

UNIVERSITAT POLITÈCNICA DE VALÈNCIA



UNIVERSITAT
POLITÈCNICA
DE VALÈNCIA



TRABAJO FINAL DE MÁSTER

Máster Oficial Interuniversitario en Gestión Cultural

TÍTULO: La cultura como actitud y como medio para una revolución de la conciencia.

Dirigido por: Vicent Giménez Chornet

Presentado por: Lucas Ruvira Palau

CURSO: 2015-2016

INDICE

1. CAPÍTULO. Determinación del ámbito cultural	9
1.1. Determinación de los mecanismos de la acción cultural y los agentes que actúan en esta.	10
1.1.1. Teoría general de Campos	10
1.1.2. Teoría de campos aplicada a la cultura	12
1.1.3. Tipos de agentes culturales	15
1.1.4. Instituciones culturales, competencias.....	22
1.1.5. Programación cultural.....	23
1.2 Aportaciones de la cultura a la sociedad.....	25
1.2.1 Impacto económico	26
1.2.2 Impacto educativo (simbólico)	28
2. CAPÍTULO. Cuestiones determinantes.....	35
2.1. Elementos confluyentes.....	36
2.1.1. Un apunte sobre la globalización.....	36
2.1.2. Un cambio de conciencia	40
2.2. Algunas perspectivas sobre la cultura	42
2.2.1. La cultura como una actitud	42
2.2.2. Ocio y cultura	44
2.2.3. Cultura y educación.	49
2.2.4. La función del Arte.....	53
2.2.5. Universidades Populares y otros casos	55
2.3. Algunas conclusiones.....	57
3. CAPÍTULO. Propuesta de Proyecto Circuito-Crece	61
3. 1. Una descripción general del proyecto.....	61
3.1.1 ¿Qué es?.....	61
3.1.2 Su necesidad y su finalidad	61
3.1.3 Acciones.....	64
3. 2. Estructura del proyecto.....	66
3.2.1 Equipos y alianzas	66

3.2.2 Destinatarios objetivos	67
3.2.3 Objetivos de acción.....	68
3.2.4 Organización y estructura.....	68
3.2.5 Medios y tecnología	83
3.2.6 Recursos relacionales.....	84
3.2.7 Relación con los “usuarios”	84
3.2.8 Métricas y encuestas de evaluación.....	85
3.2.9 Estimación económica.....	88
3.2.10 Colaboradores	92
3.2.11 Cronograma	93
3.3 DAFO.....	99
4. CAPÍTULO – Conclusión	101
BIBLIOGRAFÍA	105
ANEXO 1.....	107
ANEXO 2.....	108
ANEXO 3.....	109

INDICES TABLAS

1. Cuadro de organización de grupos y departamentos.....	70
2. Cuadro de bloques de actividades por género	71
3. Cuadro de secciones de materias de cada una de los bloques	72
4. Encuestas a los usuarios.....	85
5. Encuestas a los responsables de los espacios.....	86
6. Encuesta de autoevaluación.....	87
7. Hoja de cálculo de gastos del Circuito-Crece.....	88
8. Hoja de cálculo de ingresos por socios del Circuito-Crece.....	90
9. Hoja de cálculo de ingresos de ayudas y patrocinadores del Circuito-Crece.	91
10. Cuadro balance total de ingresos, gastos y beneficios.....	91
11. Hoja de cálculo de colaboradores del Circuito-Crece.....	92
12. Cuadro de pre-producción Circuito-Crece.....	93
13. Cuadro de producción Circuito-Crece.....	96

INDICES IMÁGENES

1. Diagrama de sistema de relaciones de producción.....	14
2. Diagrama sobre la distinción de técnicos culturales.....	17
3. Diagrama del ámbito académico y profesional de la gestión cultural.....	19
4. Diagrama de clases de creadores.....	21
5. Diagrama circuito de secciones por espacios y por meses.....	73
6. Mapa de la ciudad de Valencia con los primeros 10 espacios.....	81

Resumen (español)

En el presente trabajo hemos analizado las estructuras y las acciones culturales, y las hemos contrastado con los objetivos y los valores de la cultura. Habiendo contextualizando, hemos concluido con que la acción cultural, aun siendo un nutriente básico para el desarrollo de la sociedad, podría amplificar sus beneficios simbólicos y sus repercusiones ampliando su rango de acción. Siendo la cultura un medio básico para la educación social, creemos que sus competencias debieran extenderse a la transmisión de conocimientos humanísticos al igual que nociones importantes sobre el sistema actual.

Para finalizar, hemos propuesto un proyecto que puede hacer frente a este problema, ofreciendo conocimientos sobre diferentes competencias en un circuito de espacios culturales.

Palabras clave

Educación cultural, espacios culturales, conocimientos humanísticos, nuevas competencias culturales, objetivos simbólicos de la cultura.

Abstract

In this paper we have analyzed the cultural structures and cultural activities, and we contrasted with the objectives and values of culture. Having contextualizing, we have concluded that cultural action, although being a basic nutrient for the development of society, may amplify its symbolic benefits and its impact amplifying its range of action. Culture being a basic medium for social education, we believe that its powers should be extended to the transmission of humanistic knowledge as important notions about the current system.

Finally, we proposed a project that can deal with this problem, providing knowledge about different skills in a circuit of cultural spaces.

Key Words

Cultural education, cultural spaces, humanistic knowledge, new cultural skills, symbolic targets of culture.

INTRODUCCIÓN

Consideramos primordial, al abordar la materia que proponemos, como con cualquier otra, introducir el contexto desde el cual la vamos a tratar y centrar nuestros objetivos, así como la forma en que esta se inserta en un más amplio discurso. En el primer capítulo acotaremos el concepto de acción cultural en un campo específico, considerando sus reglas, así como lo que vamos a denominar sus agentes, tales como las instituciones. Es por ello que como ayuda metodológica recurriremos a la "Teoría de los Campos" desarrollada por Pierre Bourdieu. Esto nos permitirá evidenciar aspectos como los diferentes agentes del ámbito de la cultura, las instituciones, los conflictos, las acciones culturales y así como sus límites.

Bourdieu en su trabajo sociológico estudia la vinculación de las relaciones sociales con los fenómenos culturales, centrándose principalmente en las formas por la que la cultura es identificada, apreciada y consumida por los diferentes sectores y clases sociales. Sin embargo, a lo largo de nuestro trabajo nos vamos a centrar con más intensidad en el otro polo, es decir, en el fenómeno de producción cultural, en la parte más profesional, por así decirlo, que no en su consumo social. Su mismo esquema metodológico nos será útil para observar (de manera general) las relaciones entre lo que denominaremos agentes culturales, entre los cuales encontraremos diferentes tipologías incluyendo las instituciones. No obstante, y en base a esto último, intentaremos subrayar el importante papel de la acción cultural en la sociedad, centrándonos básicamente en dos facetas de ésta: la económica y la educativa. Facetas que son identificadas generalmente como factores socioeconómicos y factores simbólicos de la cultura.

Ya que este trabajo se centrará en determinar el ámbito de la cultura y en ofrecer un aporte constructivo, hay unas de las primeras cuestiones que no podemos obviar: "¿Qué es cultura? O ¿Qué consideramos que es cultura? O ¿Qué nos conviene que sea cultura?" Las respuestas son múltiples, como los puntos de vista, los paradigmas e incluso los intereses desde los cuales sean abordadas las respuestas. Pero para tomar un punto de partida más allá de las que pudiera plantear la antropología, la

economía, la sociología o la historia partiremos de una definición consensuada que no es sino la definición aportada por la UNESCO.

Sin embargo, también haremos referencia, ya como juicio de valor, a cómo diferentes prácticas culturales basadas en determinadas políticas, centrándose en la idea de producción/consumo artístico, han relegado una función que podríamos denominar "saber cultural" por otras concepciones más manejables y prácticas de la finalidad cultural. Es decir, aquellas que nos aleja del interés *per se* del conocimiento y nos acerca a un interés más lúdico. De todo ello introduciremos alguna reflexión ocasional entre lo lúdico u ocioso *versus* lo enriquecedor y/o cultural.

Por medio de este mapa del "mundo" cultural que pretendemos dibujar, de presentar las diferentes perspectivas, su amplitud, sus leyes y sus relaciones, pretendemos reflejar las conexiones existentes e inexistentes y necesarias entre lo que denominaremos los diferentes "sub-campos" de la cultura, es decir, las relaciones entre los sub-campos artísticos de creación (artes plásticas, escénicas, audiovisuales, literatura...) y los sub-campos perteneciente a la gestión (profesionales, la productores, distribuidores, instituciones públicas y privadas...)

Finalmente, en el proyecto introduciremos el aspecto crucial de este trabajo, una propuesta, una aportación organizativa para la práctica de la gestión cultural que consideramos interesante y creemos que puede contribuir, si no a un nuevo modelo de gestión, al menos a la mejora y al incremento del valor participativo de los que hoy circulan, además de potenciar la conciencia cultural y la creatividad. Pero no terminaremos este capítulo sin apelar a otros aspectos y situaciones históricas sociales actuales y el problema de la pérdida de conciencia crítica. Esto nos llevaría a un intentar constatar si, como se predica últimamente, se está operando un cambio de paradigma y una inversión del orden las prioridades. Si la educación era el campo que incitaba la cultura, ahora es la cultura la que debe incitar a la educación, al conocimiento.

OBJETIVOS

- Analizar si la acción cultural puede amplificarse y servir como una vía para enriquecer aún más al individuo y para el desarrollo social.
- Identificar las estructuras culturales de la actualidad y su proceder.
- Valorar las implicaciones sociales e individuales del concepto de "cultura"
- Proponer un proyecto para amplificar, dar sentido y dirección al valor simbólico de la cultura.

METODOLOGÍA

- Utilización de la teoría de Campos de Pierre Bourdieu como instrumento para determinar las estructuras y procedimientos profesionales de la cultura
- Investigación bibliográfica para extraer conceptos y contrastar con la cultura actual, en el contexto global.
- Uso de la metodología CANVAS para la propuesta del proyecto.

1. CAPÍTULO. Determinación del ámbito cultural

Objetivos e intenciones primer capítulo

En este primer capítulo presentaremos un mapa conceptual sobre la estructura laboral y profesional del campo de la cultura. Esto nos ofrecerá una guía de los mecanismos operativos, instituciones y profesionales del sector. Una vez dispongamos de este mapa, un esquema general del campo y sus implicaciones, podremos determinar (en un capítulo posterior) algunos posibles problemas generados en y a través de este.

Siendo el ámbito de la cultura tan amplio, hemos propuesto, a modo de metodología el esquema sobre la Teoría de Campos de Pierre Bourdieu, de esta forma, se visualizan más claramente los diferentes sectores y agentes de este campo. Con ello pretendemos aportar una perspectiva general más amplia, pues creemos que desde este enfoque pueden surgir nuevas claridades.

No sería correcto empezar sin una definición de "cultura", no obstante, acotaremos esta vía a fin de concretar el ámbito al que nos circunscribimos. Es por eso que, obviando que el término "cultura" cuenta con diversas acepciones según cada una de los contextos lingüísticos que abarca, nos limitaremos a una general, la aportada por la UNESCO:

"...la cultura puede considerarse actualmente como el conjunto de los rasgos distintivos, espirituales y materiales, intelectuales y afectivos que caracterizan a una sociedad o un grupo social. Ella engloba, además de las artes y las letras, los modos de vida, los derechos fundamentales al ser humano, los sistemas de valores, las tradiciones y las creencias y que la cultura da al hombre la capacidad de reflexionar sobre sí mismo. Es ella la que hace de nosotros seres específicamente humanos, racionales, críticos y éticamente comprometidos. A través de ella discernimos los valores y efectuamos opciones. A través de ella el hombre se expresa, toma conciencia de sí mismo, se reconoce como un proyecto inacabado, pone en cuestión sus propias realizaciones, busca incansablemente nuevas significaciones, y crea obras que lo trascienden."
(UNESCO 1982)

Estas últimas líneas subrayadas formarán parte del argumento principal de este trabajo, la cultura como una actitud.

1.1. **Determinación de los mecanismos de la acción cultural y los agentes que actúan en esta.**

1.1.1. Teoría general de Campos

Consideramos que la "Teoría de los Campos" de Bourdieu, nos brinda una metodología muy adecuada para exponer algunas apreciaciones sobre el contexto actual de la cultura. Esta "teoría de campos" es principalmente un método de

observación y comparación. Así, creemos que, comparar el campo de la cultura con el de otros campos, es interesante para el presente trabajo puesto que nos proporciona una visión contrastada acerca de su naturaleza y por tanto más fácil de valorar.

"En la sociología de Pierre Bourdieu, un campo es un espacio social de acción y de influencia en el que confluyen relaciones sociales determinadas. Estas relaciones quedan definidas por la posesión o producción de una forma específica de capital, propia del campo en cuestión. Cada campo es —en mayor o menor medida— autónomo; la posición dominante o dominada de los participantes en el interior del campo depende en algún grado de las reglas específicas del mismo. El conjunto estructurado de los campos, que incluye sus influencias recíprocas y las relaciones de dominación entre ellos, define la estructura social."

Un campo puede definirse como un espacio ocupado principalmente por una disciplina con todos los factores (agentes e instituciones) que implica. En todos estos existen unas relaciones entre los agentes y las instituciones. "En todo campo encontramos una lucha, cuyas formas específicas hay que investigar en cada caso, entre el nuevo ingresado, que trata de saltar los cerrojos de la cuota de ingreso, y el dominante, que trata de defender el monopolio y de excluir la competencia..." (Bourdieu 1990)

Es por eso que existe un "juego" dentro de cada campo y personas dispuestas a jugar, personas dotadas de los conocimientos de las reglas del juego en cuestión, lo que Bourdieu llama "habitus". Anexo 1¹

El "**hábitus**" (Bourdieu 1991), tal y como señala Pierre Bourdieu en su escrito "Algunas propiedades de los Campos" es una relación de pertenencia inconsciente entre el agente y el campo al que pertenece. Se dice que todas las personas están

¹ Diagrama representativo de elaboración propia según el Capítulo 9, Algunas propiedades de los Campos, Pierre Bourdieu.

relacionadas dentro de un mismo campo por que persiguen la misma serie de intereses fundamentales. Obtener más poder dentro de cada campo significa conocer más a fondo los conocimientos de este campo, es decir, la historia, la actualidad, no obstante, es un efecto automático de pertenencia al campo.

"...esta transformación sistemática de los problemas y los temas no es el producto de una búsqueda consciente (y calculada, cínica), sino un efecto automático de la pertenencia al campo y el dominio de la historia específica del campo que esa pertenencia implica. Ser filósofo es dominar lo que hay que dominar de la historia de la filosofía para saber comportarse como filósofo en un campo filosófico."

Como observamos en el dibujo del anexo 1, generalmente el campo está compuesto por diferentes clases de agentes (los que están unidos directamente con la institución), agentes independientes, pequeños colectivos y agentes ligados a otro tipo de empresas. Todos y cada uno de ellos conoce y practica las reglas del juego, ya sea por los conocimientos de su profesión como por un inevitable interés.

Los agentes de un campo están relacionados por la búsqueda de objetivos similares. A saber, estos pueden estar movidos por diferentes tipos de capitales, bien pueden ser económicos como simbólicos, sociales o específicos. Pero inevitablemente hay una distinción que, desde el punto de vista del individuo, del colectivo o de la empresa, tiende a ser necesaria, la búsqueda de capital económico, mercado, o la de producir un beneficio social.

1.1.2. Teoría de campos aplicada a la cultura

ANEXO 2

Es evidente que la cultura no se restringe únicamente a las artes escénicas, las plásticas, las audiovisuales... sino a todo conocimiento que nos define como humanos a lo largo de nuestra evolución e historia (tal y como apunta la definición de la UNESCO). Pero en este estudio comparativo con la metodología de Bourdieu,

aplicar este espectro de lo que es cultura sería casi inabarcable. El campo de la cultura puede serlo todo, ya que cualquier otro campo, la historia de cualquier otra disciplina es considerada cultura. Por eso mismo nos vamos a centrar en la actividad cultural actual que se produce en nuestro territorio y que es objeto de atención por las instituciones. Hace años, el exministro de cultura francés Jack Lang apuntaba de forma irónica en una entrevista:

“La cultura es todo aquello que tiene una consignación en los presupuestos del Estado”

Hablamos de artes escénicas, artes plásticas, patrimonio y etnología, artes audiovisuales, museología, el mundo editorial².

Aproximándonos al campo de la cultura, como un campo más, dispone de todas las **características generales** según Bourdieu. Es decir, dispone de:

- unas relaciones sociales entorno a la posesión o producción de capital
- una especie de autonomía,
- diferentes tipos de participantes según su rol en el campo
- unas reglas específicas del mismo

Si nos centramos en las relaciones sociales entorno a la posesión o producción de capital distinguimos, dentro del campo de cultura, aquellos que producen cultura, es decir, agentes culturales (gestores, promotores, creadores...) y receptores (aquellos espectadores, lectores, estudiosos, etc.) cada uno de ellos clasificados en varios sectores [Anexo 2]

² Aunque exista un ministerio de Educación, cultura y deporte, son competencias completamente diferentes. Dentro del apartado de “cultura” de la página de dicho ministerio, encontramos que la información pertenece a los campos de: Archivos, Artes escénicas y música, bibliotecas, cine y audiovisuales, cooperación, industrias culturales y mecenazgo, infraestructuras y equipamiento, libro, museos, patrimonio cultural, promoción del Arte, Propiedad intelectual y Subsecretaría: Tauromaquia.

1 Diagrama de sistema de relaciones de producción

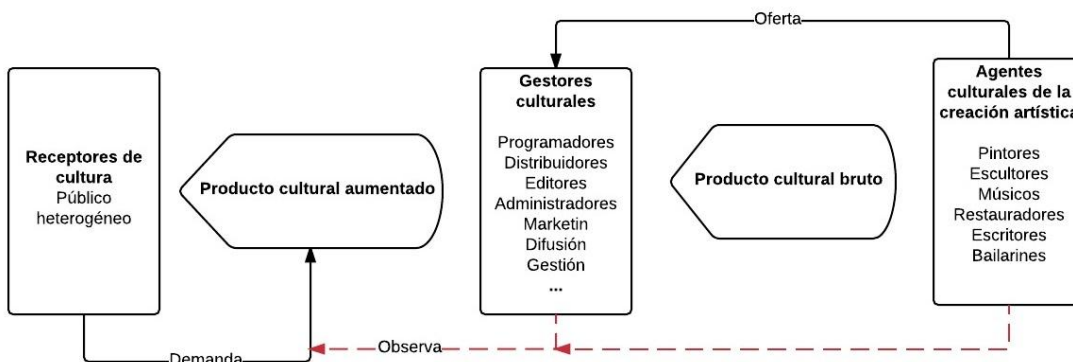


Diagrama de elaboración propia.

Respecto a su "autonomía", observamos que ésta se encuentra determinada por las especificidades de su campo y por los diferentes modos de actuación. Es decir, en las diferentes escalas en las que actúa la cultura. Ésta, a pesar de estar conectada con la economía o la política, tiene su vertiente más autónoma en cuanto que sin contar con instituciones u otros campos, se organiza y se produce a sí misma, al igual que las relaciones que se establecen en ella por sus integrantes a modo de "habitus".

A la vez dispone de varios "participantes" según su rol. En un ejercicio de acercamiento, al principio observamos únicamente dos sectores bien diferenciados:

- Agentes culturales y
- espectadores.

Pero a medida que nos vamos aproximamos, vemos que el campo de los agentes se divide nuevamente en: Creadores y técnicos³.

Este campo (al igual que otros) dispone unas normas específicas de actuación que lo diferencian de otros campos. Sabemos que el campo de la cultura es amplio y que en este existen otros sub-campos con normas o formas de actuación más

³ En este punto deberíamos detenernos puesto que "creadores" no son únicamente artistas, sino que también lo pueden ser aquellos que "crean" las condiciones y los medios necesarios para que se dé y se expanda el conocimiento cultural o artístico

específicas. En una escala de mayor a menor, dispondríamos primero del amplio campo de la cultura que abarcaría todo su espectro, y después pequeños sub-campos dentro de este con otras normas específicas de actuación o proceder. Estos sub-campos son: las artes escénicas, mundo editorial, artes plásticas, audiovisuales, patrimonio y museos, etc.

A pesar de ubicarse dentro del campo de cultura, estos sub-campos, tienen su propio "hábitus", sus propios modos de comportamiento, probablemente unos muy diferentes de otros.

A través de este mapa conceptual o marco de actuación vemos las relaciones de poder entre los diferentes agentes y las instituciones. Los "habitus" generales del campo, como los objetivos comunes son los que suelen marcar la dirección y evolución de un campo. Pero no podemos olvidar los "elementos externos" que determinan las condiciones del campo. La crisis económica, el sistema económico o determinadas políticas culturales pueden ser determinantes para el devenir de cada sector.

Teniendo ahora la estructura general de este sector nos ceñimos un poco más a los elementos que confluyen en campo de la cultura.

1.1.3. Tipos de agentes culturales (ANEXO 3)

Un agente cultural es todo sujeto que ejerce un papel sobre el ámbito cultural. Se suele hablar del agente cultural como Gestor Cultural únicamente, pero la realidad es que también son los creadores, las instituciones, los mercados y sus intermediarios...a los que consideraremos "Agentes Culturales".

"Se considera agente cultural aquellos actores (individuales, colectivos, institucionales, etc.) que concurren en un contexto determinado y en un tiempo o período definido. Los agentes culturales son el resultado del progreso de lo

individual a lo colectivo por medio de procesos de organización y estructuración social de acuerdo con los valores, tradición y las normas de su contexto. Los agentes culturales se agrupan para intervenir a partir de sus propias interpretaciones o valoraciones de la realidad para contribuir a la vida cultural de su entorno en un sentido amplio. Los agentes culturales son fundamentales para la articulación de las políticas sociales y culturales en un Estado democrático sea cual sea la ideología dominante de los gobiernos, pero también existen y funcionan al margen de las estructuras políticas. Los agentes son una variable dinámica del territorio que van cambiando y evolucionando a lo largo del tiempo de acuerdo con las condiciones de desarrollo y su distribución territorial, y representan un factor determinante para la consolidación de la intervención social y una garantía para la defensa de los principios democráticos.”(Martinell Sempere 2014)

Esta división la realizaremos según la función misma del agente cultural, es decir:

- Gestores culturales. Los técnicos culturales de ámbito general (distribución, producción...) y ámbito específico (en algún sector artístico)
- Académicos (aspirantes, investigadores y docentes)
- Creadores artísticos (músicos, pintores, actores, escritores...) y creadores de posibilidades (productores artísticos)

A lo largo de este estudio, vamos a obviar el papel de los espectadores, puesto que amplificaríamos mucho más las dimensiones de este trabajo. No obstante, ésta categoría quedará reflejada en el apartado siguiente.

Gestores culturales. Ámbito general/ámbito específico

Esta profesión está caracterizada por una gran diversidad, heterogeneidad de perfiles: numerosos sectores (teatro, artes plásticas, patrimonio, etc.) muchos niveles de responsabilidad y multiplicidad de funciones. Todo ello invita a pensar

que estamos ante una familia profesional que aglutinaría un gran número de perfiles profesionales, que se pueden caracterizar como sigue con independencia de su titularidad (pública o privada), responsabilidad, función y posición jerárquica... (Cabañés Martínez 2011)

Vemos cómo esta profesión aglutina profesiones más específicas y que pueden suponer "sub-campos" del campo de la cultura. Así pues, un gestor cultural con independencia del sector en el que trabaje, *es un profesional polivalente que tiene como tareas principales: planificar, diseñar, decidir y seleccionar materiales y grupos culturales y que generalmente asume labores de difusión, administración, representación, comercialización, producción, gestión y marketing de servicios o productos culturales.* (Bastons, M et Alt 1999)

2. Diagrama sobre la distinción de técnicos culturales

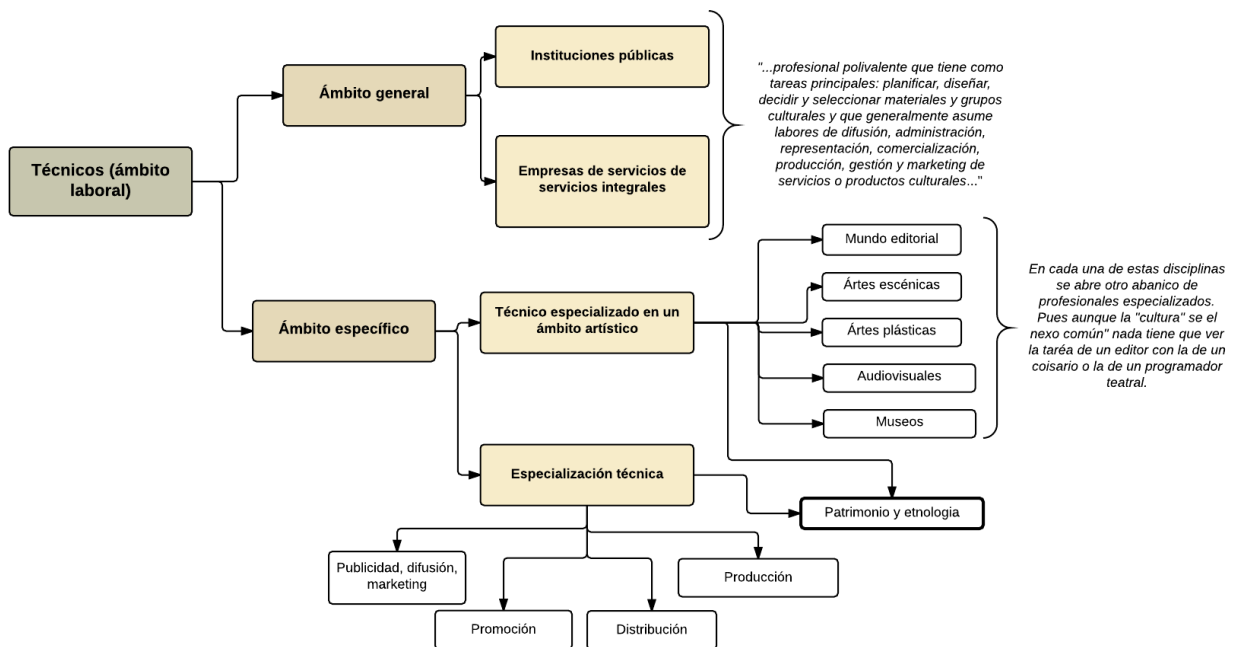


Diagrama de elaboración propia.

No podemos agrupar los sectores de la gestión cultural en sub-campos puesto que no existen con absoluta independencia porque se nutren unos de otros. Es decir, el

sector de la distribución no existe sin las instituciones o los programadores a los que se les vende un servicio o un producto y viceversa. Al igual que una productora no tiene cabida sin el producto.

No obstante, la precariedad que ha caracterizado y caracteriza estos últimos años se ha servido, y se sirve, de técnicos de cultura (gestores culturales) para diferentes funciones especializadas y que forman parte de otros campos especializados con los que el gestor o técnico cultural está relacionado. Hablamos del sector del marketing cultural, la publicidad, el diseño, el montaje, etc. Muchas veces su función queda únicamente relegada a ese sector, y, además, queda absorbido por el campo del que deriva ese sector en particular. Otras tantas, el gestor cultural tampoco es como dice la definición de Francisco Cabañés, ya que se especifica y se delimita a un sector, es decir, la distribución, la promoción, la producción, el patrimonio, etc.

Si nos fijamos aún más en este campo y en la labor real de estos agentes, nos damos cuenta que hay una división aún más interesante. Los agentes que trabajan en general y que son capaces de tocar todos los sectores, y los que están relegados a determinados sub-campos artísticos, donde si existe más independencia con el campo principal.

El campo (o sub-campo) de la literatura (compuesto por editores, escritores, distribuidores...) nada tiene que ver con el campo de las artes escénicas ni con los agentes que en ésta trabajan, podríamos decir que su *hábitus* es completamente diferente. Ambos insertos en el campo de lo que entendemos por "cultura". Y difícilmente, y aun contando con las analogías entre ambos sub-campos, un gestor dedicado e inserto en el mundo de la creación y edición literaria, sea capaz de gestionar artes escénicas o plásticas puesto que se necesita un conocimiento ulterior, un *hábitus* específico.

Dentro de la profesión del gestor cultural es inevitable que el agente se especialice en uno de los sub-campos artísticos (considerando por el momento que lo único que se considera como objeto cultural para gestionar son las artes y el patrimonio). La

realidad de estas profesiones especializadas por áreas artísticas, es que pueden ser completamente diferentes unas de otras, incluso pueden poseer su propio sistema de relaciones y de procedimientos.

Ámbito académico

3. Diagrama del ámbito académico y profesional de la gestión cultural

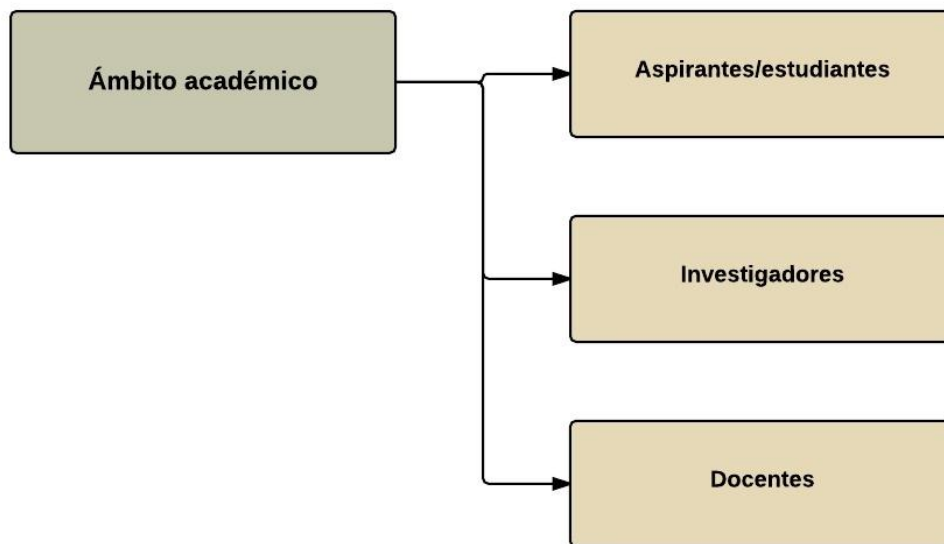


Diagrama de elaboración propia

Sector de la investigación y la formación, el cual, a pesar de estudiar las realidades y las problemáticas de la gestión cultural, tiene un *hábitus* completamente diferenciado. Aunque se establezcan algunos lazos entre la universidad y la sociedad (seminarios, ponencias, prácticas...), se cuenta con que el aspirante a gestor cultural ya parta con un determinado *hábitus* o que lo vaya a adquirir. El ámbito académico corresponde más a un ámbito teórico que tiende a nutrirse de sí mismo y a producir para sí mismo.

Tal situación es habitual casi todos los campos, la búsqueda de poder dentro del campo lleva al aspirante a conocer más sobre éste. Pero, en cambio, hay que señalar que el gestor cultural (y aun hablando solo de éste) no deviene siempre del ámbito académico, sino que se hace por medio la experiencia, de forma meritatoria. ¿Esto qué significa? ¿Existe un desequilibrio teórico-práctico entre diferentes agentes culturales, puesto que la mayoría de estos se forman sobre el terreno?

Si sumamos a esto que la profesión de gestor cultural está en un constante movimiento y avance, además de estar compuesta por muchos sectores, no hay muchos agarraderos donde asirse, y mucho menos a la hora de encontrar un modelo ideal para la representación del sector.

Para Bourdieu, un campo es un espacio de juego históricamente constituido, con instituciones específicas y con leyes de funcionamiento propias (escritas o no). Cada campo posee unas estructuras de posiciones con un "conflicto" constante entre los que ostentan el "poder" o mayor cantidad de capital (ya sea en su valor simbólico como socio-económico) y los que lo persiguen. Por tanto, existe una distribución inequitativa de bienes (capital) que a su vez depende de una estructura, una estrategia, un interés o motivación. Es decir, depende de unos objetivos específicos ligados al valor-interés en un sentido personal y social. Los agentes que confluyen en este campo tienen algo en común, su interés en algún aspecto de este campo y la búsqueda de algún tipo de capital. Su ingreso será en el momento en el que se vea inserto en los mecanismos específicos y generales del campo.

Los estudiantes (o aspirantes) aspiran alcanzar determinado "poder" o a un reconocimiento dentro del campo de su ámbito, a través de una asimilación continua de los mecanismos del juego. Según Bourdieu, la lucha es constante. Estos, dentro del campo cultural, aspirarán a ser agentes culturales del campo o un sub-campo en particular. Asimismo, éstos pueden permanecer e integrarse en la misma institución universitaria donde se formaron, la cual, y dependiendo del campo, tendrá o no relación con el mundo activo de la producción no-teórica.

Creadores

4. Diagrama de clases de creadores

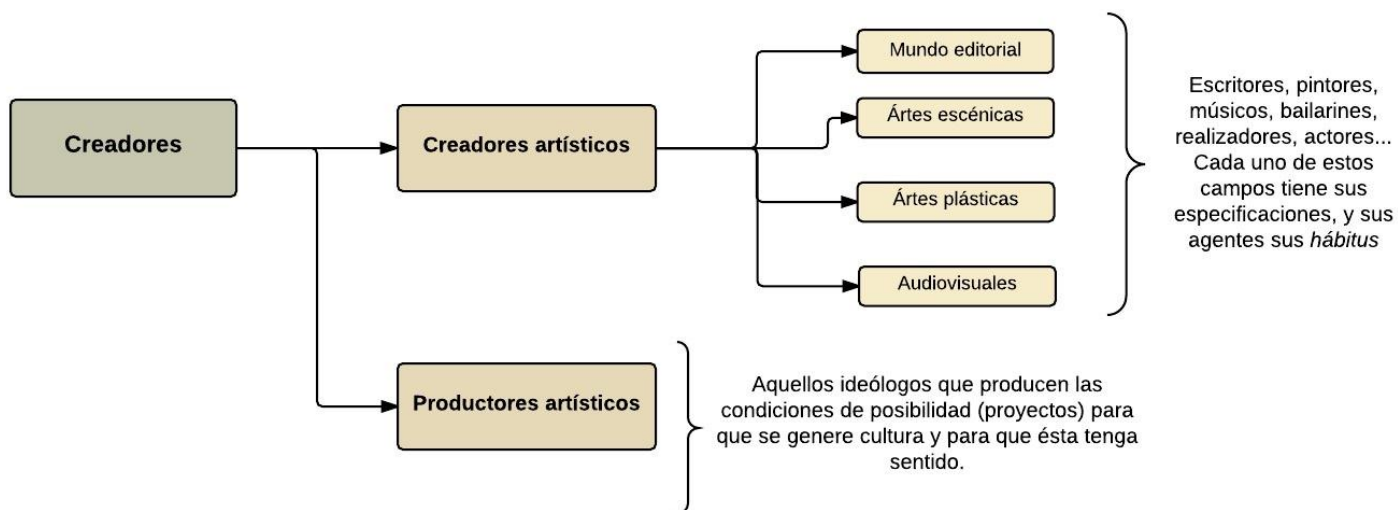


Diagrama de elaboración propia

Los creadores culturales son aquellos que crean el producto en bruto desde cada sub-campo. Si buscamos una relación entre todos ellos, lo único que encontramos es que todos ellos crean un producto cultural, el cual, aunque en muchos ámbitos, sea considerado inútil- que nace de una necesidad, ya sea existencial como de mercado, y que luego va a ser aumentado y vendido como servicio o producto.

La relación existente entre el mundo editorial, libros, o el mundo de las artes escénicas o plásticas es casi nula. Son nodos completamente independientes unos de otros. No obstante, los une una realidad social, unas políticas culturales y en muchos casos se encuentran sometidos a una única legislación y fiscalidad.

En varios casos particulares hemos podido ver como los "creadores" o "artistas" se convierten en gestores culturales por necesidad, es decir, que se auto-gestionan, se producen y se organizan. Dos claros en Valencia podrían ser los que representan:

- El colectivo de Sedajazz: músicos de jazz unidos en un mismo colectivo con una figura legal, que se auto gestionan y producen.
- Intramurs: un festival artístico de la Ciutat Vella de Valencia organizado por los artistas del barrio.

Los productores artísticos, son creativos y gestores culturales, es decir, que no producen objetos artísticos, pero si proyectos que generan las condiciones de posibilidad para que estos objetos se creen y se manifiesten. Hablamos de creadores de proyectos de alcance europeo, redes culturales, festivales interculturales, etc.

1.1.4. Instituciones culturales, competencias

Aunque el presente trabajo sería aplicable en un ámbito nacional español, al hablar de las instituciones vamos a fijarnos en el ejemplo de Valencia, aunque este mismo esquema sirve para el resto de las autonomías.

Respecto de las instituciones culturales éstas son básicamente públicas, privadas y mixtas (en el caso, p.e., de la participación pública de una fundación) Dentro de las públicas encontramos de varios tipos de instituciones culturales dependiendo de a qué tipo de administración pertenezca. Todas estas desarrollan sus políticas culturales principalmente desde los propios recursos humanos y económicos de la administración. Éstas básicamente de dan en los siguientes niveles:

- Nivel Municipal (Ayuntamiento)
- Nivel Provincial (Diputaciones)
- Nivel Autonómico (Gobiernos Autónomos)
- Estado (Ministerio/s)

Las instituciones pueden ser:

- De la misma administración (gestionada y financiada por los órganos de gobierno correspondientes)
- Organismos Autónomos (O.A.) u Organismos Autónomos Municipales (O.A.M). Estos, a pesar de aun estar parcialmente condicionados por las

partidas presupuestarias de la administración (también tienen fórmulas propias de financiación), tienen una gestión autónoma. Hablamos del Palau de la Música, de Culturarts, de la Casa de la Cultura de Burjassot, etc.

- También debemos considerar otros organismos dependientes del Estado cuya estructura facilita el cumplimiento de sus funciones. Entre ellos podríamos incluir al ACE, organismo público dedicado a impulsar y promocionar la cultura y el patrimonio de España dentro de nuestras fronteras o al INAEM, dependiente del Ministerio de Cultura para abordar políticas de Artes Escénicas y musicales.
- Fundaciones, aunque también pueden ser privadas o mixtas.
- Sociedad Mercantil pública (Castellón Cultural)

Las sociedades e instituciones culturales privadas, ya sean espacios culturales como asesorías, tienen todas las fórmulas de las empresas privadas. S.A, S.L., C.B....

Pero, asimismo, por otro lado, nos encontramos con las asociaciones culturales que forman un tejido fundamental el desarrollo cultural ya que son las más próximas a la ciudadanía y nacen de la voluntad de ésta. Estas también están tienen carácter privado, sin embargo, al ser principalmente sin ánimo de lucro y de voluntad social, muchas de sus acciones dependen frecuentemente de las ayudas de las administraciones públicas.

1.1.5. Programación cultural

De forma general, sin pretender hacer un análisis exhaustivo y viendo hacia donde se dirige principalmente la acción cultural, tomaremos como ejemplo Culturarts, Acción Cultural y la Casa de la Cultura de Burjassot de Valencia, todos ellos centros autónomos de servicio social.

Pero si estudiamos un poco sus acciones vemos otras acciones como: Conmemoraciones destacadas, exposiciones Universales e Internacionales, Citas

culturales de relevancia, Exposiciones y actividades culturales, Internacionalización de la Cultura Española, Residencias artísticas y creadores, y Programas Culturales de la Unión Europea.

Si nos fijamos en Culturarts, "Consellería d'Educació, Investigación, Cultura i Esports" de la Generalitat Valenciana, vemos que es un organismo autónomo que ofrece diferentes tipos de ayudas, pero también dispone de diversas áreas culturales, CulturArts integra y asume a través de sus subdirecciones las competencias en materia de:

- Música,
- Audiovisual y Cinematografía (IVAC),
- Teatro y Danza,
- Conservación y Restauración de Bienes Culturales (IVC+R) y
- Castelló Cultural, que conforman las subdirecciones de CulturArts.

No obstante, encontramos con otra área, la de didáctica:

"CulturArts ofrece una Programación Didáctica como complemento a la programación regular llevada a cabo durante todo el año, en la que el valor terapéutico de la música, el teatro, la danza y el arte se ofrecen a los más jóvenes.

Se trabaja conjuntamente con educadores especializados en la enseñanza de la cultura a nuevos públicos, favoreciendo una mayor integración y respeto ante la sociedad, siendo conscientes de la importancia que este tipo de actividades tiene en la formación integral de la persona"

Vemos que estos cursos didácticos dirigidos a un público principalmente infantil, tienen como objetivo general educar en las artes.

Por otro lado, pongo como ejemplo la Casa de la Cultura de Burjassot, porque de los muchos espacios culturales, y siendo también un Organismo Autónomo Municipal de Cultura, ofrece un amplio abanico de talleres y de actividades. Hay que advertir

que no es comparable con las instituciones anteriores, pues esto es un Centro Cultural Municipal de Burjassot y desarrolla una filosofía de enfoque más didáctico. Así pues, vemos un gran abanico de talleres organizados por: Salud y bienestar (yoga, Pilates...), artes plásticas, cocina, idiomas, ajedrez, nuevas tecnologías, etc. Sus actividades culturales entran en las categorías de: cine, música, teatro y exposiciones.

Como podemos contemplar, en general las actividades que se presentan en el ámbito de la cultura son principalmente relacionadas con el mundo del arte.

1.2 Aportaciones de la cultura a la sociedad

La cultura es un elemento inserto en nuestro día a día, en nuestros hábitos, y nuestras costumbres. Es el elemento de relación social en cuanto a medio de interrelación entre individuos a través de experiencias compartidas. Es mediante la música, el teatro, el cine, los mundos ficticios generados por la literatura, el diálogo con el patrimonio y con el arte legado, el intercambio de conocimientos, como el individuo y la sociedad se forman, se desarrollan y evolucionan. La cultura es el compromiso del individuo para consigo mismo y para con la sociedad. Ese valor es el denominamos simbólico.

Otro valor inevitable que adquiere la cultura es el económico, a través del cual se configura las relaciones, las leyes y los procedimientos sociales. Aunque la cultura es un cúmulo de actitudes, hábitos y actividades, éstas están insertas en la acción económica constante. Es por ello que la dimensión económica de la acción cultural sea determinante también para el desarrollo de la sociedad.

La conjunción de estos dos elementos, estos dos valores (la configuración socio-económica y la simbólica) es elemental tanto como el producto y sus efectos socio-económicos. No obstante, considero que, aunque el orden parece lógico,

actualmente es el 'medio', es decir, el medio económico, el que decide la dirección y como ha de ser el producto y no al revés.

En este apartado veremos las implicaciones de ambos valores culturales.

1.2.1 Impacto económico

Cuantificar el impacto de la cultura en el influjo económico es algo complicado. Sobre todo, porque no solo hay un impacto directo, sino que existe uno indirecto y otro inducido, además de otros impactos nada cuantificables, aunque estimablemente calificables. Cada una de estos tiene su propia metodología de análisis.

En el seno de la Unión Europea en 2006, y en el informe de la Dirección General de Educación y Cultura, se reflejaba que el sector cultural representa entre el 3% y el 6% del producto internacional bruto. En el 2009 este mismo sector cifraba un 3% del PIB español. Queda constatado que este sector, el cultural o aquel que hacen llamar "industrias creativas", es uno de los más importantes en la producción de empleo en la economía del siglo XXI.

Igualmente, y como hemos señalado, uno de los problemas que tiene este sector para medir su impacto son las dificultades de acceso de información secundaria. Pero ¿por qué?

Porque a través de las actividades culturales no solo se genera una movilización de recursos, ya sea por contratación de suministros, trabajadores y servicios, sino que repercute en la economía local, el turismo y las repercusiones que tiene todo esto, es decir, una reactivación económica.

Como afirmaba Luis Bonet (2001) "el análisis de los impactos económicos de las políticas culturales es especialmente útil pues se centra en el gasto efectuado en un territorio determinado por el conjunto de agentes involucrados en la actividad cultural de la que pretende medirse el impacto."

De esta forma, los gobierno y, por ende, los programadores culturales, pueden evaluar el impacto económico de su inversión en una determinada actividad, en términos de coste de oportunidad, comparando la misma con la resultante de sumar los gastos directos, indirectos e inducidos generados por los distintos agentes relacionados con la actividad." (Sánchez Gardey 2014)

Como decíamos, no solo hay impacto económico de la cultura, sino que hay tres.

Impacto Directo: Se refiere a un impacto directo en la demanda de las empresas, locales, e incluye cachés, alquileres, montajes, todo lo que tiene que ver con la facturación de empresas de varios sectores e industrias culturales. Otra repercusión es la que produce el número importante de espectadores, y la relación directa con la economía local.

Impacto Indirecto: éste es el que viene derivado en la actividad de las diferentes empresas, es decir, los consumos de estas empresas.

Impacto inducido: Este impacto es lo que se deriva del empleo de los trabajadores y el incremento en su poder adquisitivo y lo que esto beneficia a la localidad.

No obstante, y a pesar de la metodología de cada uno de estos estudios, no todo queda reflejado en presupuestos o declaraciones. Lamentablemente, un gran porcentaje del movimiento económico relacionado con la cultura se realiza extra-administrativamente, al margen de la fiscalidad.

Pero ya no solo es el impacto producido por las actividades culturales lo que más resalta a nivel económico, sino lo que la creatividad y el desarrollo producen en la sociedad y que se refleja en varios tipos de valores, ya sea económico como social, simbólico o relacional. En este caso hablamos de las repercusiones del desarrollo sostenible.

“La creatividad está en el origen de la cultura, que a su vez crea un entorno que permite el florecimiento de la creatividad; y la creatividad, a su vez, está en el origen de la innovación – entendida como como una exportación exitosa

de las nuevas ideas, expresiones y formas, y como un proceso que desarrolla nuevos productos, nuevos servicios y nuevas formas de empresas en funcionamiento o nuevas formas de responder a las necesidades sociales. La creatividad es por tanto de gran importancia para la capacidad innovadora de los ciudadanos, así como de organizaciones, empresas y sociedades. La cultura, la creatividad, y la innovación son vitales para la competitividad y el desarrollo de nuestras economías y nuestras sociedades, y son tanto más importantes en tiempos de cambios rápidos y serios problemas... así pues nos desvela una vez más, su capacidad para activar, a través de la innovación, de procesos de crecimiento económico y por ende su desarrollo.”(Rausell 2012)

1.2.2 Impacto educativo (simbólico)

¿Qué impacto tiene la cultura en el ser humano? ¿Cómo lo enriquece? Si bien hablábamos de cultura ateniéndonos a la definición que antes anticipamos de la UNESCO como más universal, en ésta se subraya que “nos reconoce como humanos y como un proyecto inacabado en constante desarrollo...”

En este punto hay que tener en cuenta que cuando hablamos de cultura nos hemos referido a:

- Artes plásticas
- Artes Escénicas
- Audiovisual y multimedia
- Mundo editorial (libros y prensa)
- Patrimonio, archivos y multimedia
- Interdisciplinar

Quizá lo más relevante sea que las artes en su más amplia acepción enriquecen al ser humano de muchas formas. Nuccio Ordine, en su libro “La utilidad de lo inútil”

crítica de forma exhaustiva y contundente el desdeñable intento por industrializar y mercantilizar lo poco que queda de cultura por la nueva era del capitalismo ensimismado. Este autor, además de su crítica, nos recuerda lo importante que resulta la cultura, refiriéndose a ésta en el sentido de todo el conocimiento que nos conforma como humanos, es decir, nuestra historia, nuestras artes, nuestros avances y nuestras reflexiones. *"La necesidad de imaginar, de crear es tan fundamental como lo es respirar"* (Ordine 2013)

En otras ocasiones relaciona el saber-cultural, lo que llama sarcásticamente "lo inútil", la salvación del hombre.

"...en momentos de crisis económica, cuando las tentaciones del utilitarismo y del más siniestro egoísmo parecen ser la única estrella y la única ancla de salvación, es necesario entender que las actividades que no sirven para nada podrían ayudarnos a escapar de la prisión, a salvarnos de la asfixia, a transformar una vida plana, una no-vida, en una vida fluida y dinámica, una vida orientada por la 'curiositas' respecto al espíritu y las cosas mundanas"

Vemos que gran parte de las disciplinas culturales citadas son artísticas, a excepción de un gran porcentaje de ensayos dentro del mundo editorial. Y cuando hablamos de enriquecimiento desde el/los lenguajes artísticos, hablamos de un enriquecimiento indirecto tanto en formas, interpretaciones, analogías, simbologías... en un conocimiento que nos recuerda al sentido de *mythos*. (Eliade 1991) El conocimiento se nos revela a través de una experiencia ficticia, a través de la imaginación, la intuición adiestrada y el sentimiento. Y aunque no parezca tener sentido y en muchos casos sea tachada de inútil, su papel es imprescindible y su utilidad inabarcable.

Pero a través de la cultura, de las artes, también se presentan indirectamente formas de existencias pasadas, más allá del tiempo y del espacio que nos ayudan a comprendernos a nosotros mismos, a ejercitar involuntariamente la empatía, a

fortalecer lazos sociales, y a abarcar un mayor número de perspectivas y de lenguajes.

Hablamos de riqueza en capital simbólico, relacional y cultural, y en lo que esto deriva. La cultura en este aspecto fortalece tanto los valores sociales, como la comprensión, y nos ofrece, a raíz de esto, una ampliación de perspectivas, una mayor empatía y la capacidad de cuestionarnos y hacernos extremadamente críticos. Esto nos ofrece una resistencia contra la xenofobia, el machismo, la homofobia, y un sinfín de fobias y rechazos que nos retraen, nos limitan y nos empujan al odio y la aversión.

Pero ¿Hasta qué punto nos enriquece la cultura hoy en día?

Muchos señalan que hoy en día la cultura se encuentra en un punto homeostático. Es decir, que, aunque transporte un valor intrínseco, se encuentra proporcionalmente más ligada al ocio que al interés o al conocimiento que subyace a ésta. Así pues, ha perdido gran parte de su faceta de estimulante intelectual para convertirse en algo destinado a relajar. Como señala Zygmunt Bauman

"...la cultura dejaba de ser un estimulante para transformarse en tranquilizante, dejaba de ser el arsenal de una revolución moderna para transformarse en un depósito de productos conservantes. (Bauman 2013)

La cultura ha entrado en la espiral productiva del mismo sistema convirtiéndose en un saber completamente inútil y desautorizado.

"...la cultura al servicio del status quo, de la reproducción monótona de la sociedad y el mantenimiento del equilibrio del sistema, justo antes de la inevitable pérdida de posición, que se aproximaba a paso redoblado" (Bauman 2013)

Una de las Áreas de Investigación en Economía de la Cultura y Turismo de la U.V. Econcult, de importante prestigio y que además ha sido el responsable del estudio previo a la redacción del Plan Estratégico de Cultura de Valencia 2016-2020 de la

Generalitat Valenciana, desarrolla en un artículo titulado *"Una mirada desde la voluntad de transformar la realidad"* un análisis del valor simbólico desde un punto de vista económico. Esta perspectiva económica sobre el valor simbólico de la cultura, desde nuestra opinión y como veremos reflejados en los siguientes puntos, pone de manifiesto que este valor simbólico de la cultura (el conocimiento que entraña y su papel como un educador social) no es más que un elemento diferencial entre productos y características, que ofrecen una "especial dimensión" *en términos de nuevas formas de consumo y de producción*. Es decir, tal valor supone fundamentalmente un incremento del que ya tiene en tanto que producto en su vertiente económica. Los aspectos que subrayan de mayor interés en el aspecto simbólico de la cultura son los siguientes:

- *El valor de los bienes de información reside en sus contenidos expresivos (estéticos, simbólicos y sociales).*
- *Se observa una creciente interacción entre el valor inmaterial y material del producto (relación entre el signo y el objeto). La influencia del primer aspecto como determinante del segundo es cada vez mayor. Los recursos simbólicos aportan valor inmaterial al diseño de producto, incrementando su valor final.*
- *Desde la perspectiva de la soberanía y empoderamiento del consumidor, los valores estéticos de la organización interactúan con sus comportamientos éticos y, por extensión, son sus relaciones con el cliente.*
- *El comportamiento humano es el campo de experimentación: el consumidor busca lo inesperado, significados, la experiencia emocional (afectos, sensaciones, sentimientos), el mensaje y la narración...los recursos simbólicos son imprescindibles.*
- *Los valores simbólicos y los signos aportan elementos de competitividad y demanda tan decisivos como el estilo, prestigio, estatus y la reputación.*
- *Estrategias de diferenciación, valor de lo único y auténtico, capacidad de comunicación atracción de la atención del consumidor. (Rausell 2012)*

De este modo, cuestiones como los valores estéticos y culturales, la identidad y la memoria del territorio, las leyendas y las sagas, el folclore, la tradición oral, el patrimonio material e inmaterial se incorpora como recurso en la función de producción de las organizaciones culturales y creativas.

Aunque impera una visión económica del valor real de la cultura, y lo vemos reflejado en conceptos como "valores de la información", "incremento del valor final", "el cliente", "elemento de competitividad", "consumidores", no deja de ser una perspectiva importante ya que el reflejo más directo y más visible de la cultura actualmente es a través de la economía (para bien o para mal). No obstante, no vemos reflejado el impacto del valor real "simbólico" de la cultura en la sociedad.

Con este apunte queremos dejar constancia de un ejemplo que refleja claramente que el valor imperante en la acción cultural en nuestros tiempos es principalmente económico. Como bien apunta el filósofo francés Georges Bataille sobre los *nobles propósitos* de los procesos utilitaristas: "*el capitalismo no tiene nada que ver con el deseo de mejorar la condición humana*" Solo a primera vista parece tener por objeto la mejora del nivel de vida", pero se trata de una "perspectiva engañosa" (Bataille 2005): nos anima a un empobrecimiento individual y colectivo.

Por otro lado, y como veremos en el siguiente apartado, las consecuencias de generar competencias diferentes entre cultura y educación.

La cultura, y decimos "cultura" y no "actividad-cultural", ya que hablamos de una actitud de constante enriquecimiento y no únicamente de una "actividad", podría tener mucho más que aportar al individuo como a la sociedad puesto que es el saber más allá de la educación reglada. Pero la inevitable división a destinado a la cultura a satisfacer únicamente el sentido más ritualista y ocioso de una sociedad de mercado.

Trasladado a las relaciones entre cultura y educación cabría hacerse la siguiente pregunta: ¿Es hora de que la cultura (las prácticas y hábitos culturales) inciten a la educación, al conocimiento, y no al revés?

Qué se ha conseguido con este primer capítulo

Hemos realizado un recorrido tanto por la estructura organizativa general del campo/sector de la cultura, como por sus instituciones, agentes, acciones y repercusiones. Con ello, hemos evidenciando las relaciones jerárquicas de poder y de acción que lo conforman, tanto como las instituciones y los agentes participantes. Una vez presentado este mapa sobre la estructura, hemos echado un vistazo sobre el "producto" cultural, es decir, cual es el objeto cultural que se ofrece.

Finalmente, y habiendo ofrecido un: quienes>como>a través de> y el qué; hemos expuesto una primera y aproximada entrada del impacto que tiene este sector en la sociedad, tanto a nivel económico como a nivel educativo o simbólico.

2. CAPÍTULO. Cuestiones determinantes

Objetivos e intenciones del segundo capítulo

En este segundo capítulo propondremos un ligero cambio de enfoque a fin de introducir otra serie de cuestiones cuya influencia directa e indirecta en el funcionamiento del campo de la cultura y sus intereses nos parecen muy pertinentes en el desarrollo de este trabajo.

La intención de la primera parte de este capítulo es la de definir, acotar y explicar dónde se ubica este "campo cultural" al cual veníamos refiriéndonos en el primer capítulo. Es decir, su ubicación en el espacio y el tiempo. ¿Qué factores suceden a su alrededor que irrumpen y condicionan estructuralmente las leyes de cualquier campo? Además, introduciremos un problema clave en el desarrollo de la sociedad que, como apuntan algunos autores, es causa de la dinámica especial del sistema en el que nos encontramos.

En la segunda parte de este mismo capítulo, y volviendo a la problemática cultural, trataremos unos temas que, desde nuestra perspectiva, son de vital importancia a la hora de centrar unos "objetivos culturales" y sobretudo una dirección de la actividad cultural. Para ello, ha sido necesario volver a la raíz del concepto "cultura", y redefinirlo en el contexto actual. Es decir, comparar el sentido con el que nació, con su sentido actual considerando una estructura organizativa determinada y los elementos confluente que lo envuelven.

2.1. Elementos confluientes

2.1.1. Un apunte sobre la globalización

No hace falta más que una mirada a nuestro alrededor, preguntar a nuestros mayores o simplemente ver de todos los 'instrumentos' que disponemos hoy en día para darnos cuenta del enorme cambio que se ha operado en los últimos tiempos. Me refiero de la revolución tecnológica, los avances de la ciencia, el estado de bienestar (o el estado del estado de bienestar) y la de cientos de nuevos derechos de los que disponemos en el mundo occidental en comparación con años atrás. El triunfo de las democracias sobre otras formas de gobierno, el cambio de sistema de mercado, la globalización y su interconexión entre todas las partes del mundo, en tan solo dos décadas nos convierten en espectadores de una gran era del cambio. Otro elemento a tener en cuenta es el aumento que ha tenido y está teniendo población mundial. Desde los años 60 hasta la actualidad (2016) la población mundial ha pasado de 3.000 a 7.500 millones. En España hemos pasado de 30 millones en los años 60 a los 48 millones en la actualidad. No obstante, disponemos de medios de gestión y educación de la población muy similares a los anteriores.

Pero por destacar uno de ellos y, desde mi perspectiva uno de los más importantes, citaremos la aparición y el desarrollo de Internet. Como sabemos se trata de un instrumento que ha eliminado los problemas del acceso casi de forma instantánea a cualquier tipo de información. Además, supone una conexión con cualquier persona en cualquier parte del mundo. Esto supone que la información se convierte en la principal moneda de cambio. No obstante, u como apuntaremos más adelante, eliminada la barrera del acceso a la información (también hay que tener en cuenta que un gran porcentaje de gente no dispone de los medios para 'conectarse') se generan nuevos obstáculos, a mi entender dos de ellas son especialmente significativas:

- La barrera de la sobreinformación: la cual ofrece problemas de vital importancia como:
 - o La falta de referencias, es decir, la falta de orden y estructura la información que se da y se recibe.
 - o Autoridades de la información no meritorias: todo el mundo es un experto.
 - o La falta de interés vertical, es decir, de profundización o aprendizaje. Esto sucede porque ya no hace falta memorizar nada ni interés por conocer pues Internet ya conoce por nosotros.
- La barrera de la corrupción mediática. Es decir, los medios que disponen de la información pueden corromper la verdad de las noticias en pos de intereses económicos, políticos, etc.

Siendo optimistas y sin olvidar el lado positivo que nos ofrece, internet es la herramienta que inaugura la nueva era. A través de ella el conocimiento es posible más allá de cualquier frontera, pero aún hay que tener en cuenta que acaba de nacer. No obstante, la tecnología hoy en día ha cambiado la vida de cientos de personas, incluso, no es desorbitado apuntar que también el modo de entender el mundo y nuestra capacidad cognoscitiva, es decir, nuestra forma de aprender e interiorizar información y conocimientos. Inevitablemente esto produce, o debería de producir, cambios en el sistema educativo, cosa que no se ha dado aún. Mientras que la tecnología y el mundo en general ha cambiado extraordinariamente, los medios por los que medir esos cambios (la educación) siguen lastrados por sistemas del pasado.

Pero aparte del mundo de Internet y el extremo incremento de la población mundial, hay algo que ha producido que este nuevo movimiento tecnológico nos pillara por sorpresa y en muchos casos acabara siendo más un juguete que una herramienta para el conocimiento. A esto me refería como el cambio de valores o, mejor dicho, la pérdida de los mismos, consecuencia de un cambio económico, industrial y materialista. Hablamos del sistema de Bienestar y de la implantación de la 'nueva

felicidad' basada en una vida material y marcada por las necesidades del sistema económico que aflora y se expande tras la segunda guerra mundial. Pero no solo es el sistema económico, sino el triunfo de la ciencia (cientificismo) y de la razón instrumental (monopolio de un racionalismo economicista sobre otro tipo de filosofías existenciales o perennes) lo que han hecho que el 'yo' sea el epicentro de todas nuestras acciones, la causa de todas nuestras barreras y la causa de la aceptación de la felicidad materialista sobre cualquier otra verdad.

Por si fuera poco, y lo hemos visto durante la tremenda crisis que sigue asolando el mundo occidental, se alienta -bien a través de los libros de autoayuda, el coaching, o la motivación sin sentido- a potenciar este individualismo sobre el colectivismo y la competitividad sobre la colaboración. Este sentido, o modo de vida, se introduce dentro del imaginario colectivo, de la estructura arquetípica social de tal manera que la transforma. Y la transformación que se ha estado gestando desde hace décadas es la de:

- Individuos de baja autoestima incapaces de crear o imaginar otros mundos.
- Individuos en busca de competencias especializadas que les hagan destacar en esta carrera y obtener así la felicidad, bienes materiales.
- Individuos de gran capacidad retórica (los más adiestrados) pero sin contenido.
- Individuos autómatas sin crítica ni capacidad creadora dada su falta de conocimiento transversal.
- Individuos faltos de empatía incapaces de comprender la interculturalidad en la multiculturalidad.
- Individuos absolutamente ociosos que no valoran otras formas de placer, como el del conocimiento o el del arte (en profundidad).
- Individuos que se quedan impasibles ante la destrucción inminente de nuestro medio ambiente y ante los holocaustos que están teniendo lugar en estos momentos (Por ejemplo, refugiados sirios).

- Individuos que han pedido cualquier atisbo de espiritualidad (no confundir con religión).

Después de esta exposición tan pesimista del nuevo ser humano⁴, debo de apuntar que todo, tal y como acusan grandes pensadores, es un problema de falta de conciencia. Por otro lado, y en vistas del triunfo del materialismo y la crisis económica en la que nos encontramos, muchas personas han recobrado conciencia sobre el mundo en el que viven y el que debería ser.

"Nuestra civilización entera es insostenible; y la razón de su insostenibilidad es que nuestro sistema de valores, la conciencia con la que abordamos el mundo, es un modo insostenible de conciencia"(Grof, Lazlo, Russell 2000)

"De alguna manera es el mismo hecho de la saturación y la sobresaturación de las necesidades materiales básicas lo que ha creado una crisis de significado y el surgimiento de una necesidad espiritual en la sociedad. Durante mucho tiempo mantuvimos el espejismo y la falsa esperanza de que un aumento de los bienes materiales en sí mismos y por sí mismos podía cambiar de manera fundamental la calidad de nuestras vidas y aportarnos bienestar, satisfacción y felicidad. Nuestra época ha sido testigo de un incremento de riqueza considerable en los países industriales de Occidente, en especial en ciertos segmentos de la población. Muchas familias viven en la abundancia: una gran casa, dos neveras rebosantes de comida, tres o cuatro coches en el garaje y la posibilidad de ir de vacaciones a cualquier lugar del mundo... Sin embargo, lejos de aportarnos satisfacciones, lo que observamos es un aumento de los trastornos emocionales, un consumo abusivo de estupefacientes, alcoholismo, criminalidad, terrorismo y violencia doméstica. Hay una pérdida generalizada de significado, valores y

⁴ La falta de conciencia no se da en todos y cada uno de los seres de este planeta, pero si hay una gran mayoría que es incapaz de realizar un salto autocrítico y reflexivo.

perspectiva, una alineación de la naturaleza y una tendencia general autodestructiva. Es la conciencia del fracaso de la filosofía académica lo que marca un punto de inflexión en las vidas de muchas personas, quienes empiezan a buscar alternativas y las encuentran en la búsqueda espiritual” (Grof, Lazlo, Russell 2000)

2.1.2. Un cambio de conciencia

A menos que existan fuerzas externas que dominen el devenir del hombre y del planeta, que escriban los destinos de cada uno de nosotros y del resultado final de este tinglado, a menos que eso se demuestre, la responsabilidad sobre nuestras vidas, de nuestra especie y de nuestro planeta está en nuestras manos. Ya hemos advertido importantes problemas sobre la falta de responsabilidad, lo que se resume claramente en una falta de conciencia generalizada.

Esta consciencia, es el redescubrimiento constante para nosotros de la sabiduría eterna en términos contemporáneos, es decir, entender y simpatizar con nuestro entorno, y con otras culturas, a través del conocimiento de nuestro acceso a este momento y a este espacio.

El sistema que hemos creado, no nos ha enseñado a aceptar esa razón y este deber antes de juzgar. Es por eso que valoramos sin saber, juzgamos sin entender y obramos sin saber hacia dónde.

Los problemas que sufrimos actualmente en el planeta, hablo de los problemas medioambientales, la violencia doméstica, el terrorismo, todos ellos son legitimados por la falta de acción generalizada, es decir, por la falta de unidad y la falta de empatía.

"...solemos derivar nuestro sentido de identidad de lo que hacemos, lo que tenemos, cómo nos perciben los demás y cuál es nuestro papel en el mundo. Una identidad así es frágil y se haya continuamente a merced de las

circunstancias. Intentad mantener y reafirmar ese sentido de la identidad derivado nos conduce a toda clase de conductas”(Grof, Lazlo, Russell 2000)

Un cambio de conciencia generalizado es lo que necesita el mundo para cambiar la vía de nuestros acontecimientos que, actualmente, se dirigen al absoluto desastre. Aunque se den ya determinados cambios en la sociedad, como veníamos diciendo antes, por el impacto de la crisis o la expansión de otras filosofías (principalmente orientales – como la meditación, el yoga, etc.) como dice Peter Russell *“Lo que hoy necesitamos es una formulación en términos contemporáneos comprensible para la gente de la calle y, al mismo tiempo, acorde con nuestros tiempos”* y sigue páginas atrás del libro *“La Revolución de la Conciencia”*:

“...si el interés por el desarrollo personal sigue creciendo a este nivel, y este interés se traduce en un cambio general de conciencia, observaremos un proceso de retroalimentación positiva que conduce a una aceleración exponencial de la toma de conciencia interior. Cuanta más gente tome conciencia, y cuanto más sepamos qué es lo que promueve este despertar interior, más favorable se mostrará el entorno social, y más propicio a que un número cada vez mayor de personas asista al despertar de su conciencia, incluso con mayor rapidez; lo cual, a su vez, facilita que un número creciente de individuos sufra una transformación de la conciencia. El resultado final podría ser un gran salto colectivo en la conciencia”(Grof, Lazlo, Russell 2000)

Podríamos explayarnos sobre las causas de la falta de conciencia, sobre la falta de espiritualidad y el daño que ha hecho la concepción científica del mundo, pero solo quiero dejar constancia de la raíz del problema para, en capítulos posteriores, poder aportar una humilde propuesta de cambio.

2.2. Algunas perspectivas sobre la cultura

2.2.1. La cultura como una actitud

Si releemos la definición de "cultura" de la UNESCO aportada en el capítulo 1, vemos como la cultura es algo más que la trasmisión de lo que somos y de lo que queremos (o debemos) llegar a ser a través del lenguaje artístico. La cultura es saber-cultural en conjunto, es cuerpo, alma e intelecto.

La aparición del concepto de "cultura" tuvo lugar como una declaración de principios, como una *misión que era preciso emprender*. Era tanto un eslogan como una llamada a la acción. Incluso la metáfora sobre la que se fundó este concepto provenía de agricultura que se asociaba con el cultivo, es decir, *exhortaba al labrador y al sembrador a que araran y sembraran el suelo árido para enriquecer la cosecha mediante el cultivo. El concepto suponía una división entre los educadores llamados a cultivar las almas, relativamente escasos, y los numerosos sujetos que debía de ser cultivados; los guardianes y los guardados, los supervisores y los supervisados, los educadores y los educados, los productores y sus productos, sujetos y objetos, así como el encuentro que debía tener lugar entre ellos.* (Bauman 2013) Así pues, se habla no solo de un concepto que aglutina unas "actividades" culturales artísticas, sino a una "actitud" que se asemeja más al enunciado socrático "solo sé que no se nada" que aun estilo o moda⁵. Como sabemos, esta máxima socrática nos advierte de la barbarie de la soberbia y la falta de humildad que pueden excretar algunas 'autoridades' sobre determinados conocimientos. Pero teniendo en cuenta que el conocimiento no es estático, sino que se mueve y avanza, como las artes y las ciencias, y que ningún sujeto puede pregonar verdades absolutas más allá de un problema de egos, solo queda la disposición mental de la persona y la sociedad para

⁵ Si desde hace décadas la cultura se encuentra en su estado más homeostático, es decir, más al servicio de las exigencias del sistema (del estatus quo) del bienestar ofrecidas por el mercado, y ha dejado su sentido más reivindicativo, las declaraciones de principios propiciadas por la acción cultural se han rebajado a meros estilos y meras modas.

no dejar de recibir y aprender, es decir, de evolucionar. De ahí que la actitud de la que habla Sócrates, *lo único que sé es que no se nada*, es un reconocimiento por el ser humano como ser inacabado y en constante aprendizaje, tal y como postula el último apartado del concepto de "cultura" por la UNESCO.

Pero esta actitud no solo nos hace cambiar de perspectiva, sino que nos incita o nos debería de incitar, a iniciar un camino más allá del estático que se desarrolla en el ámbito del estado de bienestar. En este aspecto, lo que el sistema (ya sea de forma intencionada o azarosa) nos incita a perseguir no es sino una búsqueda de tranquilidad y seguridad. Sin embargo, con la actitud que proponemos nos referimos al interés por el conocimiento humanístico, y lo que esto produce: enriquecimiento creativo, mejora del estado social, actualización de nuevos retos y objetivos, fortalecimiento institucional...

La acción cultural tiene de varios cometidos y un sinfín de beneficios. El conocimiento es amplio y no siempre se transmite a través del mismo lenguaje. Como sabemos también, no solo somos seres estrictamente racionales, sino que disponemos de infinidad de formas de expresión y de comunicación. Es por eso que la actitud cultural nos habla de una acción dinámica y en permanente movimiento, de una acción constante. Quizás eso haya constituido una de las dificultades que impedían establecer una única definición sobre "cultura", puesto que cultura fue, es y será aquella actitud que nos incita a crecer y a reconocernos como seres humanos.

Si esto es así, la actividad cultural, estimuladora de conocimiento, de experiencias y de sueños, debería englobar todo aquel conocimiento que nos precede y define nuestras acciones. Desgraciadamente, esa actitud entraña una creencia, unos valores opuestos al modo de vida actual. Hoy, y la prueba la llevamos ofreciendo desde el comienzo del trabajo, la acción cultural a la que estamos acostumbrados está mayoritariamente (no totalmente) des-humanizada, y limitada al sector de la producción artística que es objeto de consumo.

Me refiero a que el disfrute de las artes escénicas y plásticas, el mundo editorial, y las audiovisuales, en tanto que productos de consumo, ocupan una función principalmente ritualista y ocioso, ya desligadas del papel trasgresor que ocupaban tiempo atrás. Es decir, la cultura en nuestro sistema actual ha mutado en "cultural"⁶ se centra en el rito, pero se desliga de la creencia porque no se trata de satisfacer una convicción, sino de uniformar a la sociedad, de fomentar el sentido de pertenencia; como ir a misa los domingos, no porque se crea en Dios sino porque es lo que hay que hacer. La razón del siglo XXI es "*ratio*", es decir, razón económica, razón instrumental y científica. Es capaz de barajar las variables, pero incapaz de calcular las consecuencias pues sería un intento irracionalmente racional. La *ratio* puede calcular qué hace falta para ganar una guerra en dos días, pero pierde de vista las consecuencias de tal victoria, como ganar la guerra en Oriente Medio en los 90' pero no ser capaz de prever los atentados que tal victoria conlleva en los 2000. La cultura actual se encuentra en la misma coyuntura, es capaz de satisfacer (superficialmente) al individuo, pero ha eliminado (no si alguna vez lo hubo) su capacidad de enriquecimiento, entendimiento y conocimiento.

Pero el hombre tiene que expresarse en toda su amplitud y es por eso que las artes cumplen un papel altamente importante. Y en este aspecto, y a pesar de la posible precariedad dada la crisis económica, esta actividad cultural sigue ofreciendo calidad de vida a aquellos que la disfrutaban.

2.2.2. Ocio y cultura

Mientras que los otros campos parten de una estructura cerrada y autónoma, aunque estén inevitablemente conectados con otros, el campo cultural es mucho más extenso ya que, todos y absolutamente todos los individuos más allá de los campos, y de una forma u otra, participan de la actividad cultural y viven de las consecuencias de esta. Es decir, de la educación que esta produce, y lo que de esta

⁶ Objeto de culto como en el caso de la religión.

repercute en nuestro sistema de valores y creencias. Una vez superada la etapa de la educación reglada, es la cultura la que debiera incentivar la educación constante y permanente. Y es por ello que este campo no debería ser relegado o tratado como a un "campo más", pues entonces el concepto de cultura del que estamos hablando es, como decíamos antes, *cultural*, más ligado al rito que al conocimiento.

Reparando un poco en el concepto de "ocio", si nos fijamos en su etimología, vemos que deviene de "*otium*"; ese espacio de tiempo no dedicado a la actividad social o productiva, el tiempo de descanso. Su negación es "*Nec-otium*" del que deriva el concepto de "negocio", es decir, actividad productiva o estado activo. Desde el significado que se le daba en la época del Imperio Romano hasta hoy, ha transcurrido bastante tiempo como para que el concepto adquiriera una significación más amplia. Así, Cicerón, cuando se le retiró de la vida pública y aplicó el término "*otium cum dignitate*", emplea ese tiempo de "ocio" a otras tareas como dedicarse a la escritura.

La cultura, en cuanto naturaleza, entendemos que siempre haya estado vinculada al ocio, pero el concepto de "cultura", tal como se interpreta hoy la mayor parte de las veces no hace su aparición hasta principios del siglo XIX, significando "cultivo" individual. (Donald 1971)

Es por eso, y tras este breve apunte, qué, aunque la cultura en nuestro ámbito y época se relacione de forma más estrecha con el ocio⁷ (se ejecuta de una forma más ritualista) que con el conocimiento. Ésta, remitiéndonos al cultivo del individuo, es más una actitud.

La consecuencia de tal actitud (la cultura exclusivamente para ocupar el ocio), es la pérdida de interés por el conocimiento, el acercamiento al objeto del sistema capitalista (como causa y consecuencia) y que ésta pierda cada vez más terreno en

⁷ Ocio que, aunque entendido por actividad cultural artística, también forma parte del enriquecimiento cultural. Ya sea por el conocimiento de la expresión artística como las inteligencias que derivan de éste.

el ámbito de la educación. Pues queda instaurada en el imaginario social⁸ y, como consecuencia, por el Estado, como actividades ociosas y lúdicas que no premian sobre otras. Eliminando así de este campo toda su importancia y capitalidad. Dejando que la cultura cumpla únicamente su función más ociosa y ritualista es cuando ésta empieza a degenerar en el ideario social en algo inútil.

Como apunta Nuccion Ordine al respecto de esta materia:

“si dejamos morir lo gratuito, si renunciamos a la fuerza generadora de lo inútil, si escuchamos únicamente el mortífero canto de las sirenas que nos impele a perseguir el beneficio, solo seremos capaces de producir una colectividad enferma y sin memoria que, extraviada, acabará por perder el sentido de sí misma y de la vida. Y en ese momento, cuando la desertificación del espíritu nos haya ya agostado, será en verdad difícil imaginar que el ignorante ‘homo sapiens’ pueda desempeñar todavía un papel en la tarea de hacer más humana la humanidad...”

Pero apuntando sólo al tiempo y a las adversidades, a la tradición y las condiciones que la caracterizaron, vemos que lo que hoy consideramos como “cultura” o actividad cultural, refiriéndome esta vez al interés (la actitud) del que se precisa por algún tipo de conocimiento más allá del propio y especializado, es resultado de una cadena de políticas y acontecimientos históricos territoriales.

¿Hasta qué punto es notable la pérdida de interés? ¿hasta qué punto es necesario que no acabe por desvanecerse la actitud de querer seguir creciendo, de seguir cultivándose?

No es cuestión de ‘cultivarse’ sin sentido, sino de lo que se trata es de recuperar la conciencia, de recobrar el espíritu inquieto y la capacidad de preguntarnos sobre nuestro contexto, sobre nuestro pasado y sobre nuestro devenir.

⁸ Concepto utilizado por el filósofo francés, Edgar Morin, que designa al conjunto de mitos y símbolos que, en cada momento, funcionan efectivamente como de “mente” colectiva.

"... estamos redescubriendo una sabiduría (con la búsqueda de conocimiento) ya descubierta en numerosas ocasiones por muchas otras culturas. Lo que estamos investigando es la naturaleza de la mente humana: y la naturaleza esencial de la mente no ha cambiado de manera significativa" (Grof, Lazlo, Russell 2000)

También se trata, en contadas ocasiones de la incesante búsqueda del ser humano de una paz interior más allá de las imposiciones sociales.

"...un modo de conciencia, que llevaba a una mayor sensación de paz interior y una relación más rica y armónica con el mundo que nos rodea, no tan limitada por el miedo, y los modelos de pensamiento basados en el yo... despertar a un nuevo modo de conciencia más liberado y desarrollar diversas técnicas y prácticas dirigidas a liberar la mente de sus numerosos obstáculos..." (Grof, Lazlo, Russell 2000)

Esta actitud de la que hablamos, no es otra que la de abrir la mente y poder reconocer que no solo son los bienes materiales lo que nos hacen felices ni que hay un modo de vida concreto, sino que cada uno tiene la posibilidad de elegir más allá de lo estipulado y que el placer puede darse de muchas y diversas formas. Hablamos de un acercamiento algo más sublime (no religiosa, sino en el humanístico), y desde una perspectiva que va más allá de la visión científicista pero que en cuanto a metodología no la soslaya, en este sentido Stanislav Grof apunta lo siguiente:

"La fuerza motivadora más profunda de la psique humana en todos los niveles evolutivos es el ansia de volver a sentir nuestra divinidad. Tarea que es imposible mientras sigamos creyendo que somos unos egos corpóreos actuando en el mundo material. Para conseguir algo así, deberíamos poseer y ser todo lo que es" (Grof, Lazlo, Russell 2000)

Pero esta idea sobre el conocimiento no la encontramos únicamente en los albores del siglo XX, sino que podríamos encontrar antecedentes, por remitirnos a la

antigüedad, ya en la escuela de Parménides⁹ que apuntaba a la espiritualidad a través de las ciencias y del entendimiento del mundo:

"Para los pitagóricos, la comprensión científica del orden del universo natural era la 'via regia' a la iluminación espiritual. Las formas de las matemáticas, las armonías de la música, los movimientos de los planetas y los dioses de los misterios estaban esencialmente relacionados, y el significado de esa relación se desvelaba gracias a una educación que culminaba en la asimilación del alma humana al alma del mundo y, en consecuencia, a la mente divina, creadora del universo"(Tarnas 1991)

Nuestro interés por el conocimiento viene determinado por el desarrollo de unas inquietudes, probablemente motivadas por algunas circunstancias históricas. Pero no deja de ser real. En la difusión popular de éste, sin embargo, encontramos notables diferencias con otros países de tradiciones diferentes.

- En Chile, poseen una red cultural que enlaza más de 60 escuelas e instituciones¹⁰, que ofrecen todo un abanico de materias y de conocimientos, desde la historia clásica hasta modelos económicos contemporáneos o incluso la significación de mitologías nórdicas.
- El Ministerio de Cultura argentino dispone de canales especializados de cultura donde, de forma gratuita, se imparten clases y seminarios de materias diversas. Desde filosofía hasta biología o historia.

Es vital el papel de la cultura en el desarrollo de una sociedad, un colectivo o un individuo, a expensas de entretenimiento que le pueda ofrecer. Puesto que como hemos visto, la cultura es una vía de educación social más allá de la institución. Y si la cultura es tan importante como se dice: ¿Por qué se ubica como un campo más dentro de las otras especialidades? ¿Por qué no ocupa un lugar más relevante en los presupuestos del Estado? ¿Por qué la "cultura" y "educación" disponen de

⁹ Parménides de Elea, uno de los precursores de la filosofía occidental en el siglo V a. C.

¹⁰ Red Cultura producida por la Universidad Finis Terrae.

competencias diferentes dentro de la administración? ¿Por qué cuando hablamos de "cultura" sólo hablamos de conceptos como "industrias culturales" especialmente vinculados a productos artísticos?

2.2.3. Cultura y educación.

Estos dos conceptos ligados semánticamente, pero separados por un sistema de producción, competencias políticas e incluso a veces por criterios universitarios. Es extraño como la cultura, siendo una parte indiscutible de la educación, a nivel social, se haya reducido únicamente a la producción artística (al sentido ritualista del que hablábamos antes) y como ésta motiva cada vez menos a la educación. Pero, apurando aún más, vemos un fenómeno que consideramos aún más grave, el cómo la educación se des-naturaliza cada vez más y pierde terreno en el ámbito de la creación y la innovación.

Vayamos por puntos:

1. El ámbito universitario se manifiesta en ocasiones como algo endogámico. Sus vías de inserción social existen, al igual que proyectos de innovación social, y relaciones con el mundo laboral para la futura inserción de los nuevos académicos. También dispone de conexiones con otras universidades y relaciones internacionales. Pero, por una cuestión práctica (la *ratio* de la que hablábamos antes) todos los saberes y conocimientos que esta alberga, clases magistrales, simposios, congresos, materias, todas, aún abiertas al público en general, llegan a aquellos que están en las redes universitarias. Es decir, su difusión del conocimiento no se encuentra del todo abierta. Por otro lado, aun nos encontramos en la coyuntura de la que la universidad, a pesar de las becas y las ayudas, sigue sin ser accesible a todo el mundo.
2. Como hemos ido señalando, la cultura lo tiene una importancia capital, es una actitud que nos aporta una autoconsciencia y conciencia del mundo en el que vivimos y nos hace reconocer que somos un proyecto en constante aprendizaje, entonces ¿Se ha reducido únicamente a la su vertiente productiva dejando de

lado una desinteresada actividad intelectual? ¿A caso alguna vez fue algo más? Sin un estudio previo fuera de este trabajo no podríamos concretar esta respuesta. A simple los objetivos ideales de la actividad cultural, en nuestro ámbito se ven contaminados por:

- Posible pérdida del interés intelectual a causa de las nuevas formas de ocio
 - El monopolio de la horizontalidad de los saberes (cantidad) frente a la verticalidad (calidad), y lo que ello implica, el triunfo del materialismo y del consumismo, y por tanto nos lleva al primer punto...
 - Pérdida de la espiritualidad y de la creencia, la ideología, por una máxima utilitarista... Nuestro crecimiento se basa en bienes materiales y no en la creencia de que debemos seguir creciendo interiormente. Esto se traduce en una pérdida de conciencia.
3. No obstante, debemos de apuntar que, respecto a aspectos culturales como la producción artística, no queremos decir que estos no aporten conocimiento y enriquecimiento personal. De hecho, es de las pocas acciones que estimulan, de alguna manera y a la vez, al consumo y la práctica de conocimiento. Pero en cambio hay un nuevo empeño en hablar de "industrias culturales" que favorecen cada vez más al sistema de mercado cultural y a satisfacer la experiencia ritualista del individuo, que empujarlo a buscar el placer que nos proporciona el conocimiento de materias como la historia, la ciencia, la filosofía, la astronomía o la matemática. Todos estos saberes-culturales se concentran en los ámbitos universitarios, cada vez más especializados.

Sin embargo, nos encontramos con la frecuente réplica: "pero si con internet todos tenemos acceso a cualquier tipo de conocimiento". ¿Tiene algo que ver el conocimiento con su acceso? Lo queramos o no, el problema para acceder al conocimiento antes de esta globalización cibernética era mucho más complicado que ahora. Tampoco sabemos hasta qué punto la humanidad hubiera deseado el conocimiento si se le hubiera ofrecido tal y como se le ofrece ahora. Pero el interés surge cuando alguien tiene algo que ofrecer, así como los medios, el ingenio para que guste, y alguien que lo reciba. Pero una cosa que debemos de

tener en cuenta es que, aunque el acceso a toda la información esté abierto a todo aquel conectado a internet, es decir, eliminados los obstáculos del acceso, nos encontramos la barrera de las referencias, del proceder y, además, de las manipulaciones mediáticas.

4. Cuando hago alusión a la des-culturización de la educación ¿a qué me refiero? Me refiero al desequilibrio entre la horizontalidad y la verticalidad del conocimiento. Por un lado, la verticalidad científica: la pura especialización, a la no interconexión entre disciplinas y la independencia absoluta entre facultades incluso de departamentos de la misma facultad (cada vez más se elimina la transversalidad). Esto produce un conocimiento específico sobre la materia que permite entrar a trabajar en ámbitos muy delimitados, pero no enseña a reconocer los objetivos de la ciencia, ni a percibir sus relaciones de la diversidad de enfoques posibles para abordar la realidad de ese campo y que provienen de otras disciplinas.

Por otro lado, la horizontalidad material: la definiremos como el impulso competitivo por acceder a un estado de bienestar futuro basado en la posesión de una gran cantidad de cosas de manera superficial. Esto conlleva por el contrario la incapacidad de "verticalizar" en los cientos de conocimientos que nos ofrece el mundo (a través de internet) por la falta de referencias y de interés. Hacer *surfing* no es lo mismo que bucear.

Otra cuestión interesante en lo que respecta a esta des-culturización de la educación, es que *la concepción científica del mundo imperante justifica y suscribe de alguna manera una estrategia vital basada en el individualismo y la competitividad en lugar de la sinergia y la cooperación.* (Grof, Lazlo, Russell 2000)

Pero todo esto, y como veremos en el siguiente apartado, tal y como apunta Peter Russell, *"...la crisis global a la que nos enfrentamos es una crisis de conciencia en su origen, y si hemos de cambiar el mundo, necesitamos hacer algo más que salvar las selvas tropicales, frenar la contaminación, limitar las emisiones de carbono y detener la destrucción de las capas de ozono. También*

hemos e liberarnos de ese modo de la conciencia egocéntrico y materialista que está dando origen a estos problemas. De otro modo, solo estaremos abordando los síntomas y no atacaremos la raíz del verdadero conflicto, sino que nos limitaremos a ponerles parches” (Grof, Lazlo, Russell 2000)

¿Pero quién abrazaría este cambio de conciencia? ¿Qué sector de la sociedad abrazaría el conocimiento?

A través del trabajo de Dietrich Schwanitz, “La Cultura”, bastante inspirador, y volviendo al tema fundamental, éste nos muestra que esa necesidad de cambio de paradigma, la inversión direccional entre educación y actividad cultural, entre el conocimiento parcelado y el interdisciplinar, queda de manifiesto en las propias sensaciones de cualquier estudiante convencional:

¿Quién no se ha sentido frustrado alguna vez en la escuela, cuando ha tenido la impresión de que los contenidos que debía aprender estaban muertos y no eran más que un montón de hechos carentes de interés y sin relación con su propia vida? (Schwakitiz 2002)

5. Respecto a la supuesta carencia de innovación y de creación, deberíamos manifestar que ésta no es enteramente cierta. A primera vista contemplamos cómo cada vez hay más programas que animan u motivan la creación de ideas y la innovación de proyectos. El concepto “sostenible” aparece muy a menudo en las características de estos proyectos. Pero podemos apuntar que la mayoría de ellos, al igual que las ayudas que surgen para ellos, son para que se viene denominando *startups* o empresas que entran en el dinámico mundo de la competitividad económica.

Cuando se habla de ser “creativos” se habla de crear, pero en muchos casos sin ninguna dirección. Esto nos recuerda a la selección natural y su componente azaroso. Se trata de potenciar cientos de millones de proyectos (mutaciones) y uno de ellos será el que permita al ser humano avanzar o adaptarse. Por otro lado, la creatividad producto del proceso de pensar e imaginar, interviene una operación

neuronal de asociación de patrones informacionales. Aunque el cerebro sigue siendo una incógnita, advertimos que en el acto de la creación influyen gran cantidad de datos, cuantos más datos de materias diferentes (transversalidad) mayor será la capacidad creativa:

"Es este mecanismo comparativo el elemento dinámico esencial de la cognición. Si a la inmensidad de las sinapsis corticales, donde está depositada su mayor parte de la información y su historia cerebral, no llega de algún modo nueva información que provoque materialmente la analogía o comparación adecuada, la información restará en un silencio orgánico. Cualquier idea considerada completamente nueva o incluso original que tengamos no es más que el fruto de series de comparaciones entre secuencias de patrones informacionales que estaban ya en el córtex" (Casabán Moya 2007).

2.2.4. La función del Arte

Hemos estado hablando de unas vías culturales paralelas y adicionales a la artística, nos hemos referido al conocimiento y al saber-cultural como una vía activa para recobrar la conciencia del mundo. Pero con ello, y como he apuntado en contadas ocasiones, no busco desprestigiar la labor del arte ni del artista, ya que su cometido es, en numerosas ocasiones, concienciar además de agradecer.

Como también hemos apuntado, las formas por las que se transmite el conocimiento, las experiencias, las sensibilidades o las perspectivas del mundo, no poseen únicamente un lenguaje. Si no que, además de su transmisión oral y escrita, cuentan con el lenguaje simbólico, el lenguaje de la expresión artística. Eso nos ofrece nuevas aperturas al placer y al conocimiento, pero en contadas ocasiones, la apreciación se limita a la perspectiva más superficial:

"Nuestra sociedad no nos enseña a apreciar el arte o a escuchar música. Nos enfrentamos directamente a la obra; y lo único que podemos decir es si nos gusta o no... por mucho que los creadores se empeñen en imprimir su sello

personal en la obra de arte, nosotros no sabemos entender ni apreciar aquello que intentan compartir” (Grof, Lazlo, Russell 2000)

Por esta misma regla de tres, si no hay un conocimiento sobre el “lenguaje simbólico” del arte, la transmisión de cualquier tipo de información puede convertirse en un balbuceo incomprensible, sea agradable o desagradable. Ésta es otra de las razones por las que considero que la acción cultural cada día se encamina más hacia formas ritualistas sobre las que el espectador descarga su energía y cumple la necesidad de unidad social. En este aspecto, la tarea de concienciar a través del arte es un compromiso de dos, del artista y del espectador. Tal y como declara Ervin Laszlo, presidente del club de Budapest, fundador y director del Grupo de Investigación sobre la Evolución General y consejero del director general de la Unesco:

“El arte, afirman, tiene sus propias reglas, y solo se debe así mismo. Sin embargo, el arte también es un elemento de la cultura humana, y también podría ser un elemento de transformación cultural. Creo que la comunidad de artistas debería desempeñar un papel determinante en todo esto, al igual que las comunidades de científicos y educadores”

Y sigue diciendo:

“Si los artistas se percataran de la naturaleza crítica de la situación en la que se encuentran, tanto ellos como sus contemporáneos, y reconocieran el potencial del arte para catalizar la tan necesaria profundización y evolución de la conciencia actuales, de su humanismo y sentido de solidaridad y el compromiso surgiría un arte más centrado y orientado hacia el bienestar y el desarrollo individual y colectivo” (Grof, Lazlo, Russell 2000)

Además, el arte en sí habla sobre muchos temas, incluso sobre otros estados de ánimo de otras épocas resultados de circunstancias concretas, como por ejemplo el género musical denominado *swing*, un ejemplo en el que se puede, a través de una pequeña introspección histórica, apreciar los principios de los años de bonanza en

EEUU. O las novelas de ciencia ficción psicodélica de Phillip K. Dick de finales de los años 60 cuando empezó a masticarse un estado de superación materialista momentánea. El potencial del arte no tiene fronteras, pero es cierto que no se enseña a apreciar las diferentes capas de profundidad que alcanza el conocimiento artístico por parte de los espectadores. Si así fuera, el potencial y la calidad del arte aumentaría, se volvería más crítico y más rico al mismo tiempo.

2.2.5. Universidades Populares y otros casos

El papel de las humanidades y del "saber" es vital para el desarrollo del individuo y de la sociedad, pero como hemos ido viendo, desaparece después de la educación obligatoria. Esta clase de "saber" o "conocimiento" son una parte indispensable de la cultura, sin embargo, parece que se da por supuesto tras el periodo educativo.

No obstante, son muchos los colectivos y las instituciones los que han intentado proponer nuevas alternativas. Conocedores de la importancia de las humanidades, universidades como la de Stanford con su requisito humanístico indispensable o la multiversidad de Edgar Morin con el estudio de la complejidad como base de todo sistema, se plantean como una rica alternativa a la dinámica especializada que vemos en el resto de instituciones académicas.

Pero más allá de la educación reglada están las Universidades Populares. Un intento de llevar diferentes vías del conocimiento a colectivos con menos recursos de todas las generaciones y con intereses intelectuales¹¹. Estas universidades se encuentran

¹¹ *La FEUP presta sus servicios a las UU.PP. y a las ATUP, orientando sus actuaciones hacia el trabajo con toda la población, prestando especial atención a las personas y colectivos menos privilegiados y con mayores barreras en el acceso al uso y disfrute de los bienes y servicios educativos, formativos y socioculturales, adecuando su oferta hacia las necesidades de algunos colectivos en situación de desventaja social como mujeres, jóvenes, personas mayores, menores en situación de riesgo social, inmigrantes, personas con problemas de drogodependencias, personas en situación de reclusión, o personas que se tienen que incorporar al mundo laboral o adaptarse a las nuevas necesidades del mundo empresarial.*

por todo el mundo, y la Federación Española de Universidades Populares tiene como fines:

- *Defender los intereses comunes de las Universidades Populares y las ATUP, que constituyen el Proyecto Universidad Popular.*
- *Representar institucionalmente el Proyecto Universidad Popular, en los ámbitos nacional e internacional.*
- *Promover el respeto y lealtad a la democracia y a los derechos humanos, así como contribuir en la cooperación al desarrollo y en la promoción de los valores de igualdad, justicia y solidaridad.*
- *Contribuir a la obtención de recursos para el mantenimiento del Proyecto Universidad Popular, estructura de la FEUP, y para el desarrollo de programas y actividades en las Universidades Populares y en las ATUP.*
- *Facilitar y potenciar la formación, la información y comunicación en la Red de Universidades Populares, para la reflexión, el intercambio y sistematización de experiencias y la producción teórica para el desarrollo del Proyecto, en sus diferentes realidades.*
- *Cumplir y hacer cumplir los Estatutos, Bases Conceptuales y Marco General de Programación, así como todas las normas que identifican al Proyecto.*
- *Apoyar la creación de nuevas Universidades Populares.*
- *Fomentar el asociacionismo entre las Universidades Populares, con la creación y apoyo a las Asociaciones Territoriales de Universidades Populares.*

No obstante, este modelo de Universidades, al menos en nuestro territorio (español), no se ha prodigado demasiado, ni disponen de una buena promoción y soporte.

Que el sector cultural haya dejado de tener representación y que haya dejado de tener papel dentro de la educación formándose como competencia independiente ¿se debe a alguna razón o es pura cuestión de azar? ¿No se revela una prevalencia de una profesionalización y especialización del conocimiento dirigida a los saberes

útiles para la capacitación profesional competitiva? ¿Tiene algo que ver la tradicional asignación de competencias actual de la Administración española¹²(Villavieja Llorente 2006) o se inscribe en el ámbito de la UE? ¿Qué hay de las humanidades como vía de formación del individuo?

Cada día el interés por el conocimiento y el saber (en cualquier disciplina) está ligado únicamente a un sentido práctico y productivo, y relegado en las universidades. Esto se ha producido a raíz de delegar a la economía y no a la cultura la dimensión fundamentadora del desarrollo de las sociedades.

2.3. Algunas conclusiones

La considerable importancia y cometido de la formación cultural la convierten en una pieza clave para la evolución del individuo y la sociedad. Como hemos apuntado, la cultura es la actitud que nos obliga a seguir aprendiendo, es la educación continua más allá del mundo académico. No obstante,

- Ésta se encuentra al albur de las circunstancias, en un caminar sin dirección alguna, puesto que no hay un consenso claro de profesionales sino acciones derivadas de políticas culturales, a veces bastante erráticas y sin objetivos a largo plazo que nos acerquen a un mundo más consciente
- y sus diferentes nodos están completamente desligados unos de otros, convirtiéndose en ocasionales acciones sin conexión y por tanto sin representación, presas desvalidas de discursos políticos electoreros.

Si la sociedad, y el individuo, deja de crecer en conocimiento tras su escolarización obligatoria, la cual está anclada en metodologías obsoletas, y la universidad, cada día menos transversal y más especializada, éste (el individuo) deviene en masa inerte de infundadas opiniones, en el engranaje de una máquina sin rumbo. El

¹² *Dar parcelas de poder a todos los miembros que han de estar si reducimos los ámbitos. Clásica tensión de ésta que se produce entre el poder de las razones y las razones de poder.*

estado materialista de bienestar ha eliminado inquietudes más allá de la producción mecanicista y con ello, ha des-espiritualizado y des-concienciado al ser humano, ofreciendo así las claves de la destrucción de la humanidad.¹³ La herramienta que nos puede ofrecer un cambio, una nueva enseñanza, es la cultura, pero ésta muchas veces se restringe a un tipo de producción cultural cada día menos reveladora y más orientada al ocio. Pero por otro lado no parece haber un claro interés por recobrar un impulso por comprender, por desarrollar un espíritu crítico o por plantearse cuestiones. ¿Son todas nuestras necesidades e inquietudes inducidas por la sociedad? Si es así ¿podríamos inducir una nueva necesidad más humanista?

¹³ En el momento el ser humano deja de tener conciencia del mundo que le rodea y se sume en su egocentrismo, deja de empatizar con las amenazas que se ciernen sobre el mundo (más allá de su vida). Hablamos del cambio climático y la destrucción del ecosistema, las guerras ideológicas y religiosas y sus resultados (refugiados, más guerras, etc.)

Qué hemos pretendido con este segundo capítulo

A través de este Segundo capítulo hemos ofrecido un panorama general donde se ubica la cultura en la actualidad y hemos dado pie a los problemas que más influyen en la sociedad y más concretamente a la cultura. Es decir, hemos concluido en que la acción cultural se limita únicamente al campo de la producción artística y la creación de las llamadas "Industrias Culturales" pero se ha olvidado de su papel más fundamental y que más necesita ejercer actualmente, el papel de educar y concienciar a la sociedad.

Por ello hemos abordado en el tema de la cultura y el ocio, y la cultura y la educación. Análogamente nos hemos visto obligados reflexionar sobre la función actual del arte, ya que es el elemento que más impera como producto cultural. También nos hemos visto en la obligación de tratar del papel y de la situación de las universidades como el principal elemento actual de difusión del conocimiento.

Así pues, en estos primeros capítulos, hemos relacionado un mapa general de funcionamiento de las relaciones culturales (agentes, instituciones, productos...), un contexto general donde se ubica, y algunas perspectivas que han subrayado, desde nuestro punto de vista, que uno de los problemas actuales más graves de la sociedad, la falta de conciencia (o falta de niveles de conciencia) es resultado de una carencia de educación y de conocimiento, a su vez, propiciado por un estrechamiento del panorama cultural a una mera actividad principalmente ociosa.

3. CAPÍTULO. Propuesta de Proyecto Circuito-Crece

3. 1. Una descripción general del proyecto

3.1.1 ¿Qué es?

El Circuito-Crece que vamos a abordar en este capítulo, se inscribe un proyecto más amplio llamado Proyecto-Crece del que más adelante daremos cuenta.

El Circuito-Crece trata de impartir 5 bloques de actividades, talleres y seminarios, a través de una red de espacios culturales de la ciudad de Valencia y alrededores, susceptibles de poder ampliarse al ámbito de la Comunidad Valenciana. Se desarrolla en espacios destinados únicamente a cuestiones artísticas, su objetivo es elaborar una agenda con una programación basada en talleres, seminarios, debates y exposiciones sobre los temas más relevantes de la actualidad, así como de temas de conocimiento humanístico.

3.1.2 Su necesidad y su finalidad

Con este proyecto, y el cambio de paradigma de la cultura, se busca como objetivo fundamental conseguir que el conocimiento y el saber cultural de las diferentes materias que engloban este campo, forme parte de la actividad cultural regular. Es por eso que presupone un cambio de paradigma en la concepción que se tiene en esta actividad, ya que se pretende que la cultura empuje de nuevo el interés por la educación continua y transversal como un extra tras la vida académica o profesional.

Este proyecto nace de la conjunción de varios puntos surgidos en los capítulos anteriores:

- El concepto de cultura nació con una actitud activa de crecimiento interior y social. Englobaba todo aquel conocimiento que enriqueciera el intelecto, el

espíritu o la sensibilidad. No obstante, hoy en día, la acción cultural dirige sus energías hacia actividades exclusivamente artísticas o festivas. Esta actividad cultural actual tiene como principales objetivos, preservar y fomentar la colaboración social.

- El arte (escénico, musical, plástico, audiovisual, literario...) es una de las fuentes de conocimiento más importantes tras la educación reglada, pero tampoco es la única.
- El mundo necesita de un incremento de conciencia para hacer frente a los fenómenos como el cambio climático, las guerras religiosas, los avatares materialistas y la pérdida de espiritualidad y sentido existencial.
- La educación reglada (en los casos en los que se da) solo ocupa el primer cuarto o quinto de la vida de una persona. El resto de la educación deviene influenciada por los medios.
- El cambio que ha sufrido el planeta a nivel demográfico, social, tecnológico, espiritual y económico en las últimas décadas es mayor que en los últimos siglos. No obstante, la educación reglada (primaria, secundaria y universidad), en ocasiones, siguen ancladas en sistemas educativos obsoletos.

Siendo la cultura la encargada de educar otras facetas del individuo durante su vida, pero como hemos dicho ésta tiene una oferta limitada, consideramos que, a través de este proyecto, podemos ampliar las líneas de acción la cultural para que ésta ofrezca otras alternativas con mayor sesgo educativo.

Con estas nuevas vías adheridas al ya establecido proceder de la actividad cultural, se ampliaría su impacto simbólico además de ofrecer un sinfín de nuevas ventajas a nivel individual y social.

- Potenciación del aspecto creativo, intelectual o artístico, a través del conocimiento transversal (humano).
- Una sociedad más instruida y más conocedora de la realidad que le rodea ofreciendo un potencial más crítico y, por tanto, más justo y democrático.

- Un individuo y una sociedad conocedor de las causas de los problemas que gobiernan el mundo, se vuelve más activo y más empático con la realidad y otras culturas.
- Un conocimiento intercultural ofrece la suficiente amplitud empática y espiritual como para ofrecer una resistencia contra las desigualdades, así como un sinfín de fobias y rechazos que nos retraen, nos limitan y nos empujan al odio y la aversión.
- Un conocimiento sobre nuestros orígenes nos ofrece la posibilidad de apreciar nuestra identidad en relación con la interculturalidad y no de una forma limitada. Además, nos ofrece un placer adicional.
- Conocer el conjunto de las religiones y la espiritualidad común y específica de cada una de ellas nos ofrece una visión de conjunto, además de nuevas guías espirituales con las que hacer frente a la existencia.
- Disponer un de un conocimiento más profundo sobre los diferentes fenómenos artísticos supone un aumento en el deleite producido por este, además de un incremento del público hacia el resto de las actividades culturales de la ciudad.
- Una conciencia de la unidad que subyace a toda la existencia y da sentido de estar íntimamente vinculado con los demás, la naturaleza y el cosmos.

A la larga supondría:

- Una sociedad más competente e individuos más ricos intelectual, espiritual y existencialmente.
- Una sociedad sin problemas de desigualdad.
- Una sociedad solidaria
- Una sociedad comprometida con un cambio continuo y con el medio ambiente.

3.1.3 Acciones

Las acciones que vamos a exponer constituyen lo más importante del proyecto, ya que son las que van a propiciar la ampliación de materias en el campo de la cultura. Además, si lo que buscamos es un incremento del nivel de conciencia de forma general, además de ofrecer una educación adicional no reglada, estas actividades deberán estar calculadas de tal forma que sus contenidos y su metodología cumplan los objetivos que hemos planteado. Así pues, deberán formar y deberán atraer a un nuevo sector de la ciudadanía, y generar con éste una buena relación de *feedback*.

El Proyecto-Crece, dispone de varias vías de acción: Circuito-crece, Multiversidad y ecoTEDdy.

La primera de estas es sobre la que nos vamos a centrar en profundidad en este trabajo, puesto que es la más elaborada de las tres. Los otros dos, más sencillos de gestionar (en comparación con el primero) tendrán lugar un año después del primero, y siempre y cuando se disponga del apoyo requerido, tanto por las universidades valencianas como por la Generalitat Valenciana o el Ayuntamiento de Valencia. Además, el proyecto *Multiversidad* y el proyecto *EcoTEDdy* actuarían como complementos del Circuito-Crece. De forma general, estas son:

Multiversidad¹⁴

Cada facultad organiza seminarios y congresos sobre las diferentes disciplinas, ya sean por innovación, desarrollo, debate o para exponer las diferentes temáticas. No obstante, la información sobre estos seminarios o congresos o ponencias, llegan únicamente a las personas que se encuentran en el campo de esa disciplina. Es muy probable que sea porque solo dichos integrantes puedan encontrar el atractivo a

¹⁴ Término extraído de las universidades reales sobre la complejidad de Edgar Morin en Ecuador.

dichas materias. Pero existe un "público", entre ellos estudiantes o gente que ha terminado sus estudios.

Otro aspecto que nos motiva a elaborar un proyecto con esta problemática es la limitación de conocimiento transversal y su necesidad. Son muchos los puntos de intersección que existen entre disciplinas, pero más aún sus posibilidades complementarias.

El fenómeno-Crece se encarga de promocionar y organizar en una agenda, todos aquellos seminarios, ponencias y congresos a través de sus vías de comunicación. De esta forma los círculos de proximidad se amplían.

Además de los seminarios ya organizados por la propia universidad, fenómeno-crece en colaboración con la universidad motivaría a los alumnos de últimos cursos a ofrecer seminarios introductorios sobre las materias de su competencia.

ecoTEDdy

Las conferencias TED ya han recorrido todo el mundo incentivando a la gente a exponer abiertamente sus ideas y sus proyectos. Da igual cual sea la temática, el contenido o el objetivo, ya sea vender, informar o simplemente expresarse.

Las conferencias ecoTEDdy son una copia de las que ya conocemos, pero a nivel autonómico. Este en particular está dirigido a la innovación ecológica, el desarrollo de proyectos de cooperación y conexión intercultural, ideas que puedan resolver cualquier tipo de conflicto social, político, filosófico, etc.

Pero ecoTEDdy implicará también una plataforma de crowdfunding que, tras haber explicado los proyectos, entran en fase de financiamiento.

3. 2. Estructura del proyecto.

Para elaborar la estructura del Circuito-Crece, hemos puesto en práctica un CANVAS elaborado por Juan Antonio Roig, Project Manager, Gestor de Proyectos de la Casa de la Cultura de Burjassot. Este CANVAS¹⁵ actúa como estructura necesaria en la elaboración de proyectos culturales de esta localidad.

Lo hemos seleccionado por abarcar de forma ordenada todos los puntos necesarios para la definición de un proyecto cultural. Además, añadiremos un décimo punto en el que estarán reflejadas las fases del proyecto en un cronograma.

3.2.1 Equipos y alianzas

El equipo encargado de dirigir el proyecto estará formado por los/las integrantes de la asociación cultural Fenómeno-Cultura. Este equipo de gestores culturales se encargará, a través de la formación de equipos de:

- El establecimiento de diálogo con los responsables de espacios culturales que formarán parte del circuito, y entrar en contacto con los responsables de otras redes culturales ya elaboradas.
- Elaborar un procedimiento de contacto y entablar una relación directa con los docentes/actores que van a formar parte del circuito.
- Elaboración de un procedimiento de contacto y diálogo con colaboradores y patrocinadores. Este procedimiento tendrá en cuenta la distinción de procedimientos dependiendo de la colaboración o el patrocinio. Estos también se encargarán de las diferentes ayudas en la que entra este proyecto.
- Entrar en contacto con las diferentes juntas de los diferentes barrios y municipios de Valencia.

¹⁵ El que utilizan en la actualidad es una adaptación del Canvas de Jim Kalbach. No obstante, el que vamos a utilizar en este trabajo es una adaptación del de Ostelwalder. Ambos son empresarios teóricos, escritores y asesores comerciales de la actualidad.

- Entrar en contacto con otros colectivos gestores interesados en colaborar en aspectos como en campañas de difusión o producción.
- Elaborar y preparar todos los procedimientos administrativos: contratos, convenios, ayudas, etc.
- Diseñar el espacio web donde quede reflejado todo el proyecto y buscar una empresa que se encargue del diseño de la misma.
- Diseñar los colores y la marca del proyecto y sus correspondientes dosieres, carteles, merchandising...
- Elaborar una estrategia de publicidad y marketing en colaboración con agencias especializadas.

Si el equipo es insuficiente se buscarán alianzas con otras empresas del sector, con las universidades (UV y UPV) y con el Ayuntamiento de Valencia

3.2.2 Destinatarios objetivos

El objetivo de este proyecto, es de alcanzar el mayor número de interesados posible de todas las generaciones. Esta alternativa presentará diferentes variaciones en su complejidad de acuerdo al sector generacional al que se dirija. Así pues, se diseñará de tal manera que todas las actividades puedan adaptarse a todas las edades.

Nuestros destinatarios deseados, son todos aquellos que muestran un determinado interés filantrópico o que tengan la intención de seguir formándose, encontrar una satisfacción en el conocimiento, que busque profundizar o actualizar temas o conocimientos que adquirieron con anterioridad.

En la sociedad nos encontramos con varias personas según su disposición o interés en absorber conocimientos. No obstante, hoy en día, nos encontramos en un punto interesante para este proyecto, puesto que la crisis (y aun estando en ella) ha producido una pequeña toma de conciencia de un movimiento que ya venía otorgando nuevas vías de búsqueda a un acceso diferente a otro modo de vida. Una prueba de ello es la cada vez más creciente tendencia a las prácticas orientales de

relajación, meditación o focalización, y sus inevitables análogos, los libros de autoayuda. También apreciamos que los modelos políticos tradicionales son cada vez son más inestables, y la necesidad de generar nuevas vías de organización y de formación están debilitando el estado de tranquilidad que aportaba el estado de bienestar material, el cual se está saturando así mismo. Si fue éste el que desplazó las ideologías, la espiritualidad y las religiones, hoy en día, el ser humano está más desprotegido que nunca existencialmente.

Esta clara demanda social e individual confluye además con un aspecto central del momento actual: el relativismo contemporáneo y la crisis de los grandes sistemas ideológicos y de las tradiciones religiosas han propiciado que ya no haya sistemas de creencias, instituciones sociales o cosmovisiones incuestionables. El individuo medio carece de referencias indiscutibles sobre qué sea la realidad y, en general, de referentes sólidos en los que apoyarse. Pero muchos ya no quieren sucedáneos; ya no pueden dar marcha atrás para retornar al calor de una seguridad que ahora, con la nueva perspectiva lograda, resultaría ficticia. (Cavallé 2011)

3.2.3 Objetivos de acción.

- Dinamizar, amplificar y profesionalizar la acción cultural
- Incentivar y motivar el acceso a la cultura
- Promover el interés por la cultura del conocimiento
- Maximizar las vías para la concienciación y la sensibilización.
- Fomentar la identidad y la igualdad social.
- Generar empleo
- Una sociedad más crítica y preparada para el cambio que se está viviendo.

3.2.4 Organización y estructura

La estrategia responde principalmente al “¿cómo se va a llevar a cabo?” o “¿Cómo vamos a llegar hasta nuestros objetivos?” Aquí distinguimos dos partes:

Organización Interna

El proyecto se lleva a cabo a través de un equipo que representa a la asociación cultural Fenómeno-Cultura. Este equipo está compuesto por gestores culturales bien cualificados. Los conocimientos que aportan al proyecto van desde la producción hasta el marketing cultura. Es por eso que este equipo cubre muchas de las necesidades del Proyecto-Crece.

Aunque ya ha quedado reflejado en el primer punto “Equipos y alianzas” y quedará aún más preciso en el décimo punto, nuestra estrategia se basa principalmente en la puesta en marcha de un sistema de equipos bien organizados y en una serie de pequeños objetivos previos.

Una vez expuesto cada uno de los dossiers se pondrá en marcha el organigrama de reparto (explicado en la parte de fases).

Contamos con 8 personas, cuatro grupos de 2 personas cada uno. Cada grupo se hace encargado de dos acciones. Como queda reflejado en el siguiente cuadro, las responsabilidades quedan bien definidas, y cada una de las parejas dispondrá de dos acciones.

1. Cuadro de organización de grupos y departamentos

ACCIONES	DESCRIPCIÓN	GRUPO 1	GRUPO 2	GRUPO 3	GRUPO 4
ESPACIOS	Búsqueda, contacto y exposición a los diferentes espacios.		X		
DOCENTES	En base a las diferentes materias, búsqueda de docentes y redacción de condiciones.		X		
COLABORADORES	Busqueda de empresas del sector que colaboren en la producción del proyecto.	X			
WEB	Realización de un esquema estratégico de la web, y búsqueda de presupuestos.			X	
PATROCINADORES Y AYUDAS	Elaborar un procedimiento de búsqueda de ayudas y patrocinadores.	X			
JUNTAS DE BARRIO Y MUNICIPIOS	Contacto y reunión con las diferentes juntas de cada uno de los bárrios donde se vayan a realizar las actividades.				X
ORGANIZACIÓN DE PROCEDIMIENTOS ADMINISTRATIVOS	Organizar contratos, legislaciones, convenios...				X
DISEÑO, PUBLICIDAD Y MÁRQUETING	Elaborar un diseño del proyecto y una estrategia de publicidad y marketing en colaboración con sectores profesionales.			X	

Cuadro de elaboración propia

Para la gestión de los objetivos y los documentos se utilizará el Google drive y dos reuniones semanales. Para exponer el trabajo realizado, dudas y poder realizar un seguimiento constante del proyecto. Se expondrá todo en un calendario de google, y para todas las tareas puntuales se utilizará el Wunderlist (un programa para la gestión de tareas compartidas compartido por todos los dispositivos).¹⁶

Temáticas y su distribución

Ésta organización responde a “¿Cómo se va a llevar a cabo la parte visible del proyecto?”

¹⁶ Anteriormente ya hemos trabajado con plataformas similares, como Trello, Netvibes o Asana. Es por eso que nuestra experiencia nos ha definido un sistema de trabajo.

2. Cuadro de bloques de actividades por género

PRIMER AÑO		
VIA 1: Sensibilización y entendimiento	Guerras y refugiados	S1
	Vida Planetaria	S2
	Una vida sostenible	S3
	Democracias y sistemas electorales	S4
	Economía del siglo XXI - TTIP	S5
VIA 2: Identidad cultural	Monográfico de la historia de Valencia	S1
	Recorrido por la arquitectura valenciana	S2
	El valencià, una llengua per aprendre	S3
	España, un punto de encuentro de civilizaciones	S4
	Monográfico de la España del siglo XIX y XX	S5
VIA 3: Conocimiento artístico	Acercamiento estético a la música clásica (teoría y práctica)	S1
	Una historia de la música popular contemporánea - Jazz	S2
	Aproximación a la apreciación estética del arte	S3
	Literatura y teatro español	S4
	La Danza en teoría y práctica!	S5
VIA 4: Conocimiento global	Cosmología antigua, pensamiento y evolución del Próximo Oriente	S1
	Paradigmas de la ciencia	S2
	Drogas, medicinas y nuevas perspectivas	S3
	El nacimiento de la filosofía	S4
	Entre Oriente y Occidente	S5
VIA 5: Creatividad y desarrollo personal.	Meditación y concentración	S1
	Aproximación a las prácticas espirituales orientales	S2
	Escritura creativa	S3
	Coaching, el poder de la mente	S4
	Coaching, el poder de la mente	S5

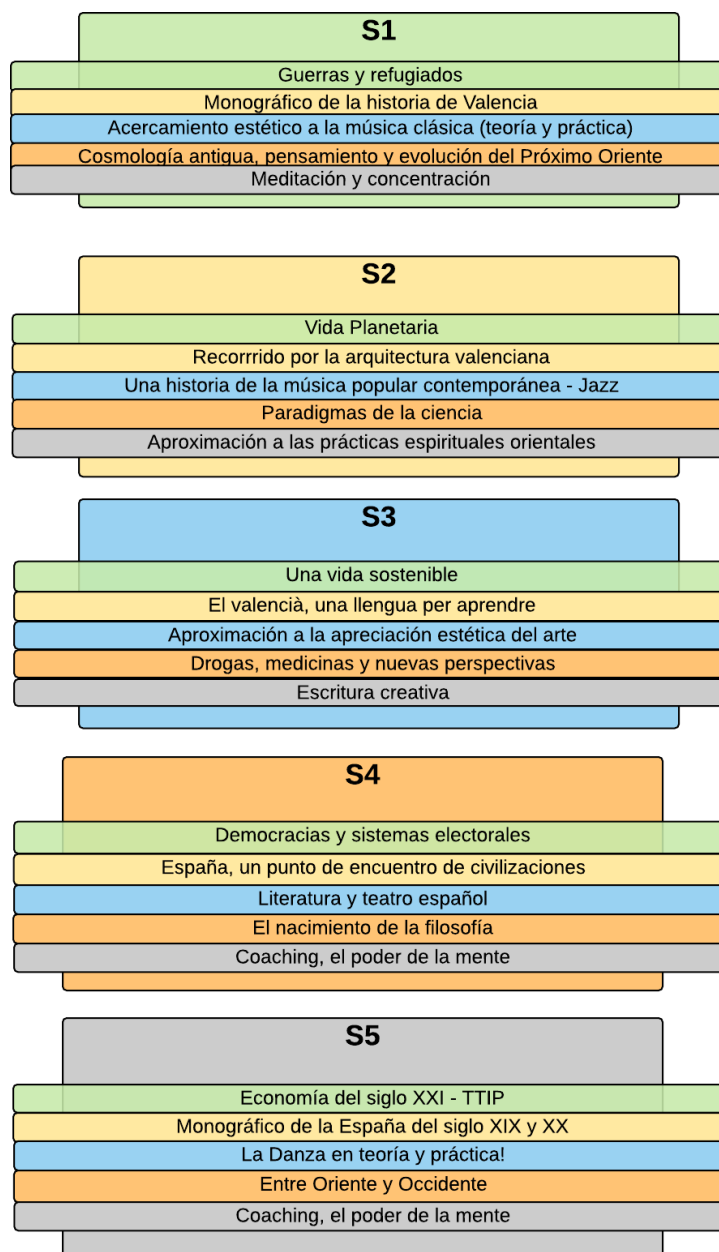
Cuadro de actividades de elaboración propia.

El Circuito-Crece, dispone de un formato que se va ampliando año tras año, tanto en número de espacios como en número de actividades. Así pues, el primer año contamos con 10 espacios y 25 talleres o actividades. Cada uno de los espacios tendrá actividades una vez a la semana y uno de cada dos meses¹⁷. Y el "año lectivo" será de 10 meses, de septiembre a junio. Como vemos en el dossier adjunto sobre

¹⁷ Intercalar meses de actividades con descansos es para que los espacios puedan contar con otro tipo de actividades propias. De esta manera los usuarios de barrio descansan económicamente.

actividades del primer año, hay 5 bloques diferentes de actividades, cada uno de ellos dispone de 5 actividades (cuadro superior). Para que cuadre en cada uno de los espacios hemos generado 5 secciones elaboradas de una mezcla de actividades de los 5 bloques:

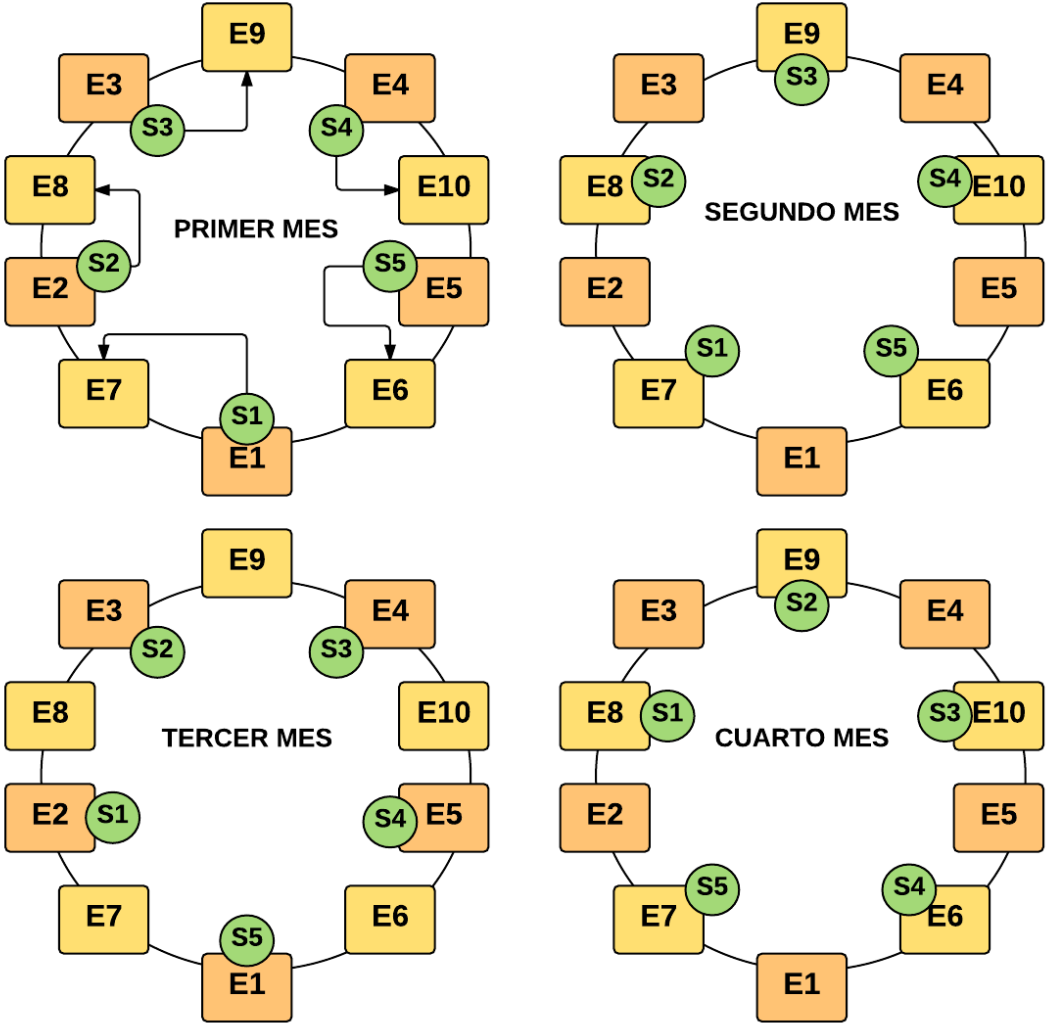
3. Cuadro de secciones de materias de cada una de los bloques



Cuadro de actividades de elaboración propia.

Un espacio cuenta con 5 actividades al mes, las dos últimas ubicadas en la última semana. Así pues, cada espacio dispondrá, cada mes (con uno de descanso), nuevas actividades de cada uno de los bloques. Para ello hemos elaborado dos círculos concéntricos, en los cuales, el primero contiene los 10 espacios, y el círculo interior dispone de 5 secciones de actividades de los 5 bloques. Estas actividades girarán como las manillas de un reloj mes tras mes.

5. Diagrama circuito de secciones por espacios y por meses¹⁸



¹⁸ Los "E1, E2, E3..." son los espacios, mientras que los "S1, S2, S3..." son las secciones compuestas de actividades de cada uno de los bloques.

El segundo año, desplazaremos las actividades del primer año a 5 nuevos espacios en Valencia ciudad y otros 5 espacios de alrededores (por ejemplo, Burjassot, Godella, Alboraya, Paterna y Eliana)

Vías/itinerarios

Estas actividades son aproximadas, es decir, un ideario de lo que vamos a buscar en un diálogo con profesores universitarios y otros profesionales de la educación. Con ellos se tratará de ampliar y de pulir el contenido de cada una de las materias, así como de añadir o quitar actividades.

Cinco líneas diferentes de talleres, exposiciones argumentales, debates o seminarios. Cada uno de estos aborda un tipo diferente de problemática y ofrece diferentes tipos de enseñanzas. Estos tendrán una duración de entre un día de 4 horas a 3 días de 4 horas cada día.

Ante todo, se busca ofrecer un conocimiento y un análisis sobre temas de actualidad.

- El primer bloque, Sensibilización y entendimiento, busca generar interés por las materias que, con más urgencia, necesitan atención. Conciencia sobre el contexto actual, el presente. Así, en este bloque se verán tratadas materias como:
 - o Guerras y refugiados. Las guerras actuales y la situación actual de los refugiados. Esta actividad será una ponencia de algunos de los representantes de Valencia Ciutat Refugi¹⁹ en colaboración con testimonios de algunos de los refugiados, para ofrecer una información más pura y poder así acercar el problema a la sociedad. Estas

¹⁹ Colectivo de apoyo, concienciación y sensibilización sobre los refugiados.

ponencias irán estimuladas con una previa exposición fotográfica en cada uno de los espacios culturales. Se busca concienciar, sensibilizar, movilizar y buscar cualquier tipo de apoyo.

- Vida planetaria. El cambio climático y las adversidades que este provoca. Estas ponencias reflejarán las diferentes crisis ecológicas que está sufriendo el planeta en estos momentos. Se plantearán cuestiones de vital importancia y se incentivará el diálogo.
 - Vida sostenible. Auto-sostenibilidad, reciclaje... A través de estos talleres se ofrece una visión general del consumo realizado y de las diferentes vías de auto-reciclaje y de autoabastecimiento energético.
 - Democracias y sistemas electorales. A través de estas ponencias se explicará, a través de monográficos, las diferentes democracias y los diferentes sistemas electorales.
 - Economías del siglo XXI. El TTIP. A través de estos talleres y ponencias, se expondrá toda la información relacionada con el TTIP a través de un monográfico general sobre la economía mundial. Se busca acercar al público a un mayor entendimiento.
- El segundo bloque, "Conocimiento artístico", busca ofrecer una solidez histórica (también de forma objetiva) sobre los conceptos de identidad, los nacionalismos, patriotismos, etc. Es la fundamentación a través de los hechos históricos lo que determina de esta manera nuestro sentido de pertenencia. Aquí se desarrollará un bloque de actividades, cursos y talleres que ofrezcan un respaldo tanto a la cultura municipal y local valenciana, como nacional o universal. Premiará el fortalecimiento de lo local pero siempre en relación con lo universal²⁰. Así pues, aquí nos encontraremos con talleres y cursos como:

²⁰ Creer en una cultura universal únicamente peca de absoluta mientras que una cultura únicamente local peca de endogámica. Buscamos ofrecer un equilibrio entre ambas.

- Monográfico de la historia de Valencia. Esta actividad explicará la historia de Valencia para hacer partícipe al público de la historia de su ciudad y hacerlo así, más partícipe del compromiso cultural.
 - El valencià, una llengua per aprendre. Este taller ayuda a comprender la lengua valenciana desde un punto cultural. Una perspectiva histórica, divertida y enriquecedora que busca acercar al público a esta lengua.
 - España, un punto de encuentro de civilizaciones. Esta actividad pone a España como un punto de encuentro de civilizaciones, y como punto de intersección cultural del que aflora y deviene la actualidad actual.
 - Monográfico de la España del siglo XIX y XX. Actividad que busca repasar a través de presentaciones la historia de España de los dos últimos siglos para refrescar el sentido histórico y dar mejor cavidad así a la realidad actual.
- El tercer bloque, Industrias culturales, nace de la creencia de que hay una relación exponencial entre el conocimiento de las artes, y su placer por ellas. Es decir, cuanto más conocemos los “lenguajes” que entrañan un arte, más placer somos capaces de extraer de él²¹. Busca ofrecer una conciencia no limitada del gusto y del placer por las artes. Se traduce en nuevos públicos. Los cursos que aparezcan en este bloque serán:
- Acercamiento estético a la música clásica (teoría y práctica). Estas actividades buscan ofrecer un conocimiento general tanto al lenguaje musical como a la historia de la música clásica. Desde la música antigua hasta la actualidad. Esta actividad podría desarrollarse por partes o periodos, año tras año. Ésta vendrá de un cuarteto de música de cámara que irá ilustrando el contenido.

²¹ Aunque exista un arte que busque la inmediatez y el impacto directo, la música clásica, las artes plásticas, el teatro... todos son un cúmulo de acontecimientos y de lenguajes.

- Una historia de la música popular contemporánea – el Jazz. Este taller es un monográfico de la historia de la música más popular norteamericana del siglo XX. Se impartirá junto a una formación de 3 o 4 músicos que ilustrarán las explicaciones.
 - Aproximación a la estética de las artes plásticas. Un recorrido general sobre la historia de las artes plásticas. Durante dos o tres días se ofrecerá un recorrido general y bibliografía recomendada para poder apreciar aún más el arte plástico y potenciar así los públicos al museo.
 - Literatura y teatro español. Un simpático taller ofrecido por actores conocedores de la historia del teatro y la literatura en España. Se busca ofrecer un mapa general sobre la historia y las prácticas del teatro, así como hondear en algunas cuestiones que pueden acrecentar el gusto por este.
 - La danza en teoría y práctica. Un recorrido por la historia y las variedades de la danza del mundo y sus diferentes etapas. Este taller lo ofrecerá una pareja de baile que pueda ir ilustrado sus explicaciones con diferentes danzas.
- El cuarto bloque, irá centrado principalmente en todo aquel conocimiento que conforma el estado actual de nuestra evolución como individuos y sociedad. Sobre la evolución a través de las diferentes perspectivas de la historia, es decir, a través de los progresos de la ciencia, la historia, la filosofía y las religiones.
- Este bloque persigue una conciencia sobre un proceso constante, y del valor del saber cómo elemento propicio para el buen juicio y como base para aumentar la creatividad y el desarrollo personal.
- Las asignaturas que se impartirían en este bloque irán cambiando a lo largo de los años. Un ejemplo de las primeras asignaturas que se impartirán serán:
- Cosmología antigua, pensamiento y evolución del Próximo Oriente. Este seminario ofrecerá un vistazo general a los conocimientos

cosmológicos de la antigüedad del Próximo Oriente, es decir, egipcio y mesopotámico. De donde deviene todo nuestro conocimiento actual.

- Paradigmas de la ciencia. Este seminario ofrecerá una visión holística de la ciencia. Se centrará en los avances más significativos y los avances de la ciencia de los últimos dos siglos. Se abordará el método científico y los temas más acuciantes entorno a la ciencia.
 - Drogas, medicinas y las nuevas perspectivas. Panorama general de la historia de las drogas, su significado y sus utilidades a lo largo de la historia de la medicina. Se busca ofrecer un conocimiento responsable sobre los estupefacientes y sus diferentes significados en varias culturas.
 - El nacimiento de la filosofía. En este seminario se ofrecerá una introducción a la filosofía desde las corrientes presocráticas hasta Aristóteles. Aportará de forma amena las bases del nacimiento del conocimiento occidental.
 - Entre Oriente y Occidente. Este seminario, a modo de charlas y diálogos entre varios ponentes, ofrecerá una perspectiva de las diferencias, semejanzas y posibles conexiones entre el pensamiento oriental y el occidental.
- El quinto bloque, tratará sobre la creatividad y el desarrollo personal. Esto lo trataremos desde varios ángulos, ya sea desde la psicología, el arte o la espiritualidad.

Una de las trabas que más impide y condiciona al ser humano para crear, ya sea desde la disciplina que sea, es el miedo. Este bloque busca la conciencia que nos identifica como seres creadores, donde, desde algunas creencias afirman, que se encuentra la verdadera felicidad. Las asignaturas y talleres que se impartirán serán:

- Meditación y concentración. A través de este taller se enseñarán diferentes técnicas de relajación y de meditación, así como sus beneficios.
- Aproximación a las prácticas espirituales orientales. Este seminario ofrecerá un recorrido sobre las diferentes religiones orientales aportando así un conocimiento sobre las diferentes prácticas espirituales y sus análogos occidentales.
- Escritura creativa. Este taller sobre escritura no busca generar nuevos escritores, sino ofrecer una vía creativa de expresión y por tanto de organización.
- Coaching, el poder de la mente. Talleres y seminarios sobre como liberar la mente de aquello que nos lastra y no nos deja avanzar. Estos cursos, ya puesto en práctica en cientos de centros.

A través de cada una de estas líneas se presentan varios seminarios, cursos y simposios. Al principio, y para el primer año se establecerán 5 para cada una de las líneas, pero estas irán aumentando a medida que vaya creciendo. Así, los talleres que nazcan el primer año se llamarán de "primera generación" y los que nazcan un segundo año de "segunda generación" y así respectivamente. Cada una de las jornadas, dependiendo de su duración, dispondrán de mayor número de fases, cada una de ellas aplicadas a cada año.

Espacios

Los espacios culturales utilizados para las actividades paralelas que se van a plantear, seminarios, talleres, cursos, reflexiones, etc., son todos aquellos espacios con una actividad cultural ya en marcha. Hablamos pues de teatros, multiespacios culturales, auditorios, salas, etc. Todos aquellos que quieran ampliar su programación durante el día y parte de la tarde.

Hablamos de generar varios circuitos simultáneos sobre una red de espacios para esta actividad. Estos circuitos, también puede valerse de redes ya existentes.

Estos espacios serán tanto de índole privada como pública, ya que se limitarán a aceptar o no las condiciones que se les ofrece. Otro espacio adicional y para eventos especiales es la universidad, tanto la de Valencia como la Universidad Politécnica.

La programación de estos espacios será según su disponibilidad.

Los espacios ofrecerán su infraestructura y los recursos necesarios. Además, hará la comunicación pertinente a través de sus medios disponibles, que se sumará a la comunicación misma del circuito.

El coste de estos espacios será tanto económica como promocional. Se buscará la cesión de los espacios en colaboración con la entidad pública. Mientras que se buscará llegar a un acuerdo colaborativo con la entidad privada.

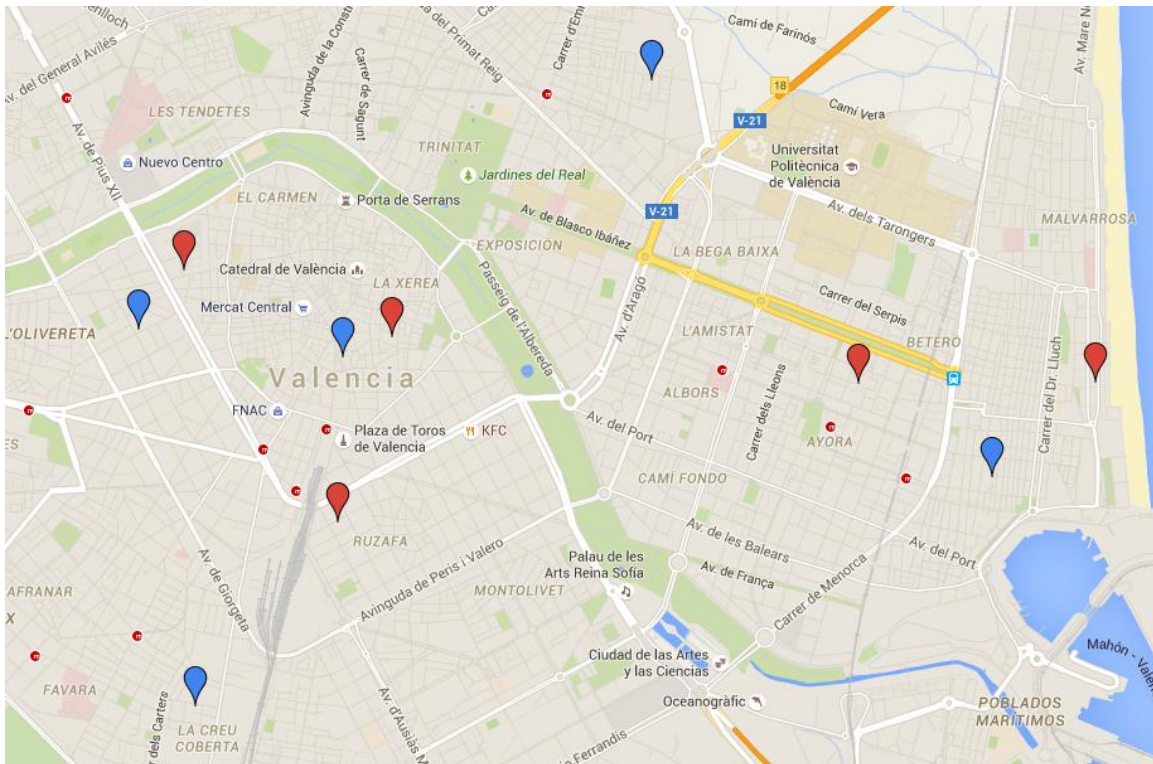
Los "ponentes" o "docentes" dispondrán de una contraprestación proporcional a las horas ejercidas. Esto se realizará a través de las diferentes vías de financiación (que explicaremos más abajo).

- Los beneficios publicitarios que pueda recibir un espacio se darán por la expansión de las redes que va a tener el proyecto-crece.

Para el primer año hemos propuesto unos espacios que nos resultan de especial interés por su aforo, su popularidad y nuestra cercanía relacional. Esto son:

- Sala Zircó (Patraix)
- Fábrica de Hielo (Cabanyal)
- Teatro Círculo (Benimaclet)
- Centro de la Juventud de Ayora
- Teatre el Musical (Cabanyal)
- La NAU de la Universidad de Valencia (Centro)
- Teatro Rialto (Centro)
- Auditorio del Botánico (Zona Botánico)
- Espai La Ilimera (Juan Llorens)
- Sala Russafa (Russafa)

6. Mapa de la ciudad de Valencia con los primeros 10 espacios



Mapa extraído de Google Maps y de elaboración propia

Docentes

Los docentes que impartirán cada una de las materias de este proyecto, serán seleccionados meticulosamente a través de su currículum y trayectoria. Los docentes deberán de contar con experiencia y con una demostración de sus conocimientos a través de entrevistas, de artículos, libros y participación en ponencias, seminarios y congresos.

La selección de docentes será a través de las universidades o a través de referencias fundadas.

Cada uno de estos docentes recibirá una cantidad por cada uno de los seminarios/cursos/talleres que imparta. Será a convenir con éste según el espacio y

las características de lo dispuesto a exponer. Se buscará siempre un mínimo de dos docentes que sean capaces de impartir el mismo curso.

Captación y fidelización

El proyecto-Crece, como muchos otros proyectos, se sustenta en la creación de una necesidad²² y la perdurabilidad. Si es la ampliación de niveles de conciencia para empatizar con la problemática ecológica, religiosa, política, etc., es el objetivo de dicho proyecto, es de vital importancia que este venga sustentado por un sistema de publicidad y de marketing a nivel general, además de pequeños incentivos.

Las acciones están representadas por 5 colores, en el esquema anterior, que determinan cada uno de los bloques, y representará una temática. El diseño y la imagen se basarán en esos colores.

Durante los primeros meses de la pre-producción se utilizarán pegatinas y flayers por toda Valencia con eslóganes y cuestiones que inciten a la reflexión. Estas, según la temática de las preguntas irá de un color u otro, dispondrán de un código QR que dirigirá a una web con la suficiente información para que suscite la curiosidad pero que no desvele aun las acciones que se preparan. Tras 5 meses la web contendrá la información necesaria, así como un formulario para hacerse socio.

Los primeros meses de la pre-producción se abrirán pequeñas acciones como concursos de ilustradores.

Los usuarios se pueden ver atraídos por una idea, una conjugación de colores y mensajes, pero no sabemos hasta qué punto, se puede ver atraído por la búsqueda de conocimiento. Es por eso que lo que se busca con esa primera parte es incentivar la reflexión, abrir cuestiones nunca antes planteadas.

²² Aunque hablemos de una necesidad ya latente y no una necesidad material.

Por otro lado, y dado que lo que buscamos es fomentar el conocimiento y el acceso a la cultura, se les ofrecerá a los socios descuentos en librerías, auditorios, teatros, etc.

3.2.5 Medios y tecnología

Los canales por lo que se llevará a cabo la publicidad y la promoción del proyecto serán:

- Cartelería: Posters, flayers, pegatinas, etc. Este canal será el primero generando expectación. Se buscarán ilustradores que quieran formar parte del concepto "Crece". El primer aporte económico será para la impresión de dichos carteles.
- Web. Una web que irá evolucionando desde el primer momento. Siguiendo el código QR incorporado en las ilustraciones, la web irá revelando más datos sobre qué es lo que será el proyecto "este nuevo movimiento". A 6 meses del inicio del proyecto se abrirá con toda la información precisa y un sistema de socios.²³ Una vez el proyecto estará en marcha, la web será un espacio donde gestionar actividades, usuarios y pagos.
- Redes sociales. Estas empezarán desde las redes de la asociación fenómeno-cultura. No obstante, nacerán como un fenómeno nuevo publicando principios del proyecto-Crece.
- Revistas y agendas. El objetivo social/cultural del proyecto nos abrirá a nuevas colaboraciones como revistas y agendas culturales. En estas se expondrán noticias a varios meses, del bulo generado.
- Espacios culturales y Juntas de Barrio: Cada uno de los espacios participativos hará su propia comunicación con sus canales habituales, pero también se buscará colaboración con las Juntas de cada uno de los Barrios involucrados en esas actividades.

²³ No hay que olvidar que este proyecto es de base asociativa.

- Videos en redes: Entrevistas a personas de interés social apuntando consideraciones al respecto del proyecto. Este canal audiovisual irá sumando videos una vez el proyecto esté en marcha.

3.2.6 Recursos relacionales

Qué es lo que disponemos que nos proporciona un avance en el proyecto. Contamos con una asociación cultural con una base jurídica, un equipo de gestores culturales involucrados y multidisciplinares, contacto directo con la institución de la universidad y con diferentes espacios culturales por toda Valencia y alrededores.

Tras haber operado en este campo y conocer a personas importantes del sector cultural, disponemos de unas buenas relaciones con los agentes culturales que pueden apoyar de mayor o menor medida en el desarrollo del proyecto.

Cada uno de los integrantes de la asociación ha formado parte de movimientos culturales anteriores en las diferentes áreas, esto nos amplifica aún más el alcance de nuestras acciones. Ya sea por el conocimiento del territorio como por los patrocinadores y las ayudas que pueden motivar el proyecto. Que cada uno pertenezca a un área de la cultura ha producido que este proyecto sea posible, ya sea tanto desde la fundamentación filosófica, el diseño web, el marketing o la producción. Es pues el capital humano y nuestro capital relacional y simbólico, nuestros recursos clave.

3.2.7 Relación con los "usuarios"

Nuestra relación con los usuarios pretende ser cercana y establecer un permanente *feed-back* con ellos. La idea que queremos transmitir es que en los inscritos está la posibilidad de cambio y la posibilidad de interacción.

A través de estos talleres/cursos/seminarios queremos devolver el afán creador, y ampliar las miras de nuestros usuarios a un sistema gestionado por ellos, en el que la cultura es el elemento principal.

Por ello mismo se cuidará en todo momento de que el usuario esté contento con lo que recibe. También le mantendremos informado de nuestras novedades a través de la newsletter.

3.2.8 Métricas y encuestas de evaluación

Este proyecto pretende extenderse lo máximo posible. Aunque la gestión está programada para el primer año, el proyecto se trabaja contando con la actividad durante los próximos 3 años. Las métricas, son de vital importancia. Estas se realizarán tanto a nivel cualitativo como cuantitativo y directa e indirectamente. Es decir, a través de google analytics seguiremos la repercusión de los medios de comunicación online, además se realizarán encuestas periódicas y entrevistas a diferentes profesionales que puedan poner su opinión constructiva al respecto.

En la misma web también habrá un buzón de sugerencias y se abrirá un espacio para el debate de la actividad realizada.

Las encuestas de evaluación se realizarán tanto a los usuarios, como a los espacios como a los componentes de la misma organización, con el fin de mejorar y corregir posibles deficiencias.

4. Encuestas a los usuarios

ENCUESTA USUARIOS							
PREGUNTAS		SI	NO	REGULAR	UN POCO	MUCHO	NADA
1	¿Te gustan las temáticas de los talleres?						

2	¿Te han aportado algo nuevo estos talleres?						
3	¿Crees que el contenido puede aportar una mayor conciencia social?						
4	¿Consideras que la metodología es correcta?						
5	¿Consideras que los ponentes/docentes desarrollan bien las temáticas y las hacen atractivas?						
6	¿Lo recomendarías a alguien?						
7	¿Consideras que el espacio es apropiado?						
8	¿Consideras que es importante tratar estas temáticas?						
9	¿Cambiarías algo? Dinos el qué.						

Encuesta de elaboración propia

5. Encuestas a los responsables de los espacios

ENCUESTA RESPONSABLES ESPACIOS CULTURALES							
PREGUNTAS		SI	NO	REGULAR	UN POCO	MUCHO	NADA
1	¿Consideras atractivos los cursos para la gente?						
2	¿Le han parecido adecuadas las actividades para el espacio?						
3	¿Les ha parecido profesional el trabajo del equipo de la organización?						

4	¿Les ha parecido profesional el trabajo del docente/ponente?						
5	¿Consideras que es importante tratar estas temáticas?						
6	¿Estaría dispuesto a repetir experiencia?						
7	¿Lo recomendaría a otros espacios?						
9	¿Cambiarías algo? Dinos el qué.						

Encuesta de elaboración propia

6. Encuesta de autoevaluación

ENCUESTA AUTOEVALUACIÓN							
PREGUNTAS		SI	NO	REGULAR	UN POCO	MUCHO	NADA
1	¿Consideras atractivos los cursos para la gente?						
2	¿Crees que podría organizar mejor?						
3	En general, ¿Ha sido buena la aceptación de los espacios?						
4	En general, ¿Ha sido buena la aceptación de los usuarios?						
5	¿Te has sentido a gusto en este proyecto?						
6	¿Tus funciones y responsabilidades están bien definidas?						
7	¿Ha sido buena tu relación con los compañeros?						

8	¿Se han cumplido los objetivos previstos?						
9	¿El presupuesto de gastos se ha ceñido a lo previsto?						
10	¿Cambiarías algo? Dinos el qué.						

Encuesta de elaboración propia

3.2.9 Estimación económica

Los gastos del Circuito-Crece se distribuyen en varias secciones como veremos a continuación y a través de dos fases, la preproducción, es decir, el espacio transcurrido antes de que la actividad comience, y la producción, los gastos e ingresos derivadores de la actividad. Los colaboradores serán una parte fundamental. Creemos que los objetivos de este proyecto van a ofrecer la posibilidad de colaborar con diferentes centros culturales y empresas del sector. Gracias a los colaboradores y sus aportaciones en publicidad y promoción y descuentos, este proyecto se hace realizable y sostenible.

Gastos

7. Hoja de cálculo de gastos del Circuito-Crece

GASTOS Pre-producción y producción (20 meses)			
Temática	Concepto	Descripción	Coste
	Equipo (10 meses de la pre-producción)	8 personas cobrado 400€ mes, 10 horas semanales a 10€/hora	32.000 €

Recursos humanos²⁴	Equipo (10 meses de la producción)	8 personas cobrado 400€ mes, 10 horas semanales a 10€/hora	32.000 €
	Docentes (10 meses de la producción)	300€ mes, 25 profesores (cuatro clases a 75€ por sesión) fijos + un plus que depende del número de socios.	75.000 €
Publicidad y comunicación	Web	12€ al año del dominio	12 €
	Redes sociales	Promoción en facebook. 30€ al mes desde la pre-producción	30 €
	Concurso ilustración	Premio + impresión de la pre-producción	2.000 €
	Flayers/pegatinas	Promoción de expectación - 1500 flayers	60 €
Gestoría	Gestor/administrativo encargado de dar de alta y de baja los contratos, además de llevar las cuentas del proyecto. 50€ mes, desde 3 meses antes de la producción (13 meses en total)		650 €
TOTAL	Durante 20 meses		141.752 €

Cuadro de elaboración propia

El Proyecto-Crece cuenta con ingresos a través de varias vías:

- Cuotas de socios. Los precios para ser socios son de 150€ y 130€²⁵ anuales. Hacerse socio ofrece al usuario descuentos tanto en librerías, cines, teatros, auditorios, etc.²⁶
- Ayudas y subvenciones del Estado. Ayudas a la cultura y a la educación de los diferentes sectores. Además, contaríamos con las ayudas a las

²⁴ En el coste de los docentes/ponentes y otros trabajadores se incluyen las obligaciones fiscales o laborales a que hubiera lugar.

²⁵ Con descuento para estudiantes, parados, y otros colectivos colaboradores.

²⁶ Estos descuentos serán ofrecidos por colaboradores como: El Palau de la Música, el Fnac, la Casa del Libro, Cines Babel, el Palau de les Arts, IVAM, MuVIM, etc.

asociaciones culturales. Estimamos que podríamos entrar en las ayudas de innovación social.

- Patrocinadores. Fundaciones y empresas del sector que quieran colaborar económicamente con la idea.
- Micro-mecenazgo. *Crowdfunding* para desarrollar extensiones puntuales del proyecto, como la aplicación móvil, el proyecto de *ecoTEDdy*, u otras cuestiones que vayan surgiendo.

Ingresos

8. Hoja de cálculo de ingresos por socios del Circuito-Crece

INGRESOS - Cuota socios			
	Cuota anual	Nº Socios	Cantidad total anual
Cuotas de socios	150 €	300	45.000 €

Cuadro de elaboración propia

Hemos calculado una media de 200 socios (a la baja) para el curso de inicio de la actividad 2017-2018 por determinadas razones:

- Un año previo de promoción a través de diversas plataformas y barrios.
- Acciones paralelas como el concurso de ilustraciones.
- El evento de presentación.
- El factor de innovación, y la urgencia y actualidad de muchos de los temas de las conferencias que se presentan.
- Los descuentos en los diferentes espacios, tiendas y actividades que se ofrecen con la afiliación a los talleres.

9. Hoja de cálculo de ingresos de ayudas y patrocinadores del Circuito-Crece

INGRESOS - Ayudas y patrocinadores		
Vías	Procedencia	Cuantía
Ayudas y subvenciones*	Ayudas a asociaciones ²⁷	10.000 €
	Ayudas municipales a proyectos de innovación social ²⁸	35.000 €
	Ayudas para la acción y la promoción cultural ²⁹	50.000 €
*Estas aportaciones primero tienen que pasar un proceso de selección, por lo que son hipotéticas.		
Patrocinadores	Caixa popular	15.000 €
	Universidad de Valencia	300 €
	Universidad politécnica de Valencia	300 €
TOTAL		110.600 €

Cuadro de elaboración propia

Balance total de gastos e ingresos

10. Cuadro balance total de ingresos, gastos y beneficios.

	Gastos	Ingresos	Beneficios
TOTAL	141.752 €	155.600 €	13.848€

²⁷ Todas las asociaciones culturales, dependiendo de su actividad, disponen de ayudas del Ayuntamiento donde estén dadas de alta. Las cantidades dependen de la legislación municipal de cada ayuntamiento.

²⁸ Ayudas Municipales a Proyectos de Innovación Social 2015 del Ayuntamiento de Valencia. Las cantidades expuestas están basadas en aportadas a proyectos de innovación social en el 2015.

²⁹ Ayudas estatales del Ministerio de Educación, Cultura y Deporte. La cantidad expuesta está basada en la concesión de la ayuda para la Acción y Promoción Cultural otorgada a la Fundación Contemporánea en el 2016.

Este presupuesto es orientativo, puesto que los ingresos dependen de la concesión de las ayudas y de las cantidades aportadas. Los ingresos también variarán dependiendo del número de socios que dispongamos. En cuanto a los gastos, tampoco son exactos puesto que también se buscará la colaboración con docentes o colectivos de docentes o ponentes. Un ejemplo es el primer taller del primer bloque *Concienciación y sensibilización > Guerras y refugiados*. Esta actividad/taller busca hacer llegar la problemática de la situación de los refugiados y las guerras actuales a los diferentes barrios de Valencia. Para este taller contaremos con la colaboración de los colectivos que ya realizan estas acciones en diferentes partes de Valencia, como por ejemplo *Valencia Ciutat Refugi*.

Siendo un proyecto de base asociativa, los beneficios se reinvertirán en la mejora del mismo proyecto u otros proyectos culturales.

3.2.10 Colaboradores

11. Hoja de cálculo de colaboradores del Circuito-Crece

Colaboradores y aportaciones		
General	Específico	Aportación
Espacios culturales	Palau de la Música de Valencia	20% de descuento para socios en las entradas de la producción propia
	Teatro Principal de Valencia	20% de descuento para socios en las entradas
	Museos: IVAM, MuVIM	20% de descuento para socios en las entradas

Tiendas	Fnac	Descuento del 50% en la tarjeta de socio
	Casa del libro	10% en libros
	Otras librerías	10% en libros
Empresas de transportes	EMT	Publicidad en buses
	METRO	Publicidad
Universidades	Universidad de Valencia	Espacios de reuniones y publicidad.
	Universidad Politécnica de Valencia	Espacios de reuniones y publicidad.

Cuadro de elaboración propia

3.2.11 Cronograma

Estos cronogramas intentan ser lo más exactos posibles, no obstante, muchas de las fechas son hipotéticas ya que dependen de otros factores externos puntuales ajenos a la organización.

12. Cuadro de pre-producción Circuito-Crece

PREPRODUCCIÓN septiembre - junio (2016-1017)	
Pre-arranque Junio-julio y agosto 2016	Exposición de la idea/concepto en reunión con equipo de producción
	Organizar los equipos
	Definir las vías de acción, los tiempos y los procedimientos
	Hacer la primera fase de la web
	Hacer el diseño del logo, y de los primeros flyers y pegatinas
Primer mes - septiembre 2016	
Redacción de dosieres	Dosieres para espacios

	Dosieres para docentes
	Dosieres para colaboradores
	Dosieres para patrocinadores
	Dosieres para Ayuntamiento y Universidades
Preparación de números de teléfono y correos electrónicos de espacios, docentes, colaboradores y patrocinadores. Generar protocolo de actuación para cada uno de ellos.	
Ultimar diseños primeros flyers y pegatinas.	
Prepara las bases para el concurso de ilustradores	
Segundo mes - octubre 2016	
Equipo de financiación.	Búsqueda de financiación. Determinar las ayudas y las subvenciones y definir las líneas básicas del proyecto.
Equipo de comunicación	Repartir flyers y pegatinas por Valencia
	Lanzamiento concurso de ilustradores. Temática CRECE.
	Organización de las entrevistas para el canal de YouTube.
Segundo, tercer y cuarto mes - octubre/noviembre/diciembre 2016	
Contacto y presentación de dosieres a espacios, docentes, artistas, Administraciones públicas, y universidades.	
Contacto con los colaboradores para la puesta en marcha de la política de descuentos y la publicidad en las distintas plataformas.	
Desarrollar la cartelería definitiva de diferentes formatos.	
Organización presentación concurso de ilustradores. Búsqueda de espacio, y de un par de grupos de música.	
Quinto mes - enero 2017	
Equipo de la web.	Segunda fase de la web. Más información sobre el proyecto, posibilidad de hacerse socio
Ultimar detalles presentación concurso de ilustradores. Generar publicidad.	
Equipo de financiación	Puesta en marcha de protocolo de elaboración de proyectos para las ayudas y subvenciones de la administración.
Establecer agenda para las reuniones con las diferentes juntas de barrio (colaboradoras en la difusión del proyecto-Crece)	

Organización de acto inaugural del Proyecto Crece para junio del 2017. Búsqueda de espacios, patrocinadores (cerveceras) y 4 grupos populares (diferentes géneros) que quieran colaborar con un proyecto benéfico y social. Contactar con medios de comunicación.	
Sexto mes - febrero 2017	
Equipo de docentes	Reunión con los docentes
	Exposición/debate sobre la metodología
Equipo de administración	Preparación de contratos y convenios para con espacios, docentes, patrocinadores y colaboradores. Fiscalidad.
Evento concurso de ilustradores con dos bandas y primera presentación del proyecto-Crece.	
Equipo de comunicación	Blog en la web sobre artículos relacionados con los problemas que se presentan en el proyecto.
	Empiezan las entrevistas a personas de elevado interés social. Escritores, actores, políticos...
Séptimo mes - marzo 2017	
Equipo de comunicación	Inicio campaña de publicidad a través de artículos en las diferentes periódicos y radios. ¿La crisis de valores se deja ver? ¿Somos cada vez más superficiales? ¿Necesitamos aumentar niveles de concienciación? ¿Falta de empatía?
	Blog en la web sobre artículos relacionados con los problemas que se presentan en el proyecto.
	Entrega creativos a colaboradores publicitarios
Equipo de financiación	Reuniones con administraciones públicas y patrocinadores (Caixa popular)
Equipo de web y diseño.	Puesta en marcha de las tarjetas de socio con descuentos para los diferentes espacios.
Siguen las entrevistas	
Sigue la organización del acto inaugural que tendrá lugar en junio. Ya se dispone del espacio.	
Equipo de comunicación	Empieza la campaña de publicidad. Cartelería, web con lo básico.
	Reunión con docentes para metodología y organización

Octavo y noveno mes - abril/mayo 2017	
Organización del evento inaugural. Publicidad, contratos, producción.	
Equipo de comunicación	Nueva tanda de publicidad - cartelería.
	Entrevistas. Seleccionar lecturas recomendadas por los entrevistados sobre temáticas de capital interés para nuestro proyecto. Estas se ofrecerán en el evento inaugural de junio.
Firma de contratos, convenios con espacios, docentes, artistas y colaboradores.	
Décimo mes - junio 2017	
Festival inaugural última semana de junio.	
Equipo de comunicación	Preparación de todo el sistema de comunicaciones, online y en medios tradicionales para Julio y agosto.
Publicidad global (Valencia) para hacerse socio de la plataforma- Crece.	
Últimas reuniones con juntas de barrio, responsables de espacios, colaboradores y docentes.	
Julio y agosto 2017	
Recepción de correos, llamadas y ultimación de detalles de la producción.	
Organización de agendas y horarios del circuito - Crece	

Cuadro de elaboración propia

13. Cuadro de producción Circuito-Crece

PRODUCCIÓN septiembre - junio (2017-1018)	
Primer mes - septiembre 2017	
Inicio del Circuito-Crece	
Seguimiento de los diferentes talleres y espacios	
Establecer nuevas vías de comunicación - Sobre la repercusión del fenómeno.	

Segundo mes - octubre 2017	
Equipo de financiación y administración	Preparar ayudas para el segundo año y libro de cuentas
Equipo de comunicación	Lanzamiento concurso de ilustradores segunda edición. Temática CRECE.
	Organización de las entrevistas para el canal de YouTube
Se empiezan a organizar los proyectos <i>Multiversidad</i> y <i>ecoTEDdy</i> para junio y septiembre 2018	
Segundo, tercer y cuarto mes - octubre/noviembre/diciembre 2016	
Seguimiento de actividades en diferentes espacios.	
Puesta en marcha de los sistemas de evaluación	
Reuniones universidad y ayuntamiento para los proyectos de <i>Multiversidad</i> y <i>ecoTEDdy</i> . Búsqueda de patrocinadores.	
Organización presentación concurso de ilustradores segunda edición	
Quinto mes - enero 2017	
Equipo de financiación	Puesta en marcha de protocolo de elaboración de proyectos para las ayudas y subvenciones de la administración 2018
Empieza la organización del Circuito-Crece 2018-2019. Nuevos espacios y nuevas y más actividades.	
Se empieza a trabajar en la imagen y la publicidad del <i>ecoTEDdy</i> junio 2018. Se busca un presentador de renombre. Se escriben las bases, los colaboradores. Y se organizan reuniones.	
Sexto mes - febrero 2017	
Se lanza convocatoria a alumnos de último curso de la universidad para proponer proyectos de la Multiversidad	
Se lanza la publicidad de <i>EcoTEDdy</i> y las convocatorias	
Equipo de docentes	Reunión con los docentes 2018
	Exposición/debate sobre la metodología
Equipo de administración	Preparación de contratos y convenios para con espacios, docentes, patrocinadores y colaboradores. Fiscalidad.
Evento concurso de ilustradores con dos bandas. Segunda edición.	
Equipo de comunicación	Siguen las entrevistas a personas de elevado interés social. Escritores, actores, políticos...
Séptimo mes - marzo 2017	
Segunda puesta en marcha de los sistemas de evaluación	
Equipo de financiación	Reuniones con administraciones públicas y patrocinadores (Caixa popular) para financiación 2018-2019

Equipo de web y diseño.	Puesta en marcha de los nuevos diseños del proyecto Crece 2018-2019
Debate sobre la propuesta de una aplicación para Tablet y móvil del proyecto.	
Sigue la organización de <i>ecoTEDdy</i> que tendrá lugar en junio. Ya se dispone del espacio.	
Octavo y noveno mes - abril/mayo 2017	
Equipo de comunicación	Nueva tanda de publicidad - cartelería.
En mayo se presentan los participantes del <i>ecoTEDdy</i>	
Firma de contratos, convenios con espacios, docentes, artistas y colaboradores, circuito 2018	
Décimo mes - junio 2017	
<i>ecoTEDdy</i>	
Equipo de comunicación	Preparación de todo el sistema de comunicaciones, online y en medios tradicionales para Julio y agosto.
	Resumen anual (vídeos y fotos) durante el primer año.
Publicidad global (Valencia) para hacerse socio de la plataforma- Crece.	
Últimas reuniones con juntas de bárrio, responsables de espacios, colaboradores y docentes 2018	
Julio y agosto 2017	
Recepción de correos, llamadas y ultimación de detalles de la producción 2018-2019	

Cuadro de elaboración propia

3.3 DAFO

Hemos decidido realizar un DAFO para ofrecer una visión realista del proyecto, es decir, si es realizable o no.

Análisis Interno

Análisis Externo

Debilidades <ul style="list-style-type: none">- Escasa experiencia en proyectos de este calibre.- Complejidad del proyecto.	Amenazas <ul style="list-style-type: none">- Crisis de la administración y la consecuente reducción de ayudas y subvenciones.- No reconocimiento de la innovación por los usuarios.
Fortalezas <ul style="list-style-type: none">- Equipo bien formado y de actitud profesional- Conocimiento del entorno socio-económico	Oportunidades <p>Es un proyecto que no existe y creemos que tiene cavidad en el entramado cultural.</p>

4. CAPÍTULO – Conclusión

En relación con los objetivos presentados al comienzo del trabajo, hemos concluido que:

- La acción cultural debe dirigirse al conocimiento humanístico pues éste nos abre más puertas al enriquecimiento y al placer que cualquier otro bien material.
- La actividad cultural actual está delimitada por acciones que, en un elevado porcentaje, buscan únicamente satisfacer la unidad y el ritual social, pero que ha dejado de preguntarse sobre su rumbo y su sentido.
- En el valor simbólico de la cultura reside una actitud más que una acción, y que es ésta la que puede producir el desarrollo del individuo y de la sociedad, a través de la comprensión y la educación de percepción.
- Hemos propuesto un proyecto capaz de ofrecer una educación cognitiva, emocional, sensorial y artística adicionales para amplificar estos beneficios y mejorar el desarrollo socio-cultural: el Proyecto-Crece.

En este trabajo hemos abordado tres puntos que consideramos claves en el panorama de la transmisión cultural y hemos desarrollado un proyecto como alternativa para poder tratar los problemas que en ésta se presentan. Estos tres puntos han sido:

- La prioridad de la cultura como conocimiento.
- Democratización de la acción cultural.
- La aportación de la cultura al análisis de la actualidad.

Al principio del trabajo, y tras el enfoque metodológico que nos aportó la teoría de campos de Pierre Bourdieu, abordamos la cuestión de la amplitud del concepto de cultura. Desde sus orígenes y desde las diferentes definiciones, la cultura y, por tanto, la acción cultural, debe ampliarse más allá de aquello sobre lo que actúan las instituciones; es decir, la cultura no se restringe únicamente al fomento de las artes,

la conservación del patrimonio, etnología, sino que también debe motivar a la ciudadanía al conocimiento. ¿Pero qué conocimiento? Abordar esta pregunta es una cuestión compleja, pero en su momento escogimos como más válida la definición de "cultura" que plantea la UNESCO para resolverla: la cultura es todo aquello que nos reconoce como seres humanos y como un proceso en constante aprendizaje. Es pues que, a través de esta frase, deducimos que la cultura es todo aquel conocimiento que nos acerca a lo que somos, es decir, nos ayuda a conocernos como individuos, como colectivo y como especie dentro de una tradición e infinidad de variables. Premia pues una "actitud" sobre una "actividad".

No obstante, la actividad cultural desarrollada en general por las instituciones y dirigida a los sectores que antes mencionamos, sin menospreciar su importante papel, y remarcando el aún más importante papel, también como elemento educativo, la consideramos insuficiente. ¿Insuficiente para qué? En este punto abrimos dos vías que aportaban conjuntamente una solución:

- En una breve reseña sobre el momento actual, la globalización, internet, los avances tecnológicos, el estado del estado de bienestar... y a través de algunas lecturas, ya remarcamos que, el enorme avance que está viviendo la sociedad en determinados campos, tiene como contrapartida el abandono de otros. Tanto es así que influye sobre la pérdida de valores, desapego espiritual (no-religioso), bloqueo del desarrollo de la conciencia, falta de empatía, pérdida de la autoestima, primacía de la competitividad sobre la colaboración, prioridad del individuo sobre el colectivo, etc.
- La educación reglada, es decir, lo que nos enseña los fundamentos básicos de nuestra vida, la encontramos principalmente en los años de escolarización y de especialización en la universidad. Muchos de los conocimientos que absorbemos en nuestros años de escolarización perduran, pero muchos de ellos desaparecen y se olvidan, ya que lo que más premia durante esos años son las experiencias del entorno. Por otro lado, las universidades en la actualidad están sufriendo un cambio importante, puesto que proponen una

especialización aún mayor de los estudios que imparten enfocándolas hacia la productividad profesional y eliminando la riqueza del conocimiento transversal. Aspecto que consideramos genera un decrecimiento de las posibilidades creativas del individuo.

Una vez terminan los años de escolarización y de especialización, entre los 18 y los 25 años, ya no existe más educación dirigida que la que se encuentra en la sociedad, en nuestro entorno y en internet.

El mundo está sufriendo un cambio importante. La destrucción del ecosistema, el quebranto de los millones de refugiados causa de persistentes guerras religiosas, decisiones políticas deshumanizadas en pro de un sistema económico, todos ellos son temas de capital importancia y urgencia. Mientras tanto una gran parte de la sociedad se mantiene insensible, ya sea por falta de conocimiento como por falta de empatía. Así es como la acción cultural institucional y los diferentes sectores culturales y artísticos, aunque importantes en la transmisión de experiencias, de sentimientos, de sensaciones y de rebeldías, en muchas ocasiones quedan insuficientes para desarrollar una integral tarea cultural como la educación social.

Entonces, la pregunta que nos motivó todo esto fue: Si la cultura es una actitud esencial para la educación individual, social y cívica, y las acciones institucionales y de los diferentes sectores artísticos no cubren del todo el espectro que podríamos abarcar ¿Qué es lo que podemos hacer para que así sea?

El Proyecto-Crece ofrece una respuesta a dicha carencia. ¿Por qué no utilizar los espacios de la cultura para transmitir además conocimientos humanísticos?

Hemos conseguido elaborar un proyecto realista capaz de hacer frente a la problemática que hemos planteado. Entendemos que se trata de un proyecto que puede obtener éxito dada su solicitud y los medios de comunicación y el grupo de profesionales que lo avala. Creemos que los resultados se podrán apreciar a medio y largo plazo, pues como ya se ha dicho con anterioridad, se plantea que el proyecto no tenga una fecha de finalización, sino que vaya ampliándose con el tiempo.

Es un proyecto de base asociativa y de grandes beneficios sociales. La asociación cultural de gestores culturales Fenómeno-Cultura será la responsable de dirigir el proyecto. Ésta, una vez cubiertos sus costes (profesorado y conferenciantes, espacios, producción...), revertiría los beneficios económicos a fin de reinvertirlos en el mismo proyecto permitiendo así su extensión y sostenibilidad, tal y como se expresa en el apartado económico.

BIBLIOGRAFÍA

BASTONS, M., et al., 1999. *Perfils professionals de la gestió cultural (Informes: document d'estudi 12)*. Barcelona: Institut Català de Noves Professionals, Generalitat de Catalunya.

BATAILLE, G., 2005. *El límite de lo útil*. Buenos Aires: Losada

BAUMAN, ZYGMUNT, 2013 *La cultura en el mundo de la modernidad líquida*. Madrid: FCE

BOURDIEU, P., 1990. *Sociedad y cultura*. México: Grijalbo

BOURDIEU, P., 1991 *El sentido práctico*. Madrid: Taurus

CABAÑÉS MARTÍNEZ, F., 2011. *Aproximación a la situación del gestor cultural en la Comunidad Valenciana*. Valencia: Centro de Investigación Econcult

CASABÁN MOYA, E., 2007. Sobre el origen de la cognición. *Revista de Filosofía* [en línea], **32**(2), pp. 17-35. ISSN: 0034-8244 [Consulta: 29/04/2016]. Disponible en: <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=2526507&orden=208810&info=link>

CAVALLÉ, M., 2011. *Filosofía sapiencial* [en línea]. [Consulta: 11/02/2016]. Disponible en: <http://www.moniacavalle.com/filosofia-sapiencial/filosofia-sapiencial-o-la-ciencia-de-la-vida/>

COCA, J. R., 2008 *Las posibilidades de lo imaginario*. Barcelona: Ediciones del Serbal.

ELIADE, M., 1991. *Mito y Realidad*. Barcelona: Labor.

GARDEY SANCHEZ, G., 2014. *Impacto Económico de la Cultura. Metodologías*. [En línea] [Consulta: 12/03/2016] España: Manual Anaya. Disponible en: <http://atalayagestioncultural.es/capitulo/economia/impacto-economico-cultura>

GROF, S.; RUSELL, P.; LAZLO, E., 2000. *La Revolución de la conciencia*. Barcelona: Kairós

http://www.uv.es/soste/pdfs/Sostenuto_Volume1_CAST.pdf

LEVINE, D., 1971. *Simmel: On individuality and social forms*. Chicago: University Press

MARTINELL SEMPERE, A., 2014. *Los agentes de la cultura* [en línea] España:

Manual Atalaya. [Consulta: 2/02/2016] Disponible en:

<http://atalayagestioncultural.es/capitulo/gestion-cultural/agentes-cultura>

ORDINE, N., 2013. *La utilidad de lo inútil*. Barcelona: El Acantilado

RAUSELL KÖSTER, Pau, et al., 2012. *La cultura como factor de innovación económica y social*. [en línea] Valencia: Econcult. [Consulta: 24/04/2016]. Disponible en:

RAUSELL, P.; ABELEDO, R.; MARRADES, R., 2014. *Economía de la Cultura. Una mirada desde la voluntad de transformar la realidad* [en línea]. Valencia: Econcult.

[Consulta: 24/04/2016]. Disponible en:

<http://www.econcult.eu/es/publicaciones/economia-de-la-cultura-una-mirada-para-transformar-la-realidad/>

SCHWANITZ, D., 2002 *La cultura. Todo lo que hay que saber*. Barcelona: Taurus

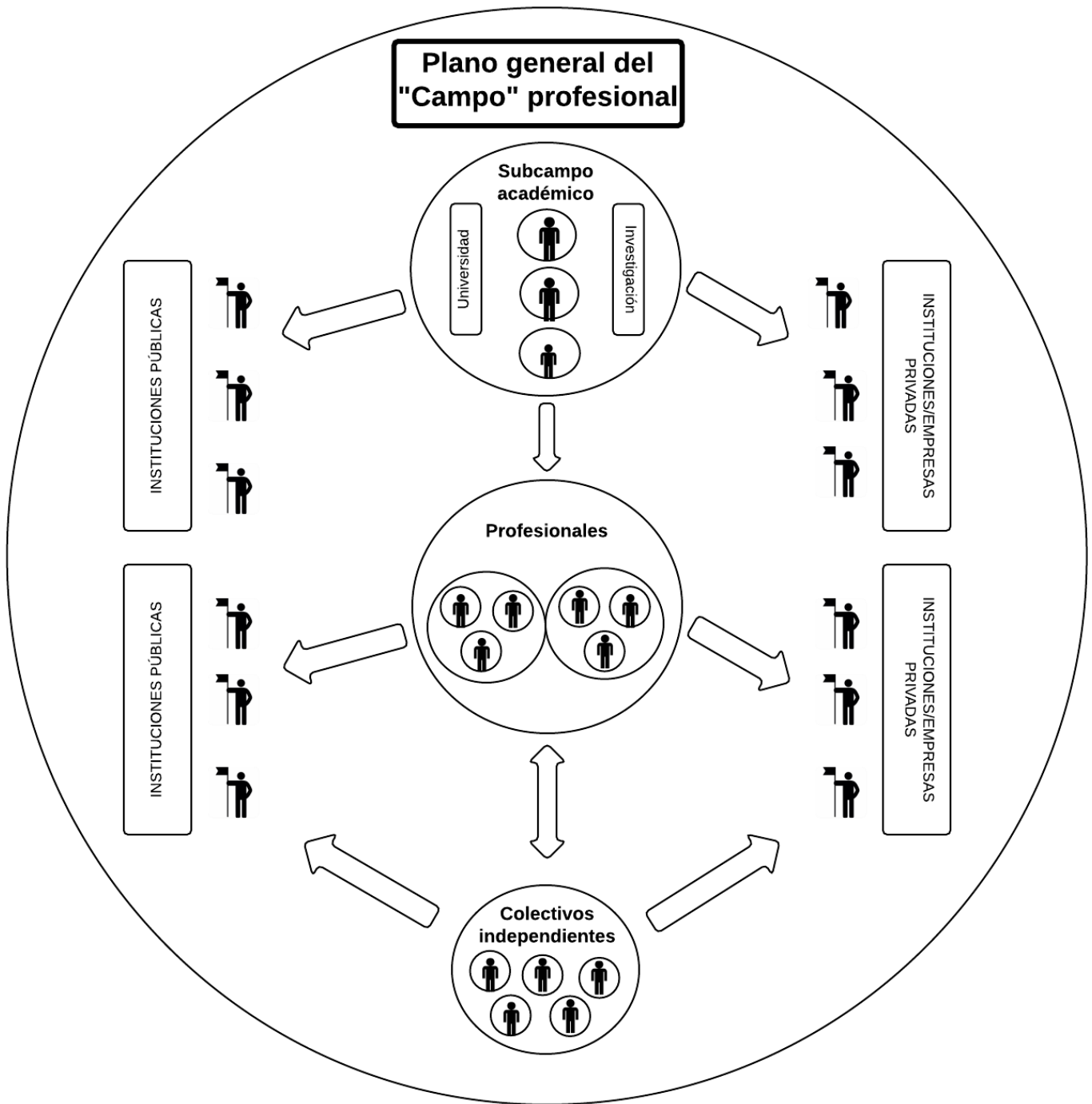
TARNAS, R., 1991. *La Pasión de la mente occidental*. Vilaür, Girona: Atalanta.

UNESCO, 1982 *Conferencia Mundial sobre las Políticas Culturales en México*. [en línea]. México: UNESCO [Consulta: 20/02/2016]. Disponible en:

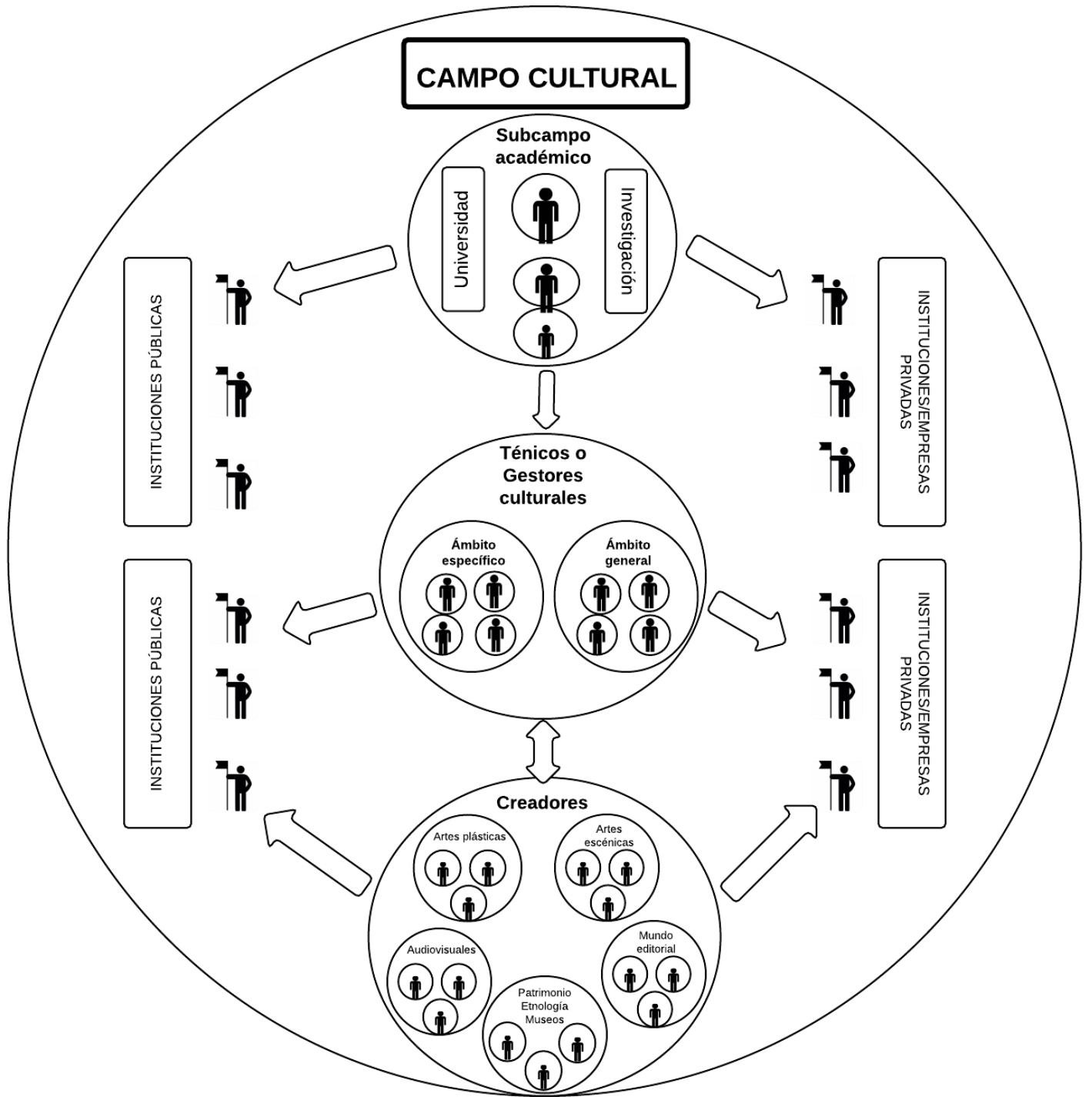
http://portal.unesco.org/culture/es/files/35197/11919413801mexico_sp.pdf/mexico_sp.pdf

VILLAVIEJA LLORENTE, C. 2006. *Operatividad y utopía en la gestión cultural*. Valencia: Diputación de Valencia.

ANEXO 1



ANEXO 2



ANEXO 3

AGENTES CULTURALES

