



# OBSERVATORI CULTURAL DE LA UNIVERSITAT DE VALÈNCIA

REFLEXIONES, EXPERIENCIAS Y PRÁCTICAS  
SOBRE LA GESTIÓN CULTURAL CONTEMPORÁNEA

**Raúl Abeledo Sanchis**

Editor

**Marcia Jadue Boeri**

Coordinadora

UNIVERSITAT  
DE VALÈNCIA

**525**  
anys  
1499-2024

UVcultura<sup>ra</sup>

OBSERVATORI CULTURAL



**OBSERVATORI CULTURAL  
DE LA UNIVERSITAT DE VALÈNCIA**

*Reflexiones, experiencias y prácticas  
sobre la gestión cultural contemporánea*



Esta obra está bajo una Licencia Creative Commons Reconocimiento-NoComercial-SinObraDerivada 4.0 Internacional.

Una versión anterior del capítulo «Cultura ingobernable» se publicó por primera vez en el libro *Cultura ingobernable*, capítulo 3, Ariel, Barcelona, 2022.  
© 2022, Jazmín Beirak © Editorial Planeta, S. A.

© De los textos: los autores, 2025  
© De esta edición: Universitat de València, 2025

Maquetación: Letras y Píxeles, S. L.  
Ilustración de la cubierta: © Elías Taño

ISBN Papel: 978-84-9133-746-1  
ISBN PDF: 978-84-9133-747-8  
<https://doi.org/10.7203/PUV-OA-747-8>

Edición digital

# OBSERVATORI CULTURAL DE LA UNIVERSITAT DE VALÈNCIA

*Reflexiones, experiencias y prácticas  
sobre la gestión cultural contemporánea*

Editor

RAÚL ABELEDO SANCHIS

Coordinadora

MARCIA JADUE BOERI

Autoras y autores

RAÚL ABELEDO SANCHIS

JAZMÍN BEIRAK ULANOSKY

ROCÍO BENAVENT MÉNDEZ

ANTONIA BLAU

LLUÍS BONET AGUSTÍ

FRANCISCO COLLADO CERVERÓ

EDUARDO GUILLOT HEVIA

MARCIA JADUE BOERI

PAU RAUSELL KÖSTER

Portada e ilustraciones interiores

ELÍAS TAÑO

VNIVERSITAT  
DE VALÈNCIA

525  
anys  
1499-2024

UVcultura<sup>à</sup>

OBSERVATORI CULTURAL

València, 2024



# Índice

<b>Prólogo .....</b>	<b>11</b>
M. VICENTA MESTRE ESCRIVÀ	
ESTER ALBA PAGÁN	

## Presentación

<b>El Observatori cultural como espacio de producción de narrativas.....</b>	<b>17</b>
RAÚL ABELEDO SANCHIS	
1. Introducción.....	17
2. Los contenidos de esta publicación .....	19
<b>Te estamos observando.....</b>	<b>23</b>
MARCIA JADUE BOERI	
1. ¿Qué analizamos? La programación del Servei de Cultura y la participación de la comunidad universitaria en ella.....	24
2. ¿Qué seguimos? Las relaciones entre la cultura y el desarrollo en medio del paradigma ecosocial .....	30

## Reflexiones

<b>Cultura ingobernable.....</b>	<b>37</b>
JAZMÍN BEIRAK ULANOSKY	
1. Ni Estado, ni mercado.....	38
2. Lógicas frente a contenidos.....	46
3. Abrazar lo ingobernable .....	53
<b>La ultraderecha en la gestión de la política cultural en el País Valenciano .....</b>	<b>59</b>
PAU RAUSELL KÖSTER	
1. Introducción .....	59
2. El estado de la reflexión sobre la capacidad transformadora de la cultura en el País Valenciano .....	60
3. ¿Qué cabe esperar de la política cultural de VOX? .....	62

4. ¿Qué puede hacer la ultraderecha en el ámbito de la política cultural? .....	63
5. Inexperiencia en la gestión y la falta de aliados.....	68
6. A modo de conclusiones.....	71

### **Centralidades y periferias en las estrategias de internacionalización cultural a propósito del caso catalán .....**

LLUÍS BONET AGUSTÍ

1. Introducción.....	77
2. Institucionalización y contexto en las políticas de proyección cultural internacional .....	78
3. El sistema de relaciones culturales exteriores de Cataluña .....	84
4. Reflexiones a modo de conclusión .....	88

### **Experiencias**

#### **Innovación, cultura y ciudad .....**

ANTONIA BLAU

1. El Goethe-Institut: los institutos culturales siguen desarrollándose temáticamente.....	97
2. Creative cities: contexto y futuro .....	100
3. Reorientación de las actividades del mediador cultural alemán en España: Cities Ahead .....	103
4. Conclusión.....	106

#### **Estrategias de internacionalización para el sector cultural: el proyecto Chebec.....**

ROCÍO BENAVENT MÉNDEZ

1. Los desafíos <i>millennials</i> : el hechizo de la internacionalización.....	111
2. En busca del beneficiario perdido: el proyecto Chebec como experiencia transformadora .....	116
3. El desafío Chebec: <i>hackeando</i> la cultura del Mediterráneo desde lo glocal....	120
4. Planes de internalización: uno atrae lo que es, no lo que será.....	123
5. Concluyendo que es gerundio .....	126

## Prácticas

El Punt, autogestió de la memòria social antagonista .....	135
FRANCISCO COLLADO CERVERÓ	
Cultura del rock and roll. Autogestión de la industria musical en València.....	147
EDUARDO GUILLOT HEVIA	
1. Fuera del radar .....	152
2. El gesto político.....	158
3. Moverse en círculos.....	162
Biografías de las autoras y autores .....	167



## *Prólogo*

A estas alturas del siglo XXI, la evidencia acumulada es significativa y reveladora: los sectores cultural y creativo se han consolidado como ejes fundamentales para el desarrollo sostenible de nuestra sociedad. Son innumerables las investigaciones académicas que demuestran su aporte ya no solo desde el punto de vista económico, sino también como herramientas para la cohesión social, la salud, el desarrollo identitario o la dinamización de las ciudades.

Con todo, todavía existe una importante desconexión entre la institucionalidad cultural, el mundo académico y la vida cotidiana de las personas. Esta brecha diluye el poder transformador que tiene la cultura e invisibiliza la labor de artistas y agentes culturales. En este sentido, cada uno de los capítulos que componen esta tercera publicación del Observatori cultural de la Universitat de València sirven, precisamente, para disminuir esa distancia. Entendemos que el trabajo de un Observatorio cultural en el contexto de una universidad pública como la nuestra solo es útil en la medida en que cumple sus funciones en conexión profunda con el tejido cultural local y con perspectiva global. Solo entonces el reconocido poder transformador de la cultura puede llegar a convertirse en bienestar para las personas.

Mientras nuestro Observatori persevere en el fortalecimiento y profundización de estos vínculos, sabemos que avanzará con determinación para consolidarse como una estructura fundamental de la UV. Este libro es una nueva prueba de ello.

**M. VICENTA MESTRE ESCRIVÀ**  
*Rectora de la Universitat de València*

**ESTER ALBA PAGÁN**  
*Vicerrectora de Cultura y Sociedad  
de la Universitat de València*



# *Presentación*







# *El Observatori cultural como espacio de producción de narrativas*

RAÚL ABELEDO SANCHIS

*Cap d'iniciatives responsable de l'Observatori cultural  
Universitat de València*

## *1. Introducción*

Nuevo año académico y nueva publicación del Observatori cultural de la Universitat de València. Y ya son tres los volúmenes editados desde 2022 en los que recogemos algunas de las propuestas de debate de mayor interés suscitadas por nuestra programación cultural. Con estas publicaciones tratamos de visibilizar conflictos emergentes y prioritarios para el ecosistema cultural, favoreciendo así su inclusión en el debate académico y la agenda política e institucional. Se trata de una contribución muy modesta pero no por ello menos necesaria.

De este modo, paso a paso y en la medida de nuestras posibilidades y limitaciones, el Observatori cultural va acumulando una interesante producción que ya incluye más de 85 conferencias y seminarios, en los que más de 310 profesionales del sector cultural han sido invitados/as a participar y debatir sobre las diversas cuestiones de interés que afectan al sector a día de hoy. Por otra parte, esta actividad se ha traducido en el registro documental de una producción que ya alcanza más de 78 videos disponibles en nuestro canal de YouTube, los cuales ya han superado las 32.000 visualizaciones. Además, nuestra web se va convirtiendo en un importante instrumento de difusión de conocimiento, recogiendo más de 350 recursos culturales catalogados.

Esta masa crítica que venimos alcanzando en términos cuantitativos de producción, también se observa en términos cualitativos. Así, la voluntad internacionalista y de cooperación en red que identifica desde sus orígenes nuestra misión como Observatori cultural se ha ido materializando y concretando a través de la participación

en diversos encuentros internacionales de singular interés. Destaca en este sentido, la celebración en septiembre de 2022 del «Primer Encuentro Inter-observatorios y Redes Latinoamericanas de Política y Gestión Cultural» celebrado gracias a la iniciativa de la alianza universitaria entre el Vicerrectorado de Cultura de la Universidad de Cádiz y la Universidad Nacional Autónoma de Honduras. O más recientemente otro hito importante con nuestra participación en el «4º Encuentro de Políticas y Economía de la Cultura» realizado en la ciudad de Cuenca (Ecuador) del 30 de septiembre al 4 de octubre de 2024. Un evento organizado por la Organización de Estados Iberoamericanos para la Educación, la Ciencia y la Cultura (OEI) junto con la Universidad de Cuenca.

Esta perspectiva global resulta de singular valor para la misión del Observatori cultural, ya que la lógica de buena parte de los conflictos que buscamos analizar y a los que se enfrenta el mundo de la cultura se encuentra íntimamente vinculada a las principales dinámicas globales del desarrollo (económico-financiera, tecnológico-productiva, socio-laboral, ecológica y político-institucional). Piensa globalmente y actúa localmente sigue manteniéndose como un buen eslogan operativo. Piensa localmente y actúa globalmente, también resulta de interés. De este modo, la participación en redes con otras universidades internacionales y la cooperación cultural favorece la innovación y la transferencia de conocimiento, el aprendizaje en buenas prácticas y el diseño de agendas comunes. En este sentido, el espacio latinoamericano resulta un área prioritaria por razones obvias y variadas (sociales, históricas, culturales, etc.).

A través de toda esta actividad pretendemos afianzar al Observatori cultural como espacio de creación de narrativas. Narrativas alternativas que resultan imprescindibles en estos tiempos de pensamiento único y terraplanismo neuronal. Tejemos narrativas como tejía Ariadna su hilo, desarrollando imaginarios que nos permitan orientarnos en esta creciente complejidad a la que nos abocamos día a día. Necesitamos cuentos que complementen, contextualicen y den sentido a las cuentas, a las evidencias, indicadores y estadísticas con los que tradicionalmente asociamos las funciones de un Observatorio.

El reto no es menor. Parafraseando a Gramsci, nos encontramos en un escenario global en transición, donde cada día desaparecen mundos (convirtiendo a la memoria en un recurso vital), mientras que otros mundos tardan en estar porvenir (poniendo en valor la importancia de la prospectiva, de la imaginación y de la libertad de expresión) Sabemos por experiencia histórica que en el interludio crecen los monstruos. Los buenos relatos, las buenas utopías, nos acompañan en estas transiciones, permitiéndonos superar los miedos paralizantes y vislumbrar la luz en el más oscuro de los túneles.

## **2. Los contenidos de esta publicación**

Podemos estructurar la presente obra en una secuencia de 3 bloques. Llamaremos a la primera «Reflexiones». En ella se integran los siguientes artículos:

- **«Cultura ingobernable: la autonomía cultural como requisito para la democracia»** de Jazmín Beirak Ulanosky.
- **«La ultraderecha en la gestión de la política cultural en el País Valenciano»** de Pau Rausell Köster.
- **«Centralidades y periferias en las estrategias de internacionalización cultural a propósito del caso catalán»** de Lluís Bonet Agustí.

Brevemente podemos señalar cómo en los tres casos se tratan de firmas de primer nivel, tal y como podemos comprobar en el índice de autoras y autores, y cómo todos ellos plantean cuestiones de gran relevancia y actualidad para nuestras sociedades en general y el mundo de la cultura en particular.

Al segundo bloque lo podemos calificar como «Experiencias» y en él podemos integrar los dos siguientes artículos:

- **«Innovación, cultura y ciudad»** por Antonia Blau.
- **«Estrategias de internacionalización para el sector cultural: el proyecto Chebec»** por Rocío Benavent Méndez.

En este caso, ambos capítulos aportan, desde ópticas diversas y complementarias, interesantes lecciones y aprendizajes a partir del desarrollo de proyectos internacionales.

Para finalizar, el tercer bloque podría denominarse, «Prácticas» y en él contamos con los artículos que cierran este libro:

- «**El Punt, autogestió de la memòria social antagonista**» de Francisco Collado Cerveró.
- «**Cultura Del Rock & Roll. Autogestión de la industria musical en València**» de Eduardo Guillot Hevia.

En cierta medida, ambos artículos permiten cerrar el círculo iniciado por Jazmín Beirak Ulanosky, aportando reflexiones desde la praxis sobre la necesidad de una cultura autónoma, poniendo en valor las experiencias que definen históricamente los espacios alternativos, los modelos de autogestión y las escenas de proximidad.

Concluimos estas líneas para dar paso a Marcia Jadue Boeri, técnica de gestión del Observatori, quien a continuación expondrá algunas reflexiones sobre lo que supone, desde la perspectiva más técnica y operativa del día a día, los entresijos de la programación del Observatori cultural de la Universitat de València.

Feliz lectura a todas y todos.





# *Te estamos observando*

MARCIA JADUE BOERI

*Gestora cultural. Técnica de gestión del Observatori cultural de la Universitat de València*

Habiendo culminado la era de Wikipedia y comenzado a arrasar la de la Inteligencia Artificial, decidí preguntar al motor de búsqueda Perplexity AI: ¿Qué hace un Observatorio cultural? Sabiendo que la información disponible en acceso abierto en castellano sobre Observatorios culturales no es muy profusa, quise de todas formas desafiar a la máquina. Era una pregunta trampa, sí, pero como era mi primera vez usando este tipo de herramientas tenía algo de curiosidad y muchas ganas de que me sorprendiera con su respuesta y usarla para describir qué es lo que hacemos en el Observatori. Pues no lo hizo.

Según Perplexity AI, «un observatorio cultural es una entidad que desempeña diversas funciones relacionadas con el análisis, seguimiento y desarrollo del sector cultural» (Perplexity AI, 2024). Esta definición, un poco anodina y algo imprecisa, me hizo recordar una desafortunada frase que utilizó una persona para describir mi trabajo: «Ella nos observa» —dijo—, con un tono que envolvió mis labores de un halo tan misterioso como amenazante. Siendo justa, confieso que al leer la respuesta de Perplexity AI reconocí que yo misma he parafraseado en una decena de ocasiones, y de manera igualmente automática, frases tan insustanciales como esa para describir qué es lo que hacemos en Observatori cultural de la UV.

Con la ingenua esperanza de evitar que la Inteligencia Artificial siga dando respuestas poco concretas sobre qué hacemos en los Observatorios culturales, y considerando que este documento quedará en *Open Access*, he decidido aprovechar esta oportunidad dejando acá mi aporte para alimentar al monstruo con nueva información. De igual forma, los párrafos que siguen son también un desafío que asumo a título personal; a ver si la próxima vez que me pregunten qué hago en el Observatori cultural, logro describir de manera

sintética y sin un lenguaje imbricado o abusando de las temidas frases subordinadas —como seguro terminará siendo esta—, qué hacemos los Observatorios culturales contemporáneos.

Para comenzar la compleja faena, me parece pertinente reconocer en beneficio de la amable Perplexity AI y sus compañeras que nuestro cerebro, al final, funciona igual que todas esas aplicaciones de Inteligencia Artificial: nos nutrimos permanentemente de asuntos que ya han investigado y descubierto otras personas. Así las cosas, todo lo que diga a continuación —y una buena parte de lo que hacemos desde el Observatori— está felizmente influenciado por logros que no son nuestros pero que reconocemos y aplaudimos desde esta privilegiada posición de centinelas del sector cultural.

Intentaré entonces responder a la pregunta: ¿Qué hace el Observatori cultural de la Universitat de València? Y lo haré siguiendo las mismas dos funciones nos asigna genéricamente Perplexity AI: análisis y seguimiento. Para asegurar que la respuesta sea concreta y ajustada a la realidad, la circunscribiré preferentemente a las principales acciones realizadas desde mi trabajo como técnica de gestión durante el curso 2023-2024.

### *1. ¿Qué analizamos? La programación del Servei de Cultura y la participación de la comunidad universitaria en ella*

#### **Análisis de la programación del Servei de Cultura Universitària**

Consiste en un análisis descriptivo de la programación cultural que se gestiona desde el Vicerrectorado de Cultura y Sociedad. La programación está compuesta principalmente por exposiciones, conciertos, obras de teatro y de danza. Le siguen en volumen conferencias, debates, talleres, coloquios, jornadas y mesas redondas de una amplia variedad temática. La programación de estas actividades tiene como objetivo fundamental dar cumplimiento a tres funciones estratégicas de la UV: la participación de la comunidad universitaria en la cultura; la extensión y difusión de la cultura en la sociedad; y la

conservación y difusión de su patrimonio (Universitat de València, s.f.).

El producto principal de este trabajo de análisis son memorias e informes a través de los cuales el Vicerrectorado de Cultura y Sociedad da cuenta de su gestión por año calendario o por curso académico. La información también es utilizada por otros estamentos internos en la UV como, por ejemplo, el Rectorado, el Servicio de Análisis y Planificación o la Unidad de Igualdad, por mencionar los usuarios más frecuentes. Como se trata de un análisis descriptivo, este se construye a partir de datos factuales de la programación (Corbetta, 2003), en este caso: disciplina, formato, fecha, lugar, sexo de las personas que participan o volumen de asistencia, entre otros. Cuando analizamos esta información en conjunto es posible identificar y comprender algunas dimensiones del potencial impacto de esta programación en el cumplimiento de las funciones mencionadas.

A principios de 2023, desde el Observatori alertamos al Vicerrectorado de Cultura y Sociedad que las acciones e iniciativas realizadas no coincidían con los datos registrados y, en consecuencia, se invisibilizaba la verdadera envergadura de la gestión que se estaba llevando a cabo. Ubicamos el origen del problema en tres cuestiones fundamentales del proceso de registro de datos: quién lo realiza; con qué criterios lo hace; y en qué instrumento vuelca la información para asegurar su posterior tratamiento.

Los datos eran recogidos —y siguen siéndolo— por personas con perfiles profesionales diversos. La mayoría es personal administrativo; le siguen personas especialistas con perfiles técnicos y, en menor medida, lleva el registro alguna docente. Excepcionalmente se encarga a personal externo a la UV. La diversidad de perfiles es un desafío menor al lado de la disparidad que identificamos en relación con los criterios que se usaban para registrar los datos. Más allá de la buena voluntad o posibilidad real de llevar a cabo el registro por las personas responsables, lo cierto es que la desinformación no suele ser buena compañera.

La primera vez que pedimos los datos fue frecuente toparse con frases como: «¿Para qué me piden esto si luego nadie lo usa?»; «No tenemos problemas de asistencia de público, así que no es necesario»; «Completé los datos con lo que me acuerdo porque no puedo llevar el registro real»; «No me da la vida para estar dos horas con esto» y un largo etcétera. La minoría volcaba los datos en un formato desde el cual pudiera dárseles algún tratamiento posterior y, si lo hacía, la información no servía para ser comparada con el resto. El indispensable y a ratos complejo proceso de normalización de estos datos fue completamente inútil al darnos cuenta de que, en su mayoría, tampoco eran fiables.

Tras un proceso de reflexión y trabajo colaborativo con quienes integran las diferentes aulas y programas culturales dependientes del Servei de Cultura<sup>1</sup>, desde el Observatori propusimos una nueva forma de trabajo. Creamos un instrumento que pudiera ser usado por personas de distintos perfiles; que sirviera para registrar datos de disciplinas y formatos artísticos diversos; y que incluyera información útil para los indicadores que queríamos construir. También, ajustamos y, sobre todo, socializamos con las partes intervinientes los criterios que debían aplicarse a la hora de registrar los datos, con la intención de asegurar que la información que se nos entregara fuera fiable.

Esta nueva forma de trabajo ha sumado tareas al Observatori que van mucho más allá del análisis o la explotación de los datos que originalmente se nos había encomendado. Parte importante del tiempo que podemos dedicar a estas tareas, se nos va en acompañar y

---

1 Durante el año académico 2022-2023, las aulas culturales que programan contenidos para el Servei de Cultura Universitaria son 9: Artes Escénicas, Artes Visuales, Cine, Cómic, Gastronomía, Música, Músicas Urbanas, Narrativas, Poesía y el propio Observatori cultural. A esto se suma el área de Exposiciones Temporales, una de las principales líneas de actuación del vicerrectorado en lo que respecta a la programación cultural. Además del Servei de Cultura, las áreas de Patrimonio y Sociedad también operan como programadores de contenidos culturales.

escuchar de forma activa las necesidades de las personas que realizan el registro. Además de una buena cuota de empatía y flexibilidad, ha sido un factor clave el compartir con ellas la importancia del trabajo que realizan. En efecto, lo que sigue son algunos ejemplos concretos de lo que se ha logrado durante 2023 con las memorias e informes elaboradas por el Observatori cultural a partir de los datos recogidos por más de una decena de personas:

- Visibilizar la contribución de las mujeres al progreso de la Unión Europea a través de la iniciativa #DóndeEstánEllas (Parlamento Europeo - Oficina en España, s.f.);
- Evaluar el cumplimiento de la UV en los 17 Objetivos de Desarrollo Sostenible a través del ranking internacional Times Higher Education (Times Higher Education, s.f.);
- Valorar la producción cultural y artística de la UV en comparación con la de otros vicerrectorados de cultura de universidades públicas que también pertenecen a la Conferencia de Rectores de las Universidades Españolas (CRUE).
- Integrar los datos de la programación cultural que se gestiona desde el Vicerrectorado de Cultura y Sociedad en el Anuario Estadístico del Ayuntamiento de València (Ajuntament de València, s.f.).

Tras algunas pruebas y ajustes que hicimos durante el primer semestre, con el inicio del curso, en septiembre de 2023, también se pudieron ver los primeros resultados de la implementación de esta nueva forma de trabajo a nivel interno. En efecto, el informe que presentó la rectora al Claustro de la UV constató un aumento de un 56% en el volumen de actividades culturales en comparación con el año anterior (Universitat de València, 2024).

### **Análisis de la participación de la comunidad UV en la programación del Servei de Cultura**

Decíamos recién que la programación cultural en una universidad pública es un punto de conexión fundamental con la comunidad

universitaria. A pesar de no ser la única tipología de público objetivo para esta programación —y a todas luces tampoco la principal— los segmentos más frecuentes en que suele dividirse son 3: las/los Estudiantes; el Personal de Administración y Servicios (PAS); y el Personal Docente e Investigador (PDI). Identificar y clasificar los motivos que determinan la participación de cada uno de estos subsegmentos, así como conocer sus hábitos y prácticas culturales fuera del ámbito universitario nos entrega información clave sobre su comportamiento que permitiría alinear más puntos de conexión con ellos.

Durante la última década, se han implementado 3 encuestas sobre la participación en la programación cultural de la Universitat de València. A saber: una serie de encuestas de satisfacción sobre las actividades culturales de la UV implementadas entre 2013 y 2020 por el SAP; la primera encuesta sobre «Usos, hábitos y demandas culturales del estudiantado de la Universitat de València» implementada una en 2013; y, más recientemente, la réplica de esta realizada en 2021<sup>2</sup>.

Si bien las encuestas sobre usos y hábitos culturales no muestran grandes cambios en el comportamiento de los públicos en el corto plazo (González Rueda y Gutiérrez Peinado, 2013) el Vicerrectorado de Cultura y Sociedad encarga de todas formas al Observatori una tercera encuesta habiendo pasado solo 2 años de la publicación de resultados de la anterior. La hipótesis que justificaba esta solicitud era que la anterior encuesta, la de 2021, se había realizado en base a una programación cultural afectada por las consecuencias de la pandemia de COVID-19. El confinamiento intermitente y las posteriores restricciones obligaron a cambios de formato y frecuencia y, sin duda, influenciaron la temática tratada por lo que se fundamentaba realizar un nuevo estudio.

---

2 Este fue uno de los primeros encargos que recibió el Observatori cultural cuando se creó a finales de 2019. Los resúmenes ejecutivos de todas las iniciativas mencionadas en el párrafo están disponibles en la web del Observatori cultural de la Universitat de València (Observatori cultural de la Universitat de València, s.f.)

La función de analizar, en principio natural a las tareas de cualquier Observatorio cultural, en este caso se termina convirtiendo en un desafío extraordinario desde el punto de vista operativo. Esto se debe principalmente a que la orgánica del Observatori la integramos solo dos personas: un responsable de iniciativas desde el punto de vista académico y una a cargo de resolver desde el punto de vista técnico. Así las cosas, por más natural que resuene la función de analizar para Perplexity AI o para el propio Vicerrectorado, llevar a cabo estudios con rigurosidad metodológica requiere de una infraestructura más robusta e, indudablemente, de unos plazos más largos que los exigidos originalmente.

¿Cómo lo resolvimos? Acompañándonos en cada parte del proceso por distintas unidades de la Universitat de València. El trabajo comenzó con la revisión y catalogación de más de un centenar de fuentes secundarias. En concreto, buscábamos fundamentos para elaborar una descripción contemporánea de los perfiles de públicos de la cultura en contextos universitarios en la era digital y post pandemia. Nos encontramos con numerosos estudios y documentos en *Open Access* disponibles en las bases de datos del Servicio de Bibliotecas que nos permitieron construir esos argumentos y pasar a la etapa de diseño. Aquí, el rol de las compañeras que integran el Servicio de Análisis y Planificación fue fundamental. Gracias a sus oportunos consejos pudimos sortear las complejidades técnicas que suponía el uso de la aplicación LimeSurvey, que es la que se usa en la UV oficialmente para la realización de encuestas.

Una vez que la encuesta estuvo lista, la versión que tradujimos al valenciano fue revisada por el Servicio de Lenguas y Política Lingüística. De igual forma, el equipo de la Unidad de Igualdad nos aconsejó en cuestiones relativas a la igualdad de género y el uso de un lenguaje inclusivo. En la misma línea, seguimos también las indicaciones de la Delegación de Protección de Datos asegurando el cumplimiento de la normativa europea y nacional en este tema. Para la difusión de la primera oleada de cuestionarios contamos con el apoyo de la Unidad de Web y Marketing y el equipo de comunicaciones del Vicerrectorado de Cultura y Sociedad. Finalmente, merece

un apartado especial el apoyo y colaboración que recibimos por parte de los integrantes de la Unidad de Investigación en Economía de la Cultura y Turismo de la UV [Econcult]. Su reconocida experticia y experiencia ha sido impresa en cada etapa de este proceso, otorgándole una seriedad y profesionalismo al tratamiento de los datos que solas no hubiéramos alcanzado.

Más allá de los resultados de este estudio en particular —que esperamos publicar antes de que acabe 2024— de cara a lo que se viene en el corto plazo, nos parece de total relevancia destacar que aún no existe en la Universitat de València un instrumento que permita evaluar las consecuencias de la participación de la comunidad universitaria en la programación que impulsa el Servei de Cultura. Esa será, posiblemente, nuestra siguiente misión.

## 2. *¿Qué seguimos? Las relaciones entre la cultura y el desarrollo en medio del paradigma ecosocial*

Como Observatorio cultural adscrito a una universidad pública, nos interesa identificar las distintas formas de generar conocimiento y significado que están produciendo las manifestaciones artísticas y culturales en los diferentes territorios. Para lograrlo, realizamos un trabajo de monitorización permanente de las acciones y agendas temáticas impulsadas por los diversos agentes que conforman el sector cultural. Desde el punto de vista territorial, seguimos de forma prioritaria los asuntos a nivel local —en la Comunidad Valenciana— intentando no desatender cuestiones transversales de interés global —España, Comunidad Europea, Iberoamérica—.

En los distintos niveles territoriales, procuramos diferenciar las prácticas culturales de la producción cultural. Esta distinción conceptual entre «prácticas» y «producción» se traduce en términos concretos en que nos interesamos tanto en las formas en que una comunidad determinada está participando de la oferta cultural —sus prácticas—, como en el contenido de la oferta propiamente tal —la producción—. En ambos casos, ponemos atención a los desafíos que afrontan desde el punto de vista de la gestión cultural, siguiendo de

forma especial la agitación y propaganda que surge en torno al binomio cultura y desarrollo, en vinculación con el paradigma ecosocial en el que estamos inmersos. Cuando identificamos algún tema o fenómeno de interés en esta línea, organizamos conferencias, debates o mesas redondas en torno a ellos. Estas instancias son encabezadas por personas expertas y de reconocida trayectoria, cuyas ponencias siempre son seguidas de un diálogo abierto con quienes asisten como público.

En concreto, durante el curso académico 2023-2024 organizamos 21 de estas actividades lo que, desde el punto de vista operativo, implicó tomar contacto con más de 128 personas que participaron como ponentes. Esto se materializa con la gestión de similar número de fichas para el pago de honorarios y la coordinación respectiva de traslados —en avión, tren, taxi o coche— y alojamiento. Para cada ponente redactamos una biografía cuyo contenido cruzamos de manera estratégica con los temas a los que estuvimos dando seguimiento durante este año: internacionalización, autonomía creativa, precariedad laboral, financiación, legislación y transición ecosocial. A lo anterior, se suma la gestión de la documentación relativa a los derechos de autoría y propiedad intelectual —una por cada ponente— que nos permitió, en la mayoría de los casos, y con la colaboración del Taller de Audiovisuales de la UV, la grabación, edición y puesta a disposición pública de un total de 27 videos con sus intervenciones.

Si bien la coordinación técnica y la gestión administrativa de estas actividades requieren una buena cuota de tiempo y otra no menor de experiencia en gestión cultural, es la participación de los públicos en la programación cultural la que nos está trayendo los desafíos más significativos. Creemos que la gestión de públicos de la cultura en contextos universitarios debiera abordarse tanto desde la perspectiva de los derechos culturales, como desde la formación en competencias culturales. El ejercicio contemporáneo de los derechos culturales sólo se entiende completo cuando se construye con elementos pasivos y activos (Ramos Cebrián, S., 2019). De igual forma, existe un conjunto de conocimientos, capacidades y actitudes específicas que se pueden transferir a la comunidad universitaria para asegurar

la formación y desarrollo de la expresión artística, la sensibilidad estética y los contenidos teóricos mínimos en torno al sector cultural (Sánchez-Bayón & Trincado, 2022). Recién ahí podríamos hablar de una participación proactiva y significativa de la comunidad sobre cualquier iniciativa cultural que surja desde una universidad pública como es la Universitat de València. Estos, posiblemente, serán los próximos temas que tendremos que comenzar a seguir desde el Observatori cultural.

## REFERENCIAS

- Ajuntament de València. (s.f.). *Anuari estadístic de la ciutat de València 2022*. Capítol 6: Educació, formació i investigació. <https://www.valencia.es/val/estadistica/anuari-estadistica?capitulo=6>
- Corbetta, P. (2003). *Metodología y técnicas de investigación social*. McGraw-Hill.
- González Rueda, A. J., & Gutiérrez Peinado, M. (2013). *Barómetro Atalaya de usos, hábitos y demandas culturales de la población andaluza*. Servicio de Publicaciones de la Universidad de Cádiz.
- Observatori cultural de la Universitat de València. (s.f.). *Observatori cultural*. <https://www.uv.es/observatoricultural>
- Parlamento Europeo - Oficina en España. (s.f.). *Dónde están ellas*. <https://madrid.europarl.europa.eu/es/dossiers/where-is-she/presentation>
- Perplexity AI. (2024). *¿Qué hace un observatorio cultural?* <https://www.perplexity.ai>
- Ramos Cebrián, S. (2019). Explorando los derechos de participación cultural y nuevas maneras de acceso a la cultura. *Periférica Internacional*, 20, 232-241.
- Sánchez-Bayón, A., & Trincado, E. (2022). Diseño de un modelo de reconocimiento de competencias en las actividades culturales complementarias en la universidad. *Periférica Internacional. Revista para el Análisis de la Cultura y el Territorio*, 23, 108-127. <https://doi.org/10.25267/Periferica.2022.i23.13>
- Times Higher Education. (s.f.). *Times Higher Education*. <https://www.timeshighereducation.com/>
- Universitat de València. (2024). *Informe de gestió 2023*. Transparència UV. <https://www.uv.es/uvweb/transparencia-uv/es/institucional-organizativa/informe-gestion-1286319078113.html>
- Universitat de València. (s.f.). *Carta de servicios*. Servicio de Cultura Universitaria. <https://www.uv.es/uvweb/cultura/es/servicio-cultura-universitaria/carta-servicios-1285878609055.html>

# *Reflexiones*







# *Cultura ingobernable*<sup>3</sup>

JAZMÍN BEIRAK ULANOSKY

*Política, historiadora del arte, gestora cultural  
e investigadora en políticas culturales*

No podemos ponernos directamente a crear o mejorar la cultura; solo podemos querer los medios que son favorables a la cultura.

Eliot, T. S. (1952)

La relación del poder con la cultura ha oscilado históricamente entre el excesivo intervencionismo y la excesiva dejación; entre la obsesión por controlar sus mensajes, a sus agentes, sus espacios y sus recursos o, alternativamente, dejarla abandonada poco menos que a su suerte, en manos de la regulación del mercado.

Así, en el ámbito de las políticas culturales parece que se ha asumido que hay que elegir entre dos alternativas: perder autonomía para obtener recursos o renunciar al apoyo y los recursos que puede ofrecer lo público para garantizar la independencia del tejido cultural y de los creadores. Esta dicotomía, sin embargo, es total y absolutamente falsa, pues para producir y disfrutar de la cultura se necesitan tanto recursos como autonomía. Como defenderé a continuación, lo que debería hacer el poder es, precisamente, poner los recursos públicos al servicio de esta autonomía.

Gobernar la cultura no es sino fomentar las condiciones de su ingobernabilidad. Esta afirmación, aparentemente lírica, tiene una traducción en extremo prosaica y material, pues donde se libra la verdadera guerra cultural es en las decisiones que se toman sobre las condiciones materiales de la cultura. La auténtica carga política de

---

3 Una versión anterior de este artículo se publicó por primera vez en el libro *Cultura ingobernable*, capítulo 3, Ariel, Barcelona, 2022. © 2022, Jazmín Beirak © Editorial Planeta, S. A.

un proyecto cultural reside en las lógicas de producción y circulación que se adoptan como matriz. Asimismo, como veremos, lo que define de forma fehaciente el sentido ideológico de una política cultural son las lógicas de ordenación material del campo cultural por las que apuesta, antes que los contenidos o mensajes que desee transmitir.

Esto nos exige, hoy, una completa redefinición del modelo tradicional de política cultural en el que las administraciones públicas funcionen como agentes favorables que se ocupen de generar condiciones para la proliferación de prácticas, productos y experiencias culturales y, de este modo, puedan llegar verdaderamente a convertirse en garantes de nuestros derechos culturales.

### *1. Ni Estado, ni mercado*

La relación que mantiene el poder con la cultura es uno de los puntos calientes de cualquier debate sobre política cultural. La independencia de la cultura con respecto del poder político ha recorrido como un hilo conductor el análisis y cuestionamiento de las políticas culturales desde el inicio de su existencia. Es comprensible que así fuera, pues el nacimiento de las instituciones y políticas culturales democráticas se produjo tras la Segunda Guerra Mundial, periodo en el que la cultura fue una importante herramienta de propaganda política. Este hecho ha provocado que los modelos de política cultural se muevan siempre en la tensión entre la necesidad de contar con recursos públicos para fomentar las prácticas culturales y la necesidad de garantizar la independencia y autonomía del tejido cultural y de los creadores.

En cierto sentido, esto ha acabado llevando a que se asumiera como una inevitable disyuntiva la elección entre dos situaciones: tener recursos, a costa de una menor autonomía, o bien tener independencia, pero a costa de un menor apoyo público. Como veremos, esta dicotomía es falsa pues precisamente en el ámbito de la cultura el papel de las administraciones públicas no debería ser otro que el de destinar recursos públicos y gasto directo al fomento, potenciación y garantía de la autonomía y la independencia del tejido cultural.

La confrontación de estos dos principios —recursos o libertad— acabó dando forma a los dos grandes paradigmas de organización institucional que existen desde, aproximadamente, los años sesenta, conocidos como modelo francés (o europeo-continental) y modelo anglosajón.

### **Los modelos francés y anglosajón...**

El modelo francés alienta el compromiso directo por parte de las instituciones públicas, que adquieren un rol muy activo en la promoción cultural. Este modelo tiene su origen en tiempos de la monarquía absoluta, régimen bajo el que nacieron importantes instituciones como la Comédie-Française o la Academia de Pintura y Escultura, y se consolidó a las puertas del siglo XVIII, con la Revolución francesa. Pero el nacimiento de la política cultural, propiamente entendida, suele datarse en 1959 con la creación del Ministerio de Asuntos Culturales y con André Malraux como primer ministro de Cultura francés. En este caso se habla también de un modelo de institucionalización de la cultura debido a que conlleva la creación de departamentos e instituciones específicas dentro de la Administración encargadas del gobierno de lo cultural; implica el compromiso de su financiación a través de los presupuestos públicos, y se desarrolla mediante una actividad de promoción y programación cultural. En el modelo francés, las relaciones entre cultura y política son muy estrechas y la toma de decisiones sobre las prioridades de acción y de gasto —a qué y a quiénes se destinan los recursos— reside directamente en manos de los responsables políticos. En los casos en los que existen órganos consultivos para canalizar la participación del tejido cultural, como pueden ser los consejos de cultura, estos suelen tener un carácter más o menos testimonial y dependen del compromiso puntual que cada gobierno muestre en cada contexto concreto.

Por su parte, el modelo anglosajón, propio de Estados liberales sin una tradición absolutista, se caracteriza porque el papel que desempeña el Estado es mucho menor que en el modelo francés. Se trata de un modelo basado en el principio que se conoce como *arm's length*,

o «principio de independencia respecto al gobierno», cuyo objetivo es defender la autonomía artística y garantizar la independencia del ámbito de las artes ante posibles injerencias políticas (Mangset, 2016).

Si bien la financiación es pública, son organismos que funcionan como consejos de las artes, en principio independientes, los que deciden sobre el destino y la distribución de esos fondos, mediante becas, ayudas y subvenciones. Aparte de la existencia de estos organismos se despliegan también, por otro lado, importantes programas de desgravaciones, exenciones de impuestos e impulso del mecenazgo que estimulan la participación cultural de entidades y organizaciones filantrópicas. Debido a esto, en el modelo anglosajón el sector privado desempeña un papel mucho más activo en la acción cultural que en el modelo francés y, en los países que a él se adscriben, existe un tupido tejido de organizaciones sin ánimo de lucro, de fundaciones y asociaciones de las distintas entidades que conforman el tercer sector.

### **... Y sus límites**

Desde su surgimiento hasta la actualidad, ambos modelos han experimentado diversas adaptaciones y han visto cómo sus diferencias se iban reduciendo progresivamente. El sector privado ha ido acrecentando su importancia en el modelo de Estado proveedor, sobre todo por la dificultad de mantener la financiación pública, y en los modelos de corte liberal lo que ha aumentado es la intervención del Estado. En muchos de los países que cuentan con consejos de las artes y organismos independientes se han creado también ministerios de Cultura, y en los países en los que la institución ministerial era el motor central de la política se han incorporado desgravaciones y otros tipos de beneficios fiscales para incentivar y promover el mecenazgo cultural privado. Sin embargo, identificar ambos modelos y entender su sentido permite extraer conclusiones importantes para plantear alternativas que eviten caer en los puntos ciegos que ambos han demostrado.

Podría decirse, en cierto sentido, que las virtudes de un modelo son los defectos del otro. Lo bueno del modelo de institucionalización de la cultura es su compromiso público y su asunción de la cultura como un derecho que no puede quedar desatendido. Esto se traduce, con mayor o menor tino, en el diseño de políticas de acceso a la cultura y de apoyo a unas prácticas culturales que enriquecen el patrimonio común y que, en términos de mercado, no resultarían viables. El límite que presenta este modelo está en la posibilidad de que, en el ejercicio de la tutela de ese derecho, las administraciones públicas terminen por estrangular y amortiguar toda riqueza y diversidad. Lo que puede producirse debido al propio funcionamiento de la Administración, cuyo encorsetamiento, sumado a la falta de flexibilidad de los mecanismos de financiación, obliga a que sean los proyectos culturales los que se adapten a las necesidades de la Administración en vez de lo contrario. Así, la institucionalización cultural acaba por tener más de institucionalización que de cultural. Pero quizá los problemas más insistentes y evidentes que puede producir el modelo de institucionalización sean los de la injerencia, el clientelismo, el amiguismo y el condicionamiento de las decisiones culturales a los intereses cortoplacistas de la política o, simplemente, a las simpatías y afinidades de quien esté, en cada momento, en el poder. El jurista y experto en derecho administrativo Ernst Forsthoff aseguraba que, en la intervención pública, «la tentación de dominar allí donde se ayuda, fomenta o subvenciona es demasiado grande para poder resistirla siempre, en el supuesto de que se deseara» y que «quien recibe ayuda del Estado se siente dependiendo de él y está inclinado a plegársele» (Vaquer, 1998). Si bien Forsthoff pronunció estas afirmaciones en favor de un modelo muy distinto del que se defenderá a continuación, lo cierto es que la instrumentalización de la cultura y la posición de dependencia respecto a las instituciones públicas en la que dejan al sector sigue siendo uno de los principales problemas de las políticas culturales que se adscriben al modelo de institucionalización de la cultura.

Y es en este punto cuando el modelo anglosajón despliega todo su atractivo pues, en aras de la defensa de la libertad, mantiene por

encima de todo la promesa de garantizar una menor adherencia de lo político a lo cultural. Por un lado, porque la injerencia política en los organismos independientes que distribuyen y toman las decisiones respecto a los fondos públicos sería mucho menor y, por otro, porque ya no serían los gobiernos quienes sancionasen lo que es y no es cultura. En cambio, sería la propia sociedad civil, a través del mercado y del interés de la ciudadanía, quien garantizaría la pervivencia de unas prácticas u otras. El primer punto ciego de este modelo es que esa supuesta garantía de independencia de los organismos que actúan como mediadores no siempre ha sido tal. Estructuras como el Arts Council, por ejemplo, ha recibido muchas críticas a lo largo de su historia por su falta de independencia real. Entre otras cosas, se le ha reprochado que su forma de distribuir los recursos no es imparcial, porque las ayudas acaban distribuidas entre redes profesionales afines a los miembros de la propia institución, en lo que algunos han llamado «dar a grupos escogidos de ratones la responsabilidad de repartir el queso» (R. Hutchison, 1982 como se cita en Magnset, 2016). También se ha señalado que su composición representa un segmento social homogéneo y endogámico, derivado de compartir relaciones de negocios, formación o vínculos familiares. Además, se ha cuestionado el hecho de que las dotaciones de los fondos tengan una perspectiva sectorial y de que, en un foro tan determinante, nunca participen agentes que no pertenezcan al ámbito estrictamente profesional. Finalmente, está la evidencia de que, en último término, sus miembros son elegidos por el gobierno, que es quien asigna el presupuesto y toma la última decisión sobre los recursos.

Aparte de las dudas sobre la garantía de independencia efectiva que ofrece este modelo, otra cuestión urgente que nos plantea es la de qué sucede cuando el principal sancionador que decide lo que merece existir o no es el mercado. Si bien podría parecer que, al reducirse el riesgo de intromisión de los intereses políticos quedaría garantizada una mayor libertad para desarrollar proyectos artísticos, lo cierto es que esa libertad solo será efectiva para quienes ya cuenten previamente con recursos propios o para quienes salgan victoriosos de la dura competencia por la financiación de los fondos privados.

Esto no es garantía de mucha estabilidad pues las preferencias de los donantes son cambiantes y están sujetas a las fluctuaciones de los ciclos económicos, y tampoco evita que patrocinadores y financiadores condicionen los contenidos de los proyectos e impongan los límites de lo aceptable o lo rentable, que es, en última instancia, tanta interferencia en la libertad artística como la injerencia política. Por otro lado, cuando es el mercado el que decide exclusivamente, se carece de capacidad de reequilibrio territorial, no se puede apoyar a sectores que se vean privados del acceso a la cultura, ni impulsar propuestas artísticas que no demuestren rentabilidad. Así, proyectos innovadores, experimentales o que asumen ciertos riesgos creativos, que quizá no tienen un público masivo pero que contribuyen al enriquecimiento del patrimonio común —y de los que frecuentemente se nutren los productos *mainstream* para singularizarse— corren el riesgo de desaparecer por no contar con financiación. La cultura se convierte, aquí, en un bien de consumo más, disfruta de ella quien puede permitírselo y el futuro de las propuestas artísticas lo determina la ley de la oferta y la demanda. La autonomía, independencia y libertad existen, pero para quienes poseen recursos y aprenden a lidiar con los mandatos del mercado. En definitiva, si en apariencia este modelo debería garantizar la libertad creativa, la realidad es que deja a los derechos culturales, en su conjunto, muy comprometidos.

### **Recursos para la autonomía**

El modelo de institucionalización garantiza recursos sacrificando la independencia, el modelo liberal garantiza la independencia sacrificando los recursos. La tesitura estaría, aparentemente, en elegir entre apoyo o autonomía y entre seguridad o libertad, pero esta disyuntiva es una trampa pues para producir cultura y para disfrutar de la cultura se necesitan recursos y se necesita autonomía o, mejor dicho, se necesitan recursos que estimulen la independencia.

En vez de contraponer lo público a la autonomía, hay que poner lo público al servicio de esta autonomía. Debemos salir de ese binomio Estado/mercado y acabar con una dicotomía que solo nos

permite elegir entre privatización o institucionalización de la cultura. Frente a un modelo que se muestra enormemente dependiente de las administraciones públicas, debemos apostar por otro que fomente la creación autónoma y la sostenibilidad económica sin hipotecas ni dependencias excesivas de las instituciones públicas. Frente a la retirada de la institución pública y la dejación de sus responsabilidades en manos de una supuesta articulación libre en el mercado, debemos defender la cultura como un derecho que debe ser protegido públicamente.<sup>4</sup> No hacer política cultural, como reclaman esas voces cansadas de injerencias que antes mencionábamos, también es hacer política cultural, una que no garantiza el derecho a crear, expresarse, acceder y participar del conjunto de la población. Pero, desde lo público, solo puede hacerse política cultural teniendo presente que la cultura siempre excede, supera y desborda las instituciones, y que la misión que deberían plantearse las políticas culturales no es otra que la de facilitar e intensificar esa fuga y proliferación permanente. Favorecer la autonomía de la cultura no consiste en reafirmar el estatuto autónomo de lo cultural como una esfera separada del resto de los campos, sino en potenciar su carácter vivo, transversal, mutante e indeterminado.

Gobernar la cultura es generar las condiciones para su ingobernabilidad. El papel que corresponde a los departamentos e instituciones públicas, como decía, T. S. Eliot, no es el de *crear* cultura, sino el de poner los medios que le sean favorables. La cultura se produce fundamentalmente fuera de los departamentos e instituciones públicas que tienen la responsabilidad de diseñar y aplicar una política cultural; en suma, la hacen los agentes múltiples y diversos, individuales o colectivos, profesionales o no, permanentes o efímeros que crean

---

4 Este análisis, y su apuesta por unas instituciones culturales flexibles, democráticas, dotadas de dispositivos de escucha y participación, y adaptables a las demandas de la ciudadanía que llamamos «instituciones de retaguardia», la he desarrollado más ampliamente junto con José Enrique Ema en nuestro artículo «La política cultural que queremos», *La Circular*, n.º 1 (2015), disponible en: <https://jbeirak.wordpress.com/2015/04/10/13/>

y comparten cultura. No es competencia de la institución decidir lo que tiene cabida o no culturalmente, no le corresponde validar o sancionar lo que las personas y las comunidades hacemos en el terreno artístico y cultural, de lo que debe ocuparse es de garantizar y multiplicar los modos de acceso a la cultura y a la producción cultural. Un organismo público no debe producir cultura, sino, como dijo Marilena Chaui, «crear las condiciones para que los proyectos culturales de la sociedad puedan llevarse a cabo» (Chaui, 2006, p. 92).

Hacer política cultural no es suministrar cultura, sino generar las condiciones materiales, establecer los marcos legales y promover las lógicas de producción y circulación que propicien la proliferación de la cultura, entendida en su sentido más amplio. El principal reto que tienen hoy las políticas culturales es reconectar a la cultura con la sociedad y, para que eso ocurra, resulta necesario fomentar que la cultura forme parte de la vida cotidiana. Promover la ingobernabilidad es generar las condiciones para que las manifestaciones culturales proliferen y se desplieguen por las ciudades, los pueblos y los barrios, que estén en los colegios, en las bibliotecas, en los parques, en los centros de salud, en las cárceles, en las salas de cine, en las salas de teatro, en las salas de concierto, en las casas, en las asociaciones vecinales, entre amigos y en el sonido de las calles. Las políticas culturales deben estar orientadas a promover su impulso y visibilización, así como a que se desarrollen en las mejores condiciones posibles corrigiendo todas las asimetrías producto de las desigualdades existentes.

En este marco, las instituciones públicas deberían, pues, configurarse como instituciones de retaguardia, más flexibles y dotadas de dispositivos de escucha y de participación que les permitan adaptarse a las demandas y propuestas del tejido cultural y de la ciudadanía. Instituciones culturales y políticas públicas deben facilitar la participación de todas las personas y colectivos, la diversidad de propuestas, escalas y formatos y la sostenibilidad de los proyectos culturales. Instituciones que funcionen como una «trama infraestructural», en palabras del investigador cultural Jaron Rowan, que posibilite que la cultura pueda producirse, circular y ser compartida (Rowan, 2016, p. 58).

En definitiva, el reto nos exige redefinir completamente el modelo tradicional de política cultural. Si el Estado liberal se conformaba con la garantía de una autonomía formal y el Estado moderno con la provisión de una serie de servicios, la evolución de las políticas culturales debe ir hacia un modelo en el que el papel de las administraciones públicas esté centrado en generar las condiciones más favorables para la proliferación de prácticas, manifestaciones, productos y experiencias culturales. Es de este modo como mejor puede garantizarse el ejercicio de los derechos culturales. Generar condiciones, facilitar, impulsar, escuchar no son términos neutros carentes de valor político o ideológico. Son acciones que se desarrollan, siempre, desde una posición determinada. Es, precisamente, en la elección del tipo de lógicas de producción, circulación y reproducción de la cultura donde se aloja el corazón político de un proyecto cultural.

## 2. *Lógicas frente a contenidos*

A menudo se considera que gran parte de la fuerza transformadora de la cultura reside en su potencia simbólica, es decir, en las narrativas, representaciones e imaginarios que despliega. Pierre Bourdieu afirmaba que el poder simbólico es un poder típicamente mágico que hace ver, hace creer, confirma o transforma la visión del mundo, la acción sobre este y, por tanto, el propio mundo (Bourdieu, 1999, p.71). La forma poetizante y persuasiva del lenguaje artístico permite transmitir valores a través de mecanismos no discursivos, por medio de lenguajes emotivos que penetran, en muchas ocasiones de modo inconsciente, en quienes los recibimos.<sup>5</sup> Desde que existe una reflexión acerca del arte, y debido a su naturaleza a medio camino entre el mundo sensible y el intelectual, se ha enfatizado su capacidad para transmitir valores —o para pervertirlos—, su función pedagógica y su alcance moralizante. Sin embargo, es un error grave —y

---

5 Interesante recorrido que hace Belén Gopegui en su tesis *Ficción narrativa, autoayuda y antagonismo: un caso de escritura*, Universidad Carlos III, Madrid, 2018.

que, por desgracia, se comete con demasiada frecuencia— ignorar las condiciones de producción y circulación de la cultura en la construcción de esos valores. Como veremos más adelante, la importancia de la cultura no reside exclusivamente en ese campo de disputa de las representaciones sino también, y aún más, en el de la disputa por las relaciones materiales —los marcos de producción y circulación— que logran forjar dichas representaciones.

### **Batallar en el campo de lo representacional...**

En la prehistoria de la política cultural española, la primera idea embrionaria de algo similar a una subvención pública tuvo que ver, precisamente, con esa función moralizante. Gaspar Melchor de Jovellanos, que consideraba al teatro como parte de una «enseñanza civil» por su capacidad de instruir o extraviar el espíritu, propuso en la corte un concurso de ingenio para promocionar aquellas tramas que redundaran en la buena moral y mostraran conductas decentes como el amor a la patria, la reverencia a la religión, el respeto a la jerarquía, a las leyes o a la fidelidad conyugal.<sup>6</sup> Desde luego, Jovellanos supo detectar bien la función de las pasiones y los afectos como agentes clave en las identificaciones colectivas, y que las representaciones culturales desempeñan un papel fundamental en ello. Son los cambios en la subjetividad, en las sensibilidades, sentidos comunes, deseos e imaginarios los que contribuyen a arraigar cambios profundos en la sociedad.

El universo de las representaciones es, por ello, un campo de disputa política, el lugar donde se pone en juego la posibilidad de construir nuevos imaginarios hegemónicos o nuevos modelos de identidad que sostengan y representen los procesos de transformación social. Este hecho ha motivado que gran parte de la reflexión cultural

---

6 A diferencia de las otras diversiones porque, según Jovellanos (1790), tenía «[...] la ventaja de introducir el placer en lo más íntimo del alma, excitando por medio de la imitación todas las ideas que puede abrazar el espíritu y todos los sentimientos que puede mover el corazón humano».

haya estado históricamente centrada en la atención a los contenidos, es decir, en la visibilización de unos determinados conflictos, sujetos, valores y temáticas representados por medio de los objetos culturales. Para quienes entienden que el papel fundamental que desempeña la cultura opera en el nivel de la disputa por los sentidos comunes, la política cultural tendría como misión principal difundir, a través de los objetos culturales, un tipo específico de representaciones sociales con la intención de convertirlas en hegemónicas (Vich, 2014, p. 63). No hay duda de la utilidad de todo ello, puesto que a través de la visibilización de determinadas realidades estas podrán ir poco a poco tomando cuerpo y ocupando el espacio común. Los relatos que reflejan experiencias de vida que escapan —y exceden y ponen en cuestión— lo que desde posiciones privilegiadas se ha construido históricamente como normativo son fundamentales para que nuestros marcos de vida se vayan ensanchando, diversificando y enriqueciendo. Pero limitar el ejercicio de una política cultural pública a la mera producción de nuevos sentidos a través de narrativas, representaciones o imaginarios presenta numerosos problemas. El primero de ellos, que debilita la potencialidad transformadora de la cultura. Habitualmente, con las operaciones de sustitución de unas representaciones por otras emprendidas desde la acción pública lo único que se logra es interpelar a las filas que ya eran propias, provocar el efecto contrario —antagonizar— en las ajenas y generar total indiferencia entre quienes se encuentran en medio de ambas. Suelen tener, además, unos márgenes de crecimiento hegemónico muy cortos y dejar en herencia legados demasiado frágiles. Lo más probable es que el impulso a esas representaciones se mantenga únicamente mientras dure la posición de poder que permitió promoverlas. Por otra parte, defender que el campo por excelencia en el que debe batirse la política cultural es el campo de los relatos, conlleva otros dos problemas más profundos: la pretensión de que es posible determinar *a priori* lo que, en cultura, resulta transformador y lo que no, y, derivado de esto, la minusvaloración de la potencia transformadora de la cultura en tanto que experiencia vivencial.

Sin embargo, no existen formas, prácticas, contenidos culturales que, *a priori*, sean más transformadores que otros, los efectos y procesos que desencadena la cultura son siempre impredecibles y se encuentran en modificación constante. La propia naturaleza viva de la experiencia cultural, hecha de mezclas y de sucesivas apropiaciones, impide que puedan preverse siempre las articulaciones sociales ni los mundos a los que acaba dando sentido. Como ya sabemos, hay numerosos ejemplos en las obras que, en su tiempo, tuvieron escasa valoración por parte de la crítica o el público y hoy forman parte de la historia canónica de nuestra cultura. Es el caso, por ejemplo, de las películas *Blade Runner*, de Ridley Scott, y *Ciudadano Kane*, de Orson Welles, de la novela *En busca del tiempo perdido*, de Marcel Proust, o de la obra pictórica completa de Van Gogh. Los significados cambian en función de sus contextos históricos y los significados de los símbolos culturales pueden mutar según el uso de ellos que se normalice. En ese campo de indeterminación que permite la apropiación diversa de los objetos culturales está, precisamente, la potencialidad de la cultura. Sin duda, para un proyecto que se quiere emancipador sería mucho decir que la industria de Hollywood es un aliado contra la opresión. La cuestión es que también desde lugares como ese se han creado símbolos culturales que han facilitado su reapropiación por parte de diversas manifestaciones sociales. Solo como un ejemplo de los numerosos que existen podemos observar el de *Los juegos del hambre*. En las movilizaciones sociales contra el golpe de Estado en Myanmar, en 2021, se popularizó el uso del signo de respeto del Distrito 12 que figuraba en la película y, con anterioridad, en Tailandia se canceló la proyección de la tercera entrega de la película porque los estudiantes se congregaban ante la entrada de los cines para realizar el saludo con orgullo como gesto de rebeldía (Bayoud, 2021). Lo mismo sucedió con el cómic y la película *V de Vendetta*: la máscara de Guy Fawkes ha servido de identificación para el movimiento Anonymous, que defiende la independencia de internet, el acceso a la información y la libertad de expresión.

Cuando se trata de cultura, en todas partes existen fugas que permitan apropiaciones emancipadoras porque, como es sabido, «hasta

la cultura más comprometida puede desempeñar una función conformista, y hasta de los lugares más convencionales surgen articulaciones culturales capaces de cambiar las cosas» (Maura, 2018, pp. 50, 56). Los objetos culturales cumplen funciones contradictorias. La cultura, a diferencia de la educación, no alberga una finalidad determinada, puede transitar la indeterminación y la ambivalencia sin la necesidad de aportar respuestas inmediatas. La cultura no puede planearse del todo, no tiene por qué ser literal, transparente ni lineal, como tampoco lo son nuestras asociaciones inconscientes o intuiciones. La cultura puede activar simultáneamente una emoción y su opuesta, y visibilizar deseos y pulsiones con los que de otro modo nos resultaría difícil relacionarnos. Y, principalmente, por ser algo común en esencia, la cultura será lo que hagamos con ella. Así lo expresó Raymond Williams:

Mientras es vivida, una cultura siempre es en parte desconocida, en parte no realizada. La formación de una comunidad siempre es una exploración, pues la conciencia no puede preceder a la creación, y no existe ninguna fórmula para la experiencia desconocida. Debido a esto, una buena comunidad, una cultura viva, no solo acogerá sino que apoyará activamente a todos y cada uno de los que pueden contribuir a ese avance en la conciencia que constituye una necesidad colectiva [...]. Hemos de considerar cada afecto, cada valor, con toda atención; porque desconocemos el futuro, quizá nunca estemos seguros de lo que puede enriquecerlo. (Williams, R., 2001)

Si no tiene sentido que una política cultural se afane en decretar el carácter transformador o no de las propuestas culturales, es esencialmente porque cada afecto y valor pueden enriquecer nuestra vida común. Su objetivo, al contrario, debe ser el de propiciar que dichas propuestas puedan multiplicarse.

No se trata de enfangarnos en un debate que venga a contraponer de modo poco productivo los planos de lo material y lo simbólico; la cultura tiene raíces materiales, lo material no existe sino es en un campo simbólico que nos constituye desde que venimos al mundo. Sobre lo que deseo plantear una reflexión es el hecho de que, habitualmente, cuando se ha querido pensar sobre el carácter transformador de la cultura, la reflexión se haya centrado en el poder transformador de las representaciones, dejando de lado el debate sobre las

condiciones materiales de dichas representaciones, es decir, sobre las condiciones materiales de nuestro universo simbólico.

### **... Y olvidarse de cómo se construyen las representaciones**

Cuando se deja de lado el debate sobre las condiciones que permiten garantizar y multiplicar las posibilidades de acceso a la cultura y a la producción cultural, lo que se está dejando de lado, en último término, es el propio debate sobre política cultural. Como ha explicado Jaron Rowan, el problema está en que problematizar la cultura desde un punto de vista ideológico impide ideologizar la política cultural (Rowan, 2016, p. 65). La carga verdaderamente ideológica y política de un proyecto cultural reside, precisamente, en la cuestión de las lógicas de ordenación de lo cultural que se priorizan y de los marcos para la producción y circulación de bienes y prácticas culturales que se toman como matriz. Se trata de pensar no tanto en cómo la cultura puede difundir determinados valores, sino en las condiciones materiales que hacen de la cultura un campo en el que puedan generarse dichos valores. Es importante tener palabras para nombrar las cosas y darles sentidos compartidos, pero tanto o más lo es que existan de modo efectivo marcos en los que esos sentidos se puedan construir colectivamente. Es decir, la cultura no importa solo como campo de construcción de representaciones, sino como campo de construcción de las relaciones para forjar dichas representaciones.

Es habitual que grandes decisiones de enorme calado político como la elección de los modos de contratación, las modalidades de financiación o la gestión de los equipamientos culturales se consideren asuntos meramente técnicos o de gestión, carentes de carga política, pero estas decisiones determinan de forma directa las posibilidades y características de los tejidos que se generen e inciden, finalmente, en los sujetos capaces de producir representaciones e imaginarios. El modo en que se designan las direcciones artísticas de un teatro público tiene tanto o más que ver con el contenido ideológico de un proyecto político que el hecho de si se apuesta por una programación más o menos vanguardista o comercial.

Efectos más directos en la configuración del tejido cultural tienen, por ejemplo, las decisiones sobre la gestión de los centros culturales de una ciudad. Hay una gran diferencia entre que se licite un único contrato al que solo pueden postularse grandes empresas que, además, se encargan indistintamente de la gestión de residencias, comedores o auditorios, o que cada centro se divida en una licitación diferente, de modo que puedan presentarse a ellas empresas pequeñas, asociaciones culturales de artistas o de vecinos. Hechos como que las asociaciones, comunidades o entidades sin ánimo de lucro estén excluidas de las subvenciones a la creación, o que los salarios de las mediadoras subcontratadas por empresas externas como guías de las visitas en las salas de exposiciones sean bastante miserables, producen efectos decisivos en la configuración de la oferta, la experiencia y el tejido cultural. Todas estas cuestiones, que generan poco interés mediático —porque como polémica no resultan ser muy excitantes—, son cruciales para la configuración del diseño del tejido cultural.

Si, en esta escisión entre lógicas y contenidos que marca el sentido de las políticas culturales, decido subrayar la importancia de las lógicas es porque la determinación de las lógicas de circulación y producción cultural es fundamental también en esa pelea simbólica. Si es importante, en esta guerra por lo simbólico, la representación de identidades y universos tradicionalmente excluidos de los relatos hegemónicos o discursos dominantes, lo es, al menos, tanto como que ello no sea resultado de un ejercicio cosmético, sino producto de la incorporación de dichas comunidades excluidas al ejercicio de construcción de esos imaginarios y representaciones. Por eso, la tarea de la política cultural es favorecer que se multipliquen los sujetos que componen, construyen y enriquecen el campo de lo cultural. Que desde la izquierda o los proyectos emancipatorios apenas se haya considerado la política cultural ya no como palanca de transformación, sino siquiera como asunto sobre el que tener una posición, es lo que sirve para que su consideración como espectáculo y como entretenimiento se perpetúe y se pierda la oportunidad de hacer de la cultura un campo de construcción de ciudadanía.

### 3. *Abrazar lo ingobernable*

Como es sabido, el empeño mismo de definir la cultura es inagotable pues esta siempre se escapa siempre de cualquier intento de ser clausurada para siempre. La cultura puede aparecer en cualquier parte y sucede, sobre todo —y aunque existan lugares específicos para ella—, al margen de las instituciones. Igualmente imposible resulta tratar de acotar o predecir sus efectos. Como aquí hemos defendido, la cultura es, en definitiva, ingobernable en múltiples aspectos y la misión de una buena política cultural reside, precisamente, la de perpetuar esos rasgos de ingobernabilidad. Para la existencia de una escena cultural rica, la multiplicación y proliferación de sus prácticas, experiencias y productos es imprescindible.

Esto, como hemos explicado, no significa desentendernos de ella, dejarla abandonada en manos del mercado, ni desatender los desequilibrios o desigualdades que se produzcan en su ámbito. Por el contrario, será el fomento de esta condición de ingobernabilidad lo que promueva la participación de todas las personas y colectivos, la sostenibilidad de los proyectos culturales, las condiciones favorables para el ejercicio de la profesión y la diversidad de prácticas, propuestas, escalas y formatos. Si nos planteamos como objetivo conseguir que la cultura esté más presente en la vida cotidiana, nuestra política debe ir en la dirección de encontrar lógicas para su proliferación. Algunas estrategias permiten profundizar más que otras en esta ingobernabilidad, entre ellas la descentralización, la participación, la cooperación, o la transversalidad e intersección de la cultura con otros ámbitos. Son lógicas que podemos llamar «democráticas» porque contribuyen a ampliar el campo de la práctica cultural —en sujetos, contextos y prácticas— y, por lo tanto, a su proliferación. Benefician tanto al propio campo de la cultura, pues fomentan su diversidad, independencia y sostenibilidad, como a la sociedad en general, ya que permiten desplegar aquellos aspectos de lo cultural que hacen que esta instancia sea operativa para la articulación de la vida común. Todas ellas suponen un cambio de la agenda y prioridades de las políticas culturales, pero, sobre todo, la asunción de un

rol diferente en relación con el poder y la gestión de las políticas de la cultura por parte de los responsables públicos.

### **Una cesión de poder inevitable**

Muchas de estas estrategias que señalamos no son nuevas ni originales, forman parte de lo que se conoce como modelos de democratización de la cultura o de democracia cultural que llevan, por lo menos, cincuenta años formando parte de los debates sobre política cultural en el ámbito público. La cuestión es que a pesar de la frecuencia con la que dichas lógicas puedan verse proclamadas, nunca acaba de apostarse del todo por ellas, ni acaban de tener presencia en las políticas culturales más que en forma de experiencias piloto o puntuales, siempre en las periferias de la política pública.

Esto sucede, en parte, porque es muy común que los cuadros de partidos políticos que terminan ocupando puestos de responsabilidad en la ejecución de las políticas públicas lleguen a ellos sin tener noticia alguna de la existencia de los modelos de democratización cultural ni democracia cultural. Aunque tampoco es esta la única razón. Si las lógicas que amparan la ingobernabilidad de la cultura siguen estando fuera del centro de gravedad de las políticas culturales es, en gran parte porque, precisamente, el mismo hecho que les dota de sentido y de potencia implica una inevitable distribución y cesión del poder. Democratizar la relación con la cultura implica una distribución del poder tanto para producir cultura como para gestionar la cultura, así como para expresarse y afirmarse a través de la cultura e incorporar nuevos significados al propio concepto de cultura. Exige también multiplicar los agentes reconocidos de la cultura y delegar la gestión de los recursos públicos culturales. Y, claro está, pensar en una política institucional orientada a ceder poder es, posiblemente, uno de los mayores ejemplos de oxímoron existentes, en la medida en que instituciones y gobiernos adquieren su sentido y finalidad precisamente por la acumulación de dicho poder.

Sin embargo, tal como la articulación efectiva de la democracia exige una distribución del poder y los recursos, también la articulación

efectiva de una democracia cultural requiere exactamente lo mismo. Gobernar la cultura pasa, de modo inevitable, no solo por aceptar su desgobierno, sino incluso por estimularlo, por generar las condiciones para su ingobernabilidad. Para que eso suceda los responsables públicos tienen que perder parte del control de su gestión. Cuanto más consiga desbordar la cultura la labor institucional, más sabremos que la institución está cumpliendo con su cometido. Una política cultural benéfica lleva en su propio seno la necesidad de perder el dominio sobre la cultura y en esto consiste la paradoja constitutiva de la gestión pública en cultura.

Deberíamos abordar la política cultural pública desde el punto de vista que Stuart Hall describió como «dentro del Estado y en contra de él» (Hall & Mellino, 2011, p. 20). En cierto sentido, hacer política cultural consiste en redistribuir recursos y poder para que el conjunto de la sociedad no pierda nunca la capacidad de cuestionar al propio poder. Deberíamos hacer política cultural desde las instituciones para diluir las propias instituciones. La cultura será más fuerte cuanto más se escape del dominio institucional. Esto es algo que no se puede predicar en todos los ámbitos de la gestión pública como pueden ser el de la atención sanitaria o la seguridad ciudadana. Pero en lo cultural cuantas más facilidades se ofrezcan desde lo público para que sean otros quienes creen, produzcan, disfruten o se integren en comunidades culturales, más se estará contribuyendo a su proliferación y democratización. Esto es lo que contribuirá a reforzar el ejercicio de los derechos culturales, cuya garantía es hoy uno de los principales retos que deben abordar las políticas culturales públicas.

## REFERENCIAS

- Bayoud, A. (2021, 7 de febrero). *En Myanmar, «Los juegos del hambre» inspiran las protestas prodemocracia*. France 24. <https://www.france24.com/es/asia-pac/C3%ADfco/20210207-myanmar-juegos-hambre-saludo-democracia>
- Bourdieu, P. (1999). Sobre el poder simbólico. En *Intelectuales, política y poder* (p. 71). Eudeba.
- Chauí, M. (2006). *Ciudadanía Cultural: El Derecho a la Cultura*. Fundación Rosa Luxemburgo.
- Eliot, T. S. (1952). *Notas para la definición de la cultura* (2ª ed.). Emecé Editores.

- Hall, S., & Mellino, M. (2011). *La cultura y el poder: conversaciones sobre los cultural studies*. Amorrortu Editores.
- Jovellanos, G. M. (1790). *Memoria para el arreglo de la policía de los espectáculos y diversiones públicas y sobre su origen en España*. Biblioteca Virtual Miguel de Cervantes. [https://www.cervantesvirtual.com/obra-visor/memoria-para-el-arreglo-de-la-policia-de-los-espectaculos-y-diversiones-publicas-y-sobre-su-origen-en-espana--0/html/fedbb6e0-82b1-11df-acc7-002185ce6064\\_4.html](https://www.cervantesvirtual.com/obra-visor/memoria-para-el-arreglo-de-la-policia-de-los-espectaculos-y-diversiones-publicas-y-sobre-su-origen-en-espana--0/html/fedbb6e0-82b1-11df-acc7-002185ce6064_4.html)
- Mangset, P. (2016). El principio de arm's length y el sistema de financiación de las artes: una aproximación comparativa. *Debats*, 130(2), 65-70.
- Maura, E. (2018). *Los 90: euforia y miedo en la modernidad democrática española*. Akal.
- Rowan, J. (2016). *Cultura libre de Estado*. Traficantes de Sueños.
- Vaquer, M. (1998). *Estado y cultura: la función cultural de los poderes públicos en la Constitución española*. Universidad Carlos III.
- Vich, V. (2014). *Desculturizar la cultura: la gestión cultural como forma de acción política*. Siglo Veintiuno Editores.
- Williams, R. (2001). *Cultura y sociedad 1780-1950: de Coleridge a Orwell*. Nueva Visión.





# *La ultraderecha en la gestión de la política cultural en el País Valenciano*

PAU RAUSELL KÖSTER

*Director del área de investigación en Economía de la Cultura y Turismo de la Universitat de València, Econcult*

## *1. Introducción*

En el País Valenciano sucedió un giro electoral en las últimas elecciones autonómicas de 2023, de manera que se truncó el ciclo progresista iniciado en 2015 y se consolidó una mayoría compuesta por la coalición entre el Partido Popular de derechas y el partido ultraderechista de VOX. Así se inició un período de gobierno en el que las competencias en materia de cultural fueron asignadas al partido minoritario de ultraderecha, junto a políticas de Justicia, Interior y Agricultura. Todas las competencias asignadas a la facción de la ultraderecha se alinean con algunos de sus principios reaccionarios como la batalla cultural, la seguridad y el negacionismo del cambio climático cuya asunción supuestamente amenaza a la producción del sector primario.

En este contexto, se incorpora el nuevo conseller de Cultura, Vicente Barrera, vinculado a VOX, conocido por sus posiciones franquistas, actualmente empresario y anteriormente torero. Junto a él, Paula Añó, con escasa experiencia en la gestión cultural, residente en Barcelona y conocida por su participación polémica en contra del nacionalismo catalán, en un directo del programa televisivo de Ana Rosa, asume la Secretaría Autonómica de Cultura y Deporte.

Ambos llegaron a la responsabilidad de la política cultural sin un programa definido inicialmente; Y el único objetivo declarado es librar una «batalla cultural» para eliminar la influencia del nacionalismo catalanista en la cultura valenciana. La secretaria Autonómica de Cultura, Paula Añó, destaca su capacidad para identificar a los

agentes del pancatalanismo y convierte la eliminación de estos en el eje vertebral de la política cultural.

La adopción de esta postura nos transporta de vuelta a los años 80, fundamentándose en un pensamiento simplista que desestima y pone en riesgo los avances alcanzados. Aunque se presenta bajo la apariencia de ser regeneradora, esta actitud convierte el espacio cultural en un campo de batalla, desatendiendo la sofisticación y la interconexión del ecosistema cultural valenciano con las redes europeas.

## ***2. El estado de la reflexión sobre la capacidad transformadora de la cultura en el País Valenciano***

Para comprender el anacronismo y el coste de oportunidad de la postura adoptada por la ultraderecha regional, es esencial referirse al sistema de conocimiento del País Valenciano. Durante años, se ha investigado sobre la naturaleza y efectos de las políticas culturales contemporáneas. La Universitat de València cuenta con equipos especializados de renombre europeo, como los de Sociología de la Cultura iniciados por el catedrático Antonio Ariño y continuados por Joaquim Rius y Beatriz Santamarina, entre otros, centrados en manifestaciones festivas populares.

Desde el ámbito del Derecho, los equipos de Andrés Boix y Reyes Marzal han realizado importantes contribuciones. En márketing y análisis de prácticas culturales, destacan Manuel Cuadrado y Juan de Dios Montoro. En Historia del Arte, Ester Alba ha sido una figura clave, y en Comunicación, Guillermo López y otros han hecho significativas aportaciones. El equipo de Econcult ha llevado a cabo numerosos estudios en Economía de la Cultura.

En la Universitat Politècnica de València (UPV), los trabajos de Francisco Hervás, Blanca y María de Miguel son reconocidos. Ambas universidades ofrecen uno de los másteres más antiguos en Gestión Cultural, que ha formado a muchos administradores que hoy trabajan en instituciones europeas. La profesión contemporánea de gestión cultural en España se debe en parte a las convocatorias del

SARC en los años 80 y 90. En la práctica, las experiencias en planificación cultural se remontan a los años 90, cuando la consellera de Cultura Pilar Pedraza encargó un detallado estudio sobre los sectores culturales valencianos. Este estudio fue relegado con la llegada de Eduardo Zaplana al poder en 1995. Es crucial también destacar los esfuerzos del *Observatori cultural de la Universitat de València*, que ha consolidado un sofisticado espacio de debate y análisis sobre la cultura y las políticas culturales del País Valenciano.

Incluso la política de grandes eventos desarrollada en los años 2000, bajo la dirección de gestoras culturales destacadas y en algunos casos controvertidas, como Consuelo Ciscar, Inmaculada Gil Lázaro o Helga Schmidt, resultó en un intenso proceso de aprendizaje y prueba de estrés para muchos jóvenes gestores culturales. Estos profesionales que lideraban instituciones clave como Espai La Granja, el Consorci de Museus o el IVAM y varias direcciones del IVC, han sido descabezados. Y cabe resaltar que la última fase del gobierno del PP (2011-2015) aunque estuvo marcada por numerosos casos de corrupción en las instituciones culturales, también se caracterizó por un interés claro en la racionalización de las políticas culturales bajo la dirección de Manuel Tomás.

El gobierno del Botànic, desde su inicio, basó sus intervenciones en planes estructurados, logrando diversos grados de eficacia. Esta orientación hacia la planificación y estructura había permitido avances significativos en la gestión cultural valenciana. Pruebas recientes respaldan esta evolución positiva. L'Etno fue reconocido como el mejor museo de Europa en 2023, gracias al trabajo de sus profesionales altamente cualificados. La exitosa realización de la VI Conferencia Estatal de la Cultura en València, sin precedentes en términos de éxito, refuerza la idea de que València se situaba a la vanguardia en gestión y políticas culturales. Además, los medios de comunicación especializados en cultura en la región exhiben niveles de excelencia poco comunes en otros lugares.

Como conclusión cabe destacar que, en 2023, antes del acceso de la ultraderecha al campo de gestión de la política cultural, el País Valenciano se había consolidado como un centro neurálgico de

enfoques innovadores en la gestión cultural, reconocido por expertos europeos. Destaca por su dedicación a la planificación cultural y se encuentra a la vanguardia en la capacidad transformadora de los ámbitos culturales y creativos. Esto se demuestra claramente a través del proyecto «Measuring the Social Impacts of Culture», financiado por Europa y liderado por la Universitat de València.

### 3. *¿Qué cabe esperar de la política cultural de VOX?*

El fenómeno de la ultraderecha como responsable de la política cultural no es un fenómeno ni exclusivamente valenciano ni español. Lluís Bonet y Mariano Martín Zamorano (2021), proponen un marco conceptual para distinguir estas políticas de las democracias liberales y los regímenes totalitarios.

En el caso de Polonia, el partido Ley y Justicia ha implementado políticas que refuerzan la identidad nacional polaca basada en el catolicismo, rechazando el multiculturalismo y la diversidad. Estas políticas incluyen la centralización del control cultural y la censura indirecta de expresiones artísticas disidentes, utilizando mecanismos legales y administrativos para suprimir voces críticas.

Hungría, bajo el liderazgo de Viktor Orbán y el partido Fidesz, ha seguido una trayectoria similar. Se han promovido políticas culturales que enfatizan el patrimonio nacional y cristiano, mientras se marginaliza y censura a los artistas y organizaciones culturales que no se alinean con la ideología del gobierno. Además, se ha incrementado el gasto público en cultura, aunque este se dirige mayormente a iniciativas que refuercen la narrativa nacionalista.

Ambos países muestran una tendencia hacia la instrumentalización de la cultura para fortalecer la ideología del gobierno en el poder. Esta incluye la creación de alianzas público-privadas y la utilización de eventos multitudinarios y monumentos nacionales para promover valores conservadores y nacionalistas. Las políticas culturales en estos contextos también reflejan un rechazo explícito a las minorías culturales y a los valores liberales de pluralismo y diversidad.

VOX, surgido en 2018, ha adoptado una postura nacionalista y autoritaria, utilizando la cultura para reforzar la identidad nacional española. En sus programas electorales de 2018 y 2023, se destaca la promoción de la lengua y tradiciones españolas, así como el rechazo a la influencia de culturas extranjeras. Este enfoque se refleja en medidas como la promoción del idioma español y la protección de la tauromaquia que en el caso valenciano se concreta en que el propio responsable de la política cultural es un antiguo torero.

Como bien queda descrito en un reciente artículo académico de Rius Ulldemolins y otros sociólogos (2024), en el caso español VOX utiliza la política cultural como herramienta para las batallas culturales, promoviendo el nacionalismo español y oponiéndose al multiculturalismo y a las minorías nacionales. Especialmente en el País Valenciano, ese rechazo a las minorías nacionales se materializa en el anticatalanismo.

El partido también se opone al multiculturalismo, argumentando que este debilita la cohesión social. VOX critica la influencia de las élites globalistas y defiende una política de integración cultural que prioriza la asimilación a la cultura española. Además, el partido presenta a los inmigrantes y minorías como amenazas a la seguridad y la identidad nacional, fomentando una visión xenófoba y nativista.

En conclusión, la política cultural de VOX es una expresión acentuada del nacionalismo centralista español y herramienta de combate contra el multiculturalismo y las minorías. Esta estrategia refleja una tendencia más amplia en Europa y América Latina hacia la derecha populista y el autoritarismo, con implicaciones significativas para el debate cultural y político en España.

#### ***4. ¿Qué puede hacer la ultraderecha en el ámbito de la política cultural?***

El grado de control presupuestario de la ultraderecha resulta relativamente limitado. Si vemos la cantidad de presupuesto y su porcentaje respecto al gasto total, si en el período progresista las variaciones en términos absolutos se incrementaron a partir de 2016, sus

incrementos en términos porcentuales respecto al gasto liquidado total solo muestran variaciones significativas a partir de 2021. Los primeros indicios apuntan a que se volverá a reducir a partir de 2023 para situarse a medio plazo alrededor del 0,6%. Según nuestros estudios la capacidad transformadora de la realidad del ecosistema cultural es bastante limitada si los presupuestos no dedican al menos 2% del presupuesto total<sup>7</sup> y por tanto el efecto real de la política cultural de la ultraderecha sobre el ecosistema cultural será bastante limitado.

Hay que tener en cuenta que precisamente son los votantes de VOX los que muestran menor propensión a destinar gasto público a cultura, como demuestra una reciente publicación de la Fundación COTEC<sup>8</sup>, lo que evidencia cierta contradicción entre el deseo de librar la batalla cultural a través de la política cultural y la reserva ante el apoyo a las políticas culturales.

---

7 La primera vez que el 2% se convirtió en una recomendación mínima fue en 2012 en un blog organizado por la Fundación Alternativas y adscrito a EL PAÍS, titulado Reinstalando la política cultural y que expresaba «la verdadera condición necesaria (aunque no suficiente) es dedicar al desarrollo de la política cultural el 1% del gasto del gobierno central, entre el 2% y el 3% de los gobiernos autonómicos y en los gobiernos locales alrededor del 5%. En las circunstancias actuales, las posibilidades de anticipar modificaciones significativas en términos de intensidad presupuestaria son relativamente limitadas a corto plazo.»

8 <https://cotec.es/informes/percepcion-social-de-la-innovacion-metricas-2024/>

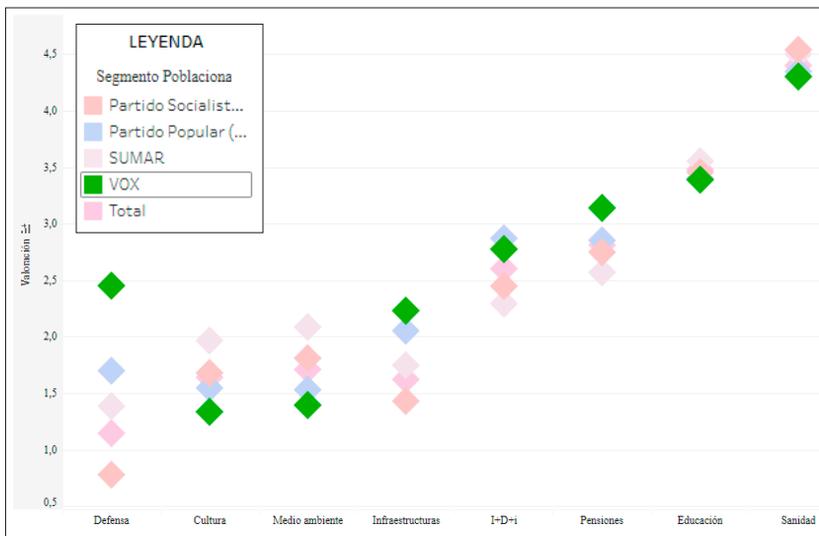


Gráfico 1. Preferencias por gasto por políticas y sentido del voto. Fuente: Fundación COTEC

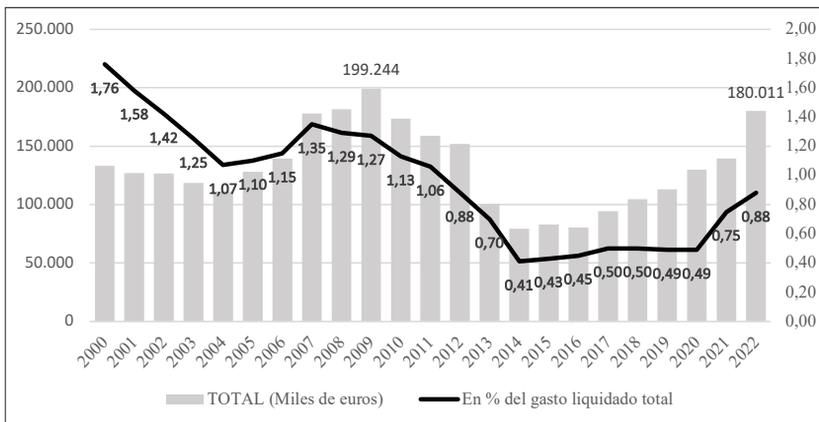


Gráfico 2. Gasto destinado a la cultura del País Valenciano. Fuente: CULTURABASE

Si atendemos con más detalles sobre qué partidas en concreto se pueden materializar los recortes a partir de la estructura actual del

gasto público en cultura (Gráfico 3), podemos observar que las partidas de Libros, Archivos y Bibliotecas, donde los recortes se ubicarán en las actividades de la red bibliotecaria y en la compra de libros junto con la voluntad de controlar los libros adquiridos<sup>9</sup>. También hay posibilidad de cambiar la política de promoción del libro vetando a asociaciones de dudosa orientación ideológica a juicio de la ultraderecha o para editoriales orientadas a la publicación en valenciano (que la ultraderecha adscribe al catalanismo). De hecho, en declaraciones a la radio pública autonómica, la secretaria autonómica de Cultura defiende la retirada de subvenciones a determinadas editoriales, fundaciones y organizaciones culturales «dirigidas a subvencionar el nacionalismo y el independentismo» Pero hay que considerar que una parte relevante del grueso del gasto está comprometido en el funcionamiento ordinario de los equipamientos.

De la partida destinada a las artes plásticas y escénicas hay que considerar que la mayor parte del gasto es el de las transferencias a organismo con cierta independencia operativa como el IVAM, el Institut Valencià de Cultura (IVC) o el Palau de les Arts o el Museu de Belles Arts.

---

9 Las cuatro grandes Bibliotecas Públicas del Estado en la Comunidad Valenciana, que son propiedad del Gobierno central y gestionadas por la Generalitat, no han adquirido ningún libro desde mediados de enero. Esta es una situación sin precedentes. Anteriormente, los profesionales de las bibliotecas de València (Pilar Faus, en la calle Hospital), Alicante (Azorín, en el paseo de Ramiro), Castellón (en la calle Rafalafena) y Orihuela (Fernando de Loazes, en la plaza Ramón Sijé) compraban las novedades más importantes del mercado semanalmente, utilizando su propio presupuesto, para actualizar sus colecciones, satisfacer las peticiones de los lectores (conocidas como desideratas) y proporcionar libros a los numerosos clubes de lectura de los centros. Solo la popular Biblioteca Pública de València, ubicada en un antiguo hospital renacentista, recibe 240.000 visitas al año y realiza 130.000 préstamos, según el balance oficial de 2022. Su gasto anual en la compra de libros rondaba los 50.000 euros. EL PAÍS (2024): Las bibliotecas del Gobierno gestionadas por la Generalitat valenciana no han comprado ni un libro en cinco meses. 05/06/2024

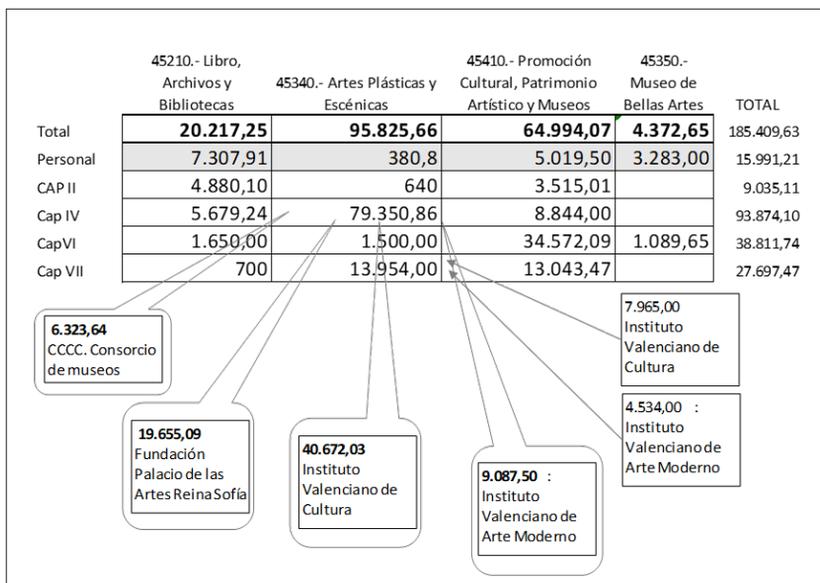


Gráfico 3. Distribución del gasto en cultura de la Generalitat de 2023 por capítulos y sectores.

Los cambios que se pueden anticipar son cambios menores en las asignaciones a las grandes unidades autónomas de gasto en política cultural (IVAM; IVC; Palau de les Arts o el Museu de Belles Arts), ya que llevan asociadas determinadas inercias (personal, inversiones propias, estructura de subvenciones) en términos presupuestarios que hacen difíciles cambios radicales significativos a corto y medio plazo, sin transformaciones regulatorias de cierto calado. Hay que tener en cuenta que la nueva administración tiene escasa experiencia en la gestión pública. Lo previsible es que la estrategia clientelar se materialice a través de cantidades modestas del Capítulo II y del Capítulo IV y VII en el caso del patrimonio que probablemente encontrará en el patrimonio eclesiástico y en ciertas fundaciones amigas el destino más adecuado.

En definitiva, se puede esperar:

- Languedecimiento de la atención presupuestaria a la política cultural.

- Nombramiento de personal según criterios de fidelidad; relación clientelar con los escasos intelectuales, artistas y proveedores próximos a la administración. Presión y censura delegada a los mediadores culturales dependientes del dinero público. Persecución indirecta de intelectuales y artistas disidentes, favoreciendo la autocensura.
- Reorientación de recursos hacia el patrimonio (especialmente el de la Iglesia Católica), la tauromaquia, y algunas expresiones más blancas y elitistas como la música clásica.
- Apoyo a una cultura regionalista homogénea; nativista (revisionismo histórico, etnocentrismo) y folclorizante, y desprecio de las expresiones más cosmopolitas globalistas y de mayor riesgo artístico y alergia explícita a creaciones expresadas en valenciano (cine en valenciano, música en valenciano, teatro en valenciano).
- Estigmatización abierta de las culturas minoritarias (por ejemplo LGTBI+); rechazo del multiculturalismo y del relativismo cultural.
- Descrédito para cualquier objetivo transformador y más sofisticado de la política cultural que tenga que ver con sus implicaciones económicas, sociales o educativas o en su utilización como herramienta de diplomacia cultural.
- Utilización de la cultura como espantajo para azuzar y agitar contra el supuesto catalanismo invasor.

### ***5. Inexperiencia en la gestión y la falta de aliados***

Al margen de su orientación ideológica, y aunque anuncian la presentación de un «plan estratégico» para antes del verano de 2024, lo cierto es que la praxis de la gestión cultural se ha limitado, hasta ahora a la destitución y sustitución de los responsable de la gestión cultural pública, a la promoción de la tauromaquia como expresión cultural y a modificaciones menores en las órdenes de convocatorias de las subvenciones para que no lleguen a supuestos agentes

catalanistas o que utilicen términos como País Valenciano. Estas restricciones incluyen determinadas editoriales, fundaciones y organizaciones culturales como, por ejemplo, el Instituto Ramon Llull que, de acuerdo con lo dicho por Paula Añó «iban dirigidas a subvencionar el nacionalismo y el independentismo (...) Todo aquello que vaya destinado a subvencionar el nacionalismo que es una ideología abiertamente inconstitucional, que ya se levantó el 2017, por supuesto que no va a ver un euro público (...) Una ideología que atentó contra la Constitución y que lo que pretende es dividir los ciudadanos (...) Ahí me van a encontrar, a mí y la Consellería» (NTC del Mati, 2023).

Sin embargo, es constatable que tienen y han tenido dificultades para encontrar colaboracionista, entendiendo este término como el ejercicio de la cooperación necesaria para materializar y legitimar la ocupación no natural del espacio de la política cultural por parte de personas, ideas o proyectos que precisamente contradicen la funcionalidad intrínseca de la misma que es lograr sociedades más sanas, justas, críticas, libres, tolerantes, integradoras e igualitarias.

Hay que tener en cuenta que la nueva administración tiene escasa experiencia en la práctica de la administración cultural y cuenta, en estos momentos, con escasa cantidad de aliados en el ecosistema cultural, lo que les dificultará trabar un engranaje que funcione con cierta autonomía y eficiencia. Incluso aventuramos que la esfera de la cultura —que no olvidemos, son los profesionales en la construcción de los relatos— podría ser el talón de Aquiles de ese prototipo de colaboración entre la derecha y la ultraderecha. Aunque ciertamente, a lo largo de la legislatura adquirirán experiencia y aparecerán arribistas y colaboracionistas dispuestos a capturar recursos públicos.

La dinámica de los Sectores Cultural y Creativo (SCC) se muestra bastante indiferente a los avatares del modelo de gestión de la política cultural y muestra una vigorosa recuperación desde los impactos de la crisis sanitaria por la pandemia de 2020. Hasta 2022 la evolución de los ocupados seguía a ritmos bastantes similares a la media española y sin embargo a partir del primer trimestre de 2023 la dinámica parece más vigorosa que la media. Desde el primer trimestre

de 2023 y hasta el primer trimestre de 2024 muestra un mayor vigor que el resto de las Comunidades Autónomas.

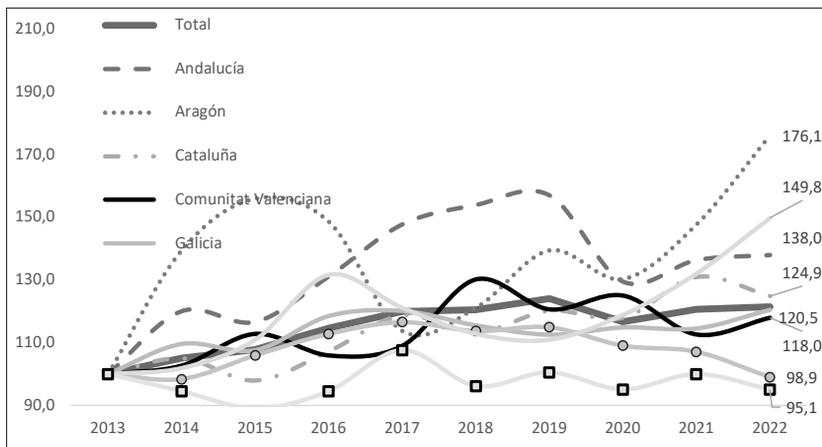


Gráfico 4. Evolución de la ocupación en cultura en números índices 2013=100. Fuente Encuesta de Población Activa (EPA).

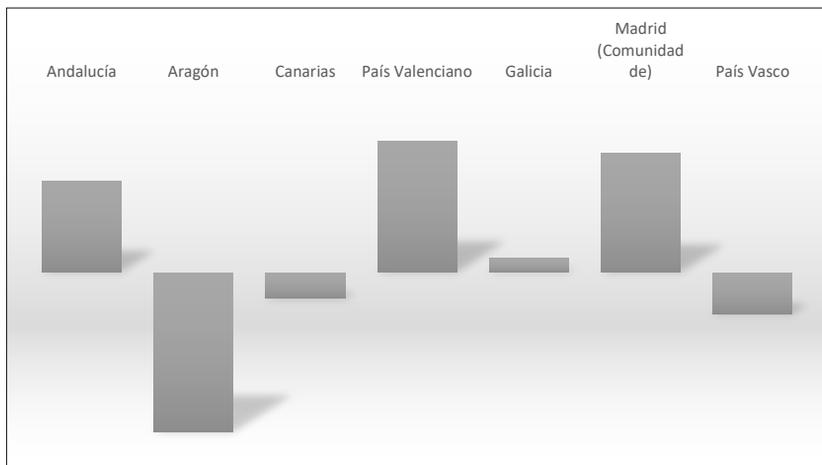


Gráfico 5. Tasa de crecimiento de los SCC entre el 1.er trimestre de 2023 y el 1.er trimestre de 2024.

Podría ser imaginable a corto plazo cierto efecto reacción del ecosistema cultural ante la amenaza de la ultraderecha, pero que solo puede ser sostenible si la demanda privada —expresada a través de la disponibilidad a pagar por bienes y servicios culturales por parte de la ciudadanía— se mantiene robusta.

## 6. *A modo de conclusiones*

Ceder la política cultural a la ultraderecha con el objetivo de que estén entretenidos y no molesten en la alianza entre PP y VOX está siendo dañino y paradójico. En las sociedades contemporáneas las políticas culturales se inventaron precisamente como antibiótico para curar las enfermedades que transmite la ultraderecha. Si la cultura nos salva y nos separa del odio, la intolerancia y la barbarie, tal y como afirma la reciente declaración de Cáceres -firmada por todos los ministros de la UE-, ¿qué hacer cuando el PP encomienda la política cultural a los promotores del odio, la intolerancia y la barbarie? ¿Qué hacer cuando Mazón les ha cedido la proyección de nuestro universo simbólico a los que niegan la violencia de género, a los que no creen en el compromiso global con los valores y los objetivos de la agenda 2030, a los que son racistas y homófobos?

El poder de las ideas no solo es blando, sino también dúctil y tan gaseoso que tiende a ocupar todos los huecos de nuestro cerebro; desde lo límbico e instintivo a lo reflexivo y lo racional. En términos sociales, la «gestión de la cultura» deviene en un experimento de química inestable donde lo estético, lo emocional, lo cognitivo y lo relacional se combinan caóticamente para darnos resultados imprevistos que condicionan todo el andamiaje social. Así que, finalmente, en democracias liberales, una política cultural que trate directamente y deliberadamente de orientar y condicionar lo que denominamos la batalla cultural, carece de legitimidad por dirigismo obsceno.

Pero, además, la cultura, como buen bálsamo de fierabrás, nos sirve para la activación económica, para el turismo, para la diplomacia cultural, para la vertebración territorial y social, para la integración de los inmigrantes, para la renovación urbana, para la salud y el

bienestar, para combatir el cambio climático, para mejorar la educación, para perseguir la paz, para conseguir los objetivos de desarrollo sostenible. Y el larguísimo listado de estos usos instrumentales de las políticas culturales no los enumeramos aquí con ánimo sarcástico, sino que llevamos, desde la unidad de investigación Econcult de la Universitat de València, muchos años investigando estas relaciones, que a veces se pueden identificar de manera fehaciente y más allá de los discursos desiderativos y otras no, pero que son teóricamente posibles, pues ya hemos argumentado que nuestro espacio simbólico afecta a todas las dimensiones de nuestras vidas.

Cuántos de estos objetivos y derechos se puedan alcanzar mediante la política cultural, naturalmente dependerá de los recursos destinados a la misma (que seguramente serán menguantes a partir de ahora) y de la racionalidad, eficacia y eficiencia de las herramientas utilizadas (que tampoco van a estar muy presentes en esta administración). Lo que resulta indiscutible es que, para alcanzar y transformar a los sujetos de las políticas culturales —la ciudadanía—, es necesario contar con un ecosistema cultural robusto, con empresas solventes y sostenibles, con trabajadores y trabajadoras no precarizados y con derechos laborales, con un sistema formativo actualizado y reactivo a las necesidades de la transición digital, y con un sistema financiero ágil y que sea capaz de evaluar los riesgos y las necesidades específicas de los sectores culturales y creativos.

Esto, obviamente, no lo va a conseguir la política cultural de la ultraderecha.

## REFERENCIAS

- Bonet, L., & Zamorano, M. M. (2021). Cultural policies in illiberal democracies: A conceptual framework based on the Polish and Hungarian governing experiences. *International Journal of Cultural Policy*, 27(5), 559-573. <https://doi.org/10.1080/10286632.2020.1806829>
- Rius-Ulldemolins, J., Rubio-Arostegui, J. A., & Pecourt Gracia, J. (2024). Nativist nationalism, cultural homogenisation and bullfighting: VOX's cultural policy as an instrument for cultural battle (2019-2023). *International*

*Journal of Cultural Policy*, 00(00), 1-15. <https://doi.org/10.1080/10286632.2024.2320424>

NTC del Mati [@NTCdelMati]. (2023, diciembre 13). Hoy es miércoles 13, y como todos los miércoles 13, les recuerdo que el 13 es el número de la suerte. Que tengan un [Tweet]. X. <https://twitter.com/NTCdelMati/status/1797902181708042288>







# *Centralidades y periferias en las estrategias de internacionalización cultural a propósito del caso catalán*

LLUÍS BONET AGUSTÍ

*Director del programa de gestión cultural de la Universidad de Barcelona (UB), experto en economía, política y gestión de la cultura*

## *1. Introducción*

España es un caso singular donde convive una política de proyección cultural exterior nacional potente, asimilable en sus objetivos al de las antiguas metrópolis coloniales europeas, como la británica o francesa (Goda y Čiefová, 2019), pero implementada más tardíamente y con menos recursos (Badillo, 2014), con la existencia de fuerzas centrífugas que cuestionan la estrategia ambicionada por las estructuras centrales del estado y los dos grandes partidos nacionales. Estrategia a la que se dedican recursos proporcionales al peso y capacidad económica del país, pero que se aleja de los modelos federales europeos al que un estado compuesto como el español debería asimilarse. En el caso alemán, los Lander tienen un papel central en el diseño y coordinación de la política cultural exterior y el Instituto Goethe opera con una gran autonomía respecto de las directrices federales; en el caso belga cada comunidad lingüística tiene una política totalmente independiente; o en el caso de Suiza la institución federal Pro-Helvetia respeta escrupulosamente la idiosincrasia de cada cantón y comunidad cultural.

En el caso español, el modelo está en permanente tensión pues no se ha logrado conciliar la ambición de un estado-nación con una proyección «natural» hacia la comunidad hispano hablante de sus antiguas colonias y como referente de lo hispano en el resto del mundo, con las demandas e intereses de las nacionalidades históricas con una mayor identidad lingüístico-cultural y ambición política

autónoma. En este contexto, el caso catalán es el más relevante por su dimensión demográfica y económica, su notable capacidad de interlocución y proyección internacional y por el desafío político permanente cuestionando el modelo nacional español. Sin embargo, en pocas ocasiones se debate abiertamente en los ámbitos profesionales y académicos sobre dicha confrontación y sobre la asimetría de estrategias de proyección cultural exterior de los distintos entes subcentrales —no solo las comunidades históricas o con idioma propio— y su relación con el estado central. En este contexto cabe celebrar la oportunidad brindada por la Jornada «Sense Madrid. Sen Madrid. Madril Gabe», dedicada a conversar sobre la proyección exterior de las culturas de España en un mundo global, organizada por el grupo de investigación Econcult, el Observatori cultural UV y Culturalink en la Universitat de València en mayo de 2024.

El presente texto parte de una reflexión general sobre cómo cada contexto territorial influye en los objetivos y formas de institucionalización de las políticas de proyección cultural exterior para posteriormente centrarse en el caso español, y muy en particular en la experiencia de más de cuarenta años de acción cultural exterior de Cataluña. El artículo concluye con una reflexión centrada en los aprendizajes del caso catalán, en los retos que plantea una mirada decolonial en un marco geoestratégico cada vez más desafiante, y en un contexto de llegada al poder de partidos políticos que cuestionan la mirada liberal y reclaman una renacionalización profunda de la política cultural sobre un imaginario identitario tradicionalista y excluyente.

## ***2. Institucionalización y contexto en las políticas de proyección cultural internacional***

Existe una relación indisoluble entre las dinámicas culturales y políticas domésticas y las estrategias de proyección e intercambio cultural internacional (Carta y Higgott, 2019). Distintos factores ligados a cada contexto territorial particular permiten explicarlo.

Un primer factor explicativo es la capacidad del sector cultural doméstico para interactuar sinérgicamente con las estructuras institucionales gubernamentales para lograr una política de internacionalización en la que confluyan sus propios intereses y demandas con los intereses gubernamentales y de sus representantes políticos. Evidentemente, esto depende de la fortaleza, nivel de organización y capacidad de interlocución de los principales agentes culturales de cada territorio. Si a nivel doméstico el tejido institucional y los actores culturales son sólidos, con lazos de cooperación con otras instituciones y redes internacionales, el impacto de una política bien diseñada de apoyo a la internacionalización puede tener efectos muy beneficiosos tanto para los operadores culturales como para los intereses políticos asociados. En cambio, cuando el tejido cultural es débil, centrado en el corto plazo y en la mera supervivencia, la internacionalización es utilizada como un medio adicional de obtención de recursos, aquellos que el mercado interno no aporta; esta es una vía de escapatoria frágil, a menudo clientelar entre la administración y solamente una parte, la mejor conectada, del sector cultural. Este tipo de situaciones vienen acompañadas frecuentemente de un segundo fenómeno negativo, la emigración de los agentes creativos más talentosos hacia otros países y mercados con mejores oportunidades y remuneraciones, una pérdida de difícil retorno. Si la emigración es a corto plazo (motivada por procesos educativos o de desarrollo de un mercado de exportación), los lazos con el país de origen se mantienen y se fortalecen las redes de conexión, pero si perpetúan a largo plazo puede darse una desconexión y una pérdida real de talento en perjuicio para la cultura del país o región de origen.

Un segundo factor para considerar es la fuerte interacción entre la acción gubernamental y la comunicación política. Cabe tener en cuenta que la gran mayoría de instituciones y dirigentes políticos, de todos los colores ideológicos, se aprovechan instrumentalmente de la cultura (así como de otros fenómenos como el deporte); se ha realizado históricamente, se continúa haciendo en la actualidad y lo continuarán poniendo en práctica en el futuro. Por esto no debe sorprender que las políticas de proyección exterior se hagan más para

su explotación mediática a escala doméstica, o para fortalecer lazos político-electorales con las diásporas en el exterior, más que para lograr objetivos reales de proyección o interacción internacional del tejido cultural local. En muchos casos, importa más que los medios de comunicación domésticos hablen del viaje o del pretendido éxito de una acción en el exterior que de los resultados e impacto real en términos de intercambio o futuras colaboraciones de la actividad promocionada a escala internacional.

Un tercer factor explicativo es la capacidad institucional para orquestar una buena estrategia de internacionalización, aquella centrada en focalizar bien los objetivos, negociados previamente entre las distintas partes implicadas, y adjudicar inteligentemente los recursos disponibles. Para que esto suceda es importante disponer de suficiente margen de tiempo y maduración, así como de una cierta estabilidad institucional. Ambas cuestiones no son ajenas a la capacidad para realizar un buen diagnóstico, identificar la misión, priorizar los recursos y disponer de un plantel de profesionales con experiencia. Cabe tener en cuenta que las estrategias de internacionalización solo fructifican si se mantienen en el tiempo, si existe estabilidad y continuidad en las políticas, así como en las estrategias de los distintos agentes públicos y privados implicados. Todo ello se multiplica si se alcanza una dimensión adecuada, pues no es fácil fortalecer alianzas a largo plazo con otras instituciones desde estructuras humanas, presupuestarias e institucionales demasiado débiles. La evolución histórica de las estrategias de los grandes países europeos (Chaubet y Martín, 2011), pero también de algunas naciones latinoamericanas, es sumamente ilustradora de la complejidad de factores que explican comportamientos y vinculaciones (Bonet, Négrier y Zamorano, 2019).

Evidentemente, existen excepciones, pues hay personas y organizaciones especialmente talentosas que, con muy pocos recursos y escasa dimensión, casi siempre con mucho esfuerzo y sacrificio, logran grandes éxitos de proyección e intercambio internacional. Pero sin voluntad explícita, estrategia, estabilidad, recursos y compromiso es difícil lograr una buena proyección e intercambio internacional.

En un mundo asimétrico en recursos, en poder institucional, factual y simbólico, a menudo no llega a emerger la voluntad y el compromiso necesarios para que se ponga en marcha una estrategia política sólida de internacionalización. Distintos factores pueden explicarlo, en general asociados a la identidad, al tamaño y a la capacidad económica y de recursos humanos del territorio o país de que se trate. A escala internacional solo las grandes potencias y un puñado de países con alto nivel de desarrollo disponen de estrategias ambiciosas de política cultural exterior. Los demás se limitan a actuaciones esporádicas, clientelares o de apoyo a las diásporas en el exterior. Esto se repite a escala española donde la mayoría de las comunidades autónomas, en especial aquellas de menor tamaño o sin una identidad claramente diferenciada del común denominador español, no disponen de una política desarrollada de proyección cultural exterior. En general esto es debido a una aceptación acrítica o acomodada de las élites al *status quo* dominante, y por incorporación subsidiaria a las dinámicas hegemónicas. En muchas antiguas colonias se da un fenómeno de dependencia cultural y económica, en particular entre aquellos colectivos que aun y ser críticos con lo que la colonización implicó, comparten algunos de los beneficios del mantenimiento de vínculos con la antigua metrópolis. Pero también existen muchos casos de procesos en sentido contrario como pueden ser los movimientos de liberación nacional o de liberación de comunidades tradicionalmente discriminadas por razones étnicas, raciales, de identidad de género u otras.

Otra cuestión por considerar es el caso de una política institucional de proyección cultural exterior son los variados objetivos existentes, explícitos o no, así como la jerarquía relativa entre dichos objetivos. La priorización dependerá de la capacidad de las diferentes partes interesadas, empezando por los distintos departamentos gubernamentales, para imponer su propia mirada e intereses en confluencia, o no, con el resto de los interlocutores presentes. Al mismo tiempo, a escala interinstitucional es importante considerar la tensión o complementariedad entre las estrategias definidas por los

distintos niveles de administración, desde el nivel supranacional o nacional, al regional o local.

En el caso europeo, es interesante observar la capacidad de influencia de las acciones impulsadas desde la Unión Europea (European Commission, 2016), limitada por el principio subsidiaridad con los estados miembros, la de los propios estados miembros (con enormes diferencias entre aquellos estados con larga tradición de acción cultural exterior o los que tienen estructuras descentralizadas, parcial o totalmente, a escala territorial o en manos de entidades semindependientes), así como la que realizan las regiones (asimismo con enormes diferencias en función de la autonomía de las mismas en cada país) o la de algunos municipios y ciudades (desde los clásicos hermanamientos a estrategias mucho más sofisticadas de metrópolis con gran proyección internacional). Junto a los objetivos y a su jerarquía interna es necesario analizar cómo estos se legitiman ante la colectividad en general, y en particular ante aquellos agentes potencialmente beneficiarios —o perjudicados directa o indirectamente— por dicha política. En este sentido es importante plantearse ¿cómo se justifica ante los contribuyentes una acción que no les beneficia directamente? En el Reino Unido, por ejemplo, la explicitación del retorno forma parte de su cultura de transparencia (Holden, 2013). En Francia, la cultura forma parte del consenso social y entronca con su propio orgullo nacional. En otros países, la mirada es menos transparente hecho que condiciona el nivel de legitimación de las políticas de proyección cultural exterior.

De todas formas, durante décadas ha existido un cierto nivel de consenso entre las élites culturales y políticas europeas sobre las bondades de las políticas de proyección cultural exterior. Mirada que obviaba los objetivos implícitos que los impulsores de dichas políticas —y sus beneficiarios— tenían puestos en las mismas. Existía, y continúa existiendo, una tensión sobre qué institución gubernamental está legitimada para dirigir dicha política (exteriores o el de cultura), y por lo tanto en su orientación más o menos instrumental al servicio de la diplomacia blanda o, por el contrario, centrada en el fortalecimiento del sector cultural doméstico. Y, evidentemente, en estados

con identidades subnacionales fuertes, el quién se traslada también a la cuestión de qué cultura se proyecta y bajo qué sello identitario y de imagen se realiza. El debate sobre las estrategias utilizadas o sobre su nivel de eficiencia y eficacia ha sido, en la mayoría de los países occidentales, poco relevante y en general se ha utilizado como munición al servicio de la retórica y de los intereses de cada parte. En la medida que el consenso sobre la política de proyección exterior se ve encorsetado por nuevas prioridades o en momentos de crisis por la reducción de los recursos presupuestarios disponibles, se agudiza la cuestión sobre el quién y el qué, y en cierta medida también sobre el cómo y el dónde.

En este sentido el caso español a raíz de la crisis financiera de 2008 es paradigmático, pues se rompe una larga trayectoria de impulso a la cooperación cultural iberoamericana, se modifican los instrumentos de intervención y se reduce drásticamente el presupuesto disponible durante las dos décadas anteriores (Zamorano y Bonet, 2018). La crisis no afecta únicamente a la acción cultural exterior de la administración central, sino que afecta de forma muy directa a las comunidades autónomas, que sin embargo recortan en proporciones diferentes su gasto en cultura —y subsidiariamente en proyección internacional— en función del nivel de ahogo financiero y sus propias prioridades políticas. En este contexto, Cataluña presenta un caso singular, pues por un lado se ve gravemente afectada por la reducción de transferencias del estado y de los ingresos propios, con el consiguiente recorte de las prestaciones propias del estado de bienestar, y por el otro, la reducción de los presupuestos de cultura de sus administraciones territoriales es inferior a la media de comunidades autónomas de régimen fiscal común. Es decir, aún y realizando recortes sangrantes, en términos comparados prioriza la acción cultural al mantener niveles de gasto proporcionalmente más altos. En esta difícil ecuación, el papel de la cultura en la construcción de una personalidad nacional propia permite salvar, relativamente, los mecanismos de apoyo al sector.

### 3. *El sistema de relaciones culturales exteriores de Cataluña*

La acción cultural exterior de la Generalitat de Cataluña se remonta a los primeros años ochenta cuando el gobierno de la primera legislatura presidido por Jordi Pujol —posterior a la Generalitat provisional presidida por Josep Tarradellas— se dota de un servicio de relaciones culturales integrado en el Departamento de Cultura, con el objetivo de promover la cultura catalana en el exterior. Este servicio se integrará en 1991 en el *Consorci Català de Promoció Exterior de la Cultura* (COPEC), un ente público-privado en el que participan la mayor parte de asociaciones representativas del sector y que tiene por misión impulsar los intercambios culturales con grupos o instituciones de fuera de Cataluña, promover la participación de la cultura catalana en eventos, actividades y mercados internacionales, y realizar y coordinar actividades de promoción de la cultura catalana en el exterior. Para lograrlo se ponen en marcha delegaciones en París, Berlín y Copenhague, a las que posteriormente se añadirán Londres, Bruselas y Milán. Estas delegaciones, ubicadas en las oficinas del COPCA (el organismo encargado de la promoción comercial de Cataluña), se encargan de realizar estudios del mercado, dar a conocer grupos y artistas catalanes a programadores de sus áreas lingüísticas de referencia, e informan a los operadores catalanes de potenciales eventos donde participar. Con la creación en el año 2001 del *Institut català de les indústries culturals*, ICIC (desde 2012, *Institut català de les empreses culturals*, ICEC), las delegaciones se traspasan a la Área de mercado de la nueva institución manteniendo sus funciones.

El ICEC, dependiente del Departamento de Cultura, tiene por misión el apoyo a las empresas culturales de Cataluña, incluida su competitividad y proyección internacional, hecho que condiciona la estrategia desarrollada durante las últimas dos décadas. En este contexto, el idioma utilizado no es un factor determinante sino las oportunidades y el fortalecimiento del tejido cultural doméstico. Entre sus principales actividades, más allá de una potente línea de subvenciones y avales, se puede reseñar la presencia en los principales

eventos y plataformas de contratación a nivel internacional, la organización en Cataluña de ferias estratégicas donde invita programadores extranjeros (FiraTàrrega para el teatro de calle y las nuevas dramaturgias, Vic para la música, FiraManresa para las expresiones de raíz, Trapezi de Reus para el Circo, o Sitges para el cine, para citar solo algunos ejemplos), o el asesoramiento a la participación en proyecto europeos a través de la unidad Europa Creativa Desk – Media Catalunya. Su marca promocional —*Catalan Arts!*— ha logrado con los años un reconocimiento internacional considerable.

En paralelo a la creación del ICIC, en 2002 se constituye, con una misión complementaria, el *Institut Ramon Llull*, un consorcio público formado por los gobiernos de Cataluña y de las Islas Baleares, y las ciudades de Barcelona y Palma. Por un lado, impulsa el conocimiento internacional de la lengua y la cultura catalanas, tejiendo redes de complicidad, reconocimiento y cooperación para estar presente en el debate cultural global; todo ello con el objetivo de reunir a personas, ideas y proyectos de forma participativa con el conjunto del sistema cultural. Por el otro, acompaña al talento cultural, conectando el legado patrimonial con la creación más contemporánea, apoyando el intercambio y la colaboración entre artistas, instituciones académicas, festivales y entidades culturales. En la actualidad cuenta con delegaciones en Berlín, Londres, Nueva York y París coordinadas pero independientes de las oficinas exteriores del ICEC, y tiene previsto abrir próximamente una nueva delegación en América Latina y otra en Asia Oriental.

Dado que la lengua catalana es el idioma propio no solo de Cataluña y Baleares sino también del País Valenciano<sup>10</sup>, puede sorprender a quien no conozca la batalla política por la identidad cultural y lingüística valenciana que ni la Generalitat Valenciana ni la

---

10 La denominación consuetudinaria y oficial del idioma propio de la Comunidad Valenciana es valenciano, aunque las instituciones académicas y universitarias establecen que es una variante del catalán, como pueden serlo el barcelonés o el mallorquín.

ciudad de València se hayan integrado a dicho consorcio en periodos de gobiernos progresistas. Han existido esfuerzos puntuales de cooperación interinstitucional, como el fomento de lectorados de catalán en universidades extranjeras, pero no se ha logrado afianzar una mayor integración. De todas formas, numerosos artistas y productores culturales valencianos se han beneficiado en las últimas dos décadas de las ayudas que otorga el Ramon Llull, con independencia de la existencia de líneas propias de apoyo a la internacionalización en dicha comunidad; en particular en momentos como el actual en que la producción cultural expresada en valenciano es desatendida por el gobierno valenciano.

De forma complementaria, en 2008 se crea con sede en Andorra (único estado donde la lengua oficial exclusiva es el catalán) la Fundación Ramón Llull. Entre sus finalidades está el estudio, la promoción y la defensa de la lengua catalana, fomentar la proyección exterior de la misma y de los diferentes ámbitos culturales que se expresan con ella, velar por el cumplimiento de la legislación protectora, colaborar con otros organismos y organizaciones públicas y privadas, y ayudar a impulsar las actuaciones del *Institut Ramon Llull*. Más allá de su perfil relativamente bajo, comparte el mismo logotipo que el IRL.

De forma paralela a la acción de promoción cultural internacional, y con una intencionalidad de proyección más política, se crea en Cataluña en 1987 la Subdirección general de relaciones exteriores y protocolo, dependiente de la presidencia de la Generalitat. Entre sus funciones estará la relación con las comunidades catalanas en el exterior y el fortalecimiento de lazos con todo tipo de instituciones internacionales (desde las instituciones europeas o regiones con lazos de cooperación especial, hasta los consulados generales en Barcelona). Dada la limitación constitucional que deja en manos exclusivas del gobierno central las relaciones diplomáticas internacionales, el gobierno catalán utilizó en sus inicios entidades intermedias (como en su momento el Patronat català Pro-Europa) o distintas rendijas para fortalecer su presencia internacional, como la sentencia del Tribunal Constitucional 165/1995. La sentencia distinguió entre las relaciones

diplomáticas internacionales, competencia exclusiva del Estado, y las actividades de proyección o relevancia internacional, como puede ser la cooperación y proyección cultural internacional, susceptibles de ser ejercidas por las comunidades autónomas u otros organismos públicos y privados. Es sobre esta base que se construye una política de proyección cultural exterior más acorde con las ambiciones catalanas.

Por un lado, se construye un sistema de apoyo más afín con los intereses e idiosincrasia del tejido cultural catalán, en términos relativos menos centrado en Iberoamérica (sin que ello implique renunciar a este gran espacio cultural) y con una gran presencia en Europa y en mucho menor medida en otros continentes. Por otro lado, las relaciones culturales juegan un papel de puente al servicio de intereses políticos, sociales y económicos, una especie de paradiplomacia que dota a Cataluña de una visibilidad internacional importante, y en el que la marca Barcelona juega asimismo un papel destacado.

Esta doble orientación, más cultural desde los organismos dependientes del Departamento de Cultura o más política —en las primeras legislaturas dependiente de Presidencia, más recientemente desde el Departamento de Acción Exterior—, se mantendrá por parte de los gobiernos de distintos colores políticos que se sucederán hasta la actualidad.<sup>11</sup> Tal como se ha señalado, los nombres y estructura de los organismos evolucionarán, pero la misión se mantendrá bastante estable con una política de largo recorrido de promoción cultural exterior, independiente del color político del gobierno de turno. En cambio, la cooperación cultural para el desarrollo solo ha tenido un cierto, limitado, desarrollo en las legislaturas con gobiernos de izquierda.

En la actualidad, con datos de 2023, la inversión directa del Departamento de Cultura en las instituciones responsables de la internacionalización de la cultura asciende a 18 millones de euros, un

---

11 Con el paréntesis de la suspensión de la autonomía por la aplicación del artículo 155 de la Constitución, posterior a la crisis de 2017, aunque tanto el ICEC como el IRL y sus delegaciones mantienen la actividad durante dicho periodo.

3,8% del total del presupuesto de cultura de la Generalitat. El plan estratégico del IRL para los próximos años plantea un objetivo ideal del 5%. Cabe tener en cuenta, sin embargo, que dicha cantidad no incluye las acciones de internacionalización desarrolladas por los distintos eventos o equipamientos culturales financiados por el Departamento de Cultura, pero con presupuesto independiente.

#### *4. Reflexiones a modo de conclusión*

El modelo de gobernanza desarrollado en Cataluña en el ámbito de las relaciones culturales internacionales es relativamente complejo dada la particular realidad lingüístico-cultural y el rebatido encaje político e institucional de Cataluña en España. Tres factores interconectados pueden explicarlo. Por un lado, la inserción de Cataluña como nación cultural en el seno de un estado compuesto y descentralizado, pero impregnado de un fuerte nacionalismo, poco proclive a aceptar su diversidad cultural y político-identitaria interna, y a que se cuestione a escala doméstica y en particular a escala internacional su integridad y unidad. En segundo lugar, la lengua catalana y buena parte del mercado de agentes y productos culturales que se expresan en dicho idioma trasciende el territorio de Cataluña, abarcando las Islas Baleares, buena parte del País Valenciano, Andorra, Cataluña Norte (el Departamento francés de los Pirineos Orientales) y una estrecha franja oriental de Aragón. Finalmente, la habitual tensión entre la promoción exterior de los actores, proyectos y productos culturales, bajo la responsabilidad de los departamentos de cultura, y por el otro por la voluntad política de coordinar, bien desde exteriores o directamente desde presidencia de los respectivos gobiernos.

Desde el gobierno de Cataluña se habría podido optar por apoyar a los operadores culturales de forma complementaria a la acción del estado, tal como hacen la Comunidad de Madrid o Andalucía, poniendo énfasis solamente en algún aspecto específico e idiosincrático de Cataluña, tal como puede ser las expresiones en lengua catalana. Cabe tener en cuenta en este sentido que los profesionales, las instituciones y las empresas culturales catalanas utilizan sin reparos

todos los fondos a su alcance, sean catalanes, españoles o europeos, aunque los segundos en una proporción inferior a la que se esperaría desde instituciones como Acción Cultural Española (Acción Cultural Española AC/E, 2024). Entonces, ¿por qué razón los gobiernos de distinto signo ideológico que se han alternado en el poder han desarrollado un sistema autónomo y complejo de apoyo a la internacionalización de la cultura? En primer lugar, porque la política diseñada desde Cataluña responde de forma más alineada con la realidad, las necesidades y aspiraciones del sector cultural autóctono y su intensa capacidad de interacción internacional. En este sentido y en sintonía con los factores señalados en el marco conceptual del artículo, en el caso catalán se da una interacción sinérgica entre los intereses del sector cultural doméstico y la estrategia gubernamental. Al mismo tiempo, se ha consolidado una buena estrategia de internacionalización a largo plazo, con un plantel de profesionales especializados y programas formativos a su servicio.<sup>12</sup>

En segundo lugar, por la dimensión política, paradiplomática, que ejerce la cultura en una comunidad que se percibe y reivindica como nacional; esta es una cuestión que ocupa y preocupa a cualquier político que quiera que se le identifique al servicio de la propia realidad cultural territorial. Sin embargo, el sector cultural catalán ha sido bastante hábil en evitar una excesiva instrumentalización mediática de la acción cultural exterior, con un cierto acuerdo tácito sobre priorizar la comunicación en el logro cultural conseguido más que en la visibilidad del político de turno. En tercer lugar, por las dificultades adicionales que tienen las expresiones artísticas y culturales en un idioma que experimenta una situación minorizada respecto del castellano, tanto a nivel interno como cuando pretende cruzar fronteras. Cabe tener en cuenta que solo en situaciones ocasionales de alianzas parlamentarias en el congreso de los diputados entre el partido en el gobierno del estado y fuerzas nacionalistas catalanas,

---

12 <https://www.ub.edu/cultural/postgrado-en-cooperacion-y-gestion-cultural-internacional/?lang=es>

se han logrado acciones favorables a la presencia internacional de la lengua y la cultura catalana (como por ejemplo la petición para que el catalán sea reconocido como idioma de comunicación con los ciudadanos por las principales instituciones y organismos de la Unión Europea). Más allá de estos momentos coyunturales o de la buena sintonía personal con profesionales o directivos a cargo de las distintas instituciones españolas de promoción exterior, en circunstancias normales la relación es de apatía o hasta de franca aversión hacia la desmesurada necesidad de diferenciación de los catalanes respecto de los intereses nacionales españoles.

Otra cuestión relevante en toda política de promoción de la internacionalización es el compromiso para favorecer un mayor flujo cultural bidireccional. Para muchos artistas, promotores e instituciones culturales, las relaciones internacionales no solo deben promover la exportación y la presencia en el exterior de la producción doméstica sino potenciar el diálogo, la cooperación y todo aquello que implique dejarse impregnar por la creación cultural procedente del resto del mundo.

Esta última dimensión, que incorpora tanto la cooperación cultural para el desarrollo como las estrategias de todo tipo de instituciones y operadores culturales catalanes (y extranjeros) para tejer redes de cooperación y formar parte del debate cultural contemporáneo, implica además en la actualidad plantearse una nueva mirada decolonial. Esta cuestión, controvertida por algunas fuerzas políticas conservadoras y escasamente desarrollado por las instituciones culturales españolas en comparación con otros países europeos, es de suma importancia si se tiene en cuenta que Catalunya ha pasado en veinticinco años (entre 1998 y 2023) de seis a ocho millones de habitantes, gracias a un flujo migratorio de procedencia mayoritariamente extracomunitaria. Éste es un reto doméstico mayúsculo, que debería traducirse asimismo en las relaciones culturales internacionales.

Finalmente, la cultura y las relaciones culturales internacionales juegan un papel crucial en la reconfiguración simbólica de un mundo cada vez más tensionado. A escala mundial frente al declive del modelo liberal de globalización impuesto históricamente por

Occidente —donde la cultura europea ha gozado tradicionalmente de un gran prestigio— y la creciente tensión geoestrategia entre bloques antagónicos, con Estados Unidos y China en los dos polos. Y a escala doméstica con el gran crecimiento electoral de los partidos de extrema derecha, tanto en España como en muchos otros países europeos, en países socios relevantes en el ámbito de la coproducción cultural (Argentina, como caso paradigmático), o en aquellos que cuentan con gran capacidad de incidencia en la conformación de imaginarios simbólicos. En la medida que dichas fuerzas políticas han adquirido poder gubernamental, y en el caso español están al frente de los departamentos de cultura de las comunidades donde gobiernan en coalición -y muy en particular en el caso de la Generalitat Valenciana-, se observa cómo ponen las políticas culturales al servicio de una confrontación retórica e ideológica que excluye todo aquello que para ellos es crítico, disidente o representa la «anti-España» que justifica su esencialismo existencial.

En ambos casos la cultura es un instrumento clave de la batalla por la hegemonía simbólica y, consecuentemente, la política de proyección exterior uno de los pilares donde mostrar poder e influencia. Así pues, este es un ámbito que requiere mayor atención por parte de profesionales y académicos, y más diálogo y cooperación entre territorios e instituciones. En particular si aquello que se pretende con la internacionalización es que la cultura sea un puente de encuentro, de intercambio y de enriquecimiento entre diferentes.

## REFERENCIAS

- Acción Cultural Española AC/E. (2024). *10 años del Programa AC/E para la internacionalización de la cultura española*.
- Badillo, A. (2014). *Las políticas públicas de acción cultural exterior de España*. Real Instituto Elcano. Estrategia Exterior Española 19/2014.
- Bonet, L., Négrier, E., & Zamorano, M. M. (2019). Cultural policy and diplomacy in the Euro-Latin American and Caribbean relationships: Genesis, discourse, praxis and prospective. En L. Bonet & H. Schargorodsky (Eds.), *The challenges of cultural relations between the European Union and Latin America and the Caribbean* (pp. 23-49). Quaderns Gescènec.

- Carta, C., & Higgott, R. (Eds.). (2019). *Cultural diplomacy in Europe: Between the domestic and the international*. Springer.
- Chaubet, F., & Martin, L. (2011). *Histoire des relations culturelles dans le monde contemporain*. Armand Colin.
- European Commission. (2016). *Joint communication to the European Parliament and the Council: Towards an EU strategy for international cultural relations*. Brussels.
- Goda, N., & Čiefová, M. (2019). Cultural diplomacy of selected countries in a comparative perspective. *Folia Geographica*, 61(2), 172-189.
- Holden, J. (2013). *Influence and attraction: Culture and the race for soft power in the 21st century*. Demos & British Council.
- Zamorano, M. M., & Bonet, L. (2018). The reshaping of Ibero-American cultural diplomacy in the beginning of the XXI century: The declining of the Spanish historical hegemony. *International Journal of Cultural Policy*, 24(5), 664-680.

# *Experiencias*







# *Innovación, cultura y ciudad*

ANTONIA BLAU

*Directora general Goethe-Institut Madrid*

Con su programa Cities Ahead, el Goethe-Institut pretende sensibilizar a las ciudades medianas de Europa sobre el papel transversal y el potencial de la cultura en los procesos de transformación urbana. Por un lado, esto refleja un desarrollo del contenido de las actividades de un instituto cultural nacional. Por otro, este proyecto se refiere a los discursos actuales en torno a la «ciudad creativa», cuya utilización política y económica no está exenta de problemas. Los agentes culturales y los artistas deberían desempeñar un papel central en las consideraciones sobre la transformación urbana creativa, participativa y sostenible. Cities Ahead intenta hacerlo posible.

## *1. El Goethe-Institut: los institutos culturales siguen desarrollándose temáticamente*

Tradicionalmente, los institutos culturales nacionales se encargan de promover su propia lengua y fomentar la cultura nacional —lo que puede parecer casi anacrónico en tiempos de cooperación europea, estrecha interconexión de los agentes culturales y una realidad internacional de la vida de muchos artistas. De hecho, la fundación de muchos institutos culturales se remonta a la época de la fundación del Estado nación, que se basaba en una congruencia ficticia entre Estado nación, territorio, población, lengua y cultura. Al mismo tiempo, lo que en el mundo anglosajón se denomina *cultural diplomacy* desempeña un papel importante en las actuales disputas internacionales sobre la hegemonía: «Die allgemeine Entwicklung spricht dafür, dass AKBP keineswegs als ‚weiches‘ Politikfeld betrachtet wird. Im Gegenteil scheint sie gerade in Zeiten zunehmender Krisen und Konflikte als wichtiger Bestandteil des

außenpolitischen Instrumentariums gesehen zu werden»<sup>13</sup> (Hertie School of Governance, 2017, p. 23).

En Alemania, organizaciones intermediarias se encargan de aplicar la llamada política cultural y educativa exterior, como el Servicio Alemán de Intercambio Académico (DAAD), el Instituto de Relaciones Culturales Exteriores (IFA), la Fundación Humboldt y el Goethe-Institut (GI). Las organizaciones intermediarias se caracterizan por su relativa distancia del gobierno, ya que se fundan como estructuras independientes y están vinculadas al Ministerio Federal de Asuntos Exteriores por acuerdos marco y acuerdos de objetivos estratégicos. Entre 1951 y 1969, la política cultural exterior se impuso la tarea de poner de relieve la ruptura con el «Tercer Reich» y recordar los valores humanistas, cristianos y democráticos de Alemania como «Lund der Dichter und Denier»<sup>14</sup> (Lanoë, 2013, p. 106) para permitir a Alemania, como explica el presidente del Goethe-Institut, «über Kultur und Bildung eine Rückkehr in die zivilisierte Welt zu ermöglichen. Ziel ist es, unsere Nachbarschaften — vor allem in Europa — neu zu definieren»<sup>15</sup> (Hartmann, Dürr y Lehmann, 2011, p. 9). En primer lugar se trata de mejorar la imagen de Alemania en el mundo, centrándose en sus vecinos y aliados occidentales. Esta „Sympathiewerbung”<sup>16</sup> (Hampel, 2015, p. 52) ignora en gran medida la perspectiva de otros países, sus necesidades e intereses.

Los principios rectores de la política cultural exterior formulados en 1970, que introdujeron un concepto ampliado de cultura con el fin de liberar a la cultura de «ihrer Abgehobenheit in sakralen

---

13 «La evolución general sugiere que la AKBP [Auswärtige Kultur- und Bildungspolitik; política cultural y educativa exterior] no se considera en absoluto un ámbito político “blando”. Al contrario, parece considerarse una parte importante de las herramientas de la política exterior, especialmente en tiempos de crisis y conflictos crecientes» [traducción por Antonia Blau].

14 «tierra de poetas y pensadores» [traducción por A.B.].

15 «volver al mundo civilizado a través de la cultura y la educación. El objetivo es redefinir nuestra vecindad, especialmente en Europa» [traducción por A.B.].

16 «publicidad de simpatía» [traducción por A.B.]

Weihstunden einer ‚klassischen Hochkultur‘<sup>17</sup> (Wagner, 2009, p. 18), siguen siendo fundamentales a día de hoy. A partir de entonces, la comprensión de la cultura ya no solo incluye las obras de arte visual, la música, la literatura y el teatro, que forman parte de la denominada alta cultura, sino «alle symbolischen Aktivitäten einer Gesellschaft»<sup>18</sup> (Lanoë, 2013, p. 105).

En esta época, la orientación de la política cultural exterior cambió: ahora se trataba del intercambio y el diálogo entre las sociedades civiles. Los conceptos de comunicación y democratización constituyen la base central: «Dabei steht das Verhältnis von Öffentlichkeit in engem Kontext mit den theoretischen Konzeptionen der Bürger- oder Zivilgesellschaft»<sup>19</sup> (Wagner, 2001, p. 245). La política cultural no sólo debe dar forma a un discurso simbólico «über die Art und Weise, wie wir leben wollen»<sup>20</sup> (Fuchs, 1998, p. 16), sino también crear las condiciones para la participación del mayor número posible de personas.

El Goethe-Institut se caracteriza por trabajar como actor de la sociedad civil no sólo con representantes oficiales de las autoridades locales o instituciones estatales, sino también con grupos informales, redes y un amplio abanico de artistas y actores culturales individuales. Gracias a una cooperación a largo plazo y al fomento de la confianza, puede responder a las necesidades del sector cultural local y abordarlas a través de proyectos bilaterales y europeos. En los últimos años, en particular, el tema del desarrollo urbano ha sido el punto de referencia de una amplia gama de proyectos<sup>21</sup> en toda la red.

---

17 «su desvinculación de la consagración de una “alta cultura clásica”» [traducción por A.B.]

18 «todas las actividades simbólicas de una sociedad» [traducción por A.B.]

19 «La relación de la esfera pública está estrechamente vinculada a los conceptos teóricos de la sociedad civil» [traducción por A.B.].

20 «sobre la forma en que queremos vivir» [traducción por A.B.]

21 Cf. por ejemplo, Shares Cities <https://www.sharedcities.eu/index.html> (01.04.2024); Creative Ports <https://www.creativeports.eu/about> (01.04.2024); Cultural Entrepreneurship Hubs <https://cultural-entrepreneurship.org/> (01.04.2024); We Traders. Swapping City for Crisis [https://www.youtube.com/channel/UCql6EXD8N7P\\_ay4gD24x5cw](https://www.youtube.com/channel/UCql6EXD8N7P_ay4gD24x5cw) (01.04.2024).

Con la llegada al poder del actual Gobierno federal, una coalición entre socialdemócratas, liberales y verdes, y el cambio de las condiciones geopolíticas, como la guerra en Ucrania, el aumento de los precios de la energía y la evolución de las relaciones internacionales de poder, el presupuesto para la política cultural exterior se ha recordado. El Goethe-Institut, que como muchos otros institutos culturales europeos lucha contra la disminución de los ingresos procedentes de los cursos de idiomas, se enfrenta por tanto a cuellos de botella en la financiación que hacen aún más urgente (re)enfocar y posiblemente adaptar su contenido. La Junta Directiva del Goethe-Institut ha respondido a esta situación, entre otras cosas, introduciendo un fondo especial de innovación para explorar nuevas áreas de trabajo para la institución alemana<sup>22</sup>.

## 2. *Creative cities: contexto y futuro*

Charles Landry, que lleva trabajando en el concepto de ciudad creativa desde finales de la década de 1980, afirma que una ciudad creativa crea condiciones que permiten a las personas pensar, planificar y actuar con imaginación para hacer frente a problemas urbanos aparentemente irresolubles (Landry 2012, p. 19). Para ello, incluye a los más diversos grupos de población y usuarios de la ciudad.

Creativity in this context is applied imagination using qualities such as intelligence, inventiveness and learning along the way. In the «Creative City» it is not only the artists and those involved in the creative economy that are creative, although they can play crucial roles. Creativity can come from any source including anyone who addresses issues in an inventive way, be it a social worker, a businessperson, a scientist or public servant. It advocates the need for a culture of creativity to be embedded into how the urban stakeholders operate. (Landry, 2012, p. 19)

---

22 Cabe mencionar que el uso del concepto de innovación en el contexto del discurso europeo sobre las industrias culturales y creativas a menudo se queda corto y debería ampliarse para incluir una dimensión social, humana y estética (cf. IDEA Consult et al., 2021, p. 97 y 113).

Con un concepto ampliado de cultura y creatividad, el objetivo es, por un lado, considerar formatos, enfoques, conceptos y cuestiones procedentes de los ámbitos del arte y la cultura para abordar los retos urgentes del desarrollo urbano. Por otro lado, Landry es partidario de ampliar las responsabilidades. No sólo arquitectos, urbanistas y políticos, sino también los diversos grupos que se ocupan de los problemas que afectan a la ciudad deberían reunirse para debatir y decidir soluciones. Esto incluye a trabajadores sociales, iniciativas de la sociedad civil, asociaciones de vecinos, así como activistas, artistas o el museo municipal.

El concepto de ciudad creativa ha sido muy criticado, entre otras cosas porque también se ha utilizado para analizar el potencial de desarrollo de una ciudad desde un punto de vista puramente económico. Según éste, la ciudad creativa atrae sobre todo a los grupos de población descritos por Richard Florida (2002) como la clase creativa y puede contribuir así a la gentrificación y a un aumento del turismo con efectos a veces catastróficos sobre las infraestructuras locales, los alquileres y una especie de equilibrio ecológico.

El tema del desarrollo urbano creativo también se abordó en una fase temprana a escala europea. Los debates iniciales a partir de los años setenta desembocaron en esta «zunächst nicht sonderlich beachtete kulturpolitische Initiative von Ratsseite [...], die sich zur populärsten und zugleich [...] wirksamsten Kulturaktion der EU mit weltweiter Beachtung entwickeln sollte»<sup>23</sup> (Schwencke y Rydzy, 2009, p. 342): las Capitales Europeas de la Cultura. En 1985, por iniciativa de la griega Melina Mercouri y su colega francés Jack Lang, el Consejo de Ministros de Cultura decidió conceder el título a una ciudad europea cada año. Desde 2009, se seleccionan dos ciudades cada año para tener en cuenta a los nuevos Estados miembros tras

---

23 «iniciativa de política cultural del Consejo, inicialmente no especialmente reconocida [...], que acabaría convirtiéndose en la acción cultural más popular y al mismo tiempo [...] más eficaz de la UE, con reconocimiento mundial» [traducción A.B.].

las ampliaciones de la UE de 2004 y 2007. La financiación aportada por la UE se complementa con la de entidades locales, regionales y nacionales —a menudo también privadas— y constituye la parte más pequeña del presupuesto global de una Capital de la Cultura. Es más bien la atención y el interés del público por la ciudad, así como la creciente profesionalización de las ciudades en la fase de candidatura, especialmente en los últimos años, lo que promueve el título europeo. Sin embargo, el proceso de selección, que se ha vuelto extremadamente complejo y se percibe como carente de transparencia, ha provocado muchas críticas a los miembros responsables del jurado y a los expertos externos que participan en la preparación y ejecución del programa. No obstante, el programa sigue suscitando un gran interés, sobre todo en países no europeos, y constituye un modelo para iniciativas similares en Asia y África, por ejemplo.

Un proceso de investigación con entrevistas cualitativas puesto en marcha por el Goethe-Institut en 2021 reveló que las ciudades europeas de tamaño medio consideran necesaria una mayor formación en el sector cultural y están muy interesadas en la creación de redes y el intercambio europeos. Dos citas ilustran la tensa relación entre los responsables del departamento cultural o de la oficina cultural de las ciudades medianas y el resto de la administración:

«Culture is always the first area for budgets cuts in our city, so I have to fight like a lioness and always need arguments to justify why we need a solid cultural infrastructure in our city» (responsable de cultura de una ciudad alemana con una población de 140.000).

«There is no space for innovation in publicly funded culture in this city. Since 40 years, it has been just more of the same» (responsable de cultura de una ciudad alemana con una población de 500.000).

En consecuencia, el equipo del proyecto Cities Ahead en Múnich y Madrid decidió desarrollar un concepto para un proyecto piloto de un programa de profesionalización y sensibilización para ciudades medianas junto con Charles Landry. Con el trasfondo de los avances teóricos y prácticos de los últimos años en el ámbito de la combinación de arte, cultura y desarrollo urbano, los Goethe-Instituts en Alemania y España pusieron a prueba el programa Cities Ahead 2023 en Augsburgo y Logroño.

### ***3. Reorientación de las actividades del mediador cultural alemán en España: Cities Ahead***

En España, el Goethe-Institut está representado por dos Institutos situados en Barcelona y Madrid y promueve activamente el intercambio cultural entre Alemania y España desde 1957. Tradicionalmente tanto la oferta de cursos y exámenes reconocidos como los múltiples eventos culturales y las cooperaciones con otras instituciones contribuyen al entendimiento entre ambos países. Como centro certificado oficial, el Goethe-Institut ofrece cursos y exámenes en todos los niveles, además de elaborar materiales de enseñanza, formar a profesores y participar en investigaciones científicas e iniciativas relacionadas con políticas lingüísticas. El Goethe-Institut también fomenta el intercambio cultural por ejemplo a través de eventos y colaboraciones con festivales en los ámbitos del cine, la música, el teatro, las exposiciones, la literatura y las traducciones. Destaca la importancia de establecer contactos con agentes e instituciones culturales de ciudades más pequeñas, especialmente fuera de los grandes centros. La reorientación de las actividades del Goethe-Institut en España que se explora con el programa Cities Ahead pretende abrir nuevos campos de actividad, asociaciones y nuevos modelos de financiación a medio y largo plazo. Para evitar caer en la irrelevancia, parece razonable centrarse radicalmente en temas y cuestiones relevantes para el contexto local, que ofrezcan potencial de desarrollo y aprendizaje para todos los implicados.

El objetivo principal del programa Cities Ahead es acompañar a las ciudades europeas de 50.000 habitantes o más en su camino hacia una mayor visibilidad internacional y un atractivo cultural. La red de 158 Institutos Goethe en 98 países permite establecer conexiones mundiales en el ámbito de la política cultural. Europa es el continente con la red más densa y con su enfoque europeo, Cities Ahead pretende sobre todo contribuir al intercambio entre ciudades de tamaño similar y con retos comparables en Europa.

El programa piloto Cities Ahead tuvo lugar en Augsburg, en el sur de Alemania, y en Logroño, en el norte de España, en 2023. La

selección de las dos ciudades se basó en los contactos existentes con la administración municipal respectiva y actores interesados del ámbito cultural, así como en la oportunidad de diseñar conjuntamente un programa adaptado a las necesidades locales.

La idea es que el equipo de Cities Ahead cree contenidos a medida para cada una de las ciudades participantes. El programa consta de dos partes: una teórica, la Cities Ahead Academy, y otra práctica, la convocatoria pública. Idealmente, ambas pueden combinarse o armonizarse entre sí, permitiendo que la Academia aborde el enfoque y las cuestiones de la convocatoria o que los colectivos o artistas seleccionados presenten su trabajo dentro de la Academia. La Cities Ahead Academy consiste en talleres especializados para formar a agentes administrativos y culturales locales en el ámbito del desarrollo cultural urbano internacional. Expertos internacionales impulsan la transformación cultural de las ciudades participantes. Es crucial que las distintas partes implicadas en los procesos de transformación urbana de las ciudades —sea desde los distintos departamentos de la administración municipal o a nivel de la sociedad civil en asociaciones o iniciativas vecinales hasta los agentes culturales con financiación privada y pública— se reúnan en una mesa durante dos días. Por ejemplo, se trata de representantes de la administración cultural, del desarrollo económico, de la planificación urbana pero también de las oficinas de relaciones internacionales y turismo, así como a personal directivo y empleados de instituciones culturales locales. Con una duración de dos días, las ciudades pueden elegir libremente de tres a seis módulos.

La oferta de módulos se basa en los debates de fondo y las entrevistas realizadas durante la fase preparatoria y aborda las cuestiones que se consideraron más relevantes y que pueden ser cubiertas por el Goethe-Institut y sus expertos. Actualmente son los siguientes:

- Las ciudades como ecosistemas creativos que centra en el desarrollo de las ciudades como lugares culturales y la importancia de los barrios creativos.

- La sostenibilidad en el desarrollo urbano cultural que tematiza el potencial del arte y la cultura como vector de desarrollo urbano orientado a la sostenibilidad.
- El desarrollo de estrategias culturales sobre el potencial y la aplicación de los planes de desarrollo cultural.
- Las redes internacionales de ciudades que analiza las redes de ciudades existentes, sus modos de funcionamiento, sus objetivos y beneficios y recomienda cuál puede ser de interés para una ciudad.
- La utilización de datos culturales habla de la recogida y aplicación de datos culturales para lograr el mayor impacto posible en las ciudades.
- Convertirse en Capital Europea de la Cultura muestra el procedimiento y revisa las candidaturas más exitosas.

La segunda parte —práctica— y optativa del programa es una convocatoria abierta a proyectos creativos innovadores y participativos en las ciudades participantes a nivel mundial. La idea es ofrecer la oportunidad de implicar en el proceso de desarrollo urbano a artistas y creativos, así como a la población local. El proceso de convocatoria y selección está organizado y gestionado por el Goethe-Institut. Una ventaja es que el instituto tiene un amplio alcance a través de su red mundial y las correspondientes modalidades de convocatoria, selección y cooperación (comunicación, tramitación práctica y jurídica, etc.) ya existen y pueden utilizarse. A su vez, las experiencias y perspectivas de los artistas y activistas pueden revertir en la Academia. Así los proyectos seleccionados formaron parte del contenido de la Academia en Logroño y en Augsburg; la idea de acotar el contenido de la convocatoria se desarrolló durante el trabajo teórico en la Academia.

#### **4. Conclusión**

Tras el éxito de la aplicación del proyecto piloto a principios de 2023, se lanzó una convocatoria a escala europea para invitar a las

ciudades a manifestar su interés en aplicar el programa a escala local. Esta vez, sin embargo, las ciudades deben contribuir a sufragar los costes de la Academia y de la convocatoria. El nivel de interés fue sorprendentemente alto: Además de 14 ciudades alemanas, se presentaron 8 ciudades europeas y otras 3 de fuera de Europa. Para 2024 están previstas seis academias, tres de ellas en Alemania y una en España. Esto demuestra que muchas ciudades de tamaño medio tienen necesidad e interés en combinar arte, cultura y desarrollo urbano. El Goethe-Institut está haciendo básicamente lo que mejor sabe hacer: reunir a diferentes grupos de interesados, en este caso autoridades locales y agentes culturales, así como artistas. Y —y ésta es quizá la verdadera innovación del programa Cities Ahead— intenta dar a la voz de los artistas una posición central dentro de las reflexiones, debates y decisiones políticas, ecológicas, económicas, sociales y simbólicas relacionadas con los procesos de desarrollo urbano. Así pues, el mediador cultural alemán intenta equilibrar la disminución de su margen de independencia política y financiera y el peligro de perder parte de su relevancia como instituto cultural de orientación exclusivamente nacional, tratando de encontrar nuevos campos de actividad, redes y modelos de financiación. Queda por ver si tendrá éxito a largo plazo.

## REFERENCIAS

- Bartmann, C., Dürr, C., & Lehmann, K.-D. (Eds.). (2011). *Illusion der Nähe? Ausblicke auf die europäische Nachbarschaft von morgen*. Steidl Gerhard Verlag.
- Fuchs, M. (1998). *Kulturpolitik als gesellschaftliche Aufgabe: Eine Einführung in Theorie, Geschichte, Praxis*. Westdeutscher Verlag.
- Hampel, A. (2015). *Fair cooperation: Partnerschaftliche Zusammenarbeit in der Auswärtigen Kulturpolitik*. Springer.
- Hertie School of Governance. (2017). *Die Auswärtige Kultur- und Bildungspolitik Deutschlands im internationalen Vergleich: Zwischenbericht*.
- Florida, R. (2002). *The rise of the creative class*. Basic Books.
- IDEA Consult et al. (2021). *Research for CULT Committee – Cultural and creative sectors in post-Covid-19 Europe: Crisis effects and policy recommendations*. European Parliament, Policy Department for Structural and Cohesion Policies.

- Landry, C. (2012). *The origins and futures of the creative city*. Comedia.
- Lanoë, E. (2013). Auswärtige Kulturpolitik der Bundesrepublik. En N. Colin (Ed.), *Lexikon der deutsch-französischen Kulturbeziehungen nach 1945* (pp. 105-107). Narr.
- Schwencke, O., & Rydzy, E. (2009). Von der Wirtschafts- zur Wertegemeinschaft – Kultur- und Außenkulturpolitik im europäischen Integrationsprozess. En K.-J. Maaß (Ed.), *Kultur und Außenpolitik*. Nomos.
- Wagner, B. (2001). Kulturpolitik und Kulturelle Öffentlichkeit. En O. Scheytt (Ed.), *Was bleibt? Kulturpolitik in persönlicher Bilanz* (pp. 242-259). Klartext.
- Wagner, B. (2009). *Fürstenhof und Bürgergesellschaft: Zur Entstehung, Entwicklung und Legitimation von Kulturpolitik*. Klartext.







# *Estrategias de internacionalización para el sector cultural: el proyecto Chebec*

ROCÍO BENAVENT MÉNDEZ

*Gestora cultural en la empresa Saltarinas*

## *1. Los desafíos millennials: el hechizo de la internacionalización*

Siempre que se habla de las «estrategias de internacionalización» es difícil no imaginar unas piezas grandes de Legos, o Mecano creando puentes infinitos entre ciudades, para los de la generación Z, son juguetes de los 80's a los que jugaban los *boomers* e incluso también algunos *millennials*. Puentes imaginarios que conectan Veracruz (México) con Oporto (Portugal), Split (Croacia) con Venecia (Italia), o València (España) y Atenas (Grecia). Podríamos decir, que los primeros pasos de nuestra generación en temas de internacionalización, en comparativa con las generaciones anteriores que no tuvieron tantas oportunidades, fueron bastante tempranos.

Para ilustrarlo mejor, os hablaremos, por ejemplo, de una joven adolescente de 16 años, que, aunque muy joven todavía para internacionalizarse, no lo era tanto para experimentar en general, y que dos años después de haber salido del colegio, con intercambio lingüístico en el país vecino. Motivada por el espíritu de equipo y de compartir, se apuntó a un intercambio de un idioma que no conocía mucho, con la mala suerte de que la amiga que se lo propuso finalmente no fue. Obviamente ella no quería ir si su amiga no iba, ya sabéis eso de la adolescencia y las amistades, pero por suerte, destino o por desgracia, sus padres la obligaron. Y así fue, como nuestra pequeña protagonista se inició en la internacionalización con un intercambio de dos semanas en Toulouse (Francia). Este, es solo un ejemplo, de cómo algunos jóvenes se inician en la internacionalización, tonteando con los intercambios europeos con los que, tal vez, cambien el rumbo de su futuro destino.

Con ese bagaje, fue como esta jovencita llegó a los 18 años a la universidad. A partir de ahí, la muchacha no paró de salir de su «zona de confort» (de repente se fue a estudiar Comunicación Audiovisual en la Universitat Politècnica de València), ni de romper con el destino establecido (iba a estudiar Biblioteconomía y Documentación en la Universitat de València), ni de empezar una vida adulta en otro lugar, lejos de sus padres y sus amigos (estudiar en otra ciudad, Gandia). Todo un mundo lleno de posibilidades internacionales, que fueron solo el inicio de algo más grande, pues quien lo ha experimentado lo sabe y es que desde que te internacionalizas nunca más vuelves a ser la misma persona por mucho que lo intentes.

A los jóvenes de hoy en día que llegan a las universidades, se les inculca la necesidad de salir fuera de sus territorios para poder participar en intercambios internacionales donde hablar otros idiomas (Erasmus, Promoe o Leonardo) o al menos deberían de hacer un intercambio nacional (Séneca). Se podría decir, que desde el primer movimiento en el que se prueba el elixir de la internacionalización, se dan cuenta de que el idioma definitivamente no es un problema —ya que te haces entender universalmente—, que se tienen capacidades suficientes para sobrevivir en otros contextos —sin morir de hambre—, y que todo eso enriquece el espíritu y el alma, —humaniza a las personas por simbiosis corporal en el mismo territorio. Por todo ello, es normal que nuestra protagonista ya no quiera dejar de internacionalizarse jamás, pues ese matiz transversal de la internacionalización se vuelve necesario para el crecimiento y la evolución de la actual vida globalizada.

Por todo ello, y para seguir con la historia de nuestra jovencita internacionalizada, resulta que una vez establecida en la universidad solicita beca Séneca (intercambio entre comunidades del mismo país), con la agradable sorpresa de encontrarse con una nueva barrera que la sacaría de su centro de nuevo. Problemas con la nota media y que había otro alumno de primero con más nota que ella que también solicitó la misma ciudad, fueron las causas por las cuales, el funcionario de la secretaría que le ayudó, le aconsejó que mejor se

fuera de beca Erasmus a un país de Europa, asegurando que eso le enriquecería muchísimo más que ir a cualquier ciudad de España.

Otra vez una barrera, otro «límite» o golpe de suerte (según se mire), un nuevo trago de internacionalización en vena. ¿Pero quién inició esta forma de vida? ¿Cómo es que ahora hay que internacionalizarse? ¿Por qué se hace tan necesaria la internacionalización en nuestra actualidad? ¿De dónde viene ese concepto? Este cambio de paradigma empezó con Erasmo de Rotterdam (1466-1536) y las becas que llevan su nombre e inspiración (Fernández, T. & Tamaro, E., 2004). El estilo de vida de este personaje fue famoso por su oposición al dogmatismo y porque viajó por diferentes universidades europeas con el fin de ampliar su conocimiento y sus experiencias vitales. Erasmo lo que era, era un rebelde.

[...] se oponía al sistema de enseñanza basado en el castigo y en el miedo. Además, señalaba como punto más enriquecedor de la educación la conversación entre el maestro y el alumno, buscando el crecimiento humano a través del intercambio de ideas. (Brisa Intercultural, s.f.)

El nombre del programa en realidad es lo que se conoce como un retroacrónimo: *European Region Action Scheme for the Mobility of University Students* (ERASMUS), que en español se traduciría como Plan de Acción de la Comunidad Europea para la Movilidad de Estudiantes Universitarios. Esta lucha que de alguna manera comenzó Erasmo en su época, posteriormente, y como no puede ser de otra manera, fue continuada siglos más tarde, en 1958, por la profesora y pedagoga italiana Sofia Corradi (1934).

Corradi acabó sus estudios universitarios cursando un Máster en la Universidad de Columbia, Nueva York, a la que pudo acudir gracias a una beca de intercambio. Sin embargo, una vez de vuelta en Italia, su universidad se negó a convalidar los exámenes que allí había hecho. Corradi se decidió entonces a buscar firmas por decenas de despachos para conseguir la compatibilidad de estudios en el mundo. Y no solo eso, sino que, al haber experimentado en primera persona el cambio profundo y positivo que supone un intercambio cultural, empezó a idear un plan que sentaría el germen para

lo que posteriormente se convertiría en el programa erasmus (Brisa Intercultural, s.f.).

Corralo en 1969 presentó en la Asamblea General de Rectores de las Comunidades Europeas —cuyo objetivo era promover y facilitar la cooperación entre las universidades de los Estados miembros— un plan para la internacionalización de los estudiantes europeos por lo que se ganó el apodo de «mamá erasmus». Aunque no fue hasta 1981 cuando la Comisión Europea se puso a trabajar en el desarrollo del programa piloto de intercambio de estudiantes que se mantuvo en funcionamiento hasta el año 1986. Tras algún que otro altibajo (como la reticencia de países que ya tenían sus propios programas de intercambio como Alemania, Francia o Reino Unido) el programa Erasmus fue adoptado de manera oficial el 1 de julio de 1987 (Consejo de la Unión Europea, 1987).

Así fue como llegó a las vidas de los estudiantes universitarios el programa Erasmus y la internacionalización de la enseñanza superior europea. Paralelamente a la evolución del Erasmus, el 5 de diciembre de 2003 se le sumó otro programa similar: *Erasmus Mundus* orientado a extender la educación europea más allá de las fronteras del continente. Debido a la popularidad de ambos programas, en 2013 el Parlamento Europeo aprobó su expansión, y pasaría a llamarse todo el actual programa *Erasmus+* (Parlamento Europeo y Consejo de la Unión Europea, 2013).

Más de 10 millones de estudiantes europeos han participado en las últimas tres décadas en el programa de intercambio internacional, según los datos facilitados por la Comisión Europea (CE) en el informe anual de 2018 (Parlamento Europeo y Consejo de la Unión Europea, 2013), cuando el programa acababa de cumplir su treintena. Desde entonces, han participado 3200 estudiantes de once países europeos (Bélgica, Dinamarca, Alemania, Irlanda, Grecia, España, Francia, Italia, los Países Bajos, Portugal, y el Reino Unido), y el programa ha experimentado una evolución constante. Actualmente, Erasmus+ ofrece un amplio abanico de oportunidades en la enseñanza superior, la formación profesional, la educación escolar, la

educación de adultos, de jóvenes y de deporte para estudiantes, educadores y animadores socioeducativos.

Además, en los últimos treinta años, el programa ha ofrecido la oportunidad de estudiar, formarse, trabajar como voluntario y adquirir experiencia profesional en el extranjero a nueve millones de personas. *Erasmus+* tiene unos vínculos muy estrechos con el mercado de trabajo que los programas que le precedieron, ya que los estudiantes pueden realizar períodos de prácticas en empresas u organizaciones en el extranjero o a través de experiencias de aprendizaje no formal, que preparan a los jóvenes para el mercado de trabajo y para su participación en la vida cívica.

Durante treinta años, la movilidad ha contribuido a que las personas obtengan la educación, capacidades y competencias necesarias para llevar vidas independientes y plenas. También se les ha proporcionado una experiencia europea y ha reforzado su sentimiento de pertenecer a una comunidad. Diversas valoraciones y evaluaciones de impacto han destacado el valor de la movilidad como algo que cambia vidas y que muestran que salir al extranjero hace que los jóvenes en Europa adquieran las capacidades del mercado de trabajo actuales y de cara al futuro mejora sus perspectivas para una carrera laboral de éxito. Los estudiantes que experimentan la movilidad tienen el doble de posibilidades, que sus homólogos que no participan en estas actividades, de encontrar trabajo en el plazo de un año después de la graduación y 1 de cada 3 estudiantes que realizan prácticas en el extranjero, recibe una oferta de trabajo en la empresa de acogida. Además, las encuestas realizadas demuestran claramente el juicio positivo que tienen los estudiantes de esta experiencia, ya que el 96% declaró estar contento de haber tomado parte en el programa<sup>24</sup>.

Pero Erasmus+ se ha convertido en mucho más que movilidad. Los proyectos de cooperación son una herramienta que ofrece a las organizaciones activas en los ámbitos de la educación, la formación, la juventud y el deporte la oportunidad de crear asociaciones, tanto

---

24 <https://education.ec.europa.eu/>

entre ellas como con otros actores, como empresas y autoridades públicas. Estos proyectos de cooperación incrementan la calidad e impulsan la innovación, por ejemplo mejorando las políticas esenciales para el crecimiento económico y la creación de empleo.

Siguiendo con la historia de nuestra estudiante universitaria, es importante resaltar que durante la realización de su beca Erasmus, decidió meterse en la rueda de la internalización definitiva, ya que no era la misma persona después desde esa experiencia, y solicitó otra beca para cruzar el charco, la beca Promoe. Este tipo de programas eran propios de su universidad y tenían como objetivo dar unas ayudas para el intercambio de estudiantes con universidades de países no europeos para hacer el Trabajo Final de Carrera.

Así es como finaliza nuestra historia, con una estudiante que acabó su carrera desde México y ya nunca más volvió a ser la misma, la internacionalización ya era parte de su esencia y de su forma de hacer. Pues bien, pongamos que esa estudiante era yo y que finalmente comprendí el enriquecimiento que eso supuso para la persona y profesional que ahora soy. Estos intercambios, movilidades, proyectos, como queráis llamarlo, consiguieron cambiar el destino de mi vida, pero sobre todo, mi perspectiva y mi visión de las culturas extranjeras, por lo que a partir de aquí empecé a visibilizar una posibilidad de expansión profesional, académica y personal, que de otra forma no sería posible. Finalmente, y gracias al proyecto Chebec, entendí los mecanismos que deberían de tener las instituciones para poder facilitar a los agentes culturales la entrada en la denominada internacionalización con la que tanto se les llena la boca.

## ***2. En busca del beneficiario perdido: el proyecto Chebec como experiencia transformadora***

Un año después del 30 aniversario del programa Erasmus+ en 2017 y un año y medio antes de la crisis sanitaria mundial del COVID-19, en 2018 fue cuando llegó el proyecto del programa Interreg MED llamado Chebec a nuestras vidas. A todas las compañeras que tuvimos la posibilidad de participar del programa nos llegó un poco

por sorpresa, pero, sobre todo, en diferentes momentos de nuestros proyectos.

En 2018, tuve el privilegio de participar en el programa Chebec de la Universitat de València a través de Econcult. En ese momento, mi proyecto cerámico se destacaba por su enfoque tanto artístico como utilitario, siempre fundamentado en un trabajo conceptual. A nivel formal mis creaciones se inspiran en la rica tradición cerámica valenciana lo que me mantiene intrínsecamente conectada con el territorio. (Ana Illueca, creadora de Ana Illueca Ceramics)

Según las cifras de Eurostat (Oficina europea de estadística), las Industrias Culturales y Creativas emplean a 8,7 millones de personas en la Unión Europea (3,8% de la población activa total de la UE), lo que representa 1,2 millones de empresas (Comisión Europea. (s.f.). En nuestro caso la empresa Saltarinas desde sus inicios se había intentado internacionalizar, sin mucho éxito en años anteriores, pero sabíamos que queríamos trabajar a nivel internacional, tarde o temprano. Por eso fueron muy interesantes todas las formaciones recibidas, ya que aprendimos realmente cómo llegar a poder armar una estructura internacional.

Chebec (2018-2020) fue un programa de Interreg MED de 30 meses de duración, donde el objetivo era la cooperación entre territorios del Mediterráneo para diseñar una metodología común e implementación de un programa piloto de apoyo a las personas emprendedoras y empresas del sector cultural y creativo europeo, con un especial foco en el apoyo a la innovación y la internacionalización de las mismas.

El proyecto Chebec, que llevaba como subtítulo: *hackeando* la economía mediterránea a través del sector creativo y cultural, estuvo constituido por un total de 10 socios de 9 regiones mediterráneas de la Unión Europea, siendo el socio líder del proyecto el Municipio de Bolonia, Bolonia (Italia) y el resto de socios que lo formaron fueron: AMI (Ayuda a Músicas Innovadoras), Marsella (Francia), Comunidad intermunicipal de Alentejo Central, Alentejo (Portugal), Universitat de València, València (España), Región de Lazio, Roma (Italia), Agencia Regional de Desarrollo Económico de Sarajevo, Sarajevo (Bosnia y Herzegovina), Cámara de Comercio de Sevilla, Sevilla

(España) Arty Farty (Asociación para la organización de acontecimientos culturales) de Lyon (Francia), Barcelona Activa, Barcelona (España).<sup>25</sup>

Participaron junto a esos socios, un total de 82 organizaciones beneficiarias y profesionales para impulsar sus planes de internacionalización. A lo largo de este periodo, los beneficiarios recibieron formaciones y tutorías individualizadas, además de participar en acciones de movilidad y ser seleccionados para recibir financiación para sus proyectos de internacionalización.

Ikebanah estaba bastante arraigada en la práctica de difusión internacional de proyectos desde 2010. El proyecto Chebec nos dio un gran bagaje en cuanto a herramientas, contactos, ideas, conexión con otros colaboradores, conocimientos, etc. Podríamos decir que fue el impulso que necesitábamos como empresa para detenernos a teorizar y reflexionar sobre una práctica internacional que empezó de oficio muchos años antes. (Ana Sala, directora de Ikebanah)

En general, nos dimos cuenta de que nuestros proyectos necesitaban una forma jurídica particular para poder funcionar a nivel internacional, ya que esa es una de las claves para poder establecerla, y la manera en la que los mercados y los mecanismos del ICEX España Exportación e Inversiones, entidad pública empresarial cuyo fin principal es la promoción de la internacionalización de las pymes españolas y el desarrollo de estrategias que permitan su consolidación en los mercados internacionales, así como la atracción y la promoción de las inversiones extranjeras en España. Su trabajo está estrechamente vinculado con las principales organizaciones empresariales como: las Cámaras de Comercio y agrupaciones sectoriales.

El proyecto tiene la forma jurídica de Sociedad Limitada Unipersonal (SLU) y abarca no solo mi labor en la cerámica, sino también actividades de consultoría creativa y docencia. Aunque aún no había iniciado el proceso de internacionalización, era consciente de que expandir mi proyecto hacia mercados extranjeros era crucial para su sostenibilidad a largo plazo. (Ana Illueca, creadora de Ana Illueca Ceramics)

---

25 <https://chebec.interreg-med.eu/>

Dentro del programa Chebec, aparte de todos los talleres que se hicieron, que no fueron pocos, además eso nos ayudó a comprender la necesidad de recibir formación y conocimientos en materia de mecanismos internacionales. Cuál era el botón necesario que teníamos que activar para producir el cambio de mentalidad a la hora de proyectar o visualizar ese tipo de paradigma que trabaje en pro de la multiculturalidad y la internacionalización.

Las experiencias de intercambio, las charlas de los ponentes invitados, los talleres prácticos, los debates con los compañeros, el seguimiento del asesoramiento personalizado, etc. Todo eso nos ha fortalecido definitivamente como profesionales, y el conocimiento adquirido lo hemos trasladado a nuestro equipo, mejorando los resultados de nuestra empresa Ikebanah. (Ana Sala, directora de Ikebanah)

En concreto, de València participaron un total de 14 organizaciones culturales y creativas, entre las que se encontraron:

- Associació d'Editors del País Valencià
- La Cosecha Producción Audiovisual
- Ikebanah Artes Escénicas
- Festival Russafa Escènica
- Ana Illueca Ceramics
- Barret Producciones
- PhotOn Festival
- Saltarinas
- Drawfolio
- FCV Sagunt

La comunidad valenciana contaba con la participación de 10 a 14 beneficiarios privilegiados, que pudieron participar en este proyecto piloto con la intención de experimentar para crear una metodología pionera a la hora de ayudar a las empresas culturales y creativas a conseguir internacionalizarse. Creemos que en la mayoría de los casos se ha conseguido después de pasar por el programa.

### 3. *El desafío Chebec: hackeando la cultura del Mediterráneo desde lo glocal*

El programa Chebec inició su andadura en noviembre del 2018 con la presentación pública del programa a los medios y futuros beneficiarios en una jornada en el Convent Carmen. A partir de la aplicación y la selección de los participantes, que, si no nos falla la memoria, Econcult hizo el esfuerzo de acoger a casi todos los proyectos que se presentaron, por lo menos para la formación.

Una vez seleccionados iniciamos todo un recorrido de formaciones súper interesantes, como por ejemplo: Claves y redes internacionales de movilidad cultural (Herman Bashiron Mendolicchio de la Universitat de Barcelona); charlas con el ICEX y la Cámara de Comercio de València sobre estrategias de comunicación; Programas de Europa Creativa sobre el subprograma CULTURA y Europa con los Ciudadanos (Augusto Paramio, director de las oficinas de ambos programas del Ministerio de Cultura y Deporte); Programas europeos de (Dorothee Fischer, communication Agency and International Affairs Expert); charlas sobre orientación estratégica sobre líneas de financiación europea o sobre redes internacionales y fondos para la movilidad artística (Ferdinand Richard, Roberto Cimetta Fund de la asociación AMI de Marsella); y sobre diseño de proyectos y criterios de su evaluación (Nuno Vaz Silva, consultor Freelance).

Las sesiones de formación duraron de febrero a mayo del 2019, teniendo la posibilidad de una movilidad a Sevilla durante esos meses. Luego, en septiembre de 2019 tuvimos la oportunidad de ir a Marsella (Francia) donde nos encontramos con el resto de participantes de las diferentes sedes del programa y ver cómo habían participado desde sus territorios. Meses después, aún nos quedaba una movilidad a Bolonia (Italia) y el evento final que se vio retrasado y modificado por la crisis del COVID-19.

[...] ha supuesto la paralización temporal del proyecto Chebec, que se encontraba en su última fase de las acciones piloto regionales: los *Innovation Voucher* o financiación de planes de internacionalización. De este modo, las organizaciones beneficiarias del proyecto han visto cómo la ejecución de los planes seleccionados se paralizaba por causas de fuerza mayor. Además de la cancelación de

la tercera movilidad a celebrar en Bologna, la mayoría de los beneficiarios de los *Innovation Vouchers* han tenido que reestructurar sus planes para poder realizar acciones distintas a las contempladas originalmente [...] (Econcult, La Unidad de Investigación de Economía de la Cultura de la Universitat de València)

Además de la internacionalización, otro objetivo crucial del programa era plantearnos los modelos de negocio que habíamos tenido hasta ahora para poder remodelarlos desde sus bases y que posteriormente fuera más fácil su internacionalización.

Hasta entonces, mi proyecto se centraba en un 30% en la creación artística y un 70% en la docencia, la consultoría creativa y la innovación. La meta era reequilibrar esta distribución, dedicando el 80% de mi tiempo y energía a la creación artística, y el 20% restante a la consultoría creativa, liderazgo en otros proyectos y la docencia. Aunque estos eran los objetivos iniciales, durante el transcurso del programa amplí mi visión sobre la creación, la sostenibilidad y la financiación. Esto llevó a modificaciones ligeras pero significativas en los objetivos, ganando en claridad y definición. (Ana Illueca, creadora de Ana Illueca Ceramics)

El hecho de que pudiéramos empezar a internacionalizarnos desde casa, es decir, desde lo local, nos dio una perspectiva diferente, ya que no era todo a nivel en relación con lo extranjero, sino que primero establecimos las bases desde casa y luego pasamos a la acción global, visitando a los otros socios para poder conectar con futuros *partners* de otros países. Virando así nuestra mirada a otras más internacionales, pasando de lo local a global con una conciencia diferente. Por eso fueron muy importantes los medios que nos proporcionó el proyecto Chebec para ayudaron a marcar los objetivos necesarios de la internacionalizar de nuestras empresas:

En el caso de Ikebanah Artes Escénicas el desarrollo de internacionalización se estableció con 5 objetivos de empresa que conllevaban: la creación de un equipo consolidado en la distribución internacional, la apertura a nuevos mercados internacionales (en concreto con Estados Unidos), la consolidación nuestra presencia en Europa, conseguir programar a nuestras compañías en los mejores festivales europeos de títeres y teatro de los objetos y desarrollar giras puntuales y exclusivas con algunas de nuestras compañías artísticas en Francia. (Ana Sala, directora de Ikebanah)

En el caso de Saltarinas que es una empresa compleja por sus proyectos y productos culturales, pues el hecho de que nos dediquemos

a la gestión cultural no abarcaba una disciplina concreta, sino todas sin distinción. Por ese motivo, era más difícil definir unos objetivos tan específicos, pero averiguamos qué campos eran a los que nos queríamos dirigir, pero sí que lo conseguimos: el cine de animación internacional y la gestión de proyectos culturales europeos.

Ahora, en 2024, 6 años después de la finalización del proyecto Chebec y a pesar de los efectos de la pandemia del COVID-19, podemos decir que hemos alcanzado cuatro de los cinco objetivos propuestos y se han cumplido con creces. Hemos preferido priorizar la estrategia de expansión y consolidación en Europa y solo falta expandirnos en el mercado estadounidense, que tiene las trabas administrativas dignas de estudio. (Ana Sala, directora de Ikebanah)

En el caso de Ana Illueca Ceramics, el proyecto Chebec le otorgó la perspectiva de la gran importancia que tiene la financiación para este tipo de proyectos a través de programas de internacionalización nacionales y europeos:

Fue fascinante comprender la relevancia de las políticas europeas y reconocer la necesidad de estar al tanto de la estrategia europea para vincularla con nuestro futuro. Este entendimiento me permitió visualizarme como parte de un espacio más amplio, donde las decisiones tomadas en Bruselas tendrían un impacto directo en un plazo relativamente corto, de uno o dos años. Participar en proyectos europeos me hizo sentir parte integral de ese futuro inmediato. Por otro lado, amplié mis conocimientos para hacer más atractivo mi proyecto a las entidades que facilitan la financiación en la internacionalización. Al estar bajo la SLU, fui uno de los pocos usuarios de Chebec que tuvo acceso a los apoyos de ICEX, IVACE o la Cámara de Comercio. Comprender las actividades de estas entidades y cómo podrían ayudarme fue fundamental para las etapas posteriores. (Ana Illueca, creadora de Ana Illueca Ceramics)

A todas las participantes del proyecto Chebec, el programa nos ayudó muchísimo a ampliar nuestra perspectiva y nos enseñó a darle valor a nuestra manera de hacer, nuestra identidad empresarial y nuestra marca en las obras que creamos y producimos, para desde ahí creer en ellas y poder ser exportadas con toda su originalidad y valora a resto del mundo. Mundos extraños, pero a la vez mucho más comunes de lo que parecían.

Chebec me ayudó a cultivar un sentido de arraigo local mientras buscaba acceder a mercados internacionales, a defender mis raíces mientras me adaptaba a las costumbres, idiomas e incluso procesos de trabajo de los clientes

extranjeros. Hablar de mi región cada vez que presentaba mis piezas era fundamental debido a la profunda conexión de mi arte con el territorio. (Ana Illueca, creadora de Ana Illueca Ceramics)

Es importante resaltar que gracias Chebec aprendimos técnicas de organización y metodologías para poder gestionar los mecanismos del Estado y europeos en pro de nuestras pequeñas empresas. Pasando de una mentalidad resolutiva a una mentalidad más reflexiva y estratégica, poniendo la atención e intención en puntos concretos que nos dejarán listas para salir al mundo exterior con argumentos suficientemente contundentes y estudiados. Visualizando todos los escenarios posibles respecto al partenariado extranjero y aprendiendo a sostenernos nacionalmente a pesar de las acciones internacionales. Nuestra actividad no debía de parar en nuestra región, simplemente debía implementarse con una visión periférica de dónde podíamos llegar paso a paso y con buena letra.

Participar en Chebec nos ha alentado también a desarrollar una organización interna, a consolidar nuestra forma de trabajar en equipo y a dar una mayor profundidad en nuestra estrategia de la empresa. Además, nos ha impulsado a buscar nuevos caminos, generar nuevas ideas, reflexionar e innovar, sobre nuestro sector y sobre nuestro posicionamiento respecto a ese mercado, así como a tejer sólidas redes de fiabilidad a medio y largo plazo con la internacionalización. (Ana Sala, directora de Ikebanah)

#### ***4. Planes de internalización: uno atrae lo que es, no lo que será***

Aterrizamos en el proyecto con un histórico mínimo y «tonteos» con la internacionalización, pero que nos fuimos adictos a ella porque nos hizo creer en las posibilidades de expansión de nuevo, en nuestros trabajos y experiencia y, sobre todo, en nosotras mismas.

Chebec me colocó en ese lugar mental desde el cual pude comenzar a trabajar sin complejos, creyendo realmente en mi capacidad para llegar a mercados más difíciles. Durante el programa, pude clarificar, destilar y perfilar las ideas que tenía para la exportación de mis piezas. Lo que inicialmente parecía una maraña en la que me sentía perdida se convirtió en un plan de internacionalización que fue reconocido y premiado al final del proyecto Chebec. (Ana Illueca, creadora de Ana Illueca Ceramics)

En particular a Saltarinas se nos forzó a determinar qué campos del sector artístico cultural eran los más importantes para nosotras, ayudándonos así a poner el foco dónde queríamos que llegara la energía. Por eso la animación como técnica transversal se convirtió en una de las patas esenciales de la empresa, para poder hacer gestión cultural con ella y crear proyectos con objetivos claros.

La primera etapa implicó un ajuste de la imagen proyectada, acorde al público objetivo. Las imágenes resultantes generaron una considerable repercusión mediática, con una valoración estimada de 100.000€ en publicaciones de toda Europa, incluyendo revistas de diseño y decoración de Italia, Bélgica, Holanda y Alemania. Además, las mentorías con Marisa Santamaría y Manuel Clavel me brindaron una comprensión más profunda del ecosistema del lujo. Ampliar mi perspectiva me llevó a reflexionar sobre el perfil de la persona a la que deseaba llegar, lo cual resultó fundamental para el desarrollo exitoso de mi proyecto de internacionalización. (Ana Illueca, creadora de Ana Illueca Ceramics)

Para todo ello, se nos enseñaron ejemplos de empresas culturales españolas ya internacionalizadas, proponiéndonos hacer un plan de acción concreto para internacionalizar cada uno de nuestros proyectos, adaptando según perfiles las necesidades y mercados a explorar.

El plan de internacionalización que desarrollé como proyecto final fue reconocido con una pequeña financiación, que adapté posteriormente debido a las circunstancias generadas por la pandemia de COVID-19. Prioricé la mejora de la imagen del producto, considerando los mercados a los que me dirigía, y participé en mentorías con dos profesionales especializados en el sector lujo. (Ana Illueca, creadora de Ana Illueca Ceramics)

Cada uno de los proyectos buscó, por un lado, su elemento diferenciador, por otro, sus mercados potenciales, que aunque los intuíamos, se confirmaron con un estudio de mercado adecuado y análisis de las posibles competencias. Aprendimos a cómo potenciar, tanto nuestros recursos, como a conocer que herramientas imprescindibles para una mejor internacionalización y cómo darle a todo, una forma más adecuada dentro del mercado internacional al que nos dirigimos, adaptándolo a las necesidades extranjeras y desconocidas sin caer en la despersonalización de nuestros productos.

En conclusión, nos hemos actualizado porque hemos reflexionado sobre cuál queríamos que fuera nuestra estrategia, tanto a nivel de comunicación

interna como externa (emails de marketing) con nuestros clientes. Hemos innovado en búsqueda de propuestas artísticas y en nuestra forma de ubicarnos en el sector de las artes escénicas a nivel internacional. (Ana Sala, directora de Ikebanah)

En definitiva, adquirimos la autoestima empresarial suficiente como para poder salir al mercado con las cosas claras y los deberes bien hechos.

Fueron muchos los conocimientos aprendidos, las actividades realizadas tan inspiradoras, al igual que nuestros compañeros de viaje que también fueron muy inspiradores. Pero lo que fue calando, poco a poco, a través del proyecto, fue el cambio de actitud y llegar a ese lugar mental en el que crees que puedes hacerlo. Esto ha sido una estrategia clave en mi proceso de expansión. (Ana Illueca, creadora de Ana Illueca Ceramics)

Al igual que la estudiante universitaria adicta a la internacionalización, nosotras tuvimos que modificar nuestra manera de pensar a la hora de ver y actuar con las nuevas posibilidades del mercado. Pudiendo utilizar, sobre todo, los recursos europeos que se nos facilitaban con programas como Erasmus+ o Europa Creativa.

Una vez adopté una mentalidad sin fronteras, desarrollé un programa de residencias donde actualmente acojo a ceramistas de todo el mundo para intercambiar conocimientos. Esta iniciativa, no sólo ha enriquecido mi propio trabajo, sino que también ha sido una oportunidad para las artistas visitantes de desarrollar sus propios proyectos. Las residencias se han convertido en una valiosa fuente de ayuda cualificada, donde las artistas extranjeras encuentran una guía en la construcción de su identidad artística y en el desarrollo creativo. Este intercambio de habilidades ha demostrado ser altamente fructífero, contribuyendo a la formación de una red de contactos y conocimientos de alta calidad. Es gratificante ver cómo artistas de lugares tan diversos como París, el Sur de Francia, Chipre, Marruecos, Nueva York o Suiza se benefician de esta experiencia. Además, estas residencias no solo enriquecen mi propio entorno creativo, sino que también fortalecen los lazos culturales y promueven la colaboración internacional en el campo de la cerámica. (Ana Illueca, creadora de Ana Illueca Ceramics)

En nuestro caso, y partiendo del conocimiento que ya teníamos de los programas de Erasmus+, tanto para formación reglada como no reglada, buceamos en conseguir alcanzar el objetivo de presentar un proyecto europeo que completara la experiencia Chebec. Para ello, gracias a la asociación Europimpulse y la figura clave de

Jean-François Alberghi me pude formar en programas europeos y posteriormente presentar AnimaODS. Este proyecto que surgió como idea de internacionalización dentro de Chebec, ha sido el inicio de una intensa colaboración con la asociación y una continuidad de actividades relacionadas con esa primera idea que nos auguró, de manera colateral o paralelamente, la manera en la que Saltarinas podría internacionalizarse.

### 5. *Concluyendo que es gerundio*

La experiencia Chebec ha resultado ser una de las más gratificantes para todos sus participantes, por lo menos a nivel local. A pesar de que no todos ganamos la partida para poder invertir en nuestro proyecto, ganamos una red de gente del sector que nos ha dado muchas alegrías, pues generamos una comunidad multidisciplinar muy rica que actualmente sigue en contacto y activa.

La riqueza de experiencias que nos ha proporcionado el proyecto Chebec reforzó aún más nuestra idea de que la prosperidad del sector cultural y de nuestras empresas culturales, ya que han de ir acompañadas por un especial cuidado por parte del sector público. (Ana Sala, directora de Ikebanah)

A modo resumen y basándonos en las experiencias de los participantes, podemos sacar varias conclusiones y aprendizajes que podrían ser útiles para alguien que esté buscando internacionalizar su proyecto cultural.

**Conexión con el territorio:** como hemos explicado anteriormente, existía una necesidad de asentar las semillas locales para poder ver crecer las plantas en otros lugares internacionales y Chebec fue el motor que consiguió activarlo. Pasamos de interpretar el mapa de lo que representaba solo una parte de todo el territorio internacional.

Para mí, fue fundamental mantener una conexión sólida con mi territorio de origen. Inspirarme en la cerámica tradicional valenciana y promover la cultura mediterránea me ayudó a conectar con el público internacional. (Ana Illueca, creadora de Ana Illueca Ceramics).

Conocíamos todo el potencial que tenía la animación en nuestro territorio, pero no sabíamos cómo podíamos dar forma desde aquí para poder difundirla a Europa. Así que poco a poco y con la idea de proyecto de AnimaODS hemos

hecho realidad un objetivo de nuestro nuevo modelo de negocio animado. (Rocío Benavent, directora de proyectos en Saltarinas).

Creemos que la internacionalización local empieza en casa, por lo que la administración pública debe secundar y apoyar experiencias como el proyecto Chebec, para poder dotar de medios a iniciativas como esta, que ha permitido poner al alcance de las empresas culturales valencianas, ponentes y recursos de gran nivel para ayudarnos a crecer económica, empresarialmente y culturalmente. (Ana Sala, directora de Ikebanah)

**Diversificación del modelo de negocio:** en la diversidad, está el gusto o por lo menos debería de ser así cuando te internacionalizas. Comprendimos que cuanto más diversas respecto a nuestros productos, más posibilidades de mantener nuestros negocios a lo largo del tiempo.

Saltarinas siempre se ha caracterizado por ser una empresa con proyectos muy diversos, pero hasta que no llegamos al programa no visualizamos el valor que eso tenía en un territorio internacional. (Rocío Benavent, directora de proyectos en Saltarinas).

Opté por diversificar mi modelo de negocio para equilibrar mis actividades creativas con otras áreas como la consultoría y la docencia. Aunque tenía un enfoque claro en mis objetivos, fue importante revisar periódicamente mi estrategia para asegurar su relevancia. (Ana Illueca, creadora de Ana Illueca Ceramics)

**Conocimiento de políticas y financiamiento:** es necesario conocer y conectar con los mecanismos políticos públicos que ayudan a la internacionalización, pero, sobre todo, es necesario asistir a los mercados de nuestro sector en particular para poder conocer los puntos fuertes en los que debemos de poner la energía.

Deben de existir políticas públicas que favorezcan la formación en internacionalización, pero sobre todo que nos formen, inspiren y ayuden desde bien temprano a poder poner los cimientos en los mercados existentes. En nuestro caso el hecho de asistir al Mercado Internacional de Animación (MIFA) todos los años nos puede ayudar a posicionarnos como realmente queremos. (Rocío Benavent, directora de proyectos en Saltarinas)

La administración pública, guiada por los representantes políticos del momento, debe alentar, cuidar, inspirar, ayudar, impulsar a que nuestro talento esté presente en el mercado internacional para poder movernos en igualdad de condiciones respecto a otras empresas culturales europeas e internacionales. (Ana Sala, directora de Ikebanah)

Estar al tanto de las políticas europeas y conocer las entidades que ofrecen financiamiento para la internacionalización fue crucial para mí. Participar en

programas como Chebec me proporcionó información valiosa y oportunidades de financiamiento para expandir mi proyecto a nivel internacional. (Ana Illueca, creadora de Ana Illueca Ceramics)

**Adaptación al mercado internacional:** es importante adaptar la perspectiva, pero, sobre todo, adaptar nuestros proyectos y productos culturales a un mercado extranjero, con otras necesidades y demandas.

Aprendí que era fundamental adaptar mi proyecto cultural a los mercados internacionales, tanto en términos de producto como de estrategias de marketing. Ajustar el contenido y la comunicación para resonar con las sensibilidades del público objetivo en diferentes países fue esencial. (Ana Illueca, creadora de Ana Illueca Ceramics)

Nuestra estrategia ha sido siempre estar presentes con cosas pequeñas, pero de una manera más consciente. Hablar desde la universalidad de los proyectos para poder llegar a más gente. (Rocío Benavent, directora de proyectos en Saltarinas)

**Networking y colaboraciones internacionales:** una de las bases que hemos visto fundamentales, y siempre todos los participantes del programa hemos creído en ella, es en la necesidad de *networking* para conocer a otras personas en los mismos sectores. Estableciendo redes de contactos internacionales, con gente en concreto detrás.

Siempre hemos apostado desde Saltarinas en vincularnos a comunidades y grupos que surgieran de la unión en encuentros, ferias o conciertos, lo importante es que te conozcan, que sepan lo que haces y que estés en el lugar preciso, en un momento concreto. Así es como la magia surge inesperadamente. (Rocío Benavent, directora de proyectos en Saltarinas)

Establecer contactos y colaboraciones internacionales fue clave para ampliar mis oportunidades de negocio y promoción. Participar en eventos y exposiciones internacionales, así como desarrollar programas de residencias para artistas extranjeros, me ayudó a construir una red global de contactos y conocimientos. (Ana Illueca, creadora de Ana Illueca Ceramics)

**Flexibilidad y adaptabilidad:** hay que ser flexibles y saber adaptarse, pero sobre todo en temas de internacionalización. Ahí es donde se puede ver la verdadera flexibilidad a las circunstancias, cuando tratas con personas diferentes, que hablan diferentes idiomas de las

Me di cuenta de que la internacionalización implicaba enfrentarse a desafíos inesperados, como el cambio de objetivos durante el proceso o la necesidad de

ajustar los planes debido a eventos como la pandemia de COVID-19. Mantenerme flexible y adaptarme a las circunstancias fue crucial para mi éxito a largo plazo. (Ana Illueca, creadora de Ana Illueca Ceramics)

En conclusión y como opinión generalizada después de 4 años, podemos concluir que Chebec nos ha cambiado las empresas, siendo un punto de inflexión en nuestras vidas como emprendedores culturales.

Gracias al proyecto Chebec, desde 2021 hasta la actualidad, lidero el Proyecto ADN Cerámico, financiado por IVACE y que parte dentro de la programación de World Design Capital 2022. Gran parte de la concepción y estructura de este proyecto se debe a lo aprendido en el programa Chebec. (Ana Illueca, creadora de Ana Illueca Ceramics)

Como decía nuestra estudiante protagonista: una vez pruebas el elixir de la internacionalización, nunca vuelves a ser la misma. Y en el caso de la cultura que es nuestro medio todavía más si cabe, pues como todos sabemos, la cultura es lo más universal que existe.

Proyectos como Chebec deben existir más, continuar, reproducirse o re-crearse para que nuestras empresas puedan saltar al mundo internacional con gran excelencia y seguridad en su desarrollo. (Ana Sala, directora de Ikebanah)

Como comentó en 2022 la directora General de la UNESCO, Audrey Azoulay: «La cultura desempeña un papel fundamental en nuestras sociedades. A través de ella, cada uno puede descubrir su humanidad común y convertirse en un ciudadano libre e ilustrado. Es la columna vertebral de nuestra sociedad, y sin embargo, a pesar de los avances, todavía no ocupa el lugar que se merece en las políticas públicas y en la cooperación internacional» (UNESCO, 2022).

## REFERENCIAS

- Brisa Intercultural. (s.f.). *Movilidad internacional. Educación no formal. Desarrollo personal*. <https://brisaintercultural.org/>
- Corradi, S. (2024). *Sofía Corradi: mamá Erasmus*. <https://www.sofiacorradi.eu/>
- Consejo de la Unión Europea. (1987, 15 de junio). *Decisión del Consejo por la que se adopta el programa de acción comunitario en materia de movilidad de los estudiantes (ERASMUS)*.

- ElMundo. (2018, 21 de febrero). *Líderes: La influencia de Erasmus en Europa*. <https://www.elmundo.es/papel/lideres/2018/02/21/5a8c6bba46163f327a8b4661.html>
- European Commission. (s.f.). *Datos sobre el sector cultural*. <https://culture.ec.europa.eu/es/policies/selected-themes/data-on-the-cultural-sector>
- European Commission, Directorate-General for Education, Youth, Sport and Culture. (2023). *Erasmus+ annual report 2022*. Publications Office of the European Union. <https://data.europa.eu/doi/10.2766/211791>
- European Commission, Directorate-General for Education, Youth, Sport and Culture. (2023). *Erasmus+ annual report 2022: Annex*. Publications Office of the European Union. <https://data.europa.eu/doi/10.2766/090374>
- European Commission. (2017). *Erasmus+: Un programa de éxito en cifras y testimonios*. [https://ec.europa.eu/commission/presscorner/detail/es/MEMO\\_17\\_83](https://ec.europa.eu/commission/presscorner/detail/es/MEMO_17_83)
- Fernández, T., & Tamaro, E. (2004). *Erasmus de Rotterdam*. En *Biografías y Vidas: La enciclopedia biográfica en línea*. <https://www.biografiasyvidas.com/biografia/e/erasmo.htm>
- Ministerio de Educación y Formación Profesional. (n.d.). *Programas educativos internacionales*. <https://www.educacionyfp.gob.es/servicios-al-ciudadano/estadisticas/exterior/programas.html>
- Parlamento Europeo y Consejo de la Unión Europea. (2013, 11 de diciembre). *Reglamento (UE) n.º 1288/2013 por el que se crea el programa «Erasmus+», de educación, formación, juventud y deporte de la Unión y por el que se derogan las Decisiones n.º 1719/2006/CE, 1720/2006/CE y 298/2008/CE*. *Diario Oficial de la Unión Europea*, L 347, 50-73. <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/ES/TXT/?uri=CELEX%3A32013R1288>
- Saltarinas S.L. (2024). *Página oficial de Saltarinas S.L.* <http://www.saltarinas.com/>
- UNESCO. (2022). *Mondiacult 2022: Los Estados adoptan una declaración histórica en favor de la cultura*. <https://www.unesco.org/es/articulos/mondia-cult-2022-los-estados-adoptan-una-declaracion-historica-en-favor-de-la-cultura?hub=701>

# *Prácticas*







# *El Punt, autogestió de la memòria social antagonista*

FRANCISCO COLLADO CERVERÓ

*Miembro de El Punt, Espai de Lliure Aprenentatge*

En un context global mundial en què la sobreinformació i el control de mitjans de comunicació determinen el biaix dels relats històrics, les petites o grans lluites de col·lectius minoritaris que busquen un canvi social des de la crítica, la radicalitat i les propostes constructives són sistemàticament ignorades o, en el pitjor dels casos, clarament manipulades. Aquests grups d'àmbits tan diversos però tan clarament lligats des d'una perspectiva humanista com poden ser la defensa mediambiental, el dret a l'habitatge, la llibertat sexual o la lluita antimilitarista entre tants altres, han fet servir canals de comunicació tradicionalment al marge i des dels marges. El pamflet, els *fanazines*, els programes en ràdios lliures o els crits gràfics enganxats a les parets dels carrers han estat els seus canals de comunicació entre emissor i receptor.

Aquestes lluites són habitualment desplaçades del focus mediàtic excepte si poden proporcionar espectacle, si serveixen al poder per a la criminalització d'algun moviment o si són font d'inspiració del sensacionalisme periodístic. Fins i tot, amb el temps, la distorsió arriba a que poden esdevenir subjectes/objectes descontextualitzats, convertides en exòtiques peces de museu d'efímeres exposicions.

Això pel que fa a les lluites, però quant a l'arxiu documental que les sustenta i acompanya podem veure-ho des de dos punts de vista. Als propis col·lectius generadors trobem des de la desaparició total o parcial de l'arxiu, lligat a la vulnerabilitat física del document o del mateix col·lectiu, la disgregació dels fons, el mer emmagatzematge o, amb molta sort, l'existència i posada en marxa del tractament tècnic adient i la seua difusió posterior. Des de la institució arxivística i acadèmica habitualment s'exclou aquesta documentació però si la

tenen la silèncien o esporguen, no la donen per vàlida o la manipulen interessadament.

La producció documental, en tots els formats possibles, de petits grups fora i en contra de les esferes de poder, a més d'escassa en volum i marginal en projecció, pateix el greu problema de la seua custòdia, catalogació i difusió. Centenars de col·lectius que sorgeixen, actuen durant un temps i després desapareixen, i d'altres de llarg recorregut, creen multitud d'unitats documentals divulgades en el moment d'una campanya, una acció o una activitat concreta. El rastre que deixen queda ignorat als mitjans, esborrat de les parets, escombrat dels carrers i, des de la implosió digital, sepultat a les xarxes.

Perquè això no passe, o no tant, hi ha individus i grups com El Punt<sup>26</sup> que pretenen protegir aquesta memòria documental, una memòria col·lectiva generada per nombroses persones compromeses i excloses del debat públic majoritari, hegemònic, jeràrquic i unidireccional. Aquesta tasca arxivística autònoma construïda des de l'horitzontalitat per a recuperar les *contramemòries* (Foucault, 1970) pretén subvertir la constant ocultació premeditada que des del poder institucional ignora, subordina o prohibeix l'accés a la documentació d'aquests col·lectius per a negar-los la seua existència o la validesa de les seues propostes.

En aquest sentit, el quefer d'El Punt està estretament relacionat amb la defensa dels drets culturals de la ciutadania: reivindicar la identitat dels subjectes integrants dels moviments socials, accedir i formar part de qualsevol manifestació cultural, recuperar la memòria dels seus actes i exercir la llibertat d'expressió desbordant les mardasses que se'ls imposen amb la participació i la producció.

### *L'espai de lliure aprenentatge el punt és un híbrid*

**Híbrid** en molts aspectes perquè es producte d'elements de diversa naturalesa. D'entrada podem dir que som una associació cultural.

---

26 <https://elpuntvalencia.org/>

Però això és només un aspecte legal, una pantalla administrativa que realment no ens importa massa. El que sí és d'interés és que ens considerem un col·lectiu autònom que s'auto-organitza mitjançant mecanismes de democràcia directa, prenent decisions assembleàriament en base al consens, l'esforç per arribar a acords i el respecte de les posicions minoritàries. Amb aquestes premisses és com intentem funcionar, enfortint el lligam que entre nosaltres crea comunitat i subjecte polític col·lectiu en constant formació. Considerem el *do it yourself, do it together* (DIY, DIT) fes-ho tu mateixa, fes-ho col·lectivament, com exercici d'autogestió que practiquem al nostre espai.

Per a nosaltres la memòria, eixa fràgil facultat psíquica per a retindre el passat, està íntimament relacionada amb la història de les lluites individuals i col·lectives de caràcter antagonista. El tàndem mestís que formen **memòria i història** articula des del passat el nostre present vital, cultural i polític i el projecta de forma activa cap al futur.

L'arxiu connecta aquests tres temps, perquè les lluites no paren, evitant l'oblit i la desconnexió entre generacions. Per això, a grans trets, els nostres objectius poden resumir-se en recopilar, conservar, catalogar, estudiar, debatre i difondre eixa memòria documental a partir dels relats dels protagonistes, de les seues veus i dels seus actes, com a eines necessàries per aconseguir una profunda transformació social des de la base.

Ens presentem com un arxiu, biblioteca i centre de documentació però realment encara no ho som del tot. Segons el punt de vista biblioteconòmic, eixa disciplina tan avorrida d'estudiar i alhora tan emocionant de practicar, aquesta triple identitat ja suposa una hibridació que ocasionalment causa friccions en alguns aspectes tècnics. Arribem a la biblioteconomia com arcontes contemporanis amb voluntat que aquesta jugue també un paper polític, mai neutre, en nomenar les coses i categoritzar les matèries d'una altra manera, trencant les etiquetes fixes i reductores. Així, la **classificació** utilitzada al Punt va més enllà de la que pot tindre una biblioteca pública o universitària (CDU, Dewey, LC). Fem servir una classificació pròpia en la qual reconceptualitzem aquells aspectes més afins a una filosofia/

ideologia crítica amb el poder i empàtica amb les lluites de les més desfavorides. I no és immutable, està permanentment qüestionada i millorada a mesura que ens adonem d'errades o incorporem nous conceptes que es debaten. Això ens espanta a tindre una mirada actualitzada del que és la societat, a veure com va canviant, com muten les noves representacions, significacions i relacions que necessiten d'altres categories per a explicar-la. Catalogar un llibre posa en marxa nous mecanismes, dóna peu a reflexionar i a moltes preguntes en un debat fructífer que pot allargar-se hores fins que l'assignem una classificació. Per tant, els documents esdevenen eines que ens ajuden a comprendre la nostra manera de veure, analitzar i explicar el món que ens envolta.

Al nostre nom també hi figura el **lliure aprenentatge** i, de nou, ens vincula a una identitat mixta, múltiple: centre de formació on aprendre lliurement, cadascú al seu ritme, autoformant-se o compartint coneixements col·lectivament, ajudant-nos des dels paràmetres del suport mutu, posant en valor aprendre en comunitat (des de la pràctica col·lectiva i les metodologies participatives), enriquint el bagatge cultural dels qui hi som i de les que s'apropen a participar de manera horitzontal, produint i divulgant nous sabers des de la investigació militant. Transformant i entrelaçant la figura del mestre en company, de l'aprenent en mestre, de l'activista en coneixement viu, al marge dels circuits tradicionals de producció del coneixement i entenent cultura popular com aquella que es produeix de forma compartida.

També és important per a nosaltres **activar l'arxiu**, organitzant i promovent activitats culturals i una política creativa antiautoritària i de resistència amb tallers, xerrades, presentacions, exposicions, etc., convertint-nos en quelcom més que un magatzem de papers: esdevenint infraestructura per allò comú, lloc de trobada, foro obert, activador social on conflueixen altres realitats, persones i necessitats.

Solem dir que som espigoladores de documentació sobre els **moviments socials** i, en certa manera, també des d'ells perquè moltes de nosaltres hem estat o continuem formant part d'aquests moviments. Entenem la nostra participació en El Punt com activisme i, fins i tot,

de vegades ens retroalimentem creant contingut militant que actiuem a l'arxiu. També som un grup d'afinitat anarquista, en el sentit que aunem la tradició àcrata dels ateneus llibertaris quant a formació i organització, però la barregem amb la dinàmica dels centres de documentació especialitzats.

La procedència diversa de la documentació és altra característica. Els seus fons provenen de la fusió l'any 2016 de dos experiències prèvies de llarg recorregut: El Centre de Documentació Antagonista<sup>27</sup> (CDA) i la Biblioteca Anarquista Al Margen<sup>28</sup> (BAAM) així com de l'aportació de desenes de persones, editorials i col·lectius. L'orige del Centre de Documentació Antagonista, que inicialment arribà a denominar-se Anarxiu, són els anys 90 i començà a gestar-se dins del Kasal Popular del carrer Flora nº 6, durant el primer cicle d'ocupacions de Centres Socials Okupats Autogestionats (CSOA) a València. Allí, unes poques persones iniciarem la recopilació de material creat des de l'okupa, ateneus llibertaris o grups ecologistes i per altres col·lectius que feien activitats al centre social o amb els que teníem vincles, vincles ideològics, vincles de lluita. Ho vam fer en considerar que eren la prova de què havíem existit, que havíem intentat crear altres narratives front al relat hegemònic dominant i pensant que, a més, podien servir a altres que vingueren després.

Quan desallotjaren el Kasal el CDA passà al barri del Carme, al Centre Social Anarquista Xaloc, al carrer En Borràs. Allí, comencem a donar-li forma i inicia el seu periple itinerant degut a successius desallotjaments o acabaments dels contractes de lloguer. Després d'uns cinc anys, des del Xaloc el CDA se'n va a la llibreria associativa Sahiri. En acabant anem a l'Ateneu Popular del Carme, al carrer Pere Bonfill del barri de Botànic, en Extramurs. Quan les col·lectives que formaven l'Ateneu es desfan, hem de migrar de nou i passem a la Iniciativa Dàhlia, en Mislata. Hi passem uns quants anys més, fins que després de vora 25 anys pegant bacs, el 2016 sorgeix l'oportunitat

---

27 <https://cdantagonista.wordpress.com/>

28 <https://bibliotecaanarquistaalmargen.wordpress.com/>

d'anar a un espai dedicat preferentment a la documentació i xerrant amb persones que formaven part de la BAAM, un grup autònom que funcionà aproximadament entre 2010 i 2015 dins de l'Ateneu Llibertari al Margen, (històric ateneu que ha complert 38 anys funcionant al barri del Carme), es decideix crear un col·lectiu nou que arreglegue els materials del CDA i la BAAM. L'eixida de la BAAM de l'Ateneu, encara que aprovada en assemblea no va ser recolzada per tota la gent de l'ateneu i això ha deixat en l'aire recels i distanciaments. Això era el 2016 i és quan ja com El Punt arremem al local del carrer Garcilaso, barri del Carme en Ciutat Vella, on hem funcionant fins el 2023. Des de gener de 2024 som al barri de Torreïel, districte de Rascanya.

Els **subjectes** de la documentació que trobareu al Punt també presenta una variada identitat producte de lluites antagonistes amb components assemblearis, antiautoritaris i de base social autònoma, al marge d'organitzacions vinculades a institucions, partits polítics o sindicats reformistes: antimilitaristes, anarquistes, okupes, feministes, ecologistes, punks, antifeixistes, internacionalistes, persones empresonades, dissidents de gènere, etc. Gent activista que persevera des dels marges per aconseguir un món més just, lliure i en pau i que produeix documentació que al Punt ens encarreguem de conservar, catalogar i difondre en la mesura de les nostres possibilitats. Cal assenyalar que els arxivadors amb documentació anti-repressiva són els més abundants perquè des del poder, des de l'Estat, des de les institucions, des de la premsa, des de la judicatura, des de la policia, la repressió travessa amb obcecada persistència totes les lluites abans esmentades.

El tipus de **fons documental** que conforma aquest gran patrimoni social, cultural i polític únic també segueix eixa línia heterogènia. Predomina quasi absolutament el material en paper (llibres, cartells, pamflets, *fanzines*, revistes, enganxines). Ens encissa el paper i i gaudim bussejant entre les pàgines de qualsevol *fanzine*, descobrint la signatura en un cartell d'una manifestació contra el desallotjament d'una okupa o flipant amb un pamflet editat a Toulouse el 1939. També disposem de roba i un xicotet fons gràfic i audiovisual amb

vídeos, fotografies, cassettes, programes de ràdios lliures i entrevistes que formaran part d'una secció de fonts orals a potenciar en el futur. Comptem amb un fons bibliogràfic de més de 3.000 exemplars de «lectures políticament incorrectes i intel·lectualment estimulants per a totes les edats» (Espai de Lliure Aprenentatge El Punt, 2016) impossibles de trobar en biblioteques convencionals. Els llibres poden consultar-se al catàleg col·lectiu de la Xarxa de Biblioteques Socials<sup>29</sup> (XBS) formada per quasi una vintena de biblioteques autogestionades de Catalunya i el País Valencià.

Sobre el tractament tècnic del fons documental no anem a entrar en aquesta ocasió però sí avancem alguns trets que ens semblen d'interés. La documentació abasta un **arc cronològic** que va des dels finals dels 70 fins l'actualitat. Alguna joia bibliogràfica dels anys 30, franquisme o postdictadura també forma part d'aquest patrimoni documental. Cal tindre en compte que un dels col·lectius originaris del que es nodrim és el CDA, que sorgí a finals dels 80 i principis dels 90, i això explica aquestes dates referencials en l'inici d'acopi de documentació.

Pel que fa a l'**àmbit geogràfic**, el contingut majoritari ha estat produït per col·lectius i persones dels barris de la ciutat de València i pobles i comarques del seu entorn més proper. Tot i això, l'intercanvi constant de contactes, experiències i trobades amb activistes i grups d'altres llocs així com un esperit clarament internacionalista ha conformat un fons documental en què el material d'altres llocs del País Valencià, de l'Estat espanyol i d'altres països també és destacable.

Els **idiomes** predominants dels materials conservats són el castellà i el valencià (la manera com parlem català al País Valencià) però també hi ha representació de l'esperanto, d'altres llengües de l'Estat (gallec o basc) i en menor mesura en anglès, francès, italià o alemany. De manera residual hi ha documents en àrab i algun exemplar en llengües indígenes d'Amèrica.

---

29 <http://cataleg.xarxabibliosocials.org/portal/>

De les entrevistes realitzades per Anaïs Florin (2020) a integrants d'El Punt descobrirem que el tipus de militància que ens caracteritza està:

lejos de las que identificamos como actividades de primera línea, más visibles y más épicas. Un trabajo en la sombra, un trabajo que se encarga de sostener en el tiempo los relatos que suceden a su alrededor. Una tarea del largo plazo y de ritmo lento indisociable de la convivencia que todas nombraban. Una **retaguardia para la memoria antagonista**. (p. 19)

Procurem que eixa convivència que totes mencionàvem entre les persones que hi som al Punt (de gran varietat generacional i de gènere) estiga basada en relacions entre iguals, no jerarquitzades, sota l'empar del respecte, la cura, els afectes i l'escolta. La **dimensió afectiva** i el considerar que al centre han d'estar les persones i no els documents es veu quan, per exemple, algunes sessions de treball es converteixen de manera espontània en converses en què s'intercanvien sabers i sentirs entre les participants del projecte i altres que arriben a la recerca d'informació o assessorament. És una cosa que alenteix el treball tècnic però que, encara que ens preocupa, no ens turmenta gaire. Anem lents però sabedors que aquestes xerrades inesperades ens enriqueixen com a persones i com a activistes, perquè no només proporcionen insòlites i inèdites informacions mitjançant la transmissió oral sinó que creen nous llaços personals i d'interessos comuns amb persones de trajectòries militants i generacions diverses.

El Punt està obert a la **consulta** dels seus materials per a qualsevol persona, això forma part de la nostra raó d'existir, és un objectiu essencial del projecte la democratització en l'accés a les fonts. Obert excepte per a aquelles que representen o mostren actituds xenòfobes, masclistes, racistes o autoritàries. En això som absolutament intolerants contra la intolerància. El propòsit d'accessibilitat està limitat, tanmateix, pel lent procés de catalogació.

La gent que **participa** de forma activa ho fa voluntàriament en la mesura que pot o que vol, segons els seus interessos i possibilitats per aportar més o menys a nivell de feina, a nivell de material, a nivell econòmic. La major part de les persones col·laboradores no són professionals de la documentació i el temps dedicat exclusivament

al procés tècnic és escàs. Considerem que la nostra feina voluntària, autònoma i altament amateur així com els valors intrínsecs a la seua vessant de posicionament polític pot considerar-se una alternativa als models dominants de gestió cultural basats en la jerarquia, el clientelisme, el consum i la mercantilització. Promovem dinàmiques d'intercanvi de coneixement, difusió de la cultura i la memòria considerant que el valor dels arxius generats des de i per a la societat són eines necessàries per aconseguir una societat activa, crítica i democràtica, més enllà de les limitacions del sistema polític representatiu.

A nivell econòmic, som una associació **sense ànim de lucre**. Els primers cinc anys vam funcionar en una modalitat de masoveria urbana: se'ns cedia el local a canvi del seu manteniment, no pagàvem lloguer. Des de 2022 paguem un *lloguer social*, per sota del preu de mercat. Cobrim les despeses corrents i l'equipament amb les quotes de les persones associades, venent i cedint materials o fent activitats com participar en la Mostra del Llibre Anarquista<sup>30</sup>, Tenderete<sup>31</sup> o organitzant sopars solidaris a la Mandràgora<sup>32</sup>. Al Punt ningú cobra res, a ningú se li paga res i entre totes, cadascuna segons les seues possibilitats, ho paguem tot.

Per anar acabant, El Punt no deixa de ser un projecte social de base en permanent construcció, a mig fer, que avança xino-xano, amb gent que entra i altra que se'n va, amb problemes interns que intentem resoldre des de l'autocrítica i des de les premisses exposades al principi. El panorama plantejat adés no sempre és un camp de flors i violes, patim carències molt importants, principalment tècniques i de disponibilitat de temps i de persones però continuem amb voluntat d'existir per molts anys. Desitgem que la nostra tasca pugua enfortir l'acció ciutadana als barris i que la comunitat activista prenega consciència del valor de documentar les seues pròpies pràctiques d'autogestió cultural i política. Per això, finalitzem amb una crida als

---

30 <https://mostrallibreanarquista.wordpress.com/>

31 <https://tenderetefestival.com/>

32 [https://www.instagram.com/la\\_mandragora\\_/?hl=es](https://www.instagram.com/la_mandragora_/?hl=es)

col·lectius de la ciutat dient-los que estariem encantats de rebre els seus materials, aquells que formen part de la intra-història de rebel·lia de totes nosaltres.

## **BIBLIOGRAFÍA**

Espai de Lliure Aprenentatge El Punt. (2016). *Què és El Punt?* [Fullet].

Florin, A. (2020). *La retaguardia*. Institut Valencià d'Art Modern.

Foucault, M. (1970). *La arqueología del saber*. Siglo XXI.





# *Cultura del rock and roll. Autogestión de la industria musical en València*

EDUARDO GUILLOT HEVIA

*Periodista cultural*

Desde una perspectiva histórica, describir el panorama musical valenciano recurriendo al concepto de autogestión casi podría ser considerado una tautología. En un país como España, donde el desarrollo de las industrias culturales se define por una precariedad congénita, plantear la posibilidad de existencia de una escena articulada, consolidada a través del tiempo y en evolución constante y progresiva desde un contexto geográfico periférico como el valenciano, alejado de los centros de producción y de poder económico, es una entelequia. De ahí que, más que una opción, la autogestión haya sido siempre la única posibilidad de supervivencia, especialmente en el caso de la cultura del rock and roll, considerada residual desde muchos ámbitos, de las administraciones públicas a los medios de comunicación.

En buena medida, las subculturas (y el rock and roll lo es) se generan y desarrollan por debajo de la superficie, al nivel de la capa freática social, y por tanto su posibilidad de intervención en su entorno es relativa y se circunscribe a círculos minoritarios, a veces voluntariamente al margen de la denominada cultura oficial, a la que pertenecen, por ejemplo, los grandes festivales de música, lucrativos negocios en manos de grandes empresas (y, cada vez más, de fondos de inversión internacionales) que tienen un impacto económico fuera de duda, especialmente a nivel turístico y de consumo, pero cuya filosofía de funcionamiento, e incluso su perfil ideológico turbocapitalista, poco tiene que ver con el trabajo de base que practican los pequeños sellos discográficos independientes, las salas de conciertos con aforos por debajo de las 500 personas, las bandas integradas por músicos aficionados (más del 90% de las que conforman cada escena) o espacios alternativos como los centros sociales.

Resulta complicado calcular la importancia de la escena rock valenciana en relación con el desarrollo cultural, social, cultural, económico u ocupacional de la ciudad. Probablemente, el informe anual de la Fundación Contemporánea sobre el estado de la cultura en España no es el indicador más fiable al que recurrir, ya que se elabora sin rigor alguno, desde un celoso anonimato e ignorando cifras y datos cuantificables, pero es el único existente, y en el caso de la Comunitat Valenciana sus resultados ponen en evidencia la irrelevancia de las músicas populares. Ni siquiera grandes festivales como el FIB o el Rototom aparecen en un listado de eventos e instituciones copado por los organismos culturales oficiales, especialmente museos y teatros. Si aparece un auditorio, se dedica a la denominada «música culta». Que esos espacios alberguen de manera puntual algunos espectáculos relacionados con el pop o el rock, generalmente protagonizados por artistas de alcance mayoritario, no deja de resultar anecdótico. El impacto de una escena autogestionaria y de dimensiones reducidas no se mide por su influencia en el PIB o la monetización de su aparición en los medios (cuyas páginas suelen estar copadas por los eventos que pagan para ser visibilizados), sino por intangibles como el grado de bienestar que produce en sus consumidores o las pequeñas redes de complicidades que genera.

Porque el ecosistema existe. Desde hace décadas. Y, de algún modo, es un reflejo a escala menor de la gran industria cultural. Sin ánimo de ser exhaustivos, donde por un lado se cuantifican los espectadores que acuden a un pabellón deportivo, un estadio o el recinto de un gran festival, por otro aparecen los bares con un pequeño escenario y los locales de capacidad media, auténtica cantera en la que se foguean y dan sus primeros pasos proyectos sonoros que, con el tiempo, pueden llegar a consolidarse y, en muy raras ocasiones, incluso dar el salto a audiencias mayoritarias. En València, Loco Club y 16 Toneladas, pero también Peter Rock, El Volander, Black Note, Rock City, Tulsa, La Casa de la Mar, La Residencia... Lugares que han tomado el relevo a los que ya en los años setenta y, sobre todo, a partir de los ochenta, comenzaron a articular la geografía del directo en la ciudad: Planta Baja, Gasolinera, Bésame Mucho, Babia y un largo

etc. cuyo modo de funcionamiento ha variado poco con el devenir de los años.

De la misma manera, donde las sucursales nacionales de las tres marcas convertidas en monopolio controlan la práctica totalidad del negocio discográfico global (si todavía se le puede llamar negocio a la publicación de música en formato físico), en València existieron Citra o Ediciones Milagrosas en los ochenta, y actualmente continúan funcionando, entre otras, Flexidiscos (que temporalmente también fue tienda física), Bonavena o Discos Mascarpone, que supone una anomalía en toda regla, ya que edita en casete, un formato desterrado hace décadas del uso común por la gran industria.

Lo mismo sucede con los promotores. Junto a los que solo organizan festivales o eventos en grandes recintos, algunos de ellos viejos dinosaurios que llevan varias décadas en el negocio, existe algún ejemplo de clase media que ha sobrevivido con tesón, honradez y esfuerzo hasta conseguir estabilizar su funcionamiento como empresa (el caso paradigmático es Tranquilo Música) y multitud de pequeñas iniciativas que organizan conciertos y otras actividades de manera ocasional, desde colectivos autónomos hasta pequeños emprendedores que invierten el esfuerzo personal en poner en pie ideas de éxito tan incontestable (agota entradas en apenas minutos, asiste público de varios continentes) como el Funtastic Dracula Carnival, levantado a pulso cada temporada por los insobornables Paloma Borbone y Sr. Varo, ambos veteranos de muchas otras lides (bandas, bares musicales, DJs, etc.).

La lista podría seguir con los festivales autogestionarios que aúnan ilustración, música y otras disciplinas, o con los medios independientes, que no son los digitales ni los que se dicen al margen de los generalistas, sino aquellos, muy escasos, que no condicionan sus contenidos a los ingresos publicitarios. Y, por supuesto, *last but not least*, como se suele decir, con las bandas, la auténtica materia prima de una escena que se denomina rock por un motivo, y ese no es otro que su origen y esencia musicales. Un buen número de personas (seguramente, varios miles) que siguen, contra viento y marea, poniendo en marcha grupos, tratando de tocar en directo en las condiciones

que sea y declarándose músicos aunque, en el 99% de los casos, se dediquen a otra cosa y lo de subirse al escenario sea meramente vocacional y con frecuencia no cubra ni los gastos. Ese definirse como músico, más allá de resultar más *cool* que hacerlo como tornero frezador, dice mucho del componente aspiracional de sus esfuerzos. Es una manera breve de resumir una cruda realidad: «Me gustaría ganarme la vida como artista, pero es inviable y de momento trabajo como profesor, hornero o celador, hasta que llegue el día en que uno de mis discos obtenga cierta repercusión y pueda abandonar ese empleo para dedicarme totalmente a la música, mi verdadera pasión». Pocos lo consiguen; casi ninguno, en realidad.

Así pues, nos encontramos con la existencia de un ecosistema cultural que replica el oficial, pero que funciona de manera paralela, subterránea. Que resulta complicado de cuantificar atendiendo a su impacto económico residual, pero que, como diría Galileo, «sin embargo, se mueve». ¿Cómo detectar ese movimiento? La única forma de hacerlo es a pie de calle. Asumiendo que cada iniciativa puesta en marcha desde la autogestión no tiene como objetivo influir en el PIB sino crear redes. A veces, simplemente en el pequeño radio de acción de su barrio. Ejemplos como los de Iniciativa Dàhlia (Mislata) o Sankofa (Patraix) quizá solo encajan de manera tangencial en el concepto de cultura rock, pero acogen actuaciones en directo entre las numerosas actividades que organizan, que pueden ir desde charlas y debates hasta cursos de yoga, clubs de lectura, comidas de hermandad, rifas solidarias, espectáculos de microteatro, talleres infantiles y para adultos... Es decir, comparten una filosofía de trabajo, unos modos de funcionamiento y un público potencial muy similares, cercanos también a los de los históricos ateneos libertarios y otras organizaciones ciudadanas que funcionan voluntariamente al margen de la oficialidad.

Si existe una característica común a todas las iniciativas que conforman la escena es su ética del trabajo, que no conviene romantizar. El underground es un territorio en el que los objetivos se obtienen con la suma de voluntades, y se presupone un ideario más o menos afín entre todos aquellos que lo integran, lo que no significa

que funcione como un ejército de un solo hombre. El debate es un signo de vida en el seno de los colectivos autogestionarios, y de la confrontación de ideas surge también la discrepancia en los modos de gestión. Un local de conciertos alternativo como La Residencia, por ejemplo, funciona como un centro social, pero está muy lejos de aquellos míticos *squats* londinenses donde se gestó el movimiento social y cultural del punk. El colectivo que lo mantiene y programa acepta religiosamente pagar un alquiler mensual y así se evita complicaciones no deseadas, aunque algunos de sus miembros no se sientan cómodos ante la situación.

Tampoco los sellos minúsculos que apenas logran recuperar la inversión realizada piensan en un concepto como el pago de royalties. Partiendo de la base de que muchas veces son los propios grupos quienes se financian la edición de los discos, el objetivo principal es la recuperación de la inversión, y no siempre se consigue. Los derechos de autor, mejor ni mencionarlos. Circula una leyenda en la escena valenciana que conviene interpretar como tal, pero que se basa en hechos reales. Cuenta que, años atrás, en una conversación informal, un empleado de SGAE estuvo hablando con uno de los componentes de Obrint Pas, que ya por entonces era un grupo de importante éxito popular y con un discurso ideológico en abierta oposición de una organización cuya gestión siempre se ha considerado, cuanto menos, turbia (a la hemeroteca nos remitimos). El trabajador de SGAE le hizo un cálculo aproximado al músico de la cantidad de dinero que, en consonancia con sus ventas y su capacidad de convocatoria en directo, la banda estaba dejando de percibir por no estar asociada. Tras conocer la cifra, al día siguiente el grupo estaba en las oficinas de la entidad dándose de alta. Obviamente, de ser cierta la historia, estaban reclamando el dinero que les correspondía de manera legítima. Pero la moraleja de la historia es que resulta muy difícil desarrollar una carrera profesional al margen del sistema. Habrá quien lo vea como una manera de sacar partido de él; habrá quien piense que es una claudicación.

## 1. *Fuera del radar*

La gestión de la autogestión, he ahí el dilema. Especialmente si entre los objetivos está el de crecer. Volviendo al Funtastic Dracula Carnival, una de las claves de su éxito es, precisamente, su negativa a crecer. La velocidad a la que se venden las entradas cada año, así como la gran cantidad de gente que se queda en lista de espera en cuanto se agotan, podría hacer caer a sus organizadores en la tentación de buscar un recinto más grande, poner a la venta más tickets y obtener más beneficio. Pero sería en contra de la filosofía que vio nacer el festival, y en detrimento de la comodidad de los asistentes, lo que supondría poner la primera piedra en una escalada de límites desconocidos. Sin embargo, no siempre es fácil mantener convicciones tan sólidas. Para una banda, por ejemplo, recibir una oferta de un sello discográfico, sin que sea necesariamente una multinacional, no solo puede suponer un cierto desahogo económico, sino también la posibilidad de poder dedicarse a componer y ensayar, en lugar de invertir gran parte de su tiempo en buscar conciertos, contactar con promotores y salas, mantener informados de sus actividades a los medios, alquilar furgonetas, tratar de cobrar cuando la noche no va tan bien como se preveía, contactar con la fábrica de prensaje de vinilos, rellenar los impresos necesarios para la operación y un etcétera casi interminable que, en todo caso, seguirá incluyendo pagar el estudio, porque salvo excepciones, la grabación sigue corriendo por cuenta del grupo. Y esas excepciones a menudo vienen con trampa capitalista asociada, como fue el caso de un sello valenciano que, para alborozo de las bandas, se prestaba generosamente a sufragar el estudio de grabación, pero tenía sus buenas razones: el responsable de la pequeña discográfica se lo podía permitir, ya que lo compensaba con las ganancias que obtenía colocando muchos de los ejemplares de sus cortas tiradas a precios desorbitados en páginas internacionales de compraventa de vinilos de culto, anunciando *extreme rare psychedelic limited editions* y otras tretas. Pura especulación disfrazada de coleccionismo que, todo hay que decirlo, no hacía daño a nadie y dejaba a todos contentos, especialmente al freak japonés que pagaba

un potosí por un LP que nadie más poseía en su ciudad. Sí, la autogestión también era esto.

Cualquier estrategia es lícita para sobrevivir en un territorio en el que la dialéctica entre profesionalización y amateurismo es una constante, y donde factores intangibles como la pasión no son *monetizables*. De ahí la importancia del asociacionismo, la creación de redes y la fidelización del público. En un ámbito como el de la autogestión, resulta tan crucial saber lo que se quiere hacer como lo que no se quiere hacer. Y, en ese sentido, no siempre es fácil articular la escena, porque no siempre todos los intereses implicados en ella coinciden.

¿Y las instituciones? ¿Qué papel juegan en la ecuación? El dinero público es de todos, o al menos esa es la teoría. No obstante, una escena musical que, por su propia naturaleza, siente que no encaja en la corriente general y se sitúa de manera vocacional en los márgenes, mira a la cultura oficial y a las administraciones públicas desde la desconfianza, marcando las distancias. El dinero público casi nunca ha sido una opción, en tanto en cuanto tradicionalmente se ha considerado que puede mediatizar el producto final, ya sea para hacer más accesible (es decir, comercial) el sonido de un disco o para incluir determinados artistas en el cartel de un festival o sala. La sombra de la sospecha también ha sobrevolado de manera reiterada los concursos organizados por las instituciones. Y, durante décadas, esos concursos fueron la única fórmula pública en apoyo a las músicas populares, lo que tampoco dice mucho a favor de los responsables políticos de asuntos culturales. Del mismo modo, tampoco ha sido eficaz la implementación posterior de subvenciones a la grabación, producción, edición o giras, que han recaído con demasiada frecuencia en propuestas amables, estandarizadas o poco proclives al riesgo, lo que ha generado recelos desde sectores menos acomodaticios y más cercanos a planteamientos contraculturales, que suelen dar por imposible el acceso a tales ayudas, o que directamente las desprecian. A la dificultad para obtenerlas se suman, además, otros factores, que van desde el desconocimiento sobre las propias convocatorias, publicadas en boletines oficiales, al laberinto burocrático que suponen,

sin olvidar que conllevan exigencias que a menudo resultan imposibles de cumplir, ya que muchas iniciativas autogestionarias carecen por completo de los requisitos legales necesarios para acceder a ellas (constitución como empresa, alta en el régimen de autónomos, etc.).

Así y todo, la existencia de determinadas políticas (tanto desde gobiernos de izquierdas como de derechas) destinadas a repartir ayudas a granel y con escaso criterio entre todo tipo de asociaciones relacionadas con la cultura (cuantas más reciben, menos quejas) han permitido desarrollar iniciativas de otro modo inviables, que no pocas veces han hecho cambiar radicalmente de opinión a auténticos militantes de base del underground. Son varios los casos en València de posturas abiertamente críticas con las instituciones que, llegado el momento, han recibido la correspondiente subvención y se han deshecho en elogios hacia las autoridades, utilizando las redes para etiquetar al gestor político de turno. Cuando firmaron suculentos contratos con CBS/Sony, bandas como The Clash o Rage Against The Machine también declararon que iban a dinamitar el sistema desde dentro. Ya sabemos qué pasó con toda aquella dinamita.

Desde algunos sectores se plantea que, si las ayudas directas no funcionan o distan de obtener consenso general, al menos se limiten las trabas (legales, administrativas) para el desarrollo de una escena alternativa. Mientras la música desaparece paulatinamente del espacio público y los tiempos en que organizar conciertos en la calle se han perdido en el olvido, empresas de carácter multidisciplinar (comunicación, organización de conciertos, audiovisual), vinculadas con la escena y que parecen creadas expresamente con el objetivo de aprovechar las oportunidades que brinda la administración, obtienen acceso al espacio público organizando ciclos de conciertos gratuitos que privatizan en beneficio propio (y de las marcas comerciales, que también hacen sus aportaciones económicas) parques y otros enclaves urbanos en aras de una supuesta democratización de la cultura que, además, afecta al circuito estable de salas, ya que la disponibilidad de dinero público permite pagar unos cachés con los que los locales de pequeño aforo no tienen posibilidad de competir. A las bandas y sus representantes no parece afectarles la situación,

y admiten que prefieren el pájaro en mano, aunque implique actuar en condiciones de sonido mermaidas y ante un público casual que a menudo no sabe ni a quién tiene enfrente. Crear redes implica establecer unos parámetros solidarios que saltan por los aires cuando se ponen en juego otros intereses. De ahí la dificultad de articular una escena sólida. Sin olvidar un proceso que podríamos denominar «gentrificación del gusto» y que se extiende cada vez más, precisamente entre comunidades que hacen gala de distinguirse de las mayorías acriticas. Dicho de otro modo: Existe un alto riesgo de convertir los movimientos nacidos como culturas de resistencia en *ghettos* de pedigrí exclusivista. En ese sentido, resulta interesante estudiar hasta qué punto las escenas alternativas reproducen a pequeña escala los vicios del *mainstream*.

Otro de los problemas que afectan al modelo autogestionario de la cultura del rock, se ha dicho al comienzo, es la cronificación de su condición precaria, convertida en uno de sus elementos definitorios. No es extraño (más bien resulta habitual) encontrarse con integrantes de bandas, colectivos y asociaciones que diversifican su actividad por necesidad, en permanente función *multitask* (dicho así, en inglés, parece más glamuroso de lo que es en realidad). Resulta de lo más común que un músico combine su militancia en uno o varios grupos con trabajos de tatuador, ilustrador y dibujante de cómics. O que otro, militando igualmente en más de una banda, se dedique además al diseño y la serigrafía. Los hay que tocan, editan y ejercen como runners. Y así sucesivamente. La tentación, una vez más, de romantizar esa precariedad, es evidente: Es gente que, en cualquier caso, se dedica a actividades creativas, que se rige por sus propios horarios y además disfruta con lo que hace. ¿Qué más quieren? En la trastienda las cosas son diferentes, claro.

¿Y qué pasa con el público? ¿Qué papel juega en todo esto? Cualquier iniciativa cultural carece de sentido sin él. Con más razón, si cabe, cuando se trata de propuestas de carácter minoritario, marginal o de riesgo, alejadas de la corriente general. Desde ese punto de vista, el público juega un papel activo a la hora de apoyar y sostener la escena. Y si la solidaridad entre diferentes colectivos resulta a

menudo débil (una de las quejas sistemáticas que se pueden escuchar en algunos sectores), cuando la responsabilidad de supervivencia de determinadas iniciativas depende de la respuesta del público, el asunto se complica. No solo porque la curiosidad por nuevas propuestas que se le debería presuponer brilla generalmente por su ausencia, sino porque, además, se ha instalado en una posición cómoda, no intervencionista y acrítica, seguramente propiciada por la abundancia de eventos de carácter gratuito, que hace muy difícil sacar adelante proyectos con un mínimo de riesgo económico. Se ha convertido en un hecho demasiado frecuente encontrarse con un perfil de espectador que se sitúa en el eje de la modernidad y supuestamente se alinea con la cultura extraoficial, que no tiene reparo alguno en pagar abonos de festival a precio desorbitado, consumiciones (y otros estimulantes) a un alto precio de mercado, llevar su cuerpo decorado por decenas de tatuajes (no precisamente baratos) y vestir chic, pero al que le cuesta lo indecible pagar una entrada de precio testimonial en un concierto alternativo. Pero si el evento es gratis, no duden que se lo encontrarán en el espacio público de turno, luciendo una brillante sonrisa de red social y con una cerveza de la marca patrocinadora en la mano. Son, también, los que más lamentan la desaparición de espacios alternativos, de bandas a las que nunca han comprado un disco o de locales que dinamizaban la vida cultural de la ciudad, pero que rara vez habían pisado.

Si el panorama no parece excesivamente halagüeño es porque, efectivamente, no lo es. Son los francotiradores quienes, contra viento y marea, siguen empeñados en continuar adelante y aunar esfuerzos y voluntades que, algunas veces, confluyen en proyectos sostenibles. Se diría que tal situación debería también despertar una cierta conciencia política en la escena, pero tratar de definirla tampoco es tarea fácil. Situarse al margen significa en muchos casos pasar lo menos posible por el aro, tratar de orillar al sistema, y si bien a veces es imposible (una sala, por ejemplo, debe tener permisos y pagar impuestos para poder abrir sus puertas), la organización comunitaria se decanta hacia una ideología difusa, de tintes nihilistas, que muchas veces se traduce en el abstencionismo como medio de rechazo

al status quo político. Desde ese punto de vista, y con excepciones notables (el marcado carácter ideológico de muchos grupos que utilizan el valenciano como vehículo de expresión), el rock no se ha caracterizado por su actitud de confrontación. Una afirmación que puede resultar controvertida y que, sin ánimo exhaustivo, pasamos a tratar de explicar desde una perspectiva histórica.

Desde sus orígenes, en los Estados Unidos de mediados de los años cincuenta, el rock and roll ha formado parte indisoluble de la cultura del consumo. Es, de hecho, un producto inequívoco de la sociedad capitalista. Una gigantesca y poderosa industria del ocio, exportada además con éxito a nivel global, que consigue, rizando el rizo, ser contemplada desde amplios sectores como un modelo de rebeldía y de enfrentamiento con el sistema. Quizá, durante quince minutos, lo fue. Los lúbricos movimientos de cadera de Elvis que escandalizaron a la pacata clase media estadounidense iban acompañados de un sonido que algunos calificaban como música del diablo, pero no porque Satanás fuera a personarse en la Tierra para llevarse al infierno a sus tiernos hijos adolescentes, sino porque aquellas canciones y bailes eran la consecuencia de una confluencia cultural definitiva entre la sociedad blanca y la afroamericana, por entonces todavía marginalizada (carente de derechos civiles, sin ir más lejos). Un terremoto social de escala reducida, porque al fin y al cabo también significaba que tanto unos como otros eran potenciales clientes de la industria discográfica (y, de inmediato, la cinematográfica, que sacaría excelente rédito del fenómeno del rock and roll).

Por supuesto que, a largo de la historia, el rock and roll, en sus muchas y muy diferentes encarnaciones, ha acompañado movimientos sociales, ha generado figuras icónicas del siglo xx (de John Lennon a Bob Marley) y ha encarnado el descontento de diversas generaciones: los hippies, los punks, los rastas, los b-boys, los clubbers e incluso las feministas (al menos, las de los años noventa) no se entienden sin su banda sonora preceptiva. Siempre grabada, empaquetada y puesta en los centros comerciales por grandes corporaciones multinacionales. Los escasos resquicios que dejan son aquellos por los que la autogestión (¿hay que recordar el famoso *do it yourself* del punk?)

se cuele para explorar la posibilidad de una realidad alternativa. Y eso, de facto, es un hecho político. Otra cosa es cómo se articula. Y ahí es más fácil encontrar posturas personales que movimientos con fundamento teórico. Y, cuando lo tienen, se convierten en objeto de escarnio, como sucedió con las *riot grrrrls* (¿es casual que se tratara de mujeres?).

## 2. *El gesto político*

Con tales antecedentes, buscar rasgos de acción política asociativa desde la escena rock local es complicado. En los ochenta, los grupos punk valencianos que abordaban cuestiones ideológicas hablaban de la Segunda Guerra Mundial, mayo del 68 o del IRA, realidades muy alejadas de su día a día. La mayoría traducían en canciones y letras furiosas su angustia existencial adolescente, vehiculada a través de lo emocional antes que de lo político. Sí se pueden detectar otras actitudes en los noventa, focalizadas en espacios como el Kasal Popular, pero la escena underground es tan diversa como sus integrantes, y a veces cuesta encontrar ejemplos de compromiso en músicos que, por su filosofía y ética de trabajo, deberían estar cerca de determinadas reivindicaciones a las que siempre responden formaciones musicales más próximas a sonidos mestizos y de corte festivo.

Lo que no quiere decir que no haya ejemplos que permitan hablar de una articulación política del discurso en la escena rock valenciana. Si ya en 1979 los británicos The Clash grabaron una canción titulada «Koka Kola», utilizando la marca de refresco como símbolo de todo el sistema capitalista, dos grupos locales recogen el testigo con retranca y espíritu crítico en sendas canciones recientes. Por un lado, Aullido Atómico, trío trash & roll formado por Don Rogelio J. (autor también de los textos), Jussi Folch y Quique Gallo, que en «Coca-Cola Revolution», incluida en su álbum «Decadencia» (2017), traza un acerado perfil del revolucionario de salón:

Soy nihilista de pantuflas y bata  
Soy comunista con seguro de la casa  
Artista contestatario subvencionado  
Soy creador pero adoro el plagio

Pero voy a ir  
 A la revolución por ti  
 Cojo valores de moda  
 Por favor, sin azúcar, la Coca-Cola

Soy anarquista, pero no quiero problemas  
 Gran redactor de una revista de tendencias  
 Naturalista con perfume de marca  
 Héroe de acequia, pero amante de la Reina

Si se le añade que Aullido Atómico autofinancian sus discos, estos versos resumen a la perfección una actitud, un modo de gestión y una filosofía de trabajo, pero también el hastío que supone pertenecer a una escena subterránea autocomplaciente, poco crítica y muy proclive a engañarse a sí misma. No es un caso aislado, y si Coca-Cola puede ser una representación del mal global, el mayor centro comercial de España es su equivalente a nivel estatal. Los versos iniciales de «El Corte Inglés», incluida en el LP «Hedonismo» (2019), hablan por sí solos:

Veo arder la fachada de El Corte Inglés  
 Veo caer el imperio al atardecer

El otro grupo adicto a la famosa bebida carbonatada es Las Víctimas Civiles, célula terrorista musical comandada por el poeta Héctor Arnau, al que secundan Toni Blanes, Pau Miquel Soler o Ernest Aparici, instrumentistas de largo recorrido que han pasado por bandas como Arthur Caravan. Han destilado su furibundo discurso anticapitalista en las canciones reunidas en el autoeditado «40 años de éxitos del posfranquismo español» (2016), y disparan en todas direcciones sin hacer prisioneros en títulos como «También el amigo policía es tu compañero proletario» o, sí, «Coca-Cola Creative Commons», donde cantan:

Odio el capitalismo  
 Pero me gusta la Coca-Cola  
 Y lo que más odio en el mundo  
 Son los okupas de Barcelona

Saben de lo que hablan, porque ellos mismos vivieron en esas okupas. Como en el caso de Aullido Atómico, su crítica se dirige hacia

el exterior, pero no elude mirar hacia el interior, donde también hay demasiadas cosas que no les gustan. No se entiende una filosofía autogestionaria sin esa vertiente crítica, más allá de que pueda ser expresada de manera abiertamente explícita a través de la letra de una canción o de determinadas actitudes y acciones que igualmente pueden hablar por sí solas, en un sentido u otro.

En una línea de compromiso similar se ha expresado también un cantautor procedente del indie que, como otros (Òscar Briz, por ejemplo), comenzó cantando en inglés para pasar después al valenciano, en un proceso que implica el reconocimiento de la lengua autóctona como vehículo de expresión estética y conlleva una posición reivindicativa respecto de su uso. Más aún: Senior, alias artístico de Miquel Àngel Landete, decide que su mirada personal sobre los sonidos de raigambre estadounidense que le sirven de inspiración y su apuesta por la lengua autóctona es un movimiento en sí, y decide bautizar su música con el nombre de *valenciana*, adaptando a sus intereses el término *americana*, generalizado entre la crítica para definir el indie rock USA de aromas country folk. Entre su repertorio, destaca una canción que también sirve para explicar algunos aspectos de la escena local y la relación de amor-odio que mantiene con la ciudad y su contexto social y político. Fue incluida por primera vez en la maqueta autoeditada de tirada limitada «Noves cròniques de la reconstrucció» (2006), y después rescatada en su primer álbum oficial, «L'experiència gratificant» (2008), ya grabado con acompañamiento de banda (El Cor Brutal) y editado por Malatesta Records, un sello independiente gestionado por varios músicos en formato de cooperativa. El título no puede ser más explícito: «València, eres una puta»:

*I es que està trencant-me el cor  
vove com t'humilien a poc a poc  
València, eres una puta*

*I ara ja no és com abans,  
quen m'abraçaves i m'engrundes,  
estan deixant-te sense orgull  
tractant d'europaïtzar-te*

Una anécdota relacionada con la canción contribuye a explicar algunas de las razones que hacen especial al ecosistema valenciano frente al de otras ciudades. Cada vez que Senior interpreta el tema en directo en su tierra, el público lo celebra y lo corea con ánimo festivo, consciente de lo que significa, pero de algún modo resignado a que, efectivamente, su ciudad esté eternamente condenada a ser una meretriz al servicio de sus gobernantes frente a la inactividad de sus ciudadanos. Senior cuenta que una vez interpretó la canción en Barcelona, frente a un nutrido auditorio, y la gente reaccionó del mismo modo cuando llegó al estribillo, cantando con él «València, eres una puta»; sin embargo, cuando decidió, de manera improvisada, adaptar la frase al lugar donde actuaba y comenzó a cantar «Barcelona eres una puta», el público dejó de secundarle. Ya no tenía gracia la ocurrencia. Seguramente, a la escena valenciana le falta algo de ese amor propio que sacó a relucir el público de la capital catalana cuando hizo patente su disconformidad con el trato que el cantante daba a su ciudad, por irónica que fuera la intención.

En todo caso, se trata de tres voces puntuales, no organizadas colectivamente, que se alzan desde distintos lugares para manifestar su desagrado con la situación en la que desarrollan su trabajo artístico. Y desde posturas que no se pretenden panfletarias, terreno abonado para otras muchas bandas que articulan la protesta de una manera más directa, también menos sutil, y que, en su caso, sí conforman un tejido asociativo que se mueve dentro de coordenadas ideológicas que impregnan su música desde el origen. Son proyectos sonoros que suelen tener vínculos estrechos con todo tipo de colectivos ciudadanos y que conciben la música como parte de su activismo. Aunque su amalgama de referencias incluye el rock and roll de manera inevitable (subgéneros como el ska son indisolubles de su idiosincrasia), se trata de propuestas más conectadas con la idea de *melting pot* sonoro intercultural y festivo (no es mi revolución si no puedo bailar) que incorpora influencias de la *world music* y de origen no necesariamente anglosajón, pero es imposible (y tremendamente injusto) establecer un mapeo de la escena autogestionaria valenciana sin tener en cuenta el papel que juegan en ella.

### 3. *Moverse en círculos*

Si se llevara a cabo un estudio de carácter transversal y con vocación retroactiva sobre la situación de la escena rock y la autogestión en València, el resultado final sería muy sorprendente. O quizá no tanto. Porque se podría comprobar con datos que, en esencia, la situación que aquí se describe no ha cambiado en cincuenta años. Las aspiraciones, quejas y reivindicaciones de los principales integrantes de esa escena siguen siendo las mismas desde la década de los ochenta. Desde entonces, nació, creció, se pervirtió y murió la ruta del bakalao, llegaron los grandes macrofestivales, cambiaron los gobiernos y, con ellos, sus políticas culturales, pero ha sido imposible articular un entramado profesional que posibilite dejar atrás las estrategias de supervivencia. La del rock and roll en València es una economía de resistencia, asumida como tal, que con demasiada frecuencia prefiere instalarse en la queja antes que poner en marcha acciones comunes. Como consecuencia, quienes obtienen beneficio son los más avisados, aquellos que conocen los resortes para visitar los despachos de la administración (sea del signo que sea) y venden negocios propios como iniciativas de dinamización cultural. Ni siquiera durante la pandemia de la COVID-19, que trajo consigo una paralización casi total de las iniciativas culturales, las acciones comunes fueron más allá de compartir una misma foto de perfil en las redes sociales.

Sin embargo, también es cierto que, en un elevado número de casos (la mayoría), si en ese mismo estudio se preguntara a los encuestados si están dispuestos a cambiar su *modus operandi* a cambio de acceder a determinados beneficios, la respuesta sería negativa. Autogestión significa precariedad, pero también independencia. Arriesgar casi con cada nuevo proyecto, pero no tener que rendir cuentas a nadie. Una libertad relativa, si se quiere (al fin y al cabo, es imposible sobrevivir fuera del sistema), pero que compensa, porque el objetivo nunca fue convertirse en industria cultural, sino conseguir mantenerse a flote sin verse en la obligación de claudicar del todo.

Y si algo (poco) han cambiado las cosas a lo largo de las últimas décadas ha sido en beneficio de esa filosofía autogestionaria.

Las nuevas tecnologías y la llegada de internet permiten desde hace tiempo grabar en estudios caseros, sin necesidad de invertir grandes sumas en estudios profesionales; de igual manera, hoy el acceso a salas de diferentes territorios está a un golpe de click, al igual que la difusión de la música, a través de plataformas como Bandcamp. Son cambios cruciales que, sin embargo, no han derivado en una nueva configuración del tejido cultural, sino que simplemente han facilitado y abaratado los costes. Si hace treinta años la posibilidad de salir de gira con un proyecto underground implicaba mandar grabaciones por correo y esperar respuesta para poder gestionar un calendario de gira, hoy esos procesos se han simplificado y han ampliado enormemente las posibilidades. Porque si parece evidente que la escena local valenciana es una red de pequeñas redes que funcionan de manera autónoma pero, en conjunto, forman un tejido mayor en el que se producen eventuales interacciones, parece lógico pensar, como de hecho así es, que la situación es la misma en muchas de las otras capitales de provincia españolas, así como en otras ciudades europeas. Así, la fluidez comunicativa entre unas y otras permite que proyectos de corto alcance popular, con tiradas discográficas de apenas mil copias, puedan salir de gira por todo el territorio, o incluso lanzarse a la carretera y pasarse un mes actuando por locales autogestionados, casa okupas y centros culturales de no pocas ciudades francesas, suizas, belgas o alemanas. La red se compone de focos minúsculos, pero es global. Y funciona como en el principio de los tiempos: por trueque. Los músicos que organizan esos conciertos en sus países de origen visitarán València meses después en una operación de intercambio que beneficia a ambas partes y que se completa con otro tipo de factores: la posibilidad de ahorrar en alojamiento y pernoctar en los propios locales, la opción de vender el material discográfico a nuevos públicos tras los conciertos, la política de precios justos en las entradas (o incluso de taquilla inversa), el establecimiento de nuevos contactos que revertirán en giras futuras... Así se creó la red alternativa en Estados Unidos durante los ochenta, sobre los cimientos de una escena hardcore cada vez más y mejor organizada, que dio lugar a la eclosión del rock alternativo de los noventa (Nirvana, ¿les suena?).

Una estrategia de supervivencia diametralmente opuesta a la fantasía del rock and roll que la industria estadounidense ha vendido casi desde sus inicios, a base de auditorios llenos de fans, hoteles de lujo y ventas millonarias, que se sustenta más bien en muchos kilómetros de carretera, pocas horas de sueño y audiencias escasas, pero cuando hablamos de escena alternativa la clave no es la cantidad, sino la calidad de la experiencia. La anécdota acerca del primer concierto de los Sex Pistols en Manchester resulta manida, pero paradigmática: Aquel 4 de junio de 1976, Pete Shelley y Howard Devoto, que andaban dando vueltas a formar un grupo llamado Buzzcocks, llevaron a Johnny Rotten y su banda a tocar al Lesser Free Trade Hall. Se podría decir que fue un fracaso, ya que apenas acudieron 40 espectadores. Pero también se puede evaluar su éxito en función de quiénes estaban entre el público y lo que hicieron después: Morrissey, que fundaría The Smiths; Bernard Sumner y Peter Hook, que pocos días después crearían el embrión de Joy Division con Ian Curtis; Mark E. Smith (The Fall); incluso Mick Hucknall, que lideraría Simply Red; y Tony Wilson, presentador de televisión y promotor que fundaría el influyente sello independiente Factory Records. Como dijo una vez Thurston Moore (Sonic Youth) acerca de The Velvet Underground: Puede que les echaran de la mayoría de locales donde actuaban, pero todo el que les vio sobre un escenario acabó creando su propia banda de rock.

En otras palabras, y como conclusión: Las escenas alternativas basadas en la autogestión son, por definición, el caldo de cultivo propicio para el nacimiento de iniciativas al margen de lo convencional, con vocación experimental o voluntad rupturista. Las condiciones sociales, políticas y ambientales pueden ser tanto un acicate como un sistema de valores que confrontar. En el contexto valenciano, existe una escena en torno a la cultura del rock and roll y basada en la autogestión desde hace aproximadamente cincuenta años, sustentada en los mismos parámetros que sus modelos internacionales, pero con problemas propios derivados de las no pocas particularidades del territorio (dos lenguas cooficiales en desigualdad de condiciones, marco legal difuso para iniciativas marginales, dificultad

de consolidación, escasa propensión a la acción común). Su impacto económico, entonces y ahora, es meramente testimonial, incluso invisible a nivel de consideración estadística de la cultura desde los organismos oficiales, pero su papel en la creación de corrientes culturales subterráneas resulta clave para tomar el pulso artístico a la ciudad, y se concreta en la red de salas de conciertos, sellos discográficos, bandas, medios, festivales específicos y otra serie de actividades que salpican tanto el calendario anual como los diferentes puntos del entramado urbano, a través de su presencia en los barrios. Su supervivencia, al margen de la burocracia administrativa y su gestión política de la cultura, está plenamente garantizada gracias a la constante regeneración de sus integrantes.

Nos encontramos, por tanto, ante una cultura de trinchera que ejerce la resistencia desde la creatividad, que reivindica su derecho a la diferencia y que se sitúa al margen por voluntad propia, rechazando la mercantilización del hecho cultural tal como la concibe el sistema capitalista para recuperar modos de funcionamiento alternativos. Su mayor problema, no obstante, es su incapacidad de crecer de manera sostenible, hecho que se pone en evidencia cada vez que se plantea la posibilidad. El caso de Tenderete, festival centrado en la autoedición gráfica (y discográfica) es un ejemplo claro: Con un éxito incontestable que se repite desde hace años, comenzó celebrándose en centros sociales ocupados, que pronto se quedaron pequeños para albergar tanto a los expositores (que actualmente incluyen participación internacional) como al público. La necesidad de ampliar espacio ha llevado al festival a diferentes recintos de la ciudad, públicos y privados, dependientes de la administración o de la Universidad, en un peregrinaje que inevitablemente ha generado también un debate interno en torno a su esencia inicial, sus necesidades y su futuro.

Autogestión no siempre significa gestión asamblearia, pero sí parece el método de funcionamiento que se impone cuando se trata de llegar a acuerdos entre los socios (y en un grupo, también cada miembro actúa como tal). De este modo, la autogestión plantea un modo de toma de decisiones horizontal, democrático y alejado de otros modelos impuestos por las inercias capitalistas. Al mismo

tiempo, resulta muy complicado eludir las dinámicas de un sistema que se impone de manera casi inconsciente y que, en muchos casos, obliga a jugar según sus reglas. En esa contradicción entre la independencia de gestión y la convivencia con un sistema que se cuestiona, pero apenas permite la confrontación en igualdad de condiciones, es donde se desarrolla una escena en permanente evolución, con un componente de idealismo que no debe confundirse con ingenuidad (aunque, a veces, forme también parte de la ecuación) y que se basa en una fuerza de trabajo difícilmente cuantificable, que escapa siempre que puede de las lógicas de mercado para buscar un territorio propio en el que el crecimiento cultural, la pasión por la creación artística y su difusión y la supervivencia al margen de las concesiones pueda ser una realidad tangible.

## BIBLIOGRAFÍA

- Byrne, D. (2012). *How music works*. Canongate Press.
- Gillett, C. (1996). *The sound of the city: The rise of rock and roll*. Souvenir Press Ltd.
- Guillot, E. (2018). *Miles de muchachos: Una crónica oral del punk en València*. Institut Valencià de Cultura, Generalitat Valenciana.
- Navarro, H. (2018). *Interterror: Historia de un grupo de culto en la València punk*. Per(r)ucho.
- O'Hara, C. (1999). *The philosophy of punk: More than noise*. AK Press.
- Rock, M. (1994). *Manolo Rock en la Valencia subterránea 1980/1990*. El Gato Suicida.
- Rubio, A., & Sanjuan, H. (2007). *Del Sud: El País Valencià al ritme dels Obrint Pas*. Mina.
- Santamaría, A. (2022). *El lugar sin límites: Música, nihilismo y políticas del desastre en tiempos del amanecer neoliberal*. Akal.
- Savage, J. (1991). *England's dreaming: The Sex Pistols and punk rock*. Faber & Faber.
- Turner, C. (2001). *The Riot Grrrl movement: The feminism of a new generation*. The Rosen Publishing Group.
- VV. AA. (2004). *Historia del rock en la Comunidad Valenciana: 50 años en la colonia mediterránea*. AvantPress.
- Yonnet, P. (1986). *Jeux, modes et masses*. Éditions Gallimard.





## *Biografías de las autoras y autores*

**Raúl Abeledo Sanchis (París, 1973).** Director Académico del Observatori cultural de la Universitat de València (UV). Doctor en Ciencias Económicas y Máster en Estrategias y Gestión Ambiental por la UV. Su área de investigación integra el desarrollo local, la sostenibilidad ambiental y la planificación cultural. Ha sido coordinador de proyectos europeos del área de investigación en Economía de la Cultura y Turismo de la UV (Econcult) desde 2006 hasta 2020. Ha dirigido como investigador principal numerosos proyectos competitivos financiados con fondos europeos FEDER y Horizon 2020. Es miembro de la Mesa de trabajo de Cultura de la Red Española de Desarrollo Sostenible (REDS). Desde 2024 integra el equipo de personas expertas que elaborarán con metodologías colaborativas el Plan de Derechos Culturales del Ministerio de Cultura.

**Jazmín Beirak Ulanosky (Madrid, 1978).** Política, historiadora del arte, gestora cultural e investigadora en políticas culturales. Desde marzo de 2024 es la directora de Derechos Culturales en el Ministerio de Cultura de España. Diputada (Más Madrid) en la Asamblea de Madrid desde 2015. Licenciada en Historia y Teoría del Arte y diplomada en Estudios Avanzados en Historia por la Universidad Autónoma de Madrid. Ha participado en diversos proyectos de investigación como Arte y Transición (Brumaria, 2012) u Horizontes del Arte en España (YGBArt, 2013), ambos en colaboración con el Museo Nacional Centro de Arte Reina Sofía. Como gestora cultural, ha trabajado en el Museo de la Biblioteca Nacional de España con funciones de comisariado, didáctica y gestión de actividades. Su última publicación es «Cultura Ingobernable» (Ariel, 2022), sobre cultura y políticas culturales.

**Rocío Benavent Méndez (València, 1983).** Gestora cultural en la empresa Salтарinas, investigadora y docente, es miembro del grupo

de investigación Animación UPV de la Universitat Politècnica de València. Licenciada en Comunicación Audiovisual, realizó una estancia Erasmus en la NHTV de Breda-Holanda en 2006 y obtuvo la beca Promoe UAEM de México en 2007. En 2011 concluyó estudios de Fotografía Artística en la EASD e inició el Doctorado en Industrias Culturales en la UPV en 2015. Sus líneas de investigación son los festivales de animación y el papel de la mujer en la animación, la coeducación, y la animación para transformar el mundo. Inició su producción en el campo de la animación con su primer cortometraje de plastilina en *stop motion* El origen de las Estrellas (2007) pero no fue hasta el cortometraje Todo Bien (2023) donde se inició como productora ejecutiva, siendo nominada a la 32ª edición de los premios Goya en 2024.

**Antonia Blau (Berlín, 1983).** Directora del Goethe-Institut Madrid. Entre 2015 y 2020 dirigió la oficina para la Unión Europea del Goethe-Institut en Bruselas, donde adquirió experiencia en numerosos programas europeos en los ámbitos de la cultura, la educación, la sociedad civil y la juventud. Anteriormente, estableció una oficina de enlace para el Goethe-Institut en Marsella en el marco de la Capital Europea de la Cultura Marsella-Provenza 2013. Es licenciada en Literatura Americana, Literatura Alemana y Ciencias Políticas de la Universidad Libre de Berlín y realizó su doctorado sobre políticas culturales transnacionales en las universidades de Aix-Marsella (Francia) y Hildesheim (Alemania). Sus investigaciones buscan puntos de conexión entre la política, el arte y la cultura en un contexto internacional.

**Lluís Bonet Agustí (Barcelona, 1959).** Director del programa de gestión cultural de la Universidad de Barcelona, es experto en economía, política y gestión de la cultura. Coordinador de diversos proyectos internacionales de investigación y de cooperación cultural, ha sido investigador invitado del Massachusetts Institute of Technology y la Universidad de Montpellier. Miembro del consejo de diversas organizaciones culturales, revistas académicas y jurados

internacionales, ha dado conferencias en más de 50 países distintos. Distinguido con el premio de investigación del CAC y el ENCATC Outstanding Contribution Laureate.

**Francisco Collado Cerveró (València, 1966).** Licenciado en Geografía e Historia por la Universitat de València, técnico en Biblioteconomía y en Fotografía artística. Responsable de la Biblioteca de la Facultad de Bellas Artes de la Universitat Politècnica de València. Desde los años 90 gestiona el Centro de Documentación Antagonista que, en 2016, pasó a formar parte de El Punt, Espai de Lliure Aprentatge en València, una biblioteca y centro de documentación sobre movimientos sociales. Como autor, ha publicado *Abriendo puertas. Okupaciones en València (1988-2006)* (La Burbuja, 2007); *Un país en el desert: per entendre el conflicte sahrauí* (del Bullent, 2010), *Homes del bosc: una història del maquis = Los del monte: Una historia del Maquis* (2014) y *Rutes per la València anarquista* (El Punt, 2021).

**Eduardo Guillot Hevia (València, 1967).** Periodista especializado en Cultura. Ha colaborado durante tres décadas en diferentes medios como Rockdelux, Levante EMV o Culturplaza. Desde 2018, es director artístico del festival Mostra de València-Cinema del Mediterrani. Ha sido programador internacional de los festivales Abycine (Albacete) y Cinema Jove (València). Entre 2000 y 2005 integró el equipo de programación de la Filmoteca de València. Desde 2016 es tutor en Talents Guadalajara, México. Autor de una veintena de libros sobre cine y música, entre los más recientes figuran *Sueños eléctricos. 50 películas fundamentales de la cultura rock* (UOC, 2016) y *Miles de muchachos: una crónica oral del punk en Valencia* (IVC-GVA, 2018) en el que reivindica la escena punk valenciana.

**Marcia Jadue Boeri (Santiago de Chile, 1979).** Técnica de gestión del Observatori cultural de la Universitat de València. Licenciada en Teatro y Actriz de la P. Universidad Católica de Chile. MBA en Empresas e Instituciones Culturales de la Universidad de Salamanca

y Máster de Gestión Cultural de la Universitat de València. Ha trabajado en producción, programación y mediación en artes escénicas. También ha asesorado a organizaciones y agentes culturales en planificación estratégica y ha colaborado con el Ministerio de las Artes, las Culturas y el Patrimonio de Chile como evaluadora de proyectos. Desde 2022 cursa el programa de Doctorado en Ciencias Sociales de la Universitat de València, formación en la que enmarca una investigación en torno al rol de las subvenciones por concurrencia competitiva como herramientas de la política cultural en contextos de desigualdad estructural.

**Pau Rausell Köster (Gandia, 1966).** Economista y profesor del Departamento de Economía Aplicada de la Universitat de València (UV). En 1999 crea el área de investigación en Economía de la Cultura y Turismo de la UV (Econcult) donde ejerce como director hasta la fecha. Ha publicado numerosos libros y artículos en revistas especializadas y en la prensa sobre Cultura y Desarrollo. De forma regular participa en seminarios nacionales e internacionales impartiendo conferencias sobre temáticas vinculadas con las ciudades creativas, la innovación o el impacto económico y social de la cultura. Ha liderado y colaborado con proyectos competitivos nacionales y europeos y ha contribuido a la coordinación de las candidaturas exitosas de València a Capital Mundial del Diseño y a Ciudad Creativa UNESCO.



El tercer volumen editado por el Observatori Cultural de la Universitat de València aborda cuestiones urgentes y significativas para los sectores cultural y creativo. Bajo la mirada de personas expertas y de reconocida trayectoria, reflexiona sobre las intersecciones entre cultura y política, con especial énfasis en el ejercicio contemporáneo de los derechos culturales y los riesgos de la instrumentalización política de la cultura. También, comparte la experiencia de proyectos que han dado el salto a la internacionalización, desvelando las estrategias con las que sus responsables han sorteado los complejos desafíos que conlleva. Igualmente, da voz a iniciativas de alcance local poniendo de relieve la significación histórica de espacios alternativos que, apoyados en modelos de gestión autónoma, han colaborado con la supervivencia de los ecosistemas de proximidad y la construcción de identidades comunitarias.

VNIVERSITAT  
DE VALÈNCIA

525  
anys  
1499 2024

UVcultura  
OBSERVATORI CULTURAL

Fundació General  
VNIVERSITAT DE VALÈNCIA



AJUNTAMENT  
DE VALÈNCIA



CULTURAL VALÈNCIA