la oferta de facilidades a otros actores del territorio, como talleres artesanos, personas dedicadas a la organización de eventos

deportivos o asociaciones culturales, que hacen uso de sus espacios y de sus activos reputacionales. En este subconjunto de actuaciones financiadas por otras entidades colaboradoras, suelen programarse conciertos, actividades escénicas, presentaciones, conferencias, exposiciones o trabajos de edición y publicación que, aunque clasificadas como actividades secundarias por algunos de los proyectos, pueden ser muy relevantes y apreciadas en sus localidades, y tener, también, unos públicos especializados que las siguen fielmente.

→ Por último, las líneas de actuación de algunos de los proyectos más enraizados en el territorio están directamente relacionadas con el activismo social y la dinamización, casi agitación, de las comunidades en las que se inscriben, siendo el Festival Agrocuir da Ulloa un claro ejemplo. En estos casos, aparece esa segunda concepción de la cultura como visión y altavoz de la sociedad⁴². Parte de las motivaciones de los agentes promotores tienen que ver con un impulso regenerador de sus comunidades, en parte desencadenado por sus acciones culturales, y un propósito así de ambicioso requiere de un conjunto de propuestas sugerentes y propositivas que cubran flancos diversos. En general, las personas que gerencian estos proyectos tienen también expectativas de un horizonte vital y social mejor, más estimulante e integral, asociado al activismo ciudadano y con una alta capacidad transformadora, lo que en las más novedosas teorías del desarrollo rural se denomina capital político o capacidad de influencia en la comunidad⁴³. Sería un ejemplo de la relevante incidencia de lo cultural en el desarrollo rural, a través de intangibles y otros elementos decisivos de la productividad de naturaleza cualitativa, que inciden en la capacitación de las personas y activan su dimensión comunitaria.

Etapas, fechas e hitos

Dentro de la muestra, la longevidad de los proyectos difiere, si bien la mayoría de ellos son relativamente recientes, con origen en el nuevo siglo o en los años finales del siglo XX. La literatura más genérica sobre el emprendimiento señala que la mortalidad en los primeros años de vida de las actividades que se emprenden es alta. De modo que el propio hecho de existir en 2023, teniendo en cuenta un punto de partida casi siempre muy exiguo en financiación e infraestructuras, en un ecosistema tan exigente como el cultural y tras una pandemia mundial, significa que las iniciativas objeto de estudio son rigurosas, resistentes y han merecido el apoyo de públicos, comunidades e instituciones.

Aunque no se haga explícito, subyace en el estudio de estos proyectos un enfoque evolucionista, inspirado en el nuevo institucionalismo económico, que aplica unas lentes darwinistas a la reflexión en torno a la supervivencia de las organizaciones⁴⁴.

⁴² Frey, B. y Bribiva, A. (2023). «Two types of cultural economics», *International Review of Economics*, 70(1), pp. 1-9. Disponible en este [link](#).

⁴³ Gkartzios, M., Gallent, N., y Scott, M. (2022). «A capitals framework for rural areas: 'Place-planning' the global countryside», *Habitat International*, 127, 102625, Ámsterdam: Elsevier. Disponible en este [link](#).

⁴⁴ Hodgson, G. M. (2003). «Darwinism and institutional economics», *Journal of economic issues*, 37(1), pp. 85-97, Londres: Taylor & Francis.

En esa lid, reflejada en las entrevistas a los agentes promotores, se introduce una perspectiva analítica interesante, longitudinal y dinámica, que pone el acento, además, en el componente humano de los proyectos, frente a la más habitual en la mayoría de los estudios, que suele ser estática y meramente funcional.

—> Aunque algunos de los proyectos analizados o bien tienen una raíz privada en su origen, al vincularse a una figura artística u otro perfil relevante, o bien, en el caso de las iniciativas de titularidad municipal, pueden nacer en entornos periféricos, sin un abrigo político fuerte, se ha de subrayar que, si el proyecto es consistente, muestra su potencialidad enseguida, con el consiguiente incremento en el apoyo y participación de las instituciones de más alto nivel, que ofrecen mayor capacidad financiera y capital relacional. En este contexto, la participación de diputaciones y administraciones estatal y autonómica suele aportar una fortaleza importante a los proyectos. En otros casos de estudio, se observa que grandes empresas del contexto local asumen mecenazgos, tratando de captar parte del capital reputacional de las iniciativas culturales exitosas. Un intercambio o compensación interesante entre valores de uso y de cambio frente a valores simbólicos.

—> La mayoría de los proyectos han evolucionado en el tiempo, abordando distintas facetas que han ido decantando su naturaleza actual, no siempre coincidente con la intención fundacional. En su componente más formal, esta evolución puede traducirse en cambios en su estatus legal, para redefinir sus metas y funciones. En otras ocasiones, las nuevas normas son la consecuencia de una ampliación de patronatos y mecenazgos, mientras que, en las iniciativas privadas, la entrada y



Museo Vostell Malpartida

salida de personas asociadas o cambios en el enfoque de la actividad principal dan lugar a una reescritura de sus reglas fundacionales.

En su parte más sustantiva, de contenidos, también los supuestos con que nació el proyecto se han ido adaptando a circunstancias cambiantes, propias y ajenas. En bastantes ocasiones, asuntos relativos a los espacios e infraestructuras permiten cambios de carácter cualitativo, como una ampliación de líneas estratégicas o una diversificación de tareas. La profesionalización de los equipos de gestión ha sido también un elemento común en la mayoría de los proyectos, contribuyendo, en gran medida, a su consolidación.

—→ El tiempo transcurrido entre la concepción del proyecto y su conversión en algo real y tangible ha sido en la mayoría de las ocasiones muy breve. En todo caso, se detecta que aquellas iniciativas que tienen un carácter más personal han necesitado más tiempo para concretarse y hacerse efectivas.

Organización interna

El estudio de los proyectos que configuran la muestra permite apreciar una constante tensión interna, motivada, entre otros factores, por la necesidad de renovar su oferta en cortos periodos de tiempo y de mantener la complicidad con sus públicos. Todo ello implica grandes esfuerzos compartidos, que generan relaciones estrechas entre miembros del equipo, en las que el roce funcional se hace emocional. De manera que la gestión de los proyectos demanda el desarrollo de unas dinámicas más o menos compartidas, exigentes en compromiso y responsabilidad.

Ahora bien, esta formulación genérica, en la que caben estructuras muy flexibles, puede canalizarse tanto por cauces delimitados con precisión por estatutos, usos y costumbres como a través de otras fórmulas más horizontales y flexibles, que se asociarían a la autogestión y a lo asambleario. En versiones intermedias se ubica buena parte de las iniciativas estudiadas, si bien con matices muy particulares y, en todo caso, con un ejercicio muy flexible de competencias y obligaciones.

—→ En las iniciativas de carácter más personal, que tienen pocos socios entre los que se establecen vínculos estrechos, los asuntos se gestionan de manera abierta y compartida, deliberando y contrastando hasta consensuar unas metas asumidas con mucha convicción. En todo caso, la entrada y salida de socios y trabajadores en los equipos que los gestionan es habitual.

—→ Las iniciativas que tienen un origen institucional o aquellas en las que se han incorporado administraciones públicas a sus patronatos presentan una gestión más formalizada, con una estructura funcional explícita, que da importancia a los procedimientos y distingue diferentes niveles de responsabilidad.

No obstante, en la gestión de algunos de los proyectos de naturaleza pública, aunque en los aspectos más técnicos haya un liderazgo profesional y prime la

experiencia, en la concreción de programas y actividades se facilitan modos de concurrencia y propuestas muy ágiles para favorecer la participación de la comunidad local y de otros públicos. Se aprecian, así, colaboraciones muy destacadas canalizadas a través de asociaciones de amigos, presentes en el Complejo Cultural As Quintas, el Museo Vostell Malpartida o el Ecomuseo del Río Caicena, o de comisiones permanentes integradas por vecinos, como en el Festival de Espiello, o por el tejido asociativo local, como en 1 Kilómetro de Arte.

→ Aunque no tienen reflejo en su esquema organizativo, también se detectan en la práctica totalidad de los proyectos de la muestra de estudio colaboraciones menos formalizadas con asociaciones del ámbito local y comarcal, como en las fundaciones Cerezales Antonino y Cinia, Uxío Novoneyra, Santa María la Real y Santa María de Albarracín, y en proyectos, como Museu Terra, Mutur Beltz, Genalguacil Pueblo Museo, Festival Agroquir da Ulloa, Mancomunidad de Servicios Bibliotecarios Berragu, Azala o Pueblos en Arte.



Espiello. Festival Internacional de Documental Etnográfico de Sobrarbe

Capital humano

En los proyectos culturales son determinantes las personas que los protagonizan, siendo elementos clave su capacidad, formación, vocación y esfuerzo.

→ En el análisis de cuestiones socioeconómicas, el nivel de estudios de los miembros de una organización se adopta como uno de los principales indicadores

del capital humano. En el ámbito cultural, tan abierto a multitud de conocimientos y experiencias, la formación reglada puede contribuir a un mejor desempeño, pero no siempre es el elemento más decisivo y quedaría en un segundo plano frente a la formación adquirida por cauces informales y a los aprendizajes derivados de la experiencia profesional y vital.

En general, predominan las titulaciones universitarias entre quienes protagonizan las fases en las que se planifican los contenidos y estrategias, así como entre quienes desempeñan tareas de gestión. Por su parte, el personal de producción y acompañamiento y quienes que desarrollan tareas polivalentes suelen tener un nivel formativo intermedio o básico.

→ Algunos proyectos cuentan con agentes promotores con experiencia previa en actividades similares a las que se proponían emprender, pero es habitual la situación de quienes han ido creciendo profesionalmente al mismo tiempo que se consolidaba su iniciativa. Así, buena parte de quienes dirigen los proyectos objeto de estudio estuvieron al frente de los mismos desde sus orígenes, algo muy importante en términos de fortaleza y capacidad de adaptación a situaciones cambiantes, pues se trata de dinámicas en las que la realización personal y la profesional se superponen y refuerzan, aunque, también, implican más riesgos al poder contagiarse ambas dimensiones.

→ La mayoría de las plantillas de los proyectos han ido creciendo, no solo en número, sino también en capacitación y creación de unas estructuras internas más sólidas. Se han fortalecido las áreas de gestión, en ocasiones mediante colaboraciones con empresas de servicios externas, que han permitido ampliar las actividades dentro de unas dinámicas que necesitaban crecer para no venirse abajo. En todo caso, se trata de unas trayectorias ascendentes que se podrían calificar como orgánicas, consustanciales a las actividades que desarrollan y que suelen ser refrendadas por sus públicos y dar pie a sumar líneas contiguas de creación o a intensificar las ya existentes.

Se puede concluir que las iniciativas culturales analizadas cuentan con unos activos humanos muy capaces en cuanto a talento y motivación y con unas plantillas bien organizadas, lo que las hace sólidas y resilientes. La relación entre géneros es equilibrada en las áreas de creación y gestión, aunque prima lo masculino en las tareas de acompañamiento y producción y en las de carácter polivalente. Las coyunturas críticas de 2007-2012 y la más reciente de la COVID-19⁴⁵ no fueron excesivamente negativas, mostrando una gran capacidad de adaptación ante situaciones adversas.

⁴⁵ Aunque en las entrevistas se hizo referencia al período anómalo que supuso el confinamiento por la COVID-19, las plantillas no se resintieron y mantuvieron su número. En ciertos casos, como en los proyectos gestionados por ayuntamientos y fundaciones, los puestos de trabajo presentan una gran estabilidad, y cuando se trataba de propuestas de carácter más personal, esa naturaleza de proyecto inherente a la propia biografía, con una proporción muy elevada de autoempleo por parte de las personas asociadas, las ha hecho muy resistentes a coyunturas adversas.

Vínculos con la comunidad

Residir en un lugar no significa necesariamente participar en la vida de la comunidad y estar comprometido con sus gentes. No obstante, se puede considerar que quienes forman parte de estos proyectos son personas, con un grado de vocación alto o muy alto, que se interesan por el devenir de las comunidades donde desarrollan su actividad. De este modo, si agentes promotores y miembros del equipo conviven en el lugar, contribuyen a través de su cotidianidad a que las iniciativas sean más potentes. La elevada proporción de vecindad entre quienes desarrollan los proyectos analizados es un elemento muy importante, que los dota de capital social, tanto en su modalidad de enraizamiento como en la de generación de redes y compromisos⁴⁶.

Agentes relacionados con el proyecto

El papel de los servicios avanzados es clave hoy en día en cualquier actividad y la cultura no es ajena a los fenómenos de externalización de tareas y a la existencia de largas cadenas de valor. Ciertamente que los ecosistemas creativos son muy singulares y las etapas que integran su planificación, producción y distribución presentan, también, eslabones muy específicos en función del tipo de actividad de que se trate.

→ En general, cabe apreciar que, en el plano económico, la cultura tiene una importante capacidad de arrastre, más cualitativa e indirecta que monetizable e inmediata. Así, no mueve cantidades elevadas ni en empleo, ni en inversiones privadas, ni en infraestructuras, pero sí demanda servicios cualificados muy variados, como instalaciones de sonido e imagen, programaciones informáticas, gestión de la información, comunicación, movilidad, etc. En la actualidad, esos estrechos vínculos ya no exigen proximidad geográfica, si bien el trabajo en red, sea esta más tangible o más virtual, consigue generar atmósferas creativas y cooperativas que facilitan entornos más eficientes. Esa constelación de relaciones promueve el surgimiento de nuevas actividades y contactos personales en sucesivas colaboraciones.

→ Junto a las relaciones de tipo funcional, aparecen las de carácter más institucional y político. Son decisivas las colaboraciones que los agentes promotores mantienen con los ayuntamientos y, de manera concéntrica, normalmente decreciendo en intensidad, las que se establecen con diputaciones y gobiernos autonómicos.

→ Como ya se ha expuesto, las asociaciones locales constituyen un contrapunto fundamental en las labores que desarrollan los proyectos. Figuran como colaboradoras principales las asociaciones culturales, las de índole social, las agrarias y ganaderas y las de defensa del medio ambiente. En el reducido tejido social

⁴⁶ Claridge, T. (2018). «Functions of social capital—bonding, bridging, linking», *Social Capital Research*, 20(1), pp. 1-7. Disponible en este [link](#).

de las pequeñas poblaciones, suele haber muchas intersecciones entre las diversas entidades y personas asociadas, además de unos vínculos entre ellas robustos y flexibles. Se aprecia en todo este trajín intenso el papel de la cultura como eje que interfiere en otros y depende de los demás.

En conclusión, estos proyectos culturales forman parte del entramado social y económico local, al que aportan un dinamismo diferencial. Por su dimensión, no puede hablarse de que las propuestas culturales constitutivas de la muestra configuren distritos culturales y economías de aglomeración, pero sí cabe reconocer su papel relevante en la dinamización de economías y vecindades, así como contemplar su necesidad de colaborar para ser más robustas y de mejorar su capilaridad en el territorio a través de diputaciones y gobiernos autonómicos.

Difusión y comunicación

—> Las redes sociales y sitios web son un elemento básico en la configuración de los proyectos, desde los cuales se presentan a la sociedad a través de un acceso ágil, construyen una reputación diferenciada, y difunden y reciben información diversa.

Sus promotores se manejan por todo tipo de canales telemáticos y, en los proyectos de carácter más local, funcionan otras fórmulas de difusión más personales, como grupos de WhatsApp, y mecanismos tradicionales de los entornos rurales, como los bandos municipales.



Fundación Santa María de Albarracín

Las colaboraciones con radio y prensa locales suelen ser frecuentes, dotándolas de contenidos al tiempo que dan a conocer sus propuestas.

→ En este ámbito de la cultura rural, el carácter presencial es esencial en sus dinámicas y las que serían adaptables a formatos digitales han sido aún muy poco desarrolladas. La *plataformización*, tan avanzada en la industria cultural, apenas ha sido referida durante las entrevistas, probablemente porque su forma de actuar se define, aunque pueda haber excepciones, por los contactos físicos, las conversaciones y los roces directos.

Público destinatario

La distinción entre público local y visitante al que dirigir programaciones diferenciadas es una dicotomía forzada. Ambas audiencias pueden convivir simultáneamente, compartiendo intereses y expectativas. La propia definición de quién es del pueblo, y quién no, sería un tema de debate interminable. Las estadísticas orientadas a medir las personas residentes efectivas no suelen ir más allá de las cifras de empadronamiento, ya que los registros administrativos no reflejan bien la movilidad del mundo rural ni la intensidad de las diferentes maneras de estar y responsabilizarse de lo común⁴⁷.

→ En general, los proyectos de este estudio hacen referencia en su oferta a intereses culturales y persuasiones muy amplias, que interpelan a prácticamente cualquier persona atraída por la cultura. De modo que acude un público heterogéneo, que se funde de forma muy natural con el público autóctono. En España, el turismo cultural está en auge y es un elemento superpuesto física, funcional e, incluso, cuando las cosas funcionan, emocionalmente, a las realidades locales⁴⁸. La riqueza patrimonial monumental de un territorio viene atrayendo a un flujo importante de visitas y algunos de los lugares en que se encuentran estos proyectos disponen de unos atractivos paisajísticos y de unas sedes excelentes. De modo que hay una afluencia notable de turistas en algunos de estos pueblos que, con diferentes grados de inserción, fácilmente se incorporan a los actos que se desarrollan durante su estancia y a quienes hay que sumar a aquellas personas que se desplazan a propósito para participar en sus programaciones. Los pueblos, por recónditos que parezcan, se encajan dentro de áreas funcionales más amplias, articuladas por un núcleo urbano, en las que sus habitantes se desplazan cotidianamente. La movilidad es un elemento por incorporar adecuadamente en muchos aspectos de la sociedad rural, simplificada como estática y que «sin embargo, se mueve».

⁴⁷ Goerlich, F.J., Reig, E., y Cantarino, I. (2016). «Construcción de una tipología rural/urbana para los municipios españoles», *Investigaciones Regionales-Journal of Regional Research*, 35, pp. 151-173, Barcelona: Asociación Española de Ciencia Regional. Disponible en este [link](#).

Oliva Serrano, J. (2006). «Movilidad laboral y estrategias de arraigo rural», *Revista Española de Estudios Agrosociales y Pesqueros*, 211, pp. 143-187, Madrid: Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación. Disponible en este [link](#).

⁴⁸ Scherf, K. (2021). «Creative tourism in smaller communities: Collaboration and cultural representation», *Creative tourism in smaller communities: Place, culture and local representation*, pp. 1-26, Calgary: University of Calgary Press.

→ En todo caso, esos espacios de muestra y transferencia cultural con programaciones muy especializadas hacia colectivos no frecuentes en lugares pequeños o de alcance macro hacia grandes audiencias, también proponen actividades más orientadas a las preferencias de la población local. Algunos proyectos incorporan programaciones dedicadas a aspectos medioambientales y a las actividades del sector primario del territorio. Las colaboraciones en procesos de aprendizaje, reglados y *ad-hoc*, vía talleres o jornadas, son habituales, al tiempo que se desarrollan dinámicas de cocreación con la vecindad, que a veces incluyen residencias creativas, así como formatos que activan el desarrollo de inteligencias colectivas. En cuanto a la atención a los centros educativos del entorno, los espacios museísticos tienen muy en cuenta el desarrollo de programaciones y colaboraciones específicas.

5

FACTORES CLAVE EN LA VIDA DE LOS PROYECTOS

- 5.1. Conclusiones derivadas de las entrevistas
- 5.2. Conclusiones de los cuestionarios



El impacto de un proyecto está estrechamente relacionado con su trayectoria social y temporal. Se ha de atender tanto a las peculiaridades de los distintos territorios y sectores en los que se inserta como a los agentes que protagonizan esas dinámicas, y no solo en el momento final, de una manera estática, sino longitudinal, apreciando su evolución y adaptación a contextos y coyunturas diversos. Sus biografías no son secuencias lineales hacia el éxito, sino veredas zigzagueantes en las que se superponen causas y consecuencias, lo personal y lo profesional, lo que obliga a redefinir sus metas constantemente. Esas interdependencias vitales, artísticas y sociales se manifiestan en las entrevistas, cuando los agentes promotores cuentan cómo sus planes iniciales se vieron condicionados por el clima social y cultural en que se desarrollaron los proyectos.

En todo ese *maremágnun*, lo local siempre aparece como un elemento decisivo y dinámico, que de manera paulatina hace madurar la idea sobre dónde residir y crear hasta consolidar una responsabilidad ineludible con el futuro de una localidad. La comunidad se convierte, así, en parte esencial de sus propósitos, de la que se nutren y a la que aportan muchos beneficios, pero que también conlleva importantes costes, especialmente emocionales. Porque en esos lugares pequeños, una nueva propuesta que incide en las formas de socialización y que modifica pautas y equilibrios del ecosistema local, suele ser, cuando menos, interpellante. Para residentes y naturales de un lugar, es casi imposible no formarse una opinión y derivar una posición explícita sobre ella. De modo que la propia supervivencia de los proyectos evidencia que su existencia es mayoritariamente positiva para las personas integrantes de esa comunidad. En suma, analizar cuáles han sido los hitos más significativos de estos proyectos ha constituido un punto esencial en este estudio, algo así como la «voz en *off*» que cuenta entre líneas por qué los proyectos que constituyen la muestra del estudio están donde están.

Profundizar en las trayectorias vitales de los proyectos y sus agentes promotores no es común en los modos de investigación convencionales, lo que por una parte humaniza este trabajo, pero implica un cierto riesgo al sugerir propuestas teóricas y metodológicas sin apenas referencias consolidadas. Los momentos clave en sus itinerarios incluyen sucesos muy asistemáticos, tanto en el momento en el que se concibe la idea como en su puesta en funcionamiento, desarrollo y consolidación, acumulando fracasos y logros que, en ambos casos, impulsan y exigen superación. Sobre esas cuatro etapas (origen, primeras fases, consolidación y amenazas y oportunidades futuras), se han formulado preguntas concretas en los cuestionarios, pero las respuestas complementarias aportadas en el marco de las entrevistas escapaban por las innumerables salidas con que la realidad sorprende, exigiendo un importante esfuerzo de reelaboración. En esas conversaciones francas se trasluce que los asuntos relevantes son difícilmente traducibles a escalas concretas y no encajan en el triaje estricto de las estadísticas académicas. El carácter excepcional que tienen los proyectos estudiados, pues germinan cuanto más originales e inéditos y en función de su capacidad para despertar sensibilidades e inteligencias,

dificulta la sistematización de los factores clave en la vida de los proyectos dentro de las categorías nítidas de los modelos teóricos.

Un elemento en el que hay consenso, y que se reitera en las entrevistas y los cuestionarios, es que las personas que integran estos proyectos constituyen su fundamento. De manera que describir los cimientos y etapas de estas iniciativas supone profundizar en la personalidad y circunstancias de quienes los integran y desarrollan. El factor humano es decisivo y suele conceptualizarse como una modalidad de capital. Es decir, un activo que tiene una vida útil a medio y largo plazo, prestando servicios a distintas tareas dentro de la organización, sujeto tanto a desgaste como a reinversión, si bien en los intangibles vinculados al talento el paso del tiempo suele aumentar su capitalización gracias a un aprendizaje más crítico y reflexivo que madura a ñejo. Este activo de la experiencia, junto con la creatividad, la innovación, el compromiso y la capacidad de adaptación de agentes promotores y equipos, es decisivo para seguir adelante, sobre todo en los momentos más difíciles.

Con estas lentes microeconómicas se realizaría una aproximación a la llamada «pieza ausente» en el puzle de la productividad⁴⁹, objeto de abundantes debates entre responsables de diseño de políticas públicas de desarrollo local, en torno al *smart growth* o crecimiento inteligente, al considerar que la función de producción requiere cualidades que se combinan con sentido y armonía, es decir, una forma de conjugar los recursos que es más artística que técnica⁵⁰. Este enigma analítico viene a resaltar la escasa comprensión de los fenómenos vinculados con la creatividad y el emprendimiento, cuando las aproximaciones se realizan desde razonamientos funcionales. De manera similar a aquellos procesos productivos con bienes intensivos en tecnología y servicios cualificados, en las actividades culturales el valor añadido no guarda relación con la suntuosidad de los materiales, ni con la sofisticación de las herramientas e instalaciones, sino con el talento y la manera de armonizar individualidades que fructifican colectivamente en resultados superiores. Evidentemente, han sido precisas inversiones en los proyectos estudiados, pero su culminación se debe, en mayor medida, como se desprende de las entrevistas, a las colaboraciones que se establecen con proveedores, instituciones y vecindad, que se alinean con los agentes promotores y su equipo en un propósito innovador relevante.

En conclusión, la cultura es una actividad que cuestiona los enfoques mecanicistas de la teoría económica y aporta argumentos consistentes para introducirse por vías de estudio alternativas, especialmente las relacionadas con el desarrollo local y la creatividad, así como con las múltiples dimensiones del valor de la cultura. En esas encrucijadas, frente a la posición central focalizada en aspectos funcionales de la oferta, alimentada solo por datos objetivables financieramente, la cultura plantea la necesidad de recuperar la subjetividad y la perspectiva de la demanda, esto es, la

⁴⁹ Mas, M. (2020). «El crecimiento de la productividad y los activos intangibles», *Papeles de Economía Española*, (164), pp. 41-190.

⁵⁰ Colander, D. (1992). «Retrospectives: The lost art of economics», *Journal of Economic Perspectives*, 6 (3), pp. 191-198.

de los públicos y las comunidades. Así, la percepción que pueda tener la población local sobre los impactos de los proyectos guarda una relación estrecha con la implicación de los agentes promotores en cuestiones de orden social y personal, cotidianas y propias de la vida del pueblo, así como con el valor que tiene la cultura para satisfacer necesidades básicas, a nivel individual y colectivo. Aparecen, en definitiva, muchas interacciones e intercambios difíciles de documentar, pero no por ello menos relevantes, en los que son la confianza y los afectos los que permiten apuntalar esos proyectos.



Festival Agrocuir da Ulloa

5.1 Conclusiones derivadas de las entrevistas

Los diálogos con los agentes promotores fueron sinceros y amenos, aportando informaciones que tienen un carácter excepcional. A modo de síntesis se ofrecen los argumentos que se consideran más significativos.

Niveles altos de incertidumbre

La cultura puede ser apoyada, pero no siempre se recoge de donde se sembró, ajena en sus esquemas a la próxima, etimológicamente, agricultura. Nunca pierde su naturaleza asilvestrada, de modo que, aunque haya pautas de trabajo

reconocidas por su efectividad, a escala individual, la naturaleza irreductible de todo proceso creativo suele desajustar las relaciones causa-efecto de las teorías más reconocidas. Junto a ese carácter asistemático, intrínseco a cada proyecto, existen otros elementos externos, de carácter macro y contextual, que condicionan a las organizaciones cuanto más frágiles sean. De modo que, en la supervivencia de una pequeña entidad cultural en territorios escasamente poblados, los riesgos personales y los estructurales suelen amplificarse al entrar en contacto. El éxito es, por tanto, determinante, dependiendo a veces de factores tan subjetivos como que las personas de referencia, que generan opinión en muchas personas de la comunidad, valoren positivamente la iniciativa, o el grado de sensibilidad por la cultura de las autoridades locales.

En todo caso, la aleatoriedad con que cuajan las ideas no significa banalizar, en modo alguno, la necesidad de talento y esfuerzo entre quienes las promueven. La importancia que puede tener una buena formación reglada, una experiencia profesional que muscula su oficio diario, la aplicación de planteamientos rigurosos, aunados a dosis de originalidad extrema, y una vocación robusta son condiciones precisas que se cumplen en la muestra. Pero, con distintas variantes, en las historias que los agentes promotores han contado sobre por qué eligieron esos pueblos para el desarrollo de su actividad y cómo se fueron creando sus plantillas, hay muchos *match points* en los que la continuación del proyecto podría haber quedado a un lado u otro de la red.

En consecuencia, sin un proyecto consistente y motivado, como la totalidad de los casos estudiados reflejan sin excepción, no se habría iniciado nada. Pero sin unas condiciones externas favorables, en ocasiones hilvanadas espontáneamente, no se hubiera culminado su realización, lo que exige avanzar en el desarrollo de políticas y estrategias que posibiliten contextos más positivos, para reducir, así, estas altas tasas de incertidumbre.

Situación profesional: realización, reconocimiento y frustración

La situación profesional de los agentes promotores fue tratada durante las entrevistas, pero no en los cuestionarios, dada la dificultad de trasladarla a escalas numéricas, en la medida que alude a percepciones subjetivas muy personales.

En principio, las personas entrevistadas se sienten muy realizadas en las tareas que desempeñan, con un alto grado de iniciativa y el reconocimiento de su equipo de trabajo y sus públicos más habituales, al que se suma en la mayoría de los casos el de la comunidad rural con la que conviven. Remuneraciones inestimables, muy valiosas y superiores a las de otros desempeños profesionales.

En todo caso, y especialmente en los pequeños proyectos nacidos desde la iniciativa privada, que no cuentan con una cobertura estable de ingresos, se manifiesta un estrés financiero no tan vinculado a causas concretas, sino sistémico y difuso, como consecuencia de desarrollar su actividad entre pequeñas poblaciones donde la afluencia de público es irregular y las subvenciones son cada vez más complicadas en su tramitación, con baremaciones que pocas veces tienen en cuenta el contexto rural despoblado en el que se localiza un importante número de estas iniciativas. De modo que los aspectos de gestión y búsqueda de financiación absorben muchas más unidades de ese recurso tan importante y escaso que es el tiempo, restándolas de la creatividad. En bastantes entrevistas, se aludía a situaciones de frustración al enfrentarse en batalla desigual con unas formalidades burocráticas extremas y la falta de empatía de algunos gestores. Los estados de ánimo influyen directamente en la capacidad de trabajo y en la creatividad, por lo que los cuidados que suelen darse entre sí las personas que comparten tareas es fundamental, y sobre ellos se pregunta en las entrevistas. Afortunadamente, esas relaciones de apoyo y reciprocidad son fuertes en la mayoría de los equipos y proyectos. De modo que argumentos opuestos, como son fragilidad y robustez, precariedad y cuidados, coinciden, casan y generan una química potente con la que disolver prejuicios, plusvalías y alienaciones.

Vínculos con la comunidad

Un rasgo que se aprecia en las entrevistas es que la mayoría de los agentes promotores sienten el proyecto como parte de su vida y se consideran integrados en la comunidad rural en que conviven. Es decir, las dimensiones territorial y social, junto con la profesional y la personal, estarían mezcladas, conformando una realidad con sentido propio de la que las partes por separado carecerían. Se trata, en suma, de analizar un estilo de vida en los agentes promotores que comprende muchos elementos con los que sentirse a gusto, en línea con una amplia literatura sobre los motivos por los que la población neorrural y la autóctona eligen deliberadamente residir en territorios periféricos⁵¹. Y aunque las variables sobre infraestructuras, economía y servicios también entran en juego, lo decisivo es su mentalidad, la forma como interpretan esos lugares. La eudemonía o tener como propósito una «buena vida», no necesariamente maximizadora, suele motivar a ciertas personas a implicarse en proyectos creativos y a vivir en pequeñas comunidades rurales que tienen la escala idónea para erigirse en sujetos activos, pues en ellas la cultura tiene un valor intrínseco muy alto⁵².

51 Sin afán de exhaustividad, cabe desatacar dos trabajos recientes muy sugerentes que investigan sobre los estilos de vida como factor de atracción de nuevas personas residentes en pequeñas poblaciones rurales, estarían: Klien, S. (2019). «Entrepreneurial selves, governmentality and lifestyle migrants in rural Japan», *Asian Anthropology*, 18(2), pp. 75-90. Zarecor, K. E., Peters, D. J., y Hamideh, S. (2021). «Rural smart shrinkage and perceptions of quality of life in the American Midwest», *Handbook of Quality of Life and Sustainability*, pp. 395-415.

52 La revista *Journal of Rural Studies* dedicó una sección especial a *Re-imagining the Good Life* en la que se presenta una interesante investigación sobre el papel de la cultura, más allá de sus habituales consideraciones instrumentales, como elemento con valor intrínseco en la «buena vida» de la población rural. Scott, K., Rowe, F., & Pollock, V. (2018). «Creating the good life? A wellbeing perspective on cultural value in rural development», *Journal of Rural Studies*, 59, pp. 173-182.

Del conjunto de las entrevistas se deduce que todos los asuntos tratados son vasos comunicantes, cuyas valoraciones evolucionan en función del resto y que presentan altas dosis de subjetividad. Una parte de la identidad de los agentes promotores, la que aparentemente más los define, tiene que ver con la suerte de sus proyectos, en la que se trasluce una vocación que desborda lo estrictamente profesional, ya que, cuando se trata de propuestas fuertemente enraizadas en el territorio, la comunidad ocupa un lugar relevante en sus motivaciones. De modo que, además del buen funcionamiento de su organización y de que las programaciones sean técnicamente de calidad, entre sus metas se encuentran que la vecindad disfrute de una mejor oferta de ocio, que se conserven y actualicen saberes de siempre y que ciertos colectivos, como la infancia, la juventud y las personas mayores, establezcan unas relaciones fluidas, para ser personas más capaces y protagonistas de una vida en comunidad. Tanto es así que estos componentes idiosincráticos de los proyectos dificultan su estandarización, porque una parte esencial de su éxito tiene que ver con el lugar en que están enraizados (*social capital bonding*) y desde el cual crecen y se relacionan (*social capital bridging*). Al trasplantar una planta ya muy crecida, se corre el riesgo de que, expresión tan bonita de la gente del campo, «haga sentimiento», y no se adapte al nuevo terreno. Esto también puede suceder con proyectos en los que el clima en que conviven ha sido decisivo para que la idea seminal creciera.

Estas características de los proyectos, que se expresan como fortalezas, tienen también otra derivada crítica adicional. En el momento en que esas personas que hoy en día lideran los proyectos pasaran a un segundo plano, emigraran o desaparecieran, estas propuestas podrían entrar en crisis. En las empresas familiares el cambio en el liderazgo de una generación a otra es problemático. En este tipo de iniciativas, todavía más complejas al depender de elementos muy específicos, las crisis por renovación en su gestión pueden ser una situación más que probable.

5.2 Conclusiones derivadas de los cuestionarios

Junto a los elementos de carácter cualitativo destacados en el apartado anterior, es deseable recabar indicadores cuantitativos que permitan ordenar los elementos que pueden tener una mayor influencia en el devenir de los proyectos seleccionados. Este apartado presenta algunos de los resultados que se desprenden de las fichas 2 a 5 del cuestionario a agentes promotores.

5.2.1. Factores determinantes en el origen y primeras etapas

Los factores relevantes en el origen y primeras etapas de los proyectos han quedado sistematizados en 19 ítems, que contemplan cuestiones relacionadas con el agente promotor y el equipo, el contexto territorial, institucional y comunitario y la disponibilidad de recursos materiales y financieros, entre otros aspectos.

Factores determinantes ⁵³ (selección de hasta 7 ítems del total)	Valoración del ítem (entre 0 y 10)		Elección como factor determinante		
	Valoración promedio	Desv. estándar ⁵⁴	N.º de veces elegido como factor más determinante ⁵⁵	N.º de veces elegido como primer o segundo factor ⁵⁶	N.º de veces elegido
Emprendimiento/grado de iniciativa de los agentes promotores	9,42	1,07	10	14	17
Encuentro con las personas idóneas, complementarias	8,37	1,26	2	5	11
Vocación profesional	7,79	2,30	1	4	10
Entorno comunitario favorable	7,26	2,05	0	2	11
Entorno institucional/político favorable	6,95	2,80	1	2	9
Población vinculada de carácter estable (vecinos/as, hijos/as del pueblo, que se implican en su dinámica)	6,95	2,59	0	0	6
Experiencia previa	6,74	3,11	0	3	9

⁵³ En cada una de las tablas del apartado 5.2 y del capítulo 6, los ítems se ordenan en función de la mayor puntuación obtenida dentro de su bloque.

⁵⁴ La desviación estándar es una medida que ofrece información sobre la dispersión media de una variable. La desviación estándar es siempre mayor o igual que cero. De este modo, a mayor desviación estándar, mayor dispersión de las valoraciones respecto a la media obtenida.

⁵⁵ En esta tabla y en las tablas sucesivas del apartado 5.2., para esta columna, el número máximo de factores seleccionados es 19, ya que uno de los agentes promotores no cumplimenta los cuestionarios, facilitando la información de su proyecto exclusivamente a través de entrevista. En esta columna, un número de selección inferior a 19 respondería a la elección de la opción «otros» en cuestionario, que no queda reflejada en las tablas.

⁵⁶ En esta tabla y en las tablas sucesivas del apartado 5.2., para esta columna, el número máximo de factores seleccionados es 38, ya que uno de los agentes promotores no cumplimenta los cuestionarios, facilitando la información de su proyecto exclusivamente a través de entrevista. En esta columna, un número de selección inferior a 38 respondería a la elección de la opción «otros» en cuestionario, que no queda reflejada en las tablas.

Cualificación, formación recibida	6,68	2,63	0	0	4
Mentalidad abierta, confianza, compromiso y tolerancia de su población local (y de la población de la comarca inmediata)	6,11	2,90	1	1	11
Recursos financieros públicos	5,84	3,58	1	2	10
Reputación territorial	5,53	2,63	1	1	5
Instalaciones adecuadas	5,47	3,26	0	1	9
Gusto por la cultura en su población local (y de la población de la comarca inmediata)	5,06	3,15	0	0	6
Recursos/capital propio o de familiares	3,32	3,77	0	2	4
Posibilidades laborales complementarias	3,17	3,07	0	0	3
Recursos financieros privados	2,53	3,04	1	1	1
Accesibilidad a su sede desde otros territorios más dinámicos	2,32	2,79	0	0	3
Existencia de una ciudad próxima	2,00	2,36	0	0	1
Nivel de renta/capacidad adquisitiva de su población local (y de la población de la comarca inmediata)	2,00	2,45	0	0	0

—> El factor humano, en concreto, la capacidad de emprendimiento de los agentes promotores (9,42), unida a su vocación profesional (7,79) y experiencia previa (6,74), es un elemento esencial en el origen de los proyectos, por encima de otros factores que *a priori* podrían resultar clave, si se atiende a las políticas que fomentan la localización de actividades, como son la disponibilidad de recursos financieros (públicos: 5,84; privados: 2,53; capital propio: 3,32), los factores económicos vinculados a la población del entorno (2,00) o la existencia de núcleos urbanos próximos (2,00).

—> A estos elementos, que ponen en el centro la figura del agente promotor, se suman otros que también se vinculan al capital humano, como la coincidencia con las personas idóneas para el desarrollo del proyecto (8,37). Como se exponía en apartados anteriores, la forma de generar un equipo de trabajo eficiente depende de cualidades personales en las que el talento es clave y de la existencia de unos valores compartidos que permitan generar un ambiente de trabajo estimulante en el plano intelectual y humano.

—> Por otro lado, y también en relación con el componente humano, la presencia de un entorno comunitario favorable (7,26) y, con una intensidad inferior, la mentalidad abierta, la confianza y el compromiso de la población (6,11) han sido elegidos como factores relevantes por más del 50 % de las personas encuestadas.

→ En último término, la disponibilidad de un entorno institucional y político favorable (6,95) ha sido subrayada por los proyectos de titularidad pública (8,44)⁵⁷ y los de naturaleza concertada (8,50)⁵⁸.

5.2.2. Factores determinantes para el buen funcionamiento

Los factores que determinan el buen funcionamiento de los proyectos en su día a día están condicionados por una diversidad de circunstancias que se han sistematizado en 29 variables, agrupadas en 5 bloques: capital humano y contenidos, aspectos vinculados a la gestión, valoración externa del proyecto, contexto y ciclo económico y factores políticos.

Factores determinantes (selección de hasta 3 ítems de cada bloque)	Valoración del ítem (entre 0 y 10)		Elección como factor determinante		
	Valoración promedio	Desv. estánd.	N.º de veces elegido como factor más determinante	N.º de veces elegido como primer o segundo factor	N.º de veces elegido
<u>Capital humano del proyecto, intangibles relativos a su organización y capacidad de innovar/crear</u>					
Implicación/compromiso del equipo	9,84	0,50	14	15	19
Experiencia del equipo	7,95	2,15	2	10	12
Formación del equipo	7,84	2,12	3	6	13
Planificación/renovación de contenidos basada en autoproducción	6,95	2,53	0	1	3
Planificación/renovación de contenidos aportados desde fuera (adquisiciones, intercambios, colaboraciones, etc.)	6,74	1,41	0	4	7
<u>Aspectos vinculados a la gestión</u>					
Ingresos públicos	8,26	1,94	3	9	15
Contactos y vínculos personales	8,16	1,42	6	11	13
Rigor en la gestión interna financiera y administrativa	8,11	2,05	9	12	15
Actividades de publicidad, comunicación a gran escala	6,11	2,60	1	2	4
Ingresos por actividades culturales principales (entradas, contratos por actuaciones, etc.)	4,26	3,81	0	1	3
Mecenazgos	3,28	3,25	0	2	1
Ingresos por actividades complementarias o secundarias	3,26	3,03	0	0	3
Personas asociadas, donaciones de particulares	2,47	2,46	0	0	2

⁵⁷ Dato no reflejado en tabla.

⁵⁸ Dato no reflejado en tabla.

Valor reconocido al proyecto

Valoración del público	8,89	1,05	9	16	17
Valoración de la crítica especializada y reconocimientos profesionales	8,63	1,16	4	10	16
Valoración de la vecindad y de la gente vinculada al pueblo	8,42	1,26	5	9	14
Valoración/colaboración con personal investigador, universidad	6,95	3,26	0	1	6
Cambios en las preferencias de ocio y culturales	6,53	1,93	1	2	4

Contexto funcional y ciclo

Capacidades/competencia profesional/motivaciones de proveedores artísticos	7,89	2,21	8	11	13
COVID-19, en qué medida ha condicionado negativamente (10 significa que no ha permitido desarrollar ninguna actividad y 0 que apenas ha influido en su oferta y asistencia)	7,05	2,48	2	5	8
Calidad de proveedores genéricos	6,89	1,91	1	4	10
Costes mayores de vivir fuera de una gran ciudad o de un área dinámica (inmediatez en servicios, relaciones, etc.)	5,37	2,73	0	1	3
Ciclo económico general desfavorable (10 significa que la situación económica ha influido muy negativamente y 0 que apenas ha influido en su oferta y asistencia)	4,95	3,03	3	6	6
Costes menores de vida en el medio rural (vivienda, mantenimiento, espacios, etc.)	4,89	2,85	0	3	6
Ciclo económico general favorable (10 significa que la situación económica ha influido muy positivamente y 0 que apenas ha influido en su oferta y asistencia)	4,58	3,25	2	3	3

Políticas públicas y cargos políticos

Talante personal, implicación, conocimientos y gusto por la cultura del/de la alcalde/sa y el/la concejal/a de cultura del ayuntamiento	7,37	2,85	6	8	13
Política cultural del ayuntamiento: apoyos financieros, colaboración institucional, programaciones culturales, etc.	6,53	2,34	1	10	13
Talante personal, implicación, conocimientos y gusto por la cultura de políticos/as y gestores/as en el ámbito autonómico/regional	5,68	3,18	2	5	9
Política cultural de la comunidad autónoma: estrategias, presupuestos, normas, burocracia más ágil, etc.	5,42	2,73	6	7	12

→ Los factores vinculados al capital humano son los que obtienen una valoración más alta, en especial, el compromiso del equipo de trabajo (9,84). De este modo, la implicación, experiencia (7,95) y formación (7,84) del equipo se consideran los factores más relevantes dentro del primer bloque, por encima de la planificación y renovación de contenidos (6,95 y 6,74). Respecto a esta última, se ha de distinguir la planificación y renovación de contenidos basada en el trabajo interno, que los espacios culturales permanentes (7,63)⁵⁹ y los de creación, producción y mediación (7,25)⁶⁰ estiman como un factor destacado, mientras que la renovación de contenidos a partir de aportes externos, como intercambios o colaboraciones, adquiere mayor trascendencia para la categoría de festivales (7,67)⁶¹.

→ Entre los aspectos más vinculados con la gestión de los proyectos, las cuestiones clave son la disponibilidad de ingresos públicos (8,26), los contactos y relaciones personales (8,16) y el rigor en la gestión interna, tanto a nivel financiero como administrativo, (8,11).

Es preciso destacar que los ingresos procedentes de presupuestos públicos, a través de convenios, subvenciones y otros mecanismos, parecen tener una incidencia muy superior a los que proceden de las actividades principales (4,26) y complementarias (3,26), así como de mecenazgos privados y donaciones (3,28). Es significativo el caso de los proyectos de naturaleza privada, en los que se observa un fuerte incremento en su dependencia de fuentes de financiación pública (fundaciones privadas: 7,67; privados de pequeña escala: 7,00)⁶², respecto a la etapa de origen (fundaciones privadas: 3,25; privados de pequeña escala: 3,00)⁶³.



⁵⁹ Dato no reflejado en tabla.

⁶⁰ Dato no reflejado en tabla.

⁶¹ Dato no reflejado en tabla.

⁶² Datos no reflejados en tabla.

⁶³ Datos no reflejados en tabla.

Cabe destacar, asimismo, la menor importancia otorgada a las actividades de publicidad y comunicación a gran escala (6,11), frente a la asignada a la difusión vinculada a los contactos personales o capital relacional (8,16). Se advierte, no obstante, una divergencia en las valoraciones en función de la tipología de proyecto. Son los festivales los que recurren en mayor medida a acciones publicitarias y de comunicación a gran escala (7,33)⁶⁴, mientras que para los proyectos de difusión y socialización (8,75)⁶⁵ y para los espacios culturales permanentes (8,38)⁶⁶ adquiere un peso mayor la relación directa con los miembros de la comunidad.

→ El reconocimiento externo se considera un elemento de gran relevancia en la vida de los proyectos. Prueba de ello son las altas valoraciones que reciben buena parte de los ítems incluidos en este bloque. Los agentes promotores consideran que el reconocimiento más importante es el que procede de los usuarios de sus actividades y servicios (8,89), para situar, a continuación, el de la crítica especializada y el entorno profesional (8,63) y el de la vecindad en su conjunto (8,42).

→ Entre los factores vinculados con aspectos funcionales y del contexto, resultan esenciales las competencias y capacidades de los proveedores artísticos (7,89), muy por encima de la importancia otorgada a otro tipo de proveedores (6,89). No parecen trascendentes los costes diferenciales asociados al entorno en el que se desarrollan los proyectos, ni los derivados del desarrollo de la actividad fuera de un área dinámica (5,37), ni los beneficios que podrían extraerse por localizar el proyecto en un ámbito rural en el que los costes de vida son, en principio, menores (4,89).

→ Dentro de los factores de carácter político, las preguntas se centran en dos ámbitos institucionales, comunidades autónomas y ayuntamientos⁶⁷. Las conclusiones no son sencillas, observándose en todos los ítems importantes desviaciones estándar, que obligan a un posterior análisis atendiendo a la naturaleza pública o privada de los promotores. En general, el valor otorgado a los ayuntamientos (políticas culturales: 6,53; talante personal: 7,37) es superior al de las comunidades autónomas (políticas culturales: 5,42; talante personal: 5,68). Del conjunto, se observa, además, que los agentes promotores valoran más el talante, los conocimientos y la sensibilidad de los políticos que la existencia de unas políticas culturales claramente definidas.

En esas condiciones, los agentes políticos locales parecen tener ventajas sobre los de niveles administrativos superiores. Es preciso tener en cuenta que los proyectos de carácter público (10 de 20) son en su mayoría iniciativas municipales (6 de 10), lo que genera un sesgo a favor del contexto local, que puede repercutir en la gran trascendencia que conceden los proyectos públicos al talante, implicación y gusto

⁶⁴ Dato no reflejado en tabla.

⁶⁵ Dato no reflejado en tabla.

⁶⁶ Dato no reflejado en tabla.

⁶⁷ Una de las personas encuestadas quiso destacar, a través del apartado «otros», la relevancia que otorga a su diputación.

por la cultura de políticos y gestores municipales (8,30)⁶⁸. Ahora bien, para todas las tipologías de proyectos, independientemente de cuál sea la naturaleza de su promotor, la importancia de este factor es muy superior a la que se concede a las características personales de agentes políticos y técnicos de las comunidades autónomas.

5.2.3. Factores determinantes para la consolidación y/o supervivencia a medio y largo plazo

Un aspecto que preocupa a las personas comprometidas con un proyecto tiene que ver con sus expectativas de futuro. La probabilidad de supervivencia a medio y largo plazo está condicionada por variables que, en numerosas ocasiones, escapan a la capacidad de control del agente promotor. Para su estudio, se han sistematizado 40 factores, ordenados en 4 bloques: los de carácter personal, los internos al proyecto, los externos y, por último, los factores específicos del territorio y de la comunidad local en la que se ubica.

Factores determinantes	Valoración del ítem (entre 0 y 10)		Elección como factor determinante del bloque		
	Valoración promedio	Desv. estánd.	N.º de veces elegido como factor más determinante	N.º de veces elegido como primer o segundo factor	N.º de veces elegido
Elementos de carácter personal (selección de hasta 3 ítems del bloque)					
Compromiso con la dinamización del territorio, la comunidad local y el mundo rural, activismo vinculado al lugar	9,26	0,73	2	6	11
Vocación profesional	8,86	2,06	7	10	13
Resiliencia, capacidad de adaptación ante crisis y dificultades	8,84	1,42	2	6	7
Realización personal	8,79	1,03	2	5	7
Gusto personal por un entorno rural	8,63	0,96	1	4	6
Apoyo afectivo de las personas más próximas	7,89	1,45	0	1	3
Implicación de las personas que integran el proyecto, pero no son sus agentes promotores	7,63	2,48	4	5	8
Apoyo financiero de las personas más próximas	3,32	3,25	1	1	1
Elementos internos al proyecto (selección de hasta 3 ítems del bloque)					

⁶⁸ Dato no reflejado en tabla.

Creatividad e innovación, renovación de programaciones	8,63	1,21	7	13	15
Estabilidad de los recursos humanos	8,16	2,57	9	12	15
Diversificación de las actividades de la organización	7,53	2,50	1	7	10
Publicidad, <i>marketing</i> , acciones de comunicación	7,37	1,77	1	3	11
Entrada y salida de recursos humanos	5,53	2,98	0	1	3

Elementos externos al proyecto
(selección de hasta 4 ítems del bloque)

Recursos financieros públicos	7,95	1,84	5	9	13
Entorno institucional/político favorable	7,84	2,48	4	8	11
Instalaciones adecuadas en propiedad o a coste bajo	7,68	2,24	5	8	13
Trabajo en red, colaboración con otras iniciativas culturales (proximidad funcional, pero no territorial)	7,26	1,88	2	4	9
Colaboración desde universidades	6,74	2,88	2	4	11
Comunidad de iniciativas culturales próxima que genera un ecosistema cultural	5,95	2,46	1	2	5
Recursos financieros privados	4,84	3,20	0	0	2
Accesibilidad a su sede desde otros territorios más dinámicos	4,67	2,81	0	1	2
Recursos/capital propio o de familiares	4,11	3,63	0	2	2
Existencia de una ciudad próxima que provee de servicios cualificados y público	3,74	2,60	0	0	1

Elementos específicos del territorio y de la comunidad local/comarcal
(selección de hasta 5 ítems del bloque)

Activos y atractivos paisajísticos, medioambientales y culturales	8,21	1,72	1	4	7
Reputación del territorio que capitaliza el proyecto	7,79	1,90	3	5	10
Entorno comunitario favorable	7,79	2,18	3	5	9
Patrimonio cultural inmaterial	7,63	2,41	2	6	8
Patrimonio cultural material	7,58	2,29	4	5	8
Mentalidad abierta, confianza, compromiso y tolerancia de su población local (y de la población de la comarca inmediata)	7,21	2,44	1	2	7
Gusto por la cultura de su población local (y de la población de la comarca inmediata)	7,00	2,67	1	2	6
Población vinculada de carácter estable (vecinos/as, hijos/as del pueblo, que se implican en su dinámica)	6,95	2,48	1	1	7
Colaboración desde la escuela/instituto, AMPA	6,94	1,70	0	1	2

Banda ancha, conectividad, buena cobertura	6,68	3,23	1	1	2
Servicios públicos que permitan una buena calidad de vida	6,53	2,48	0	1	4
Integración de la localidad en un territorio turístico	6,47	2,57	1	2	6
Vivienda para residir	5,95	2,93	0	0	0
Servicios privados que permitan una buena calidad de vida	5,89	2,62	0	0	1
Colaboración desde agencias de desarrollo rural, grupos LEADER, centros de estudios comarcales/locales (no estrictamente públicos)	5,84	2,75	0	2	3
Nivel de vida más barato en el territorio	5,00	2,89	0	0	1
Nivel de renta/capacidad adquisitiva de la población local (y de la población de la comarca inmediata)	4,16	3,02	0	0	0

—> Tomando como referencia los ítems que obtienen unas valoraciones más altas, resulta evidente que la condición necesaria para la supervivencia del proyecto sigue siendo el agente promotor. De este modo, su fuerte compromiso con la dinamización del territorio y con la comunidad que lo habita (9,26), su vocación profesional (8,86), su capacidad de resiliencia (8,84), sus posibilidades de realización personal (8,79), su gusto por la vida en un entorno rural (8,63) y que cuente con el apoyo de su entorno más próximo (7,89) y de otros miembros del equipo (7,63) son factores clave para que la actividad pueda mantenerse en el medio y largo plazo.

—> Los factores internos reciben también una valoración relativamente alta, en especial, la capacidad de innovación, que se traduce en la renovación de sus programaciones (8,63), y la estabilidad de los recursos humanos comprometidos con la actividad (8,16).

Cabe destacar que se otorga una valoración superior a la renovación de contenidos cuando se piensa en la capacidad de supervivencia en el medio y largo plazo, que la que se asignaba cuando lo que se valoraba eran los factores determinantes para el correcto funcionamiento en el día a día. La renovación de las programaciones constituye, como es lógico, un asunto de gran trascendencia para la tipología de festivales (9,00)⁶⁹, pero aún en mayor medida para los proyectos de difusión y socialización (9,25)⁷⁰. Por otra parte, las iniciativas de naturaleza pública (8,90)⁷¹ y concertada (9,50)⁷² son las que demandan con mayor intensidad la estabilidad de sus recursos humanos.

La diversificación de actividades, entendida como generación de nuevas líneas de actividad (7,53), junto a las acciones de publicidad y comunicación (7,37), obtiene

⁶⁹ Dato no reflejado en tabla.

⁷⁰ Dato no reflejado en tabla.

⁷¹ Dato no reflejado en tabla.

⁷² Dato no reflejado en tabla.

unas valoraciones bastante elevadas, pero, cuando las personas encuestadas asignan un orden de importancia a los factores del bloque, las colocan después del resto de variables.

→ A nivel externo, se considera que los aspectos más relevantes son la disponibilidad de recursos financieros públicos (7,95), contar con un entorno institucional y político favorable (7,84), disponer de instalaciones adecuadas en propiedad o a bajo coste (7,68) y el trabajo en red o colaborativo con otras iniciativas culturales (7,26), por razones no tanto de proximidad territorial como funcional. Además, es significativa la poca importancia otorgada a la existencia de una ciudad cercana que pueda proveer de servicios cualificados y público (3,74). El análisis de los factores externos, considerando la tipología de proyecto, municipio y promotor, permite matizar algunas de estas conclusiones.

La trascendencia otorgada a la disponibilidad de fondos públicos y a la presencia de un entorno institucional y político positivo, no se limita a las iniciativas de naturaleza pública (8,50 y 8,90, respectivamente)⁷³ y concertada (9,50 y 9,50, respectivamente)⁷⁴, sino que se hace extensiva a los proyectos privados de pequeña escala. De este modo, las pequeñas iniciativas privadas, al calibrar la importancia futura de un contexto institucional y político favorable (6,50)⁷⁵, elevan su puntuación para este factor en dos puntos respecto al momento de su nacimiento (4,50)⁷⁶.

Por su parte, los espacios de creación, producción y mediación (8,00)⁷⁷, y los festivales (8,00)⁷⁸ estiman como esencial para su supervivencia el fomento del trabajo en red con propuestas culturales similares; variable que también subrayan los proyectos ubicados en pequeñas poblaciones en áreas periféricas (8,00)⁷⁹.

→ El trabajo con los activos y atractivos del territorio, a nivel paisajístico y medioambiental, pero también cultural (8,21), constituye el factor más valorado dentro del bloque dedicado al contexto territorial y comunitario en el que se inscriben los proyectos. Al atender al patrimonio cultural de los territorios, tanto de carácter inmaterial (7,63) como material (7,58), se advierte que, junto a las iniciativas más tradicionalmente vinculadas a la conservación, restauración y dinamización del patrimonio, aparecen otras modalidades de propuestas, como festivales, centros de arte contemporáneo o proyectos de mediación, que desarrollan proyectos vinculados con el patrimonio del territorio.

Tras los activos y atractivos del entorno, los agentes promotores destacan como factores fundamentales el incremento del valor reputacional del territorio (7,79) y la

⁷³ Datos no reflejados en tabla.

⁷⁴ Datos no reflejados en tabla.

⁷⁵ Dato no reflejado en tabla.

⁷⁶ Dato no reflejado en tabla.

⁷⁷ Dato no reflejado en tabla.

⁷⁸ Dato no reflejado en tabla.

⁷⁹ Dato no reflejado en tabla.

presencia de un contexto comunitario implicado (7,79), al que también se demanda un carácter tolerante (7,21) y cierto gusto por la cultura (7,00).

Una vez más, algunos de los factores habitualmente manejados en las estrategias más generales de desarrollo rural y atracción de nuevos residentes han obtenido una valoración relativamente menor. En concreto, que el proyecto se ubique en un territorio turístico (6,47), la disponibilidad de vivienda (5,95) y de servicios relacionados con la calidad de vida (públicos: 6,53; privados: 5,89) o el nivel de renta de la población (4,16).

Sin embargo, algunas de estas variables sí que se manifiestan de manera nítida en los proyectos ubicados en pequeños municipios de áreas periféricas que conceden un alto valor a la existencia de buena conectividad (9,00)⁸⁰ y de servicios privados (8,00)⁸¹.



Centro de Desarrollo Sociocultural Germán Sánchez Ruipérez

⁸⁰ Dato no reflejado en tabla.

⁸¹ Dato no reflejado en tabla.

5.2.4. Análisis DAFO: debilidades, amenazas, fortalezas y oportunidades

El conjunto de fichas, que aspiran a sistematizar la visión de los agentes promotores en relación con el desarrollo pasado, presente y futuro de su proyecto, concluye con un cuestionario de síntesis planteado como una herramienta DAFO, que incorpora un análisis interno en forma de debilidades y fortalezas del proyecto y un análisis externo relativo a las amenazas y oportunidades que ofrece el entorno.

DAFO	Valoración del ítem		Elección como factor determinante del bloque		
	Valoración promedio	Desv. estánd.	N.º de veces elegido como factor más determinante	N.º de veces elegido como primer o segundo factor	N.º de veces elegido
Debilidades (selección de hasta 4 ítems del bloque)					
Precariedad laboral, rentabilidad baja compensada con esfuerzo personal	6,84	2,79	6	9	13
Desgaste como profesionales (estrés, exigencias altas y compensaciones cortas e inestables, incertidumbres, etc.)	6,68	2,14	3	8	17
Falta de apoyo estable desde las instituciones	6,42	2,95	7	10	16
Encarecimiento y/o escasez de <i>inputs</i> , factores o productos necesarios para la actividad	5,58	2,52	2	4	8
Vida personal difícil de conciliar	4,89	3,01	1	3	10
Dificultades para competir con otros programas/proyectos similares (oferta extensa con precios y condiciones a la baja)	4,28	2,56	0	1	4
Amenazas (selección de hasta 5 ítems del bloque)					
Contexto socioeconómico desfavorable	7,11	2,35	5	10	17
Falta de sensibilidad y/o conocimiento en políticos/as y gestores/as públicos/as para generar atmósferas favorables	6,21	2,90	5	11	17
La población considera las actividades culturales como prescindibles en comparación con las vinculadas a otras necesidades	5,79	2,80	1	4	10
Dificultad para aprovechar las nuevas tecnologías	5,53	2,48	2	2	6
Encarecimiento/escasez de instalaciones y servicios específicos cualificados en el mundo rural	5,42	3,27	0	2	7
Escasa valoración de la cultura por parte de la sociedad	5,39	2,77	3	5	12

Pérdida/disminución de mecenazgos, que se reorientan a otro tipo de actividades	4,68	3,50	2	3	10
Competencia desde asociaciones culturales no profesionales	3,32	3,04	0	0	3
Fortalezas (selección de hasta 5 ítems del bloque)					
Vocación profesional	9,16	0,90	8	11	15
Compromiso hacia la comunidad local	9,16	0,83	1	3	18
Cualificación, creatividad, preparación y talento para redefinir proyectos	8,53	1,50	7	10	14
Apoyo de personas y entidades asociadas, público, seguidores	7,95	1,54	1	1	11
Compromiso desde la comunidad local	7,89	2,11	0	1	11
Situación financiera saneada	7,16	2,67	0	4	9
Recursos humanos	7,11	3,28	1	6	11
Apoyo afectivo y material de las personas más próximas	6,47	2,52	1	1	3
Flexibilidad para migrar el proyecto; alta movilidad y capacidad para reinventarse	5,47	2,87	0	1	2
Pluriactividad y/o pluriempleo; resiliencia unida a diversificación	5,26	3,30	0	0	2
Oportunidades (selección de hasta 4 ítems del bloque)					
Fidelidad de quienes tienen gusto por la cultura	8,58	1,07	3	6	16
Valoración social de la cultura como elemento de capacitación personal y de desarrollo de la comunidad	8,11	1,57	7	9	15
Valor reputacional de la cultura, que da prestigio a territorios, gestores, etc.	8,05	1,27	4	12	15
Desarrollo turístico del territorio	7,58	2,12	1	3	13
Mayor presencia mediática e interés por lo cultural y lo rural	6,26	2,81	1	4	6

Un primer resultado para destacar es que, en general, las valoraciones medias asignadas a los elementos con un componente negativo, esto es, debilidades y amenazas, son inferiores a las otorgadas a las fortalezas y oportunidades. Entre estas últimas, obtienen mayor puntuación los ítems que hacen referencia a las fortalezas.

—> En el análisis de las fortalezas, los resultados muestran una coherencia clara con los aspectos destacados en los apartados anteriores. De este modo, la vocación de los agentes promotores y el equipo (9,16), así como su cualificación, creatividad, preparación y talento para redefinir los proyectos (8,53) se estiman como fortalezas esenciales, siendo destacadas por casi el 75 % de las personas encuestadas.

Otros aspectos destacados como fortalezas son su fuerte compromiso hacia la comunidad (9,16), que ha sido seleccionado como elemento clave por casi el 95 % de los agentes promotores, y, en un sentido inverso, el apoyo que reciben de público, personas asociadas y seguidores (7,95), así como del conjunto de la comunidad local (7,89).

Es interesante señalar que, frente a la uniformidad declarada por los agentes promotores al reflexionar sobre su compromiso hacia la comunidad local (desviación estándar 0,83), se observa una mayor disparidad en las valoraciones al abordar el compromiso de la vecindad hacia los proyectos (desviación estándar 2,11). Un análisis individualizado de los casos de estudio permite observar que en aquellos proyectos en los que se favorece la participación de la comunidad en la gestión del proyecto o en el diseño y ejecución de sus actividades, a través de mecanismos como comisiones de vecinos o asociaciones de amigos⁸², la valoración como fortaleza del ítem relativo al compromiso de la comunidad local se eleva de un modo evidente (8,40)⁸³, mientras que para otros proyectos esta ausencia de compromiso podría llegar a transformarse en una amenaza.

—> Las debilidades completan el análisis interno. En este caso, hay tres elementos que destacan sobre los demás y que han sido subrayados por al menos el 65 % de los agentes promotores. En primer lugar, la precariedad laboral, la baja rentabilidad y el desgaste que sufren como profesionales (6,84), debido al estrés, las altas exigencias y un alto grado de incertidumbre (6,68), que, en línea con la información facilitada en las entrevistas, podría relacionarse con una falta de apoyo estable desde las instituciones (6,42).

Estas debilidades son más acusadas por los pequeños promotores privados, que declaran una mayor precariedad laboral (8,75)⁸⁴ y, en consecuencia, un mayor agotamiento y desgaste (7,25)⁸⁵, motivado, entre otras cuestiones, por la ausencia de un apoyo institucional estable (8,75)⁸⁶.

Además, los proyectos de difusión y socialización consideran que esta falta de apoyo institucional estable es una importante debilidad (8,75)⁸⁷, mientras que para el grupo de festivales, cuyos logros son más cuantitativos y visibles en el corto

⁸² Conforme a la información facilitada por los agentes promotores, estos cauces de participación de la comunidad local se detectan con claridad en 5 de los 20 proyectos seleccionados como casos de estudio: 1 Kilómetro de Arte, Complejo Cultural As Quintas, Ecomuseo del Río Caicena, Festival de Espiello y Museo Vostell Malpartida.

⁸³ Dato no reflejado en tabla.

⁸⁴ Dato no reflejado en tabla.

⁸⁵ Dato no reflejado en tabla.

⁸⁶ Dato no reflejado en tabla.

⁸⁷ Dato no reflejado en tabla.

plazo, es una debilidad mucho menos acusada (5,33)⁸⁸. Tal vez podría ser sintomático de esa instrumentalización de la cultura hacia aquellos eventos más noticiables en medios de comunicación y redes sociales.

→ Del entorno, se perciben dos amenazas que sobresalen respecto a otras también sometidas a valoración. En ambas, se intuye un componente económico y una clara conexión con las debilidades apuntadas en el apartado anterior. En concreto, los contextos socioeconómicos de crisis e incertidumbre (7,11) y la falta de sensibilidad y conocimiento de agentes políticos y personal de la administración para cooperar y generar atmósferas favorables (6,21). Conviene señalar que, aunque los agentes promotores consideran que las claves para que el proyecto se desarrolle y consolide tienen que ver con elementos con un marcado componente humano, vinculados al agente promotor, a las personas comprometidas con el proyecto y a la población, cuando reflexionan sobre las amenazas ponen el foco en elementos con una dimensión económica.

En coherencia con el análisis del bloque de debilidades, se percibe que los festivales, a diferencia de las restantes tipologías de iniciativas, apenas acusan la amenaza de una falta de sensibilidad y conocimiento por parte de los agentes políticos (2,33)⁸⁹, que cabría relacionar con su mayor capacidad para generar ingresos económicos directos, siendo este un impacto que se hace extensivo al conjunto de la población y que podría traducirse en un mayor rédito electoral.

→ Entre las oportunidades percibidas, las más destacadas son las que se vinculan con el valor reputacional de la cultura, tanto por la valoración que le otorga la sociedad como elemento de capacitación y desarrollo de la comunidad (8,11) y por el prestigio que aporta a los territorios y a sus gestores (8,05) como por la fidelidad hacia los proyectos que muestran quienes tienen gustos culturales (8,58).

En este bloque, aspectos como el desarrollo turístico de los territorios (7,58) o un mayor interés y presencia mediática de la cultura y lo rural (6,26) reciben una valoración menor que los anteriores.

⁸⁸ Dato no reflejado en tabla.

⁸⁹ Dato no reflejado en tabla.

6

IMPACTOS DE LOS PROYECTOS CULTURALES EN EL MEDIO RURAL

- 6.1. Impactos percibidos por la población local
- 6.2. Impactos percibidos por los agentes cualificados
- 6.3. Impactos percibidos por los agentes promotores
- 6.4. Comparación entre los impactos percibidos por los distintos grupos de consulta



Este apartado se centra en analizar la diversidad de impactos de los proyectos culturales que constituyen los casos de estudio, tanto por los agentes promotores y los agentes cualificados, que pueden tener un conocimiento más preciso de algunos de sus efectos, como por la población local de aquellos lugares donde tienen presencia estas iniciativas, cuya perspectiva es especialmente importante en orden a valorar la dimensión cualitativa de sus impactos.

En la metodología se ha explicado que, dada la imposibilidad de estimar estos impactos con fuentes estadísticas directas, se ha optado por el método del caso y por la realización de encuestas a los tres grupos de consulta. Analizar el impacto de los proyectos por medio de encuestas plantea el problema de que la percepción de quienes responden no tiene por qué coincidir exactamente con la realidad. En este sentido, la estrategia que se ha desarrollado consiste en combinar la percepción de impactos por parte de tres grupos de consulta, con el fin de obtener una radiografía lo más precisa y objetiva posible.

Los resultados obtenidos no se exponen de manera individualizada, proyecto por proyecto, sino que se estudian de forma conjunta, agrupándolos en algunos casos por tipologías de iniciativas y por el carácter del municipio donde desarrollan su actividad. En la presentación de los resultados generales de cada grupo de consulta se examinan la totalidad de los ítems planteados en sus cuestionarios, agrupándolos para posteriores análisis en cuatro bloques de impactos: demográficos, económicos, relativos al bienestar personal y comunitario, y reputacionales.

- En los impactos demográficos se trata de establecer si el desarrollo de los proyectos culturales favorece la atracción de nuevas personas residentes o el mantenimiento de la población. Esta es una única pregunta común en las encuestas de todos los grupos de consulta.
- Para estudiar los impactos económicos, se incluyen diversos ítems, que buscan conocer cuál es la percepción de los agentes en términos de mejora de los ingresos de empresas y profesionales del entorno, con especial atención a proveedores, comercios, hostelería, alojamientos y empresas turísticas, artistas y talleres artesanos; creación o atracción de empresas; incremento del empleo; revalorización de locales, viviendas y alquileres, y, como consecuencia de todo lo anterior, una mejora de las rentas de la población en general.
- Con los impactos relacionados con el bienestar personal y comunitario, el objetivo es averiguar si los proyectos mejoran las posibilidades de ocio de la población del entorno; favorecen el desarrollo de un espíritu crítico y creativo; generan localidades más vivas al dinamizarlas; impulsan la acción comunitaria y refuerzan los vínculos sociales; facilitan la integración de nuevas personas residentes y la disolución de prejuicios hacia ciertas comunidades, o mejoran la autoestima, el arraigo y el sentido de pertenencia.

- Por último, con los impactos reputacionales se busca una aproximación a los efectos vinculados con la mejora de la imagen y el conocimiento externo de la localidad y la comarca, su contribución a potenciar la imagen turística del lugar o su incidencia en una mejor percepción de su pueblo por parte de la vecindad. Esta última cuestión, que hace referencia a la reputación interna, está en estrecha relación con la generación de sentimientos de orgullo, pertenencia y arraigo, por lo que presenta, a su vez, un componente de bienestar.

En la exposición de los resultados se explican, en primer lugar, los derivados de las encuestas a la población local, para continuar con los de los agentes cualificados y finalizar con los de los agentes promotores. En segundo lugar, una vez analizados los impactos percibidos por los tres grupos de consulta, se realiza una breve comparativa, partiendo de la premisa de que una coincidencia entre ellos otorgaría, en principio, a estos resultados un especial valor y solidez.



Ecomuseo del Río Caicena

6.1 Impactos percibidos por la población local

La gran ventaja de las aportaciones que proceden de la población local es la alta tasa de respuesta, ya que se dispone de un total de 2.451 encuestas. Para cada proyecto, dispone de una horquilla de entre 75 y 200 respuestas, lo que se estima, también, un margen razonable para considerar representativos los resultados, ya que normalmente se trata de localidades rurales con un número de habitantes poco elevado.

Percepción de impactos	Valoración promedio	Desviación estándar
<u>Demográficos</u>	<u>6,87</u>	
Favorece la atracción de nuevas personas residentes y/o el mantenimiento de la población	6,87	2,73
<u>Económicos</u>	<u>5,99</u>	
Produce un incremento de los ingresos de empresas y profesionales del entorno	7,23	2,43
Aumentan las oportunidades de empleo de la población del entorno	5,74	2,91
Revalorización de locales, viviendas o alquileres	5,71	2,95
Influye en el nacimiento de nuevas empresas o actividades económicas	5,28	2,92
<u>Bienestar personal y comunitario</u>	<u>7,26</u>	
Favorece la adquisición de conocimientos y fomenta un espíritu más creativo y crítico	7,64	2,33
Ofrece más opciones de ocio y entretenimiento para la población del entorno	7,56	2,42
Ayuda al bienestar y autoestima de la vecindad	7,30	2,45
Mejora las relaciones entre la población local	7,25	2,48
Favorece la integración de nuevas personas residentes	6,58	2,89
<u>Reputacionales</u>	<u>7,87</u>	
Favorece el conocimiento y/o mejora la reputación de la localidad y su entorno	8,03	2,25
Mejora la percepción que la vecindad tiene de la cultura	7,84	2,33
Mejora la imagen que la vecindad tiene de su pueblo	7,76	2,33

Comenzando por los resultados generales, la población residente otorga un impacto significativo a los proyectos, situando todos los bloques de efectos en una horquilla de entre 6 y 8 sobre 10.⁹⁰

Una primera lectura revela que los efectos reputacionales son los que tienen un mayor impacto (7,87), seguidos muy de cerca por los relativos al bienestar personal y comunitario (7,26).

—> En cuanto a los impactos reputacionales, se observa que, gracias al desarrollo de los proyectos, la imagen que la vecindad tiene de su pueblo (7,76) y la de la población no residente (8,03) han mejorado significativamente. Se está enfatizando el fortalecimiento del capital social local que generan los proyectos, pero también la percepción externa más positiva que se tiene del municipio. Lo primero implica una mejora en el sentimiento de pertenencia y también del propio sentido que tiene vivir en un pueblo. Se trata de un intangible, pero que, sin duda, es muy valioso a la hora de dar sentido a la vida que desarrollan las personas. Por su parte, la mejora reputacional hacia el exterior puede generar efectos variados como atracción de nuevos residentes o de visitantes ocasionales. Es interesante destacar que los proyectos han influido, asimismo, en la visión que la vecindad tiene de la cultura, otorgando a este ítem una valoración muy alta (7,84).

—> La mejora del bienestar personal y comunitario se refleja en aspectos variados, como el enriquecimiento cultural personal (7,64), la ampliación de las posibilidades de ocio (7,56), algo sin duda importante cuando se vive en un municipio de pequeña población, un incremento en el bienestar y la autoestima (7,30) o una mejor relación entre los integrantes de la comunidad (7,25). Es interesante destacar que se considera que estos proyectos favorecen la integración de nuevos residentes (6,58).

—> Pese a que la valoración de los impactos económicos y demográficos es inferior a las anteriores, se estima que es, también, notablemente positiva.

Respecto a los demográficos, se valora que el desarrollo de los proyectos ha favorecido la atracción de habitantes y el mantenimiento de la población (6,87).

En cuanto a los impactos económicos (5,99), la elevación de ingresos que los proyectos han producido en empresas y profesionales del entorno (7,23) es, con diferencia, la consecuencia más importante. Aunque con resultados todavía positivos, pero solo levemente por encima de un 5 se sitúan la mejora del empleo (5,74), la revalorización de viviendas, alquileres y locales (5,71) o la creación de empresas (5,28).

⁹⁰ Se advierten en todos los ítems desviaciones estándar ubicadas entre el 2 y el 3, que responden a que las puntuaciones obtenidas por los proyectos se extienden sobre un rango de valores más amplio que la media y a que no todos ellos generan la totalidad de impactos contemplados o no lo hacen con la misma intensidad. A este hecho se suma la necesidad de matizar las valoraciones, teniendo en cuenta diversas características de quienes responden, su lugar de residencia o el medio utilizado para realizar la encuesta.

Impactos por tipología de proyecto

Atendiendo a la tipología de los proyectos, es importante destacar que la dispersión en la valoración de los efectos es muy moderada, independientemente de la modalidad de proyecto que se aborde. Aun así, se pueden encontrar algunas diferencias interesantes.

	Valoración promedio				Total
	Espacios culturales permanentes	Creación, producción y mediación	Festivales	Difusión y socialización	
Personas encuestadas	897	451	478	625	2.451
Demográficos	6,83	6,86	7,16	6,71	6,87
Económicos	5,90	5,94	6,51	5,86	5,99
Bienestar personal y comunitario	7,39	6,89	7,72	6,92	7,26
Reputacionales	7,98	7,35	8,20	7,78	7,87

→ La población local percibe altos efectos reputacionales y en términos de bienestar para todas las tipologías de proyectos, como ya se ha explicado con anterioridad.

Los espacios de creación, producción y mediación, así como los proyectos de difusión y socialización obtienen valoraciones elevadas, aunque inferiores a las otras dos tipologías.

→ En opinión de la vecindad, los proyectos que generan impactos más relevantes en todos los bloques son los encuadrados en la categoría de festivales y eventos de duración determinada, quizás por su mayor visibilidad y reputación externa, al tiempo que habría que tomar en consideración el importante efecto de arrastre producido por alguno de los proyectos incluidos en este grupo.

Al realizar un análisis desglosado de sus consecuencias económicas, se observa que el ítem relativo al incremento de los ingresos de empresas y profesionales del entorno alcanza para la tipología de festivales el rango más elevado (8,38)⁹¹. A los proyectos de la muestra que quedan incluidos en la categoría de festivales se suman, además, otras iniciativas que acogen en su programación eventos y otras actividades que generan una importante atracción de públicos externos, y que, en todos los casos, obtienen para este ítem una valoración de 7 o superior.

⁹¹ Dato no reflejado en tabla.

—> En lo relativo a los efectos económicos de carácter más indirecto, no hay grandes diferencias entre las distintas tipologías de proyectos, con moderados resultados en todos los casos.

Un análisis individualizado de los proyectos permite detectar que las poblaciones otorgan puntuaciones superiores a la media en cuestiones como el incremento de las oportunidades de empleo o el nacimiento de nuevas empresas a las propuestas que exploran las potencialidades turísticas del patrimonio y que desarrollan líneas de negocio complementarias⁹², a las que promueven la atracción y dinamización del tejido artístico y artesano⁹³, o a las que buscan la conexión de la localidad con rutas culturales⁹⁴. Es decir, se identifican como más generadoras de dinamismo económico las iniciativas que directa o indirectamente desencadenan actividades mercantiles.

Impactos por tipología de municipio

El tipo de municipio donde se ubica el proyecto parece influir, aunque muy levemente, en la percepción que se tiene cuando se valoran los efectos de los proyectos.

Valoración promedio

	Pequeña pobl. / área periférica	Pequeña pobl. / área dinámica	Centralidad en área dinámica	Centralidad en área periférica	Total
Personas encuestadas	492	322	1.091	546	2.451
Demográficos	7,19	6,83	6,89	6,55	6,87
Económicos	6,18	6,18	6,17	5,46	5,99
Bienestar personal y comunitario	7,36	7,06	7,26	7,21	7,26
Reputacionales	7,76	7,48	7,98	7,93	7,87

—> Cabría señalar que la población de los municipios más pequeños y periféricos otorga las puntuaciones más elevadas a dos de los cuatro impactos analizados, los demográficos y los relativos al bienestar. Es llamativo que sea precisamente en estos lugares en los que se percibe un mayor impacto de los proyectos como herramienta para el desarrollo personal y comunitario, dado su tamaño reducido, frente a otros situados en zonas más dinámicas y con mayores posibilidades de acceso a otros servicios y, en concreto, a actividades de carácter cultural. De la misma forma,

⁹² Cabría considerar en este caso ejemplos como la Fundación Santa María la Real, la Fundación Santa María de Albarracín o el Ecomuseo del Río Caicena.

⁹³ Cabría considerar en este caso ejemplos como Genalguacil Pueblo Museo.

⁹⁴ Cabría considerar en este caso ejemplos como 1 Kilómetro de Arte.

también la percepción de su impacto demográfico puede ser mayor al tratarse de lugares pequeños en los que leves impactos de población son percibidos con claridad.

→ Por su parte, son precisamente los municipios más grandes y ubicados en áreas dinámicas o accesibles los que menos perciben los impactos demográficos y económicos. En cambio, son los que advierten los impactos reputacionales más altos; percepción que comparte la población de los grandes municipios con centralidad en áreas periféricas.

Impactos por perfil de la persona encuestada y otras variables relevantes

Se procede a valorar cómo influye la percepción que las personas encuestadas tienen de los impactos de los proyectos, atendiendo, por un lado, a la vía a través de la que se ha realizado la encuesta y, por otro, a su perfil definido por variables sociodemográficas, por su grado de interés por la cultura y por su nivel de conocimiento y relación con el proyecto. En este caso, el análisis se lleva a cabo también por bloques de efectos.

En primer lugar, es importante subrayar que el orden de valoración según el tipo de impacto es muy similar para todos los perfiles de población considerados. Así, todos los colectivos, sea cual sea la variable de clasificación que se analice —si se ha respondido la encuesta *online* o por vía telefónica, género, edad, etc.— asignan los mayores valores a los efectos reputacionales, seguidos de aquellos que están relacionados con el bienestar personal y comunitario, para emplazar, a continuación, los demográficos y, en último lugar, los de carácter económico.

→ Es importante destacar de entrada, la importancia de la **vía de encuesta**. A la vista de los resultados, el formato de esta tiene un impacto significativo en los resultados.

	Valoración promedio según vía de encuestación		
	Telefónica	Online	Total
Personas encuestadas	1.474	977	2.451
Demográficos	6,54	7,35	6,87
Económicos	5,63	6,58	5,99
Bienestar personal y comunitario	6,76	7,96	7,26
Reputacionales	7,54	8,34	7,87

Todas las valoraciones son más altas en las encuestas *online*. El motivo puede relacionarse con una mayor voluntariedad en su cumplimentación. También cabe considerar una mayor proximidad con los proyectos y sus agentes promotores. La incidencia de este factor en los resultados ha de estar siempre presente, dado que las respuestas obtenidas por cada modalidad no se distribuyen proporcionalmente por proyectos. En unos, la vía de consulta ha sido fundamentalmente, e incluso exclusivamente, *online* y en otros, telefónica⁹⁵. En conclusión, la cercanía al proyecto es un elemento fundamental a la hora de valorar los resultados, como se analizará más adelante al atender al grado de conocimiento y de participación.

→ Otra variable que da lugar a una percepción diferente de los impactos de los proyectos es la relativa al **género**.

	Valoración promedio según género			
	Hombre	Mujer	Sin especificar	Total
Personas encuestadas	948	1.475	25	2.448
Demográficos	6,51	7,11	5,92	6,87
Económicos	5,76	6,20	4,96	5,99
Bienestar personal y comunitario	7,04	7,39	6,20	7,26
Reputacionales	7,65	8,02	6,37	7,87

En todos los tipos de efectos considerados, la valoración entre las mujeres es más elevada que entre los hombres, especialmente en el caso de los impactos demográficos.

→ A esta se suma la variable de la **edad**, si bien se ha de tomar en consideración que el número de personas encuestadas en el grupo de jóvenes es inferior que en el resto de subconjuntos.

	Valoración promedio según edad			
	Hasta 29	30-59	60 y más	Total
Personas encuestadas	172	1.298	965	2.435
Demográficos	7,40	6,81	6,85	6,87
Económicos	6,70	6,10	5,78	5,99
Bienestar personal y comunitario	7,85	7,45	6,87	7,26
Reputacionales	8,27	7,99	7,62	7,87

⁹⁵ Ver apartado «Proceso de encuestación» en el capítulo 3, dedicado a la metodología del estudio.

La tendencia general es que cuanto menor es la franja de edad se concede una mejor valoración de todos los tipos de impactos. Es significativo que las personas jóvenes perciban las consecuencias económicas muy por encima del grupo de mayores de 60 años y, aún, es más interesante que la población joven y de mediana edad perciba los impactos asociados a las dimensiones del bienestar muy por encima de los mayores de 60. Esta idea podría relacionarse con que estas iniciativas culturales influyen muy positivamente en el grupo de jóvenes, especialmente en términos cualitativos.

→ El **interés por la cultura** de la persona encuestada resulta determinante en su valoración de los impactos de los proyectos.

	Valoración promedio según grado de interés por la cultura					Total
	Muy alto	Alto	Medio	Bajo	Muy bajo	
Personas encuestadas	452	910	846	196	47	2.451
Demográficos	7,55	7,17	6,47	5,78	5,51	6,87
Económicos	6,70	6,28	5,67	5,10	4,05	5,99
Bienestar personal y comunitario	8,16	7,62	6,74	5,98	5,26	7,26
Reputacionales	8,57	8,26	7,43	6,57	6,03	7,87

La valoración de impactos aumenta de manera significativa cuando se declara tener interés por ella. Esta diferencia se aprecia en todos los bloques de efectos considerados, aunque es más acusada en algunos, como son los relacionados con el bienestar personal y comunitario o los efectos reputacionales. Es importante reseñar que la ordenación de los bloques de impactos no varía en función de la existencia de inquietudes culturales. Se mantiene siempre el mismo orden de valoración: reputacionales, de bienestar, demográficos y económicos. La única excepción es que las personas con menor interés por la cultura perciben un mayor impacto demográfico que de bienestar, aunque la diferencia es pequeña. Es lógico este resultado, ya que su menor interés por la cultura determina que no aprecien una mejora muy elevada en el bienestar de la vecindad, asociada a la participación en las actividades de los proyectos.

→ La **profundidad de la relación con los proyectos y sus equipos** determina, también, la valoración de los efectos.

Valoración promedio según grado de conocimiento del proyecto

	Sí	Sí, pero superficialmente	No	Total
Personas encuestadas	1.649	532	269	2.450
Demográficos	7,20	6,25	5,86	6,87
Económicos	6,33	5,43	5,17	5,99
Bienestar personal y comunitario	7,66	6,61	5,79	7,26
Reputacionales	8,26	7,24	6,47	7,87

Valoración promedio según grado de conocimiento y/o relación con las personas que trabajan en el proyecto

	Sí	Sí, pero superficialmente	No	Total
Personas encuestadas	1.084	705	661	2.450
Demográficos	7,41	6,55	6,25	6,87
Económicos	6,45	5,89	5,42	5,99
Bienestar personal y comunitario	7,83	7,10	6,39	7,26
Reputacionales	8,40	7,78	7,01	7,87

Se observa que estos tienen una puntuación notablemente superior por parte de quienes declaran conocer el proyecto y a las personas que trabajan en ellos. De este modo, el 67,30 % de las personas encuestadas, que sí declara conocer los proyectos, y el 44,24 %, que manifiesta conocer a las personas que trabajan en ellos, inciden en su gran capacidad para mejorar la reputación interna y externa de sus localidades y la imagen que los habitantes tienen de la cultura, así como en su contribución al bienestar personal y al incremento de la cohesión social.

→ Finalmente, se analizan los resultados en función del **grado de participación o disfrute de las actividades y servicios** de los proyectos.

Valoración promedio según grado de participación y/o disfrute de las actividades y servicios del proyecto

	Frecuentemente	Ocasionalmente	Nunca	Total
Personas encuestadas	492	839	1.119	2.450
Demográficos	7,78	6,95	6,37	6,87
Económicos	6,85	6,20	5,50	5,99
Bienestar personal y comunitario	8,46	7,52	6,48	7,26
Reputacionales	8,86	8,15	7,18	7,87

Se ha de destacar que quienes han participado frecuentemente en las actividades son el colectivo que otorga las puntuaciones más altas a todos los impactos considerados. Es un hecho muy relevante, ya que son personas con un amplio conocimiento de los proyectos frente a las que apenas han participado que, quizás influidas por su desconocimiento, conceden las puntuaciones más bajas, aunque siempre en rangos por encima de 5 y 6.

Los usuarios frecuentes de los servicios, programaciones y actividades de los proyectos se convierten, así, en los agentes más cualificados para valorar los efectos reputacionales de los proyectos y, en particular, sus impactos en el bienestar, por lo que se procede al análisis desglosado de los ítems recogidos en estos dos bloques.

	Valoración promedio según grado de participación y/o disfrute de las actividades y servicios del proyecto			
	Frecuentemente	Ocasionalmente	Nunca	Total
Personas encuestadas	492	839	1.119	2.450
<u>Bienestar personal y comunitario</u>	<u>8,46</u>	<u>7,52</u>	<u>6,50</u>	<u>7,26</u>
Favorece la adquisición de conocimientos y fomenta un espíritu más creativo y crítico	8,85	7,93	6,84	7,64
Ofrece más opciones de ocio y entretenimiento para la población del entorno	8,82	7,86	6,74	7,56
Ayuda al bienestar y autoestima de la vecindad	8,49	7,53	6,55	7,30
Mejora las relaciones entre la población local	8,33	7,44	6,61	7,25
Favorece la integración de nuevas personas residentes	7,81	6,87	5,79	6,58
<u>Reputacionales</u>	<u>8,87</u>	<u>8,17</u>	<u>7,19</u>	<u>7,87</u>
Favorece el conocimiento y/o mejora la reputación de la localidad y su entorno	8,98	8,39	7,32	8,03
Mejora la percepción que la vecindad tiene de la cultura	8,88	8,05	7,20	7,84
Mejora la imagen que la vecindad tiene de su pueblo	8,76	8,07	7,06	7,76

Los usuarios frecuentes, que constituyen el 20,07 % de las personas encuestadas, manifiestan que las propuestas seleccionadas tienen un impacto esencial en la reputación externa de los territorios y han contribuido enormemente a mejorar la imagen que la vecindad tiene de la cultura y de su pueblo. Al mismo tiempo,

otorgan valoraciones superiores en más de 1 punto a todas las cuestiones relativas al bienestar personal y comunitario respecto al resto de los grupos.

Aunque con menor intensidad, los usuarios ocasionales, que constituyen el 34,23 % del total, perciben, también, impactos muy altos para los ítems del bloque reputacional y del relativo al bienestar.

Para concluir, se observa una altísima coincidencia en la ordenación de los ítems tanto por quienes asisten a sus actividades como por aquellos que no lo hacen, lo que otorga una gran fortaleza a las conclusiones extraídas en cuanto a cuáles son los efectos reputacionales y de bienestar prioritarios.

6.2 Impactos percibidos por los agentes cualificados

Los agentes cualificados, grupo en el que se engloba a responsables políticos y equipos gestores de los ayuntamientos, junto al personal técnico de los grupos de desarrollo de los territorios afectados, ofrecen un total de 39 respuestas.

El tratamiento de sus valoraciones ha de considerarse en términos comparativos, permitiendo reforzar y matizar las conclusiones extraídas del proceso de consulta a la población local. Este grupo aporta, además, información cualitativa de gran interés a través de sus respuestas a las preguntas abiertas que acompañan a las valoraciones emitidas.

Los cuestionarios diseñados para los agentes cualificados incorporan un mayor número de ítems, ya que se estima que tienen más capacitación en sus observaciones por su mejor conocimiento del tejido social y económico.

Percepción de impactos ⁹⁶	Valoración promedio	Desviación estándar
<u>Demográficos</u>	<u>7,31</u>	
Favorece la atracción de nuevas personas residentes y/o el mantenimiento de la población	7,31	2,02
<u>Económicos</u>	<u>6,95</u>	
<i>Produce impactos positivos en artistas y talleres artesanos del entorno</i>	8,25	1,50
<i>Produce un incremento de los ingresos en hostelería (restauración, bares, quioscos, etc.)</i>	7,81	1,76

⁹⁶ Para facilitar la lectura, se señalan en cursiva aquellos ítems que no aparecen en el cuestionario de la población local.

<i>Produce un incremento de los ingresos de proveedores que suministran bienes y/o servicios al proyecto</i>	7,31	2,23
<i>Produce un incremento de los ingresos de alojamientos turísticos (hoteles, pensiones, viviendas de turismo rural, etc.)</i>	7,24	2,49
Con carácter general, produce un incremento de los ingresos de empresas y profesionales del entorno	7,11	2,23
<i>Produce un incremento de las ventas del comercio local</i>	7,02	1,67
Aumentan las oportunidades de empleo de la población del entorno	6,72	1,84
Influye en el nacimiento de nuevas empresas o actividades económicas	6,13	2,38
Revalorización de locales, viviendas o alquileres	6,00	2,54
<i>Aumento de las rentas de la población en general</i>	5,88	2,25
<u>Bienestar personal y comunitario</u>	<u>8,35</u>	
<i>Contribuye a enriquecer el bagaje de los agentes culturales del entorno</i>	8,61	1,49
Favorece la adquisición de conocimientos y fomenta un espíritu más creativo y crítico	8,60	1,45
Ofrece más opciones de ocio y entretenimiento para la población del entorno	8,51	1,35
<i>Permite a creadores/artistas/programadores ampliar su conocimiento sobre la realidad contemporánea del mundo rural</i>	8,34	1,95
Ayuda al bienestar y autoestima de la vecindad	8,27	1,54
Mejora las relaciones entre la población local	8,19	1,93
Permite visibilizar a determinados colectivos en ocasiones «invisibilizados»	8,16	1,97
Favorece la integración de nuevas personas residentes	8,08	1,72
<u>Reputacionales</u>	<u>8,75</u>	
Favorece el conocimiento y/o mejora la reputación de la localidad y su entorno	8,94	0,98
Contribuye a mejorar la marca turística del lugar	8,0	1,06
Mejora la percepción que la vecindad tiene de la cultura	8,79	1,24
Mejora la imagen que la vecindad tiene de su pueblo	8,47	1,65

A la hora de valorar el impacto por bloques, hay que señalar que las puntuaciones son muy elevadas para todos ellos, situándose en un rango aproximado de entre 7 y 9 sobre 10.

Las valoraciones más altas son para los impactos reputacionales (8,75), seguidos por los relativos al bienestar (8,35), los demográficos (7,31) y, en último término, los económicos (6,95), siguiendo la misma ordenación que la población local.

→ En cuanto a los efectos reputacionales, destaca el alto grado de consenso al subrayar la determinante aportación de los proyectos en orden a favorecer el conocimiento y potenciar la imagen de sus pueblos y su entorno (8,94), y, en consecuencia, su elevada contribución para generar una marca turística local (8,80). A ello se suma, su importante repercusión al ampliar y mejorar la percepción que la vecindad tiene de la cultura (8,79).

→ En relación con los impactos de bienestar personal y comunitario, los agentes cualificados ponen de relieve el valor de estas propuestas para el enriquecimiento del bagaje de los agentes culturales del entorno (8,61), al tiempo que hacen extensivos sus beneficios al conjunto de la comunidad, entre la que fomentan un espíritu crítico y creativo (8,61), amplían la oferta de ocio (8,51) y generan sentimientos de autoestima y bienestar (8,27). Del mismo modo, algunos de los proyectos posibilitan la difusión y el conocimiento de la realidad rural contemporánea entre sectores culturales y creativos de ámbitos urbanos (8,34).

Se señala, también, su incidencia en el fomento de la cohesión social (8,19), permitiendo, entre otras cuestiones, visibilizar a determinados colectivos en ocasiones «invisibilizados» (8,16). A través de la información facilitada por medio de respuestas abiertas, se puede concluir que esta contribución puede relacionarse con la temática principal del proyecto⁹⁷ o asociarse al desarrollo de actividades de reflexión en el seno de sus programaciones⁹⁸.

→ Atendiendo a su impacto demográfico, se valora positivamente su capacidad para retener población o para atraer a futuros habitantes (7,31), en íntima relación con las oportunidades que ofrecen en orden a favorecer la integración de las nuevas personas residentes (8,08), ya que, como expresan diversos agentes, estas iniciativas se convierten en un lugar para el encuentro y la relación vecinal.

Una aproximación cualitativa a las respuestas de los agentes cualificados da claves sobre como estos proyectos generan un gran movimiento cultural, reduciendo la brecha entre lo urbano y lo rural, y dinamismo a todos los niveles, en la medida en que potencian el interés por emprender en los municipios o que estos sean más cosmopolitas, acogedores, sostenibles y cooperativos. Se hace referencia, además, a cuestiones que afectan a propuestas concretas, como la atracción de residentes que se sienten identificados con los valores que defienden los proyectos, las conexiones de nuevos pobladores con las personas vinculadas a los proyectos, la captación de perfiles artísticos y artesanos o la creación de nuevos puestos de trabajo directos y de trabajos cualificados.

⁹⁷ Cabría considerar en este caso ejemplos como el Festival Agrocuir da Ulloa.

⁹⁸ Cabría considerar en este caso ejemplos como el Centre d'Art i Natura (CAN) de Farrera o el Museu Terra.

→ Al igual que la población local, ayuntamientos y grupos de desarrollo consideran que los principales efectos económicos (6,95) se deben a un incremento de los ingresos de las empresas y los profesionales del entorno (7,11). Existe un alto consenso a la hora de establecer que la incidencia de los proyectos en artistas y talleres artesanos locales o de territorios próximos es altamente significativa (8,25). También es muy relevante el aumento de los ingresos de los establecimientos de hostelería (7,81) y, en menor medida y con mayores desviaciones, el incremento de los beneficios obtenidos por los proveedores (7,31; desviación estándar 2,23) y los alojamientos turísticos (7,24; desviación estándar 2,49).

Las valoraciones de los restantes efectos económicos se sitúan en un rango inferior, pero no por ello dejan de ser relevantes, destacando el incremento de las oportunidades de empleo de la población local (6,72) y la influencia en el nacimiento de nuevas empresas o actividades económicas (6,13), que queda, no obstante, más restringida a algunas de las propuestas estudiadas (desviación estándar 2,38).

El tratamiento de la información cualitativa permite incidir en las interrelaciones que establecen algunas de estas iniciativas con el tejido local, por medio de la puesta en valor y creación de productos y artesanías locales, la contratación de pequeños proveedores del entorno inmediato e, incluso, en algunos proyectos singularizados, por constituir un punto de encuentro para los profesionales del sector primario, favoreciendo el desarrollo de oportunidades laborales⁹⁹. Para los proyectos vinculados con trabajos de restauración del patrimonio, se pone el acento en la generación de empleo y en la atracción de turismo. En relación con el turismo, se hace referencia a artistas y creadores como perfiles de visitantes específicos de algunas de las iniciativas estudiadas. Aunque se reconocen los indudables efectos positivos de la tipología de festivales, agentes consultados apuntan a que sus efectos económicos pueden quedar más circunscritos al ámbito local que al comarcal, y que pueden ofrecer oportunidades de empleo más temporales y difícilmente estables, apostando por desestacionalizar su actividad y expandirla a otros municipios próximos. En el caso de otros proyectos, se apunta a su influencia en el nacimiento de nuevas empresas que fusionan turismo y naturaleza¹⁰⁰. Por último, en cuanto a la revalorización de locales, viviendas y alquileres, algunos agentes advierten de la dimensión negativa de este impacto, observando que los procesos de dinamización turística demasiado intensos podrían derivar en fenómenos de gentrificación rural que dificultaran el asentamiento de población estable.

Impactos por perfil de la persona encuestada y otras variables relevantes

A pesar de que el número de personas encuestadas en este grupo es demasiado pequeño como para tratar de establecer conclusiones a partir del análisis de perfiles diferenciados, sí que es posible detectar ciertas inclinaciones.

⁹⁹ Cabría considerar en este caso ejemplos como Mutur Beltz.

¹⁰⁰ Cabría considerar en este caso ejemplos como el Museo Vostell Malpartida.

La selección como agentes cualificados de equipos de ayuntamientos y personal técnico de grupos de desarrollo rural responde a un intento de obtener una percepción de impactos a nivel local y comarcal, si bien no todos los grupos de desarrollo conocen en profundidad los proyectos, ni se han obtenido respuestas de la totalidad de los ayuntamientos afectados¹⁰¹, mientras que para algunos proyectos los ayuntamientos ofrecen más de una aportación.

Valoración promedio según tipología de agente cualificado

	Ayuntamientos	GDR/GAL	Total
Personas encuestadas	19	20	39
Demográficos	8,17	6,50	7,31
Económicos	7,30	6,58	6,95
Bienestar personal y comunitario	8,70	7,98	8,35
Reputacionales	8,90	8,59	8,75

En cualquier caso, cabe subrayar que se mantiene la tendencia en la ordenación de impactos, siendo muy superior la valoración de los efectos demográficos por parte de los ayuntamientos, mientras que los grupos de desarrollo rural y de acción local tienen una percepción más próxima a la de la población local.

Se advierte, por el contrario, una alta coincidencia entre ambos grupos al declarar que la repercusión de los proyectos en términos reputacionales y de bienestar es muy elevada.

→ Como se ha adelantado, el grado de conocimiento del proyecto vuelve a tener incidencia en las valoraciones.

Valoración promedio según grado de conocimiento del proyecto

	Sí	Sí, pero superficialmente	No	Total
Personas encuestadas	Máx. 33	Máx. 5	Máx. 1	Máx. 39
Demográficos	7,59	4,33	--	7,31
Económicos	7,13	5,63	--	6,95
Bienestar personal y comunitario	8,34	8,42	--	8,35
Reputacionales	8,75	8,75	--	8,75

¹⁰¹ Se ha de advertir que, en el caso de las iniciativas culturales con promotores municipales, los ayuntamientos quedan excluidos de este proceso de consulta para evitar sesgos en las valoraciones.

Hay una diferencia importante entre las valoraciones de impactos demográficos y económicos de quienes declaran conocer bien los proyectos y las notablemente inferiores de quienes tienen un conocimiento superficial de estas iniciativas. Este cambio en la percepción de impactos puede responder a un mayor conocimiento, pero también podría interpretarse como producto de un sesgo derivado de la proximidad y apego al proyecto.

6.3 Impactos percibidos por los agentes promotores

Los agentes promotores tienen la ventaja de poder valorar los impactos de los proyectos a partir de su alto y natural conocimiento. Sin embargo, esta ventaja se contrapone al inevitable sesgo que introduce su protagonismo directo, por lo que es preciso tener en cuenta ambos factores a la hora de analizar sus valoraciones.

El cuestionario de impactos de este grupo es el que incorpora un mayor número de ítems, que permiten enriquecer las percepciones de las poblaciones locales y de los agentes cualificados.

Percepción de impactos ¹⁰²	Valoración promedio	Desviación estándar
<u>Demográficos</u>	<u>7,00</u>	
Favorece la atracción de nuevas personas residentes y/o el mantenimiento de la población	7,00	1,56
<u>Económicos</u>	<u>6,93</u>	
Produce un incremento de los ingresos en hostelería (restauración, bares, quioscos, etc.)	8,74	1,69
Produce un incremento de los ingresos de alojamientos turísticos (hoteles, pensiones, viviendas de turismo rural, etc.)	8,47	1,87
Produce impactos positivos en artistas y talleres artesanos del entorno	7,89	1,45
<i>Produce efectos económicos sobre empresas del entorno y/o sectores vinculados al territorio</i>	7,68	1,45

¹⁰² Para facilitar la lectura, se señalan en cursiva aquellos ítems que no aparecen en el cuestionario de los agentes cualificados.

Produce un incremento de los ingresos de proveedores que suministran bienes y/o servicios al proyecto	7,63	1,89
Produce un incremento de las ventas del comercio local	7,53	1,84
<i>Produce un incremento de los ingresos por actividades complementarias vinculadas al proyecto</i>	6,53	2,37
Aumentan las oportunidades de empleo de la población del entorno	6,16	2,77
Aumento de las rentas de la población en general	5,95	2,72
Influye en el nacimiento de nuevas empresas o actividades económicas	5,89	2,66
Revalorización de locales, viviendas o alquileres	5,47	3,39
<i>Factor de atracción de otras actividades empresariales</i>	5,26	2,66
<u>Bienestar personal y comunitario</u>	<u>8,68</u>	
Favorece la adquisición de conocimientos y fomenta un espíritu más creativo y crítico	9,32	0,67
Favorece la adquisición de conocimientos y fomenta un espíritu más creativo y crítico, exclusivamente entre la población local	9,21	1,03
<i>Contribuye al desarrollo, entendido como dinamización social y comunitaria del territorio</i>	9,11	1,05
Permite a creadores/artistas/programadores ampliar su conocimiento sobre la realidad contemporánea del mundo rural	8,79	1,36
Ofrece más opciones de ocio y entretenimiento para la población del entorno	8,71	1,90
<i>Estimula las competencias de naturaleza cultural o artística</i>	8,74	1,56
Ayuda al bienestar y autoestima de la vecindad	8,63	1,01
Mejora las relaciones entre la población local	8,58	1,22
Permite visibilizar a determinados colectivos en ocasiones «invisibilizados»	8,53	1,93
Favorece la integración de nuevas personas residentes	8,33	1,37

Contribuye a enriquecer el bagaje de los agentes culturales del entorno	8,16	2,17
<i>Contribuye a que la vecindad se plantee más iniciativas en común, se relacione más y/o sea más activa en la política local</i>	7,79	1,51
<u>Reputacionales</u>	<u>9,40</u>	
Favorece el conocimiento de la localidad y su entorno	9,58	0,84
Mejora la reputación de la localidad y su entorno	9,53	0,84
Mejora la imagen que la vecindad tiene de su pueblo	9,42	0,90
Mejora la percepción que la vecindad tiene de la cultura	9,28	0,75
Contribuye a mejorar la marca turística del lugar	9,21	1,23

Los agentes promotores ordenan los impactos, concediendo las máximas puntuaciones a los efectos reputacionales (9,40), seguidos por los asociados al bienestar personal y comunitario (8,68), para emplazar las consecuencias demográficas (7,00) y económicas (6,93) en último término. No se apartan, por tanto, de la ordenación en la valoración de impactos realizada por la población local, si bien en este caso se conceden puntuaciones claramente superiores para los efectos económicos, de bienestar y reputacionales. Respecto a estos dos últimos, se observa, no obstante, una gran proximidad con la percepción de la población que participa frecuentemente en sus actividades y la de los agentes cualificados.

—> Entre los impactos reputacionales, existe común acuerdo al considerar que son altamente significativos, con la excepción del ítem relativo a la contribución de los proyectos para mejorar la imagen turística del lugar, en el que se observa una ligera, pero mayor, desviación estándar (1,23), que se explica por aquellos proyectos que orientan su actividad exclusivamente a la generación de impacto social.

—> Los agentes promotores comparten, también, una muy destacada percepción de los impactos relativos al bienestar, entre los que conceden la más alta puntuación al desarrollo de la creatividad y del espíritu crítico tanto de la comunidad local (9,21) como del conjunto de sus públicos (9,32). Las mayores divergencias afectan a su contribución para enriquecer el bagaje de los agentes culturales del entorno (8,16; desviación estándar 2,17), que puede ponerse en relación con el menor desarrollo de redes de colaboración basadas en criterios geográficos frente a los de proximidad funcional, tal y como declaraban al analizar los factores

determinantes para su buen funcionamiento. Por último, este grupo valora positivamente el potencial de sus proyectos para mejorar las relaciones entre la población local (8,58) y la posibilidad, incluso, de repercutir en que la vecindad desarrolle más acciones de carácter comunitario y participativo (7,79).

→ Los agentes promotores contemplan que su aportación al desarrollo rural desde la dimensión de la dinamización social y comunitaria (9,11) es primordial, sin olvidar, en cualquier caso, su valor como motor económico de los territorios.

Es en el bloque de impactos económicos donde se aprecian valoraciones más dispares. Al igual que declaran los restantes grupos de consulta, sus efectos económicos se traducen principalmente en un incremento de los ingresos de las empresas y los profesionales del entorno. A este respecto, se puede matizar que perciben que los mayores ingresos quedan focalizados en los establecimientos de restauración (8,74) y alojamientos turísticos (8,47), aunque la mayor confluencia se observa en el ítem relativo a la generación de impactos positivos en artistas y talleres artesanos locales (7,89). Las consecuencias más indirectas vuelven a recibir valoraciones más bajas, aunque también positivas, por cuanto superan en todos los casos el 5.

→ Los agentes promotores constituyen el grupo de consulta más cualificado para definir los perfiles de los participantes en sus actividades o usuarios de sus servicios. En consecuencia, sus cuestionarios incluyen, también, preguntas orientadas a medir el grado de participación y colaboración de distintos colectivos.

	Grado de participación y/o colaboración	
	Valoración promedio (0 nada, 5 equilibrio, 10 exclusivamente/ muy alto)	Desviación estándar
Población femenina	7,53	1,78
Nuevas personas residentes	7,79	1,87
Centros educativos	7,17	2,43
Personas de menor renta	6,47	2,09
Población joven	5,83	2,62

Los agentes promotores declaran un alto grado de participación femenina, que podría ponerse en relación con la mejor percepción por parte de este colectivo de los impactos generados por los proyectos¹⁰³.

Esta alta participación se hace, también, extensiva al grupo de nuevos residentes, confirmando el valor de los proyectos como lugar de encuentro que posibilita la integración de nuevos pobladores¹⁰⁴.

¹⁰³ Destaca la elevada valoración concedida para este ítem por propuestas como 1 Kilómetro de Arte o el Centro de Desarrollo Sociocultural Germán Sánchez Ruipérez.

¹⁰⁴ Destaca la elevada valoración concedida para este ítem por propuestas como Azala, el Complejo Cultural As Quintas, el Festival de Espiello, Genalguacil Pueblo Museo, la Fundación Uxío Novoneyra o Pueblos en Arte.

El elevado nivel de colaboración con los centros educativos parece, a tenor de la alta desviación estándar, quedar circunscrito a ciertas propuestas¹⁰⁵, por lo que podría ser una posible línea de actuación para desarrollar por algunas iniciativas, si bien en determinados supuestos esta limitación viene impuesta por la ausencia de escuela o instituto.

Los niveles de participación de jóvenes se estiman, en términos generales, similares a los del resto de los grupos etarios, a pesar de que la alta desviación estándar señala que en algunos proyectos son altos, mientras que en otros son bajos. Todo ello sin olvidar los procesos de envejecimiento poblacional que afectan al medio rural y la consecuente necesidad de atender a aquellas personas de mayor edad.



1 Kilómetro de Arte

¹⁰⁵ Destaca la elevada valoración concedida para este ítem por propuestas como la Fundación Cerezales Antonino y Cinia, el Festival de Almagro, el Museu Terra, la Mancomunidad de Servicios Bibliotecarios Berragu o el Ayuntamiento de Vilafranca.

6.4 Comparación entre los impactos percibidos por los distintos grupos de consulta

En suma, el análisis comparativo de la valoración de impactos que realizan los diversos agentes encuestados ofrece resultados muy sugerentes.

- > Como ya se ha expuesto, todos los grupos de consulta coinciden en señalar que los proyectos generan impactos positivos en todos los bloques estudiados.
- > Población local, agentes cualificados y agentes promotores consideran que los impactos más altos son los de carácter reputacional, seguidos muy de cerca por los relativos al bienestar personal y comunitario, para situar, a continuación, los demográficos y los económicos. Para estos dos últimos, las valoraciones quedan condicionadas por múltiples variables asociadas principalmente a la modalidad de proyecto y al tipo de municipio donde desarrollan su actividad.
- > Es importante resaltar esta total coincidencia entre todos ellos, lo que dado el subjetivismo que plantea cualquier encuesta, otorga un valor indudable a las respuestas obtenidas.

7

CONCLUSIONES

- 7.1. Sobre los impactos de la cultura en el medio rural
- 7.2. Sobre las claves y los aprendizajes acerca de la acción cultural en el medio rural
- 7.3. Sobre políticas culturales públicas en el medio rural



El trabajo de investigación realizado tiene como objetivo fundamental analizar cuáles son los factores clave en la vida de los proyectos culturales evaluados y los impactos que generan sobre su entorno más inmediato. Todo ello, con el fin de extraer aprendizajes individualizados a partir de los diversos casos de estudio y de establecer conclusiones generales en torno a la incidencia, el valor para las comunidades y los efectos de diverso orden de la cultura y la actividad cultural en el medio rural, que permitan orientar futuras estrategias dirigidas a posicionar la cultura como un aspecto esencial del desarrollo rural.

- El estudio piloto se ha realizado sobre una muestra de una veintena de proyectos de diversa tipología repartidos por todo el territorio nacional, en localidades con rangos poblacionales que oscilan entre 19¹⁰⁶ y 8.958¹⁰⁷ habitantes.
- La metodología de investigación ha establecido tres grupos de consulta: agentes promotores, agentes cualificados del territorio y población local. Los primeros han sido objeto de entrevistas y cuestionarios, mientras que la información procedente de los agentes cualificados se ha recabado exclusivamente a través de cuestionarios, que para ambas tipologías de agentes combinan preguntas cerradas y abiertas. La población local ha sido sometida a un proceso de encuestación, basado en cuestionarios cerrados y en número proporcional a los habitantes del municipio o agrupación de municipios que constituyen el ámbito de influencia directa de cada proyecto. Se han realizado un total de 20 entrevistas y 2.509 cuestionarios, de los que 19 corresponden a agentes promotores, 39 a agentes cualificados y 2.451 a población local, cuya percepción de los impactos se prioriza sobre la del resto de agentes encuestados, por constituir el grupo de consulta más numeroso y que, en consecuencia, aporta unas valoraciones más objetivas.
- Se han estudiado y analizado cuatro tipos de impactos asociados a la acción cultural: reputacionales, relativos al bienestar personal y comunitario, económicos y demográficos.

Los resultados obtenidos permiten afirmar, como primera y gran consideración, que se han alcanzado los objetivos iniciales que la evaluación perseguía, pudiendo así extraer determinadas conclusiones de carácter general para los diferentes tipos de impactos considerados. La coincidencia en las valoraciones que han realizado todos los grupos de consulta es muy elevada, lo que dota de un enorme valor a los resultados obtenidos, reforzando su consistencia y solidez, a pesar de las múltiples variables que inciden en sus apreciaciones.

¹⁰⁶ Orreaga-Roncesvalles. INE 2023.

¹⁰⁷ Almagro. INE 2023.

7.1 Sobre los impactos de la cultura en el medio rural

Un primer resultado, de especial trascendencia, es que, asumiendo que una valoración superior a 5 sobre 10 implica que el efecto es positivo, los tres grupos de consulta consideran que todos los tipos de impactos estudiados superan esta valoración, y en algunos casos de manera muy significativa. Es decir, hay absoluta unanimidad al estimar que los proyectos culturales se han traducido a nivel local en resultados positivos, sea cual sea el tipo de impacto considerado.

Impactos cualitativos

- Existe unanimidad al considerar que los bloques de impactos que reciben las valoraciones más elevadas son los reputacionales y los relativos al bienestar personal y comunitario, cuyas puntuaciones se sitúan respectivamente en rangos medios de 7,87 y 9,40 sobre 10, y de 7,26 y 8,68 sobre 10, en función de la tipología de grupo de consulta. Por tanto, los efectos cualitativos de carácter intangible —reputacionales y relacionados con el bienestar— constituyen los impactos que gozan de valoraciones más elevadas para el conjunto de los proyectos examinados, mientras que en el análisis de los efectos más tangibles —demográficos y económicos— se advierte mayor disparidad en función de la iniciativa valorada, si bien, en cualquier caso, son siempre inferiores a los anteriores, con estimaciones medias según el grupo de encuestados que se ubican en horquillas de 5,99 y 6,93 sobre 10 en relación con el impacto económico, y entre 6,87 y 7,00 sobre 10 en cuanto a su capacidad para atraer o retener población.
- Las poblaciones locales encuestadas ponen de relieve que el conocimiento y la reputación externa de la localidad y su entorno han mejorado muy significativamente gracias a los proyectos, pero también se observan muy altas valoraciones en términos de reputación interna, al mejorar la imagen que los vecinos tienen de su pueblo.
- Además, sienten que su autoestima y bienestar han mejorado considerablemente, tanto a nivel personal como en lo que respecta a las relaciones con los miembros de la comunidad, lo que permite concluir que estas iniciativas refuerzan el arraigo que tienen con su lugar de residencia, mejoran su calidad de vida y estrechan los lazos colectivos.
- Son reseñables algunos efectos relacionados con el fortalecimiento del diálogo del tejido cultural en su conjunto con las ruralidades contemporáneas. Los agentes promotores conceden en general un gran valor a la capacidad de los proyectos para incrementar el conocimiento sobre la realidad contemporánea del mundo rural de creadores, programadores y otros agentes culturales

externos, lo cual repercute simbólicamente sobre el propio ecosistema cultural y creativo, los imaginarios asociados y la propia noción de diversidad cultural.

- En conclusión, cuando tantos planes frente a la despoblación se concretan casi exclusivamente en medidas que persiguen tener un efecto demográfico o económico, fundamentalmente cuantitativo y monetizable, es importante destacar, a tenor de este estudio, que las personas valoran, también, en su vida y a la hora de elegir su lugar de residencia, otras cuestiones. Tener más razones para vivir en un lugar —por encontrarse mejor en él, disfrutarlo de manera más consciente o reforzar su autoestima y los lazos sociales— es, por tanto, la consecuencia más relevante que conlleva el desarrollo de estos proyectos culturales en el medio rural.

Impactos cuantitativos

- Aunque los impactos económicos y demográficos reciben una valoración global menor, también se consideran positivos. En el caso de los efectos económicos, los impactos que se estiman como más importantes son los que cabe considerar como directos, y que se traducen en mayores ingresos entre la población del entorno —por contrataciones directas a creadores y otros profesionales, adquisición de suministros a proveedores o un aumento de la facturación de otros agentes económicos, como alojamientos turísticos, establecimientos de hostelería y comerciales o talleres de artesanía—, mientras que se valora mucho menos su capacidad para generar impactos indirectos, como nuevas oportunidades de empleo para la población local o su influencia en el nacimiento de nuevas empresas.
- En relación con los impactos económicos y demográficos, se impone también una aproximación más cualitativa, que no encuentra correlación con los datos estadísticos oficiales. En este contexto, los pequeños municipios de áreas periféricas, que suelen acusar de forma más nítida el declive demográfico, otorgan una puntuación ligeramente superior a la contribución de los proyectos para el mantenimiento de la población.
- Del mismo modo, el estudio de los proyectos a través de las entrevistas a los agentes promotores y de la información cualitativa facilitada por los agentes cualificados proporciona valiosos ejemplos de efectos económicos que no tendrían repercusión a nivel estadístico, como la reapertura de la cantina en una localidad de 72 habitantes —hecho crucial para sostener la vida social de estos lugares—, la implementación de acciones orientadas a la conservación de las prácticas asociadas al oficio de pastoreo y al tratamiento de la lana, o la contribución de algunos de los proyectos al desarrollo de una economía circular en sus municipios.

Variaciones por grupos poblacionales

Las valoraciones de los impactos, aunque son siempre positivas, varían a veces sensiblemente dependiendo de diversas variables.

- Se constata que una mayor implicación, proximidad, conocimiento o participación conlleva valoraciones más positivas. Respecto a la participación, cabe subrayar que las personas que disfrutaban frecuentemente de las actividades de los proyectos —20 % de la población local encuestada— que serían, en principio, más idóneas para valorar los efectos relativos al bienestar personal y comunitario, elevan las valoraciones de la población local para este bloque en casi un punto y medio, alcanzando el rango más alto.
- En la misma línea, se observan desviaciones muy acusadas cuando se analiza el grado de interés por la cultura de las personas encuestadas, ya que cuando es muy alto o alto se detectan impactos muy significativos tanto sobre el bienestar como de carácter reputacional.
- La población más joven ofrece puntuaciones sensiblemente más altas, especialmente en el caso de los efectos económicos y de bienestar, que se podrían relacionar de nuevo con el potencial de los proyectos culturales para frenar la pérdida de población, en un contexto en el que la tasa de jóvenes en el medio rural ha disminuido de forma alarmante en los últimos años¹⁰⁸ y en el que los jóvenes rurales subrayan el acceso al ocio y la cultura como una de sus prioridades¹⁰⁹. De este modo, el fomento de una participación juvenil activa en la vida cultural junto a la captación y ampliación de audiencias jóvenes podrían ser nuevas líneas de actuación para muchos proyectos.
- En cuanto al género de las personas encuestadas, las mujeres perciben impactos ligeramente más altos en todos los bloques de efectos. Una cuestión que nuevamente conecta con la participación, ya que hay común acuerdo entre los agentes promotores en que la implicación femenina es notablemente superior a la masculina. Ante estos resultados, y tomando en consideración el alto índice de masculinidad de la población rural frente a la urbana¹¹⁰, cabría incidir en el desarrollo de proyectos culturales con perspectiva de género que

¹⁰⁸ S. G. Análisis Coordinación y Estadística del Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación (2021). *Demografía de la población rural en 2020 - AgrInfo 31*, Madrid: Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación. Conforme a este documento de análisis, la tasa de jóvenes que habitan en municipios rurales ha descendido un 9,1 % entre 2011 y 2020.

¹⁰⁹ Red Rural Nacional (2021). *Resultados de la encuesta realizada a los jóvenes del medio rural. Abril-mayo 2021*, Madrid: Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación - Red Rural Nacional. Se observa que el acceso al ocio y a la cultura se convierte en un tema de acción prioritaria a medida que se reduce el rango de edad entre la población rural, pasando de constituir una preocupación para el 25,40 % de las personas menores de 31 años frente al 16,42 % de las personas mayores de 41.

¹¹⁰ S. G. Análisis Coordinación y Estadística del Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación (2021). *Demografía de la población rural en 2020 - AgrInfo 31*, Madrid: Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación. El índice de masculinidad en los municipios rurales en su conjunto es de 103,5 hombres por cada 100 mujeres en 2020, un 9,2 % más elevado que en las áreas urbanas. El índice aumenta hasta 105,9 en los municipios menores de 5.000 habitantes, alcanzando el valor de 112,8 en términos de menos de 1.000 habitantes.

trabajen con las problemáticas, narrativas, imaginarios y formas de representación de las mujeres rurales.

- Otro grupo poblacional para el que los agentes promotores indican una mayor participación es el de los nuevos residentes. De acuerdo con las percepciones de la población local y, en mayor medida, con las de agentes cualificados y promotores, esta participación contribuye a su integración en la comunidad. Ahora bien, la información recabada a través de las entrevistas a los agentes promotores indica que los proyectos culturales apenas mantienen relaciones con colectivos que se considerarían *a priori* un claro público potencial, como es el caso de la población migrante que acude al rural por motivos laborales y que presenta problemas estructurales de integración.



Azala

7.2 Sobre las claves y los aprendizajes acerca de la acción cultural en el medio rural

El análisis de los factores clave en la vida de los proyectos, a la vista de las entrevistas y los cuestionarios a los agentes promotores, ha permitido la detección de una serie de aspectos que condicionan su viabilidad y, en consecuencia, sus posibilidades de generar impactos positivos sobre el territorio.

La importancia del factor humano

- Cuando se analizan los factores clave en la vida de los proyectos, el factor humano es el más importante de los considerados, otorgando tanto a los equipos humanos que los integran como al entorno comunitario una importancia que supera a la de los recursos económicos y patrimoniales, la disponibilidad de infraestructuras adecuadas o la proximidad de una ciudad. Así lo manifiestan los agentes promotores cuando destacan, entre los factores que posibilitan su éxito, el grado de iniciativa, la capacidad de innovación, el rigor en la organización interna y administrativa de los equipos humanos que los desarrollan y, en especial, su fuerte compromiso con la cultura, el territorio y la comunidad en la que se inscriben. La solidez de estas iniciativas depende, también, de la valoración de la población local y de su grado de implicación con el proyecto.
- Estos resultados nos hablan de los activos intangibles que se suelen vincular a un llamado crecimiento inteligente, como el capital humano y la innovación. Pero además de estos dos activos de naturaleza más funcional, cuando se fomenta la participación de públicos y comunidades en el proyecto, y cuando los proyectos se desarrollan en pequeñas comunidades rurales, también intervienen los llamados capital social y capital relacional, que, lejos de desgastarse, serían ampliados a resultados de estas iniciativas culturales.
- La mayor implicación de la comunidad puede vincularse con el modelo de cultura que desarrollan buena parte de las propuestas seleccionadas, que trascienden la idea de descentralización cultural y el tradicional binomio cultura y turismo, para poner en el centro una cultura de carácter situado, en la que los aspectos más apreciados del contexto territorial por parte de los agentes promotores son los valores medioambientales, paisajísticos y culturales, por encima de su localización en un entorno turístico favorable. Para esta cultura enraizada, el patrimonio cultural del territorio, especialmente el de tipo inmaterial, que engloba los conocimientos, saberes y prácticas de la comunidad, se convierte en materia prima de todo tipo de proyectos, no solo para las iniciativas ligadas a la conservación y difusión del patrimonio, sino también para propuestas de creación y producción contemporánea, festivales o programas de mediación.

- Se constata, además, que en aquellas iniciativas en las que se fomenta la participación de la comunidad en la gestión del proyecto o en el diseño y ejecución de sus actividades —a través de comisiones de vecinos, asociaciones de amigos, colaboración con entidades y asociaciones del entorno u otros cauces de carácter más informal— el compromiso de la comunidad adquiere el valor de oportunidad para los proyectos, mientras que la ausencia de este apoyo o implicación puede transformarse en una amenaza para su supervivencia.
- Asimismo, puede concluirse que hay un común denominador en la gestión interna de los proyectos analizados, que es fruto de una suma de esfuerzos compartidos, con muchos debates cotidianos que activan los talentos que confluyen. En bastantes ocasiones, la planificación de los programas, incluso su ejecución, es muy permeable a la comunidad que recibe esos servicios culturales. De manera que nociones como cliente, usuario o visitante pueden ser poco adecuadas en estos contextos rurales en los que lo comunitario tiene una mayor presencia.
- El estudio pone de relieve que la cultura estimula a pensar, reflexionar y debatir y refuerza la curiosidad por el saber, todo lo cual suele contribuir a desarrollar talentos más abiertos, que se renuevan y mejoran, sobre todo si lo hacen con el encuentro de otros, al tiempo que la propia generación de espacios de socialización da lugar a comunidades más acogedoras, inclusivas y tolerantes. Por su parte, la tecnología y la innovación no son relevantes solo en sus versiones duras y disruptivas, sino que suelen ser más consistentes cuando aprovechan el conocimiento enraizado y, junto a sus componentes y efectos funcionales, consideran también la sensibilidad y el contexto en los impactos. En esas ampliaciones, tal vez el término creatividad refleja mucho mejor lo que a veces se define como innovación, y la cultura es creativa y dinamiza, especialmente cuando se potencia la dimensión participativa de sus públicos.
- En definitiva, es posible concluir que si Florida (2022)¹¹¹ y una abundante literatura en línea con sus tesis señalan las tres «t» —talento, tolerancia y tecnología— como factores desencadenantes de las ciudades creativas, a escala rural cabe hablar de estas tres dimensiones en un contexto diferente, pero equivalente, que las matiza. De modo que las tres «c» —conocimiento, comunidad y creatividad— podrían ser la traducción en el medio rural de las tres «t» de Florida.

El valor de las alianzas y redes

- En relación con el capital social y relacional, la gran mayoría de las iniciativas prioriza como elemento clave para su correcta gestión el establecimiento de contactos y vínculos personales.

¹¹¹ Florida, R. (2002). *Las ciudades creativas: por qué donde vives puede ser la decisión más importante de tu vida*, Barcelona: Paidós.

- El contacto directo, casi siempre informal, se estima, a su vez, como el canal de comunicación esencial de sus actividades frente a acciones de comunicación y publicidad a gran escala, a las que ciertos festivales y eventos con mayor vocación turística otorgan, no obstante, una mayor importancia en comparación con el resto de las tipologías estudiadas.
- El componente relacional contempla, también, el desarrollo de redes de colaboración con otras propuestas culturales. En este sentido, los agentes promotores declaran que potencian en mayor medida el trabajo en red desde una perspectiva de proximidad funcional frente a una proximidad geográfica que posibilitaría la consolidación de un ecosistema cultural en el territorio más cercano, lo cual podría ser motivo de cierta reflexión. Por otro lado, ante la diversidad de valoraciones de este ítem, la propia localización de los proyectos parece ser relevante a la hora de establecer colaboraciones con instituciones culturales próximas, como evidencia la mayor puntuación que conceden a este factor las propuestas inscritas en municipios con centralidad en áreas dinámicas accesibles.
- Además, los proyectos culturales de la muestra comprenden un número amplio y heterogéneo de actuaciones. Esto da lugar a una extensa trama de agentes interdependientes, entre los que destacan las comunidades educativas y otros actores de la cultura local, como asociaciones y centros de estudios, y, en menor medida, las asociaciones de personas mayores y otras agrupaciones, a veces informales, de carácter lúdico y social.
- Respecto a la colaboración con el entorno educativo, se estima, no obstante, que es susceptible de mejora, ya que tan solo un 10 % de los agentes promotores escoge este factor como determinante para la consolidación y supervivencia de su proyecto.
- Los agentes promotores tampoco otorgan, en términos globales, una gran importancia a la colaboración con las agencias de desarrollo, si bien se advierte una gran disparidad de situaciones que los grupos de desarrollo rural y de acción local vienen a corroborar en sus cuestionarios de consulta¹¹². Así, manifiestan desde un desconocimiento de algunos proyectos inscritos en su ámbito territorial de actuación hasta colaboraciones que se concretan en dotación de fondos, infraestructuras o equipos materiales, asesoramiento sobre búsqueda de financiación, acciones de promoción, diseño de proyectos conjuntos o participación en los proyectos culturales como socios. Existen, por tanto, múltiples posibilidades de colaboración que explorar, más aún conforme a las potencialidades de la cultura para el desarrollo rural que confirma este estudio. Estrategia que no se ajusta a los enfoques más convencionales que suelen exigirse a estas agencias, ya que no contemplan la capacidad dinamizadora de la inclusión, el arraigo, la vecindad y el paisanaje.

¹¹² Valoración promedio de GDR/GAL de su grado de colaboración en el origen del proyecto: 2,45; valoración promedio de su grado de colaboración en la consolidación del proyecto: 3,15; valoración promedio de su grado de colaboración para la viabilidad futura del proyecto: 4,50.

Financiación y apoyo institucional

- El desarrollo de proyectos culturales en el medio rural orientados a públicos locales, si bien ha experimentado un crecimiento notable en los últimos años, se enfrenta, a su vez, a múltiples dificultades, entre las que ocupan un lugar destacado las que derivan de las fuentes de financiación, con una importante dependencia de los presupuestos públicos. Se observa, así, que, si la disponibilidad de recursos públicos era un factor de menor trascendencia para el nacimiento de los proyectos, quedando limitado a las iniciativas lideradas por promotores públicos y a aquellas de carácter concertado, se convierte, con el tiempo, en un elemento esencial para el buen funcionamiento del conjunto de las propuestas estudiadas, e, incluso, se transforma en un factor determinante para su supervivencia a medio y largo plazo.
- Por tanto, la presencia de un entorno político e institucional favorable es un factor clave, que guarda una clara correlación con las necesidades de financiación pública, antes enunciadas. Un análisis más detallado del contexto autonómico y municipal en el que se inscriben las propuestas revela una gran diversidad de situaciones, si bien cabe concluir que el mayor peso recae en el talante personal, implicación, conocimientos e interés por la cultura de políticos y gestores públicos, más que en la existencia de unas políticas públicas de apoyo a la cultura en el medio rural bien definidas. Este hecho se advierte como amenaza cuando se constata una falta de sensibilidad y conocimiento por parte de políticos y gestores para cooperar y crear dinámicas favorables; aspecto que es señalado como la primera o segunda amenaza —o debilidad externa— por más de la mitad de los agentes promotores consultados.
- Esta amenaza no es percibida de manera homogénea por todas las modalidades de propuestas culturales, siendo los proyectos que se orientan preferentemente hacia públicos internos los que muestran una mayor vulnerabilidad ante los cambios en el contexto político. Por el contrario, los festivales analizados manifiestan una menor preocupación ante una posible falta de conocimiento y sensibilidad por parte de cargos políticos y gestores públicos, que puede ponerse en relación con su mayor capacidad para atraer a públicos externos y generar ingresos económicos directos.
- Como complemento a la información facilitada por los agentes promotores, los ayuntamientos del municipio o municipios que constituyen el ámbito de influencia directa de los proyectos declaran en sus cuestionarios un notable grado de colaboración que se va consolidando con el tiempo¹¹³ y que se materializa, en ocasiones, en apoyo económico, pero más frecuentemente en cesión de espacios, soporte logístico, acciones de promoción y difusión, coordinación conjunta de actividades y asesoramiento.

¹¹³ Valoración promedio de ayuntamientos de su grado de colaboración en el origen del proyecto: 6,21; valoración promedio de su grado de colaboración en la consolidación del proyecto: 7,00; valoración promedio de su grado de colaboración para la viabilidad futura del proyecto: 7,68.

- En este sentido, la visión de la cultura en el medio rural como motor de crecimiento turístico es objeto hoy en día de revisión y debate. Entre las iniciativas seleccionadas, el desarrollo turístico del territorio recibe una valoración dispar, que fluctúa desde las posiciones mayoritarias que lo contemplan como oportunidad —con proyectos que, incluso, abren nuevas líneas de negocio basadas en el turismo— y las de aquellas otras que lo conciben como una amenaza para la sostenibilidad del entorno, la comunidad y el propio proyecto. Al igual que el resto de los grupos de consulta, los alcaldes, ediles y técnicos de ayuntamientos otorgan las más altas puntuaciones a los impactos de tipo reputacional, entre los que figura para este grupo de consulta, como ítem específico, la contribución de los proyectos a la mejora de la imagen turística del lugar, que perciben como muy alta, aunque inciden más aún en los efectos positivos que ejercen los proyectos sobre el bienestar de la vecindad.



Mancomunidad de Servicios Bibliotecarios Berragu

7.3 Sobre políticas culturales públicas en el medio rural

De los apartados anteriores, tanto de los más analíticos como de los más descriptivos, cabe extraer un conjunto adicional de conclusiones que podrían tenerse en cuenta cuando se debatan estrategias que posicionen a la cultura como un aspecto clave del desarrollo rural. Algunas serían las siguientes:

Especificidad de la acción cultural en el territorio

- Los proyectos culturales promovidos por agentes privados, que no cuentan con el respaldo de un mecenazgo fuerte, constituyen un subsector muy frágil y vulnerable.
- Estas iniciativas suelen tener un difícil encaje o acomodo en las convocatorias de ayudas públicas, en las que concurren junto a otras propuestas sin raíz en el territorio o que responden, en mayor medida, a las lógicas de las industrias culturales. Las iniciativas nacidas desde abajo, especialmente aquellas en las que sus agentes promotores arriesgan recursos personales y que implican un alto nivel de autoexigencia en sus aspectos laborales y vitales, apenas tienen un tratamiento diferenciado cuando, en cambio, generan un amplio conjunto de externalidades positivas sociales y financieras para sus municipios, de las que serían en parte acreedoras.
- Por tanto, cabría plantear estrategias específicas para quienes promovieran iniciativas privadas, personales o grupales, orientadas al trabajo con el territorio y la comunidad. Si los fallos del mercado justifican acciones públicas correctoras, el de la cultura en el ámbito rural es un campo extremadamente propicio en el que intervenir, aunque sin necesidad de que sea la administración pública quien directamente diseñe y gestione los proyectos. La provisión pública no significa producción desde las administraciones y caben otras figuras, como la concertación, los convenios o la colaboración institucional en programaciones y proyectos concretos, que no son tan rígidas como las estructuras públicas y que resultan muy adecuadas en estos municipios de pequeño tamaño.
- El análisis de los múltiples actores del territorio y de las posibilidades de incrementar el capital relacional de los proyectos lleva a plantear la conveniencia de que haya una especie de *know-how* específico en la gestión, una suerte de estilo de gobierno propio, adaptable a cada entorno y en constante actualización, pero explícito y reconocible, en el que desde diferentes campos del conocimiento se trabaje conjuntamente en los ámbitos locales y comarcales, con un enfoque integral, transversal y dinamizador.

Transversalidad de la acción pública y privada

- Desde el sector público, sería interesante que las áreas de educación, bienestar social, juventud, dependencia y discapacidad, entre otras, generasen marcos de actuación compartidos con el área de cultura, que los dotara de complementariedad y los reforzara. Es decir, una gobernanza de la cultura local que fuera flexible y ágil, con propósito, intra- e interdepartamental, dando valor a la innovación y, sobre todo, al bienestar de la vecindad, al tiempo que se generasen mecanismos para la gobernanza compartida de la cultura, que posibilitaran la participación de la comunidad en la toma de decisiones, con el fin de empoderarla e incorporar sus necesidades, conocimientos y expectativas.
- Las personas que desde lo público implementan estrategias y proyectos, e interactúan con quienes promueven proyectos privados, incluyendo tanto a los niveles políticos como a los técnicos de cultura de ayuntamientos, comarcas y diputaciones, precisan de un mayor conocimiento acerca de las nuevas formas de pensar y hacer cultura en el medio rural. Se abren paso nuevas propuestas que ponen el acento en los procesos y en las comunidades, y no tanto en los resultados más vinculados con el desarrollo económico o que se traducen en un mayor número de visitantes.
- Este cambio de orientación de las políticas públicas resulta fundamental para hacer convivir ciertos modelos imperantes, que buscan en los proyectos la generación de una marca turística territorial, con nuevos formatos culturales que posibilitan el desarrollo de estrategias de cohesión social, al potenciar los vínculos que permiten a las personas experimentar un sentido de pertenencia, favorecer la resolución de conflictos y asegurar un bienestar del que se es consciente y que se comparte.

Creación de ecosistemas

- Los procesos de aprendizaje en la cultura están sujetos, por tanto, a procesos de formación continua, al contraste de técnicas y enfoques, y a la puesta en común de experiencias. En el mundo rural es habitual compartir conocimientos sin que exista una proximidad física, pero es bastante probable que estos cruces entre los agentes culturales, y entre estos y otros actores del territorio, no se realicen con la intensidad suficiente, al tiempo que incurran en unas vinculaciones afines, ignorando la oportunidad de entablar otras vías de colaboración todavía inéditas.
- De este modo, las administraciones públicas pueden desempeñar una labor esencial de impulso y coordinación de la cultura en el medio rural, apoyando el trabajo en red y facilitando el intercambio a través de espacios de encuentro, que estén también abiertos a otros agentes e instituciones que desde ámbitos externos permitan cruzar perspectivas y suscitar análisis novedosos, como medios de comunicación, crítica, públicos o universidades, para conversar sobre cultura y generar aprendizajes compartidos.



Ayuntamiento de Vilafranca

A modo de corolario

- La alta valoración de los impactos de los proyectos culturales en entornos rurales, que de este trabajo se concluye, en especial por dos grupos poblacionales clave, como mujeres y personas jóvenes, lleva a advertir de la necesidad de incluir y potenciar el apoyo a las iniciativas culturales en las estrategias de desarrollo rural y de lucha frente a la despoblación. Tras concluir que los proyectos culturales tienen un impacto directo muy significativo en los entornos rurales, especialmente en términos de reputación externa e interna, y de mejora del bienestar personal y comunitario, sin olvidar sus efectos económicos y demográficos, su consideración como un elemento estratégico frente a la despoblación habría de ser prioritaria.
- En general, se valora que las estrategias de desarrollo desde abajo (*bottom-up*) son las más eficaces en la lucha contra la despoblación, y el caso de la cultura no es una excepción. Si se aspira a que las políticas de apoyo al medio rural contribuyan a garantizar la libertad de elección del lugar de residencia, la cultura puede desempeñar un papel decisivo en esta dirección, pero, como ya

se ha explicado, el foco se ha de poner especialmente en aquellos proyectos que surgen de la base, de las personas que viven en el día a día en entornos rurales, ya que serán los que tengan mayores posibilidades de generar impactos significativos en el territorio.

- En suma, la cultura facilita dinámicas que son fundamentales en el desarrollo personal y colectivo, haciendo a las personas más capaces y relevantes en su vida personal y en su comunidad. En sociedades muy segmentadas, en un sentido físico, social y generacional, la cultura, que despierta emociones, incentiva lo creativo y abre mentes, facilita que puedan ser más fáciles los encuentros propositivos, la deriva de relaciones y sembrar futuros en un tempero idóneo.

8

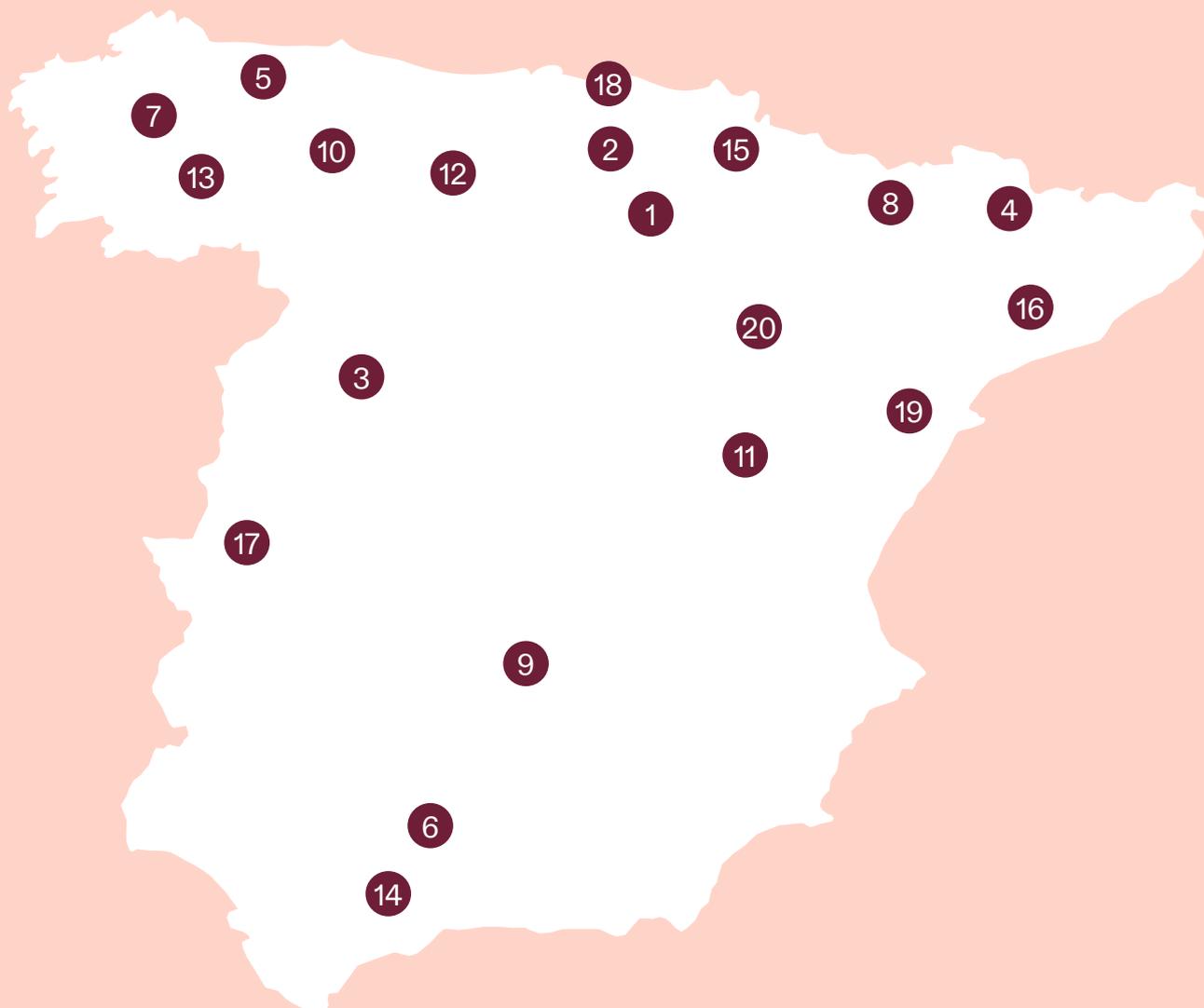
APÉNDICES

- 8.1. Casos de estudio
- 8.2. Bibliografía



8.1 Casos de estudio

1. 1 Kilómetro de Arte
2. Azala
3. Centro de Desarrollo Sociocultural Germán Sánchez Ruipérez
4. Centre d'Art i Natura (CAN) de Farrera
5. Complejo Cultural As Quintas
6. Ecomuseo del Río Caicena
7. Festival Agrocuir da Ulloa
8. Festival de Espiello
9. Festival de Teatro Clásico de Almagro
10. Fundación Cerezas Antonino y Cinia
11. Fundación Santa María de Albarracín
12. Fundación Santa María la Real
13. Fundación Uxío Novoneyra
14. Genalguacil Pueblo Museo
15. Proyecto Berragu
16. Museu Terra
17. Museo Vostell Malpartida
18. Muttur Beltz
19. Política cultural del Ayuntamiento de Vilafranca
20. Pueblos en Arte



1 Kilómetro de Arte

Desde 2013

Ventosa, La Rioja (INE 2023: 194 habitantes)

Promotor: público municipal

Proyecto de desarrollo basado en el arte y la cultura, ubicado en un municipio del Camino de Santiago, que no se había visto beneficiado anteriormente por el tránsito de peregrinos. Anualmente, se celebra una edición de este espacio de convivencia entre artistas, vecinos y peregrinos, gracias a la realización de una intervención artística participativa que se instala en el espacio público, convirtiendo, así, a Ventosa en un museo de arte contemporáneo al aire libre. El Ayuntamiento de la localidad lidera esta iniciativa, cuya gestión está delegada en una comisión integrada por el tejido asociativo local.

Página web

Azala

Desde 2008

Erriberagoitia/Ribera Alta, Araba/Álava (INE 2023: 828 habitantes)

Promotor: privado

Espacio de creación e investigación artística multidisciplinar que vertebra su actividad en torno a la danza, las artes escénicas y los cuidados, desarrollando residencias, talleres, laboratorios y proyectos editoriales. Desde la pequeña localidad de Lasierra (Erriberagoitia/Ribera Alta), de tan solo 14 habitantes, lidera otras propuestas de carácter colaborativo, como la Comunidad Energética Lasierra.

Página web

Centre d'Art i Natura (CAN) de Farrera

Farrera, Lleida/Lérida (INE 2023: 124 habitantes)

Promotor: privado

Gestionado por una asociación sin ánimo de lucro, se configura como espacio de residencia para la interacción de artistas y perfiles investigadores, posibilitando el trabajo conjunto en torno a los cruces entre arte y ciencia, con especial interés por la sostenibilidad del territorio y la defensa de sus valores medioambientales. La base sociológica que permite el proyecto en Farrera se explica por una migración en los años 70 y 80 de jóvenes neorrurales de origen internacional. Entre ellos, Bernard Loughlin, que en 1989 propone la iniciativa desde su condición de director del Tyrone Guthrie Centre.

Página web

Centro de Desarrollo Sociocultural Germán Sánchez Ruipérez

Desde 1989

Peñaranda de Bracamonte, Salamanca (INE 2023: 6.079 habitantes)

Promotor: público municipal

Iniciativa para el fomento de la cultura en el medio rural que nace vinculada a la Fundación Germán Sánchez Ruipérez. Este centro integral de servicios culturales es un referente a nivel internacional en el ámbito de la lectura, gracias a proyectos como Territorio eBook, Territorio Archivo, Casas Lectoras o Proyecto Nubeteca. En 2020, el Centro pasa a ser de titularidad exclusivamente municipal, retirándose la Fundación del proyecto, si bien continúa tutelando algunas actividades.

Complejo Cultural As Quintas

El Franco, Asturias (INE 2023: 3.749 habitantes)

Promotor: público municipal

Ubicado en una antigua casona de la pequeña localidad de La Caridad (El Franco), alberga la biblioteca municipal, una sala de exposiciones, un auditorio, un aula de medios audiovisuales y una sala cultural polivalente. Desde sus inicios, existe un acuerdo de colaboración entre el Ayuntamiento de El Franco y la Asociación Cultural Amigos y Amigas de As Quintas, que programa las exposiciones y dinamiza la actividad cultural del centro y del territorio, habiendo logrado que la sala de exposiciones As Quintas sea un referente en el mundo del arte contemporáneo.

Página web

Ecomuseo del Río Caicena

Desde 1994

Almedinilla, Córdoba (INE 2023: 2.340 habitantes)

Promotor: público municipal

Proyecto de dinamización que sigue un esquema de desarrollo local equilibrado y acorde con el patrimonio arqueológico, etnográfico y natural del municipio. Toma como hilo conductor el río Caicena, para experimentar el territorio a partir de una serie de núcleos museísticos de diverso carácter que conviven con otras infraestructuras culturales, como biblioteca especializada, taller de restauración o centro de formación. Destaca el protagonismo vecinal tanto en los orígenes del proyecto, al impulsar su creación, como en la actualidad, gracias a su asociación de amigos.

Página web

Espiello. Festival Internacional de Documental Etnográfico de Sobrarbe

Desde 2003

Boltaña, Huesca (INE 2023: 1.104 habitantes)

Promotor: público comarcal

Festival de cine pionero en el territorio español por su especialización en documental etnográfico. Su ciclo principal se desarrolla en Boltaña, si bien en los últimos años ha ampliado su actividad a diversas localidades de este territorio pirenaico a través de ciclos complementarios de especial interés para sus habitantes, como los dedicados a cine y montaña o a cine y ganadería. Promovido por la comarca de Sobrarbe, participa activamente en su organización la comisión permanente del Festival, integrada por 24 vecinos y vecinas de la comarca.

Página web

Festival Agrocuir da Ulloa

Desde 2014

Monterroso, Lugo (INE 2023: 3.593 habitantes)

Promotor: privado

Festival con sede principal en Monterroso y programación expandida a los municipios de Antas de Ulla y Palas del Rei, especializado en visibilizar la diversidad sexual, afectiva y de género en el medio rural, así como en la construcción de comunidades inclusivas y participativas desde las artes escénicas, la música y la *performance*. Completa su actividad con la organización de talleres y mesas redondas, para abordar otras problemáticas del territorio, como la recuperación de los saberes rurales o la defensa del bosque autóctono.

Página web

Festival Internacional de Teatro Clásico de Almagro

Desde 1979

Almagro, Ciudad Real (INE 2023: 8.958 habitantes)

Promotor: fundación del sector público

Considerado como el mayor centro mundial de creación teatral y pensamiento de los siglos XVI y XVII en el mundo hispano, reúne cada mes de julio en la villa monumental de Almagro a profesionales del ámbito de la creación y a especialistas en teatro barroco, junto a públicos diversos a los que oferta una programación que incluye representaciones, encuentros internacionales y acciones culturales

y pedagógicas en espacios escénicos de toda índole, como plazas, claustros o teatros a la italiana, para contribuir a la dinamización del espacio urbano y de su entorno territorial.

[Página web](#)

Fundación Cerezales Antonino y Cinia

[Desde 2008](#)

[Vegas del Condado, León \(INE 2023: 1.157 habitantes\)](#)

Institución galardonada con la Medalla de Oro al Mérito en las Bellas Artes 2021, con sede en la pequeña población de Cerezales del Condado (Vegas del Condado). Se orienta al desarrollo del territorio y a la transferencia de conocimiento a la sociedad mediante dos vías de acción, producción cultural y etnoeducación, que se articulan preferentemente en torno al arte contemporáneo, la música, el medioambiente, la sociología y la economía. Su política institucional recoge como argumento clave la atención a la cultura abierta, al tiempo que atiende a una función impulsora y relacionante entre proyectos y agentes locales, regionales, nacionales y transnacionales.

[Página web](#)

Fundación Santa María de Albarracín

[Desde 1996](#)

[Albarracín, Teruel \(INE 2023: 1.015 habitantes\)](#)

[Promotor: fundación público-privada](#)

Centra su actividad en la conservación y restauración arquitectónica y de bienes muebles de la localidad monumental de Albarracín, que en los últimos años se ha hecho extensiva a toda la provincia de Teruel. A esta línea de acción se suma la dinamización cultural de su entorno con la elaboración anual de un programa cultural propio que ofrece cursos, exposiciones, conciertos y residencias, así como la gestión de trece instituciones públicas recuperadas por la entidad y que se han convertido en el conjunto «Albarracín, espacios y tesoros».

[Página web](#)

Fundación Santa María la Real

Desde 1977

Aguilar de Campoo, Palencia (INE 2023: 6.733 habitantes)

Promotor: fundación público-privada

Con germen en la Asociación de Amigos del Monasterio, creada para promover la restauración del Monasterio de Santa María la Real, la Fundación crece progresivamente hasta su fusión con la Fundación del Patrimonio Histórico de Castilla y León. De la integración de ambas nace el actual equipo, que trabaja con el patrimonio, el paisaje y la comunidad para el desarrollo sostenible del territorio, incluyendo la generación de proyectos de innovación social, que desbordan su actividad inicial, vinculada a la cultura y al turismo.

Página web

Fundación Uxío Novoneyra

Desde 2009

Folgoso do Courel, Lugo (INE 2023: 1.004 habitantes)

Promotor: fundación privada

Desde la conservación y difusión del legado del poeta Uxío Novoneyra, esta entidad persigue el fomento de la investigación en los campos de la literatura, la lengua, las artes y los estudios históricos y políticos. Además, entre sus objetivos figuran la defensa del medio ambiente y la promoción sociocultural de su zona de referencia, así como la difusión de la cultura gallega en el exterior. Un elemento central de su programación es el Festival dos Eidos, dedicado a la palabra, la música y las artes escénicas.

Página web

Genalguacil Pueblo Museo

Desde 1994

Genalguacil, Málaga (INE 2023: 410 habitantes)

Promotor: público municipal

Iniciativa sociocultural que busca revertir la problemática de la despoblación del Valle del Genal a través del arte. El proyecto ha creado una seña de identidad basada en cuatro pilares, tradición, arte, cultura y naturaleza, y se articula en dos programas principales, Encuentros de Arte y Arte Vivo, que conllevan producción propia e intervenciones en la calle, y que han dado lugar a la colección permanente

al aire libre que da el nombre de Genalguacil Pueblo Museo. Destaca, además, su programa de exposiciones, realizadas por y para Genalguacil y que reúne a artistas contemporáneos internacionales de primer nivel.

[Página web](#)

Mancomunidad de Servicios Bibliotecarios Berragu

[Desde 1996](#)

[Artzi/Arce \(INE 2023: 296 habitantes\), Auritz/Burguete \(INE 2023: 233 habitantes\), Erro \(INE 2023: 812 habitantes\), Garralda \(INE 2023: 190 habitantes\), Luzaide/Valcarlos \(INE 2023: 395 habitantes\), Orbaizeta \(INE 2023: 217 habitantes\), Orbara \(INE 2023: 29 habitantes\), Oroz-Betelu/Orotz-Betelu \(INE 2023: 145 habitantes\), Orreaga/ Roncesvalles \(INE 2023: 19 habitantes\). Navarra.](#)

[Promotor: público municipal](#)

Propuesta cultural, con sede central en la biblioteca del concejo de Aurizberri/Espinal (municipio de Erro), que pretende facilitar el acceso a la lectura en una zona de montaña geográficamente muy dispersa y con una población envejecida, a través de un servicio gratuito y comarcal de préstamo de libros a domicilio, con el que se alcanza a un potencial de casi 3.000 habitantes que se reparten en cuatro valles del Pirineo navarro. El proyecto Berragu se articula en cuatro rutas y los recorridos se extienden entre los 30 y los 100 km.

Museu Terra (antes Museu de la Vida Rural)

[Desde 1988](#)

[L'Espluga de Francolí, Tarragona \(INE 2023: 3.733 habitantes\)](#)

[Promotor: fundación privada](#)

Centro museístico, dependiente de la Fundación Carulla, que nace con el fin de preservar y difundir el legado del mundo rural mediterráneo. En 2009, tras un proceso de ampliación y modernización de su exposición permanente, extiende su discurso al presente y al futuro del medio rural, para convertirse en un actor central en el campo de la cultura, la ruralidad y la sostenibilidad. Desarrolla, entre otras acciones, el [FES] Festival d'Educació per la Sostenibilitat, exposiciones temporales y programas conjuntos con asociaciones del territorio.

[Página web](#)

Museo Vostell Malpartida

Desde 1976

Malpartida de Cáceres, Cáceres (INE 2023: 4.086 habitantes)

Promotor: consorcio público

Fundado en 1976, tras la declaración por el artista Wolf Vostell del paraje de Los Barruecos como «obra de arte de la naturaleza», centra su actividad en el arte radical surgido a partir de los años sesenta, especialmente vinculado al movimiento Fluxus, la *performance*, el videoarte y la música experimental. A lo largo de todos estos años se ha conseguido la implicación del pueblo en el proyecto, colaborando con el tejido asociativo, Ayuntamiento y agentes culturales del entorno, al tiempo que cuenta con una importante asociación de amigos que participa en el diseño de su programación.

Página web

Mutur Beltz

Desde 2016

Karrantza Harana/Valle de Carranza, Vizcaya (INE 2023: 2.713 habitantes)

Promotor: privado

Iniciativa local que busca, desde los cruces de la agroecología, la práctica artística y el diseño, promover la visibilidad y desarrollo de la oveja carranzana, una especie en peligro de extinción, así como responder a la pérdida de los saberes tradicionales vinculados al oficio del pastoreo y al tratamiento de los recursos que ofrece esta raza ovina a través de actividades diversas, destacando su programa de residencias creativas.

Proyecto web

Política cultural del Ayuntamiento de Vilafranca

Vilafranca, Castelló/Castellón (INE 2023: 2.148 habitantes)

Promotor: público municipal

La política cultural de este municipio se ha convertido en un referente, al posibilitar, a través de la cultura y las artes, la dinamización de la localidad y la generación de lazos comunitarios. En colaboración con agentes públicos y privados, se impulsan propuestas como el Museo de la Piedra en Seco, el Festival Xilòfag, el Festival de Música 775 o el proyecto de animación a la lectura Anigmàti-k. Todas estas propuestas han hecho a Vilafranca merecedora de la distinción de «Capital Cultural Valenciana» en el año 2020.

Pueblos en Arte

Torralba de Ribota, Zaragoza (INE 2023: 176 habitantes)

Promotor: privado

Plataforma cultural que conecta el arte de las ciudades con el ámbito rural y al pueblo con el artista, apostando por la cultura como herramienta para reactivar territorios afectados por la despoblación. Sus líneas de acción incluyen residencias artísticas, talleres, ciclos formativos, exposiciones, conciertos y recitales. Celebra el Festival Saltamontes, en el que participa activamente la vecindad a través del diseño y ejecución de actividades de transferencia de conocimiento, y en los últimos años expande su actividad a otros municipios de su ámbito territorial con proyectos como Ruta 234.

Página web

8.2 Bibliografía

- Albi, E. (2003). *Economía de las artes y política cultural*, Madrid: Instituto de Estudios Fiscales.
- Ateca, V., Ganuza, J. J., y Prieto, J. (eds.) (2021). *Economía y cultura. Una mirada hacia el futuro*, Madrid: Funcas. Disponible en este [link](#).
- Boal, I., y Herrero, L. C. (2017). «Where are the artists? Analysing economies of agglomeration in Castile and León, Spain», *Papers in Regional Science*, 97(4), pp. 995-1016, Regional Science Association International.
- Bonet, L., y Calvano, G. (eds.) (2023). *Measuring the Social Dimension of Culture, Handbook*, Barcelona: Trànsit Projectes. Disponible en este [link](#).
- Burgos, B. (coord.) (2020). *Pensar y hacer en el medio rural. Prácticas culturales en contexto*, Madrid: Ministerio de Cultura y Deporte - Subdirección General de Atención al Ciudadano, Documentación y Publicaciones. Disponible en este [link](#).
- Coenen, K. (2023). «Creatively transforming periphery? Artists' initiatives, social innovation, and responsibility for place», *Norsk Geografisk Tidsskrift - Norwegian Journal of Geography*, 77 (1), pp. 47-61. Disponible en este [link](#).
- Cultura y Ciudadanía (2017). Conclusiones del Foro Cultura y Medio Rural. Procesos para la transformación social, económica y demográfica. Disponible en este [link](#).
- Escalona, A. I., Escolano, S., Sáez, L. A., y Sánchez-Valverde, B. (2016). «The location of creative clusters in non-metropolitan areas: A methodological proposition», *Journal of Rural Studies*, 45, pp. 112-122, Ámsterdam: Elsevier. Disponible en este [link](#).
- Escudero, J. (coord.) (2022). *Nueva guía para la evaluación de las políticas culturales locales*, Madrid: Federación Española de Municipios y Provincias. Disponible en este [link](#).
- Fernandez-Blanco, V., y Prieto-Rodríguez, J. (2014). «Introduction to the Special Issue: The Economics of Cultural Industries», *Economics and Business Letters*, 3(2), pp. 77-78. Disponible en este [link](#).
- Frey, B. S., y Briviba, A. (2023). «Two types of cultural economics», *International Review of Economics*, 70(1), pp. 1-9, Springer. Disponible en este [link](#).
- García-Dory, F., Michalowski, P. y Drane, L. (2020). *Arts in Rural Areas*, Bruselas: IETM - International network for contemporary performing arts. Disponible en este [link](#).
- Herrero, L. C. (2019). «Economía de la arqueología: valor e impacto económico del patrimonio arqueológico», *Cuadernos Económicos del ICE*, 98, pp. 25-41, Madrid: Ministerio de Industria, Comercio y Turismo-Secretaría de Estado de Comercio. Disponible en este [link](#).
- Johnston, W. J., Leach, M. P., y Liu, A. H. (1999). «Theory testing using case studies in business-to-business research», *Industrial Marketing Management*, 28, pp. 201-213.
- Li, C., Coll-Serrano, V., y Rausell-Köster, P. (2023). «Exploring the Evidence-Based Driving Factors of Innovation in Arts and Cultural Organizations», *Empirical Studies of the Arts*, 02762374231155746.
- Mas, M. (2020). «El crecimiento de la productividad y los activos intangibles», *Papeles de economía española*, 164, pp. 41-59, Madrid: Funcas. Disponible en este [link](#).
- Núñez, F. J. (2018). *De la medición del impacto a la mejora. Metodología de evaluación de proyectos culturales. El caso del Festival de Cans*, Santiago de Compostela: Xunta de Galicia-Consellería de Cultura, Educación e Ordenación Universitaria.
- Observatorio Vasco de la Cultura-Kulturaren Euskal Behatokia (2018). *El valor público de la cultura*, Gobierno Vasco-Departamento de Cultura y Política Lingüística. Disponible en este [link](#).
- Polivtseva, E. (2023). *Artes en las zonas rurales: convertir la escasez en abundancia*, Madrid: Ministerio de Cultura - Cultura y Ciudadanía. Disponible en este [link](#).
- Rausell-Köster, P., Ghirardi, S., Sanjuán, J., Molinari, F., y Abril, B. (2022). «Cultural experiences in the framework of 'cultural cities': measuring the socio-economic impact of culture in urban performance», *City, Territory and Architecture*, 9, Springer Open. Disponible en este [link](#).
- Rodrigo, J. (2023). *Repensar los indicadores de las artes comunitarias/ cultura comunitaria*, Artibarri / Transductores. Disponible en este [link](#).
- Rodríguez-Pose, A. (2018). «The revenge of the places that don't matter (and what to do about it)», *Cambridge Journal of Regions, Economy and Society*, 11(1), pp. 189-209, Oxford: Oxford University Press.

Sáez, L. A. (2019). «Despoblación, desarrollo y cultura: triángulo cómplice», *PH: Boletín del Instituto Andaluz del Patrimonio Histórico*, 27(98), pp. 70-87, Sevilla: Junta de Andalucía-Instituto Andaluz de Patrimonio Histórico.
Disponible en este [link](#).

Schneider, W., Kegler, B. y Koß, D. (2021). *Vital Village - Development of Rural Areas as a Challenge for Cultural Policy (Cultural and Museum Management)*, Bielefeld: Transcript Verlag.

Sen, A. (2004). «How Does Culture Matter?», *Culture and Public Action*, 38, pp. 37-58, Stanford: Stanford Social Sciences.

Silva, S. R., Marques, C. S., y Galvão, A. R. (2023). «Where Is the Rural Creative Class? A Systematic Literature Review About Creative Industries in Low-Density Areas», *Journal of the Knowledge Economy*, pp. 1-31, Berlín: Springer.
Disponible en este [link](#).

Throsby, C. D. (1994). «The Production and Consumption of the Arts: A View of Cultural Economics», *Journal of Economic Literature*, 32(1), pp. 1-29.
Disponible en este [link](#).

Throsby, D. (2001). *Economics and Culture*, Cambridge: Cambridge University Press.

Towse, R. (2019). *A textbook of cultural economics*, Cambridge: Cambridge University Press.

Villareal, O., y Landeta, J. (2010). «El estudio de casos como metodología de investigación científica en dirección y economía de la empresa. Una aplicación a la internacionalización», *Investigaciones Europeas de Dirección y Economía de la Empresa*, 16(3), pp. 31-52, IEDEE.
Disponible en este [link](#).

Villareal, O. (2016). «Is it desirable, necessary and possible to perform research using case studies? / ¿Se quiere, se debe y se puede investigar con estudios de casos?», *Management Letters/ Cuadernos de gestión*. 17(1), pp. 147-172, Bilbao: Universidad del País Vasco-Instituto de Economía Aplicada a la Empresa.
Disponible en este [link](#).

Yin, R.K. (1989). *Case Study Research. Design and Methods*, Londres: Sage.

Agradecimientos

Mari Mar Agós (Mancomunidad de Servicios Bibliotecarios Berragu)	Ignacio García (Festival Internacional de Teatro Clásico de Almagro)	Raúl Palacio (Ayuntamiento de Karrantza/ Valle de Carranza)
José Antonio Agúndez (Museo Vostell Malpartida)	Marta García (CEIP Rural)	Jordi Paris (Consorti Leader de Desenvolupament Rural del Camp)
Martín Alemparte (Grupo de Desarrollo Rural Ribeira Sacra-Courel)	Jesús Gomez (Enkarterrialde)	Cecilia Pérez (Complejo Cultural As Quintas)
José Luis Almazán (Ayuntamiento de Albarracín)	Miguel Ángel Herrera (Genalguacil Pueblo Museo)	Eurkene Portillo (Ayuntamiento de Karrantza/ Valle de Carranza)
Javier Bajo (Asociación para el Desarrollo Rural Endógeno del Territorio Nordeste de Salamanca)	Antonio Jiménez (Fundación Santa María de Albarracín)	Alfredo Puente (Fundación Cerezales Antonino y Cinia)
José Barrios (Asociación para el Desarrollo del Campo de Calatrava)	Juan Jiménez (Grupo de Desarrollo Rural Sierra de las Nieves y Serranía de Ronda)	Alfonso Puertas (Ayuntamiento de Torralba de Ribota)
Pere Bascones (Ayuntamiento de Sort)	Manuel Lagos (Festival Internacional de Teatro Clásico de Almagro)	Ana Querol (Ayuntamiento de Vilafranca)
Ángel Bringué (Ayuntamiento de Farrera)	Mikel Landabare (Mancomunidad de Servicios Bibliotecarios Berragu)	Álvaro Retortillo (Fundación Santa María la Real)
Lucía Camón (Pueblos en Arte)	Lluís Llobet (Centre d'Art i Natura de Farrera)	Francisco Javier Rodríguez (Asociación Miña-Ulla)
Germán Campal (Asociación Centro de Desarrollo Navia-Porcía)	Enric Mercadé (Ayuntamiento de L'Espluga de Francolí)	José Luis Sánchez (Biblioteca de Peñaranda de Bracamonte)
Gemma Carbó (Museu Terra)	Francisco Mérida (Asociación Grupo de Desarrollo Rural de la Subbética Cordobesa)	Naia Sánchez (Gu Pirinioa)
Gerard Castellarnau (Consorti Leader Pirineu Occidental)	José Manuel Merino (Agrupación Comarcal de Desarrollo Montaña Palentina)	Rebeca San Roman (1 Kilómetro de Arte)
Dolores Castro (Ayuntamiento de Folgoso do Courel)	María Miranda (Asociación Centro para el Desarrollo de Sobrarbe y Ribagorza)	Salomé Santalla (Ayuntamiento de Monterroso)
Eduardo Centeno (Asociación Grupo de Acción Local Montaña de Riaño)	Ignacio Muñiz (Ecomuseo del Río Caicena)	Sagrario Sanz (Asociación para el Desarrollo Rural Integral de la Sierra de Albarracín)
Arturo Comas (Genalguacil Pueblo Museo)	Agustín Muñoz (Ayuntamiento de Ainsa)	Maite Sebastián (Ayuntamiento de Aniñón)
José Antonio Cruz (Altport - Altmaesport Leader)	José M ^º Muñoz (Asociación para el Desarrollo de la Comarca Tajo-Salor-Almonte)	Rocío Seijas (Ayuntamiento de Monterroso)
Esther Durana (Asociación de Desarrollo Rural Añana)	Carmen Muro (Ayuntamiento de Broto)	Roberto Serrano (Ayuntamiento de San Juan de Plan)
Patricia Español (Espiello. Festival Internacional del Documental Etnográfico de Sobrarbe)	Uxío Novo (Fundación Uxío Novoneyra)	Laurita Siles (Mutur Beltz)
Carlos Fuentes (1 Kilómetro de Arte)	Ana Orcasitas (Ayuntamiento de Karrantza/ Valle de Carranza)	Ricardo Velasco (1 Kilómetro de Arte)
Javier Gallego (Ayuntamiento de Erriberagoitia/ Ribera Alta)	Sonia Orús (Ayuntamiento de Boltaña)	Josep M. Vidal (Ayuntamiento de L'Espluga de Francolí)
Adrián Gallero (Festival Agrocuir da Ulloa)		Idoia Zabaleta (Azala)
		Victoria Zarcero (Complejo Cultural As Quintas)

