

CULTURA E DESENVOLVEMENTO LOCAL

Xan Bouzada Fernández
Coordinador

CULTURA E DESENVOLVIMENTO LOCAL

CULTURA E DESENVOLVEMENTO LOCAL

Actas dos II Encontros Cultura e Concellos
celebrados en Santiago de Compostela
o 23 e 24 de xuño de 2000

Xan Bouzada Fernández
Coordinador



Consello da Cultura Galega
Santiago de Compostela, 2001

Encontros Cultura e Concellos (II. 2000. Santiago de Compostela)

Cultura e desenvolvimento local : actas dos II Encontros Cultura e Concellos celebrados en Santiago de Compostela o 23 e 24 de xuño de 2000 / Xan Bouzada Fernández, coordinador. - Santiago de Compostela : Consello da Cultura Galega, 2001. - 143 p. ; 24 cm.

D.L. C - 2384 - 2001. - ISBN 84-95415-45-3

I. Animación cultural-Galicia.- Congresos e asambleas. I. Bouzada, Xan, coord. II. Consello da Cultura Galega. III.

Título

EDITA:

© Consello da Cultura Galega

Pazo de Raxoi 2º planta.

Praza do Obradoiro

15705 Santiago de Compostela

Teléf.: 981 56 90 20

Fax: 981 58 86 99

Enderezo electrónico: correo@consellodacultura.org

ISBN 84-95415-45-3

D.L. C - 2384 - 2001

Imprime: Offset Valladares

ÍNDICE

PRESENTACIÓN Xan Bouzada	7
CULTURA Y DESARROLLO URBANO: EL CASO DEL PAÍS VASCO Jesús Arpal Poblador	15
OS ESPACIOS PÚBLICOS URBANOS: Michel Bassand	29
UNA NUEVA FORMACIÓN CULTURAL: EL COMPLEJO CULTURAL LOCAL Arturo Rodríguez Morató	41
IDENTIDADE E TERRITORIO NAS ECONOMÍAS SIMBÓLICAS. A EXPERIENCIA DO SECTOR TURÍSTICO Manuel González Fernández	57
A PROGRESIVA SECULARIZACIÓN DO FEITO CULTURAL E O XURDIMENTO DE NOVAS OPORTUNIDADES PARA ACCIÓN DERIVADAS DA RELACIÓN EXISTENTE ENTRE A CULTURA E DESENVOLVEMENTO LOCAL Xan Manuel Bouzada Fernández	71
CULTURA - DESENVOLVEMENTO SOSTIBLE - ORDENACIÓN Javier Centeno	91
ELEMENTOS PARA LA PLANIFICACIÓN Y PUESTA EN MARCHA DE PROYECTOS DE DESARROLLO LOCAL Juan Carlos Díaz Macías	101
A EXPERIENCIA DESENVOLVIDA NA COMARCA DE TERRA DE TRIVES VISTA POLO XERENTE DA FUNDACIÓN PARA O DESENVOLVEMENTO COMARCAL DE TERRA DE TRIVES Xosé Vicente Cid Torrajo	115
A FESTA DA ISTORIA DE RIBADAVIA Edmundo Araújo Gándara	133

PRESENTACIÓN

O novo protagonismo que lle acae hoxe á cultura ten que ver tanto co proceso de secularización que esta vive ó abeiro da moderna sociedade de masas como coa revisión e a autocriticá á que se viu sometida decote a idea dominante de economía e mercado. Se ó longo do noso século, e con forza especial a partir dos anos sesenta, foron tomando corpo unhas políticas culturais chamadas a facer accesible a cultura a tódolos cidadáns, tamén nesa mesma década a Escola Francesa de Economía e Humanismo, conectando coa tradición crítica e progresista, vai postular unha reformulación das estratexias económicas que teñan como principal suxeito e obxectivo ás persoas, á colectivididade social. Por outra banda e desde hai algúns anos a cultura recuperou o camiño que a leva de volta cara ó territorio. A cultura desde o illamento do que partía, relegada ós ámbitos da excelencia ilustrada, da creación e o coñecemento, está a retomar hoxe o pulso da vida das persoas e mesmo o dos seus procesos sociais e económicos. Nos últimos anos, e no contexto dunha sociedade cada vez máis cultivada e máis demandadora de bens dotados de significado e contido estético, a cultura estase a converter no soporte e na fonte inspiradora dalgunhas das iniciativas de maior transcendencia laboral e profesional. E todo isto veu acompañado tamén dunha medra paralela, e tanto a nivel social coma económico, da

importancia das actividades e programas de carácter específicamente cultural. Hoxe en día as estratexias da acción cultural servíronlle a moitas cidades occidentais para promoveren dinámicas dunha grande transcendencia tanto a nivel da súa promoción como espacios atractivos para as novas demandas do turismo coma de cara a servir de apoio á creación de empresas e industrias de contido e orientación cultural. Por outra banda a cultura, e máis en particular o legado patrimonial e a memoria, están a evidenciar unha clara capacidade para inspirar e dar contido a algunas iniciativas relevantes e anovadoras no ámbito do desenvolvemento local e turístico das nosas comarcas e comunidades locais.

A nós e desde o Consello da Cultura Galega, así como desde esta recente plataforma dos Encontros de Cultura e Concellos, parecíanos unha iniciativa relevante a de propoñerlle a algúns expertos que elaborasen e presentasen unha reflexión específica sobre destes novos itinerarios e estas novas prácticas que definen a vocación recente dunha cultura que emerxe como un feito secularizado e que opta por facerse mestiza con varios outros ámbitos da vida social e económica. Para algúns será unha renuncia e unha perda das súas esencias, para os más trátase de recoñece-la inexorabilidade de que o feito das mestizaxes está no sentido mesmo da nosa historia e a nosa cultura. Non é coa alfaia impoluta dun concepto escindido de cultura coa que se aran as terras do futuro. Cultura e comunidade, cultura e territorio, cultura e cidades, cultura e desenvolvemento local... son algunas das posibilidades de encontro que permiten conxuga-los novos vieiros e os novos sentidos da acción cultural nestes nosos tempos.

O libro que presentamos recolle unha serie de achegas dirixidas a reflexionar sobre da relación entre e desenvolvemento en diferentes ámbitos e contextos. Os tres primeiros traballos ocúpanse de xeito particular da análise deste tipo de procesos no medio urbano, mentres que os restantes remiten a ámbitos rurais ou ben a espacios más heteroxéneos como as rexións ou comarcas.

O primeiro dos traballos que incluímos é o de Jesús Arpal, profesor da Universidade do País Vasco e un dos más reputados especialistas do estado español no eido da socioloxía da cultura e o urbanismo. Esta condición de dobre especialista fai que sexa unha persoa particularmente cualificada para abordar un tema de tanta vixencia como é o da

creación de novos museos-evento nas zonas urbanas. No seu traballo vainos presentar un cadro vivo da nova socialidade urbana e os seus escenarios emerxentes. Na súa opinión a cidade postindustrial está a ser cada vez máis imaxe e espectáculo ó tempo que se configura como unha instancia capaz de construír e remodela-lo seu sentido e o seu simbolismo. Estas virtualidades fan posible que agromen efectos de espectáculo e choque que, coma no caso do Museo Guggenheim, estiveron dotados dunha azarosa fortuna que propiciou a súa conversión nun auténtico paradigma e referente para outras experiencias.

O profesor Michel Bassand é un docente e investigador reputado da Universidade suíza de Lausanne que ten achegas tan relevantes como a dirección nos anos oitenta dunha macroinvestigación europea sobre Cultura e rexións que se converteu nunha obra de referencia ineludible para todos aqueles preocupados polo papel da cultura no desenvolvemento local. Nos últimos anos o profesor Bassand investiga sobre do sentido relacional dos ámbitos urbanos avogando, en sintonía coas preocupacións do urbanista norteamericano Ch. Alexander, pola interpretación e o coñecemento interdisciplinar da cidade, os seus lugares e os seus ritmos e modos. Unha cidade que hai que desvelar de modo compartido e construír de xeito participativo. O recoñecemento da sociedade rede non pode levar a ignora-la permanencia dos lugares e o seu sentido. Máis ainda para el a medra e o auxe das telecomunicacións non fai máis ca levantar acta da esixencia cívica da preservación e a conquista de lugares e espacios públicos. A cidade sociorrelacional e os seus lugares son a condición *sine qua non* do desenvolvemento social urbano ó que nos confronta o noso tempo. *Encrucilladas de Socioloxía Urbana* (*Enjeux de la sociologie urbaine*, 2001. Presses Polytechniques) é o título dun recente libro seu que acaba de publicar cos resultados finais dunha investigación na que se abordan e complementan moitas das ideas achegadas por el no traballo que incluímos no presente libro.

O profesor Arturo Rodríguez Morató, da Universidade Central de Barcelona, na súa calidade de especialista en socioloxía da cultura traza unha suxestiva perspectiva sobre do que el define como "complexos culturais locais". Conxugando unha análise das actuais transformacións que está a experimenta-lo sentido e o alcance do cultural coa teoría económica dos distritos, Rodríguez Morató postula a hipótese de que os ámbitos locais están a acadar cada vez unha maior eficiencia e un maior protagonismo na medida na que a profusión local de iniciativas e servi-

cios é capaz de potenciar de xeito renovado o desenvolvemento de iniciativas locais. As causas que na súa opinión explican esta capacidade da cidade para actuar como un humus potenciador dos fluxos relacionais e, en virtude disto, da creatividade, teñen que ver co feito de que a sociedade posmoderna e o auxe da culturización das mercancías provoca un tráfico fluido de interinfluencias ata agora descoñecido tanto na súa rapidez coma na súa intensidade entre economía, mercado e cultura. Por todo isto, neste traballo postúlase que hoxe nas nosas sociedades é na metrópole, e non nos ámbitos repregados da cultura escindida, onde se produce a maior intensidade creativa.

A nova problemática que define hoxe a situación do mundo rural e a súa conversión en lugares definibles de xeito crecente pola función emerxente do consumo máis que pola vella vocación productiva e agraria será abordada no traballo do profesor da Universidade de Vigo, Manuel González Fernández. A proposta que el defende é a de que o mundo rural experimentou un cambio progresivo e profundo no marco da sociedade postindustrial. O declive do vello modelo agrario que ocupaba a amplos sectores da poboación provocou o abandono forzado de importantes efectivos humanos residentes no rural que se trasladaron cara ós hábitats urbanos. Por outra banda os valores emerxentes que caracterizan hoxe á sociedade posmoderna favorecen unha transformación nos modos de uso e percepción do medio rural. Nese sentido, xa hai décadas que os imaxinarios urbanos evocan e utilizan o rural para usos subsidarios de forte contido simbólico vencellados ó ocio. E este escenario emerxente posibilitou un peculiar achegamento entre cultura e desenvolvemento por algunas vías privilexiadas tales como as do turismo de natureza e cultural. A súa análise sintoniza con experiencias recentes en Galicia tales como a que nos presenta Xosé Vicente Cid, neste mesmo libro, sobre da comarca da Terra de Trives.

O traballo asinado por nós é o último dos cinco incluídos no presente libro que ten un contido de carácter teórico; nel pretendemos establecer unha achega histórica e interpretativa do itinerario seguido recentemente pola cultura desde o momento da "invención das políticas culturais". Na nosa achega postulamos que a cultura experimentou unha crecente secularización que a foi vencellando cada vez máis a outros procesos tales como a produción e o consumo, e, de xeito moi particular, a súa presencia e protagonismo fixose cada vez máis visible en eventos tales como as iniciativas de desenvolvemento social local e turís-

tico así como noutras dinámicas de acción colectiva e movementos sociais.

Catro son as experiencias que, como tales, recollemos aquí sobre da nosa temática central de cultura e territorio/cultura e desenvolvemento. Certamente algunas das experiencias relatadas non se reducen a unha simple descripción dos proxectos levados a cabo senón que realizan unha reflexión, nalgúns casos moi detida, sobre os aspectos teóricos e metodolóxicos que inspiraron a súa realización.

A primeira delas é a que presenta Javier Centeno o enxeñeiro da consultora Lagares sobre dunha iniciativa levada a cabo na Illa de Arousa. Nesta experiencia conxúgase o sentido práctico cun claro obxectivo de avanzar na sostibilidade a partir dun tratamento cada vez más racional dos residuos. Trátase, en fin, dunha achega centrada na cultura ecolólica que remite tanto ás esixencias de sostibilidade como ós requirimentos de cultura social e participativa que deben se-los piares que orienten os procesos de autoorganización e de desenvolvemento a nivel local.

O traballo de Juan Carlos Díaz Macías, experto do Fondo-Formación Zona Sur situado en Andalucía, achéganos unha análise interpretativa sobre da lóxica que debe orienta-los procesos de desenvolvemento local. Na súa achega defende a idea de que o desenvolvemento local debe ser entendido dun xeito integral e integrador, tanto interna como externamente, e debe estar aberto a unha clara vontade de participación social. Por isto a súa idea do desenvolvemento local debe nacer da dobre estimación dos recursos económicos locais, tanto como da posta en valor e a promoción dos factores culturais e de capital humano. Nese sentido unha formación axeitada e orientada está chamada a erixirse en elemento central deste tipo de procesos. Por todo isto, un proxecto vén a se-la mestura de distintas accións converxentes: a dinamización, a preformación, a orientación, a formación, a asistencia técnica e a información. En virtude disto, a personalidade do proxecto constitúese con base na administración dunha dose correcta de cada un deses elementos compoñentes.

A experiencia de desenvolvemento local da Terra de Trives, fundamentada no turismo de media montaña, é a que relata e interpreta Xosé Vicente Cid. Este proxecto céntrase dun xeito xenuíno na relación

entre cultura e territorio, así como nas potencialidades emerxentes que este encontro posúe para potencia-lo desenvolvemento dunha área xeográfica coma esta. Algunhas iniciativas postas en marcha polo Plan de Dinamización Turística foron a creación dunha Aula de Natureza, unha senda de grande percorrido, así como unha estratexia de diversificación de actividades de ocio na estación de esquí de Manzaneda. Pero tamén contou con proxectos que tiñan unha vocación máis especificamente cultural, por exemplo: o centro de interpretación da historia e a cultura, ou o centro-museo interactivo da cultura galega. Cómpre indicar tamén que non faltaron proxectos dirixidos directamente á recuperación e activación do potencial do patrimonio histórico e artístico tales como a recuperación da muralla medieval de Manzaneda ou a conversión da antiga calzada romana nunha ruta temática de interese histórico e cultural.

Na opinión de Xosé Vicente, construir un producto turístico de interior non é algo que se conforme linealmente ó esquematismo dunha operación de mercadotecnia, trátase más ben dun exercicio de percepción aberta e de síntese para o cal cómpre unha visión global e integradora na que entraría en xogo un concepto máis denso como o de interpretación.

Se existe unha experiencia festiva que resulte hoxe paradigmática a nivel de Galicia no xeito de perfila-la relación entre cultura, desenvolvemento e turismo esa é a Festa da Istoria que se celebra en Ribadavia na primeira semana de setembro. A Festa da Istoria de Ribadavia pon en escena e en movemento a toda a comunidade, que participa dun xeito lúdico e activo nunha complexa montaxe festiva teatralizada. Ó xeito das guerras de xudeus e cristiáns, imitando de lonxe a que foi a primeira festa galega de teatralización histórica, a Romaría vikinga de Catoira, pero dun xeito específico que lembra algunhas iniciativas de ecomuseos vivos e de reconstrucción de espacios e eventos históricos frecuentes nalgúnhas zonas de Europa, a vila de Ribadavia desde os alicerces dunha tradición festiva propia, truncada no século XVII, foi capaz de recuperar unha iniciativa case esquecida. Probablemente esa recuperación, que pon en marcha a varias decenas de miles de persoas que se visten e viven ó longo de dous días coma na Idade Media, non sería posible se non se desen unha serie de circunstancias favorables tales como o feito de que esta vila conte cun castelo e cun antigo e fermoso barrio xudeu que lle outorga un perfil

especial, ou mesmo coa circunstancia engadida de que desde finais dos anos sesenta se celebre en Ribadavia o festival de teatro máis veterano e prestixioso de Galicia, o cal sen dúbida permitiu que entre o público popular se alcanzase un alto nivel de sensibilidade e capacitación na cultura teatral. A Festa é un auténtico pretexto para todo un vizoso labor de autoorganización comunitaria que inclúe actividades diversas moitas delas dilatadas no tempo. Na vila organízanse cursos de confección, de estandartes, de toucas e de pintura; todos eles implican a moitas persoas que preparan materiais para os días da festa. Por outra banda entre as iniciativas que leva implícitas o evento inclúense a organización dun banco que emite e fai o troco dos marabedís, e arranxos (non sen relevancia e interese) tales como o de establecer aparcadoiros fóra da vila desde os cales varios autobuses trasladan gratuitamente para achegar ós visitantes ata o centro da vila. Pode salientarse tamén o feito, de relevancia social e comunitaria, de que a esta celebración acoden como invitados especiais o rabino e varios xudeus da comunidade do Porto, vila cara á cal marcharan hai séculos moitos dos xudeus ata daquela residentes en Ribadavia. A súa visita permite representar unha voda tal como era ó estilo xudeu. Arredor da festa celébranse así mesmo un torneo, un baile medieval, competicións de cetrería, tiro con arco, así como unha cea medieval xenuína que serve de colofón a un evento que fai fer ver de dinamismo ó longo de dous días as rúas de Ribadavia con múltiples postos de venda e degustación de todo tipo de productos artesanais con sabor medieval. Son setecentos os voluntarios que fan posible a organización dun acontecemento anual que ten moitos más efectos sociais positivos que aqueles que se ven a primeira vista e que está a servir de referencia e inspiración para moitas iniciativas paralelas que se están a poñer en marcha ano a ano noutras vilas de Galicia.

Xan Bouzada

CULTURA Y DESARROLLO URBANO: EL CASO DEL PAÍS VASCO

Jesús Arpal Poblador
Universidad del País Vasco

La ciudad como experiencia socializadora o de construcción de sociedad y, al mismo tiempo, como sistema de representación (forma visual, concepto más o menos metafórico, mapa cognitivo, universo simbólico de la experiencia...) consiste básicamente en una específica forma de articular lo temporal (el movimiento, los cambios, la historia) en el espacio (espacio practicable con el cuerpo y representable más o menos formalizadamente).

En el urbanismo como ciencia y práctica de racionalización de la ciudad, la organización del espacio pretende, tradicional y modernamente, la resolución ordenada (el poner límites y estructuras físicas) al movimiento y a la vida social; lo cual resulta prácticamente crítico en la modernidad avanzada.

Una esquemática sucesión o simultaneización de aspectos adquiridos por los procesos de resolución en formas espaciales de distintos niveles o campos de lo social serviría para puntualizar un poco más esta genérica propuesta.

Retomando la doble acepción del término representación, que Chartier o Marin centran en el Diccionario "racionalista" de Furetière a fines del XVII, la representación puede concebirse como substitución, doble o copia, e incluso espejo, pero también como puesta en escena, como presentación o intensificación y reforzamiento de una presencia. El teatro sería la manifestación por excelencia de esta doble dimensión de lo representacional. Y la representación política (especialmente la democrática y moderna) nos plantearía las posibles paradojas sobre la presencialidad de nuestros representantes y la representación partidaria de las ideologías. En la polis o ciudad originaria de la civilización occidental la presencialidad directa en el espacio real de la ciudad (los ciudadanos en la plaza) constituía la representación acabada de la sociedad (la ciudad) y de la socialización (el reconocimiento como ciudadano). En los teatralizados parlamentos de la modernidad avanzada los actores y los vehículos de la representación, el propio espacio está "más mediado"; es un escenario del poder o un espectáculo para ser visto por los ciudadanos. El recurso a formas urbanas tiene una larga tradición a la hora de idear o representar lo colectivo y particularmente la sociedad y la socialización. De la corte y el cortesano a la metrópolis y el urbanita, se plantea la localización, en un espacio organizado, de complejos procesos y actividades sucesivas y cambiantes. El orden completo o encerrado en un espacio (en el cual, no olvidemos, se instaura una concepción y una práctica distinta del tiempo) ha sido el recurso de las concepciones totalizantes de lo colectivo. Las instituciones totalitarias (en los asilos) o las voraces (en las casas de colectividad) tienen su paralelo en las ciudades ideales (utopías de variado género y momento histórico) que intentan resolver teórica, y a veces prácticamente, el orden "perfecto" de lo colectivo construyendo ciudades que devengan en sociedades perfeccionadas.

Lo temporal, lo sobrevenido, queda así resuelto e incluso puede encerrarse en ese orden de la historia. La densificación, la implosión, matriz de lo urbano (en la apasionada concepción de Mumford), y la explosión de los límites de la ciudad en los desbordamientos de la metrópolis, en la generalización de la sociedad urbana o en la desurbanización relativa, todo ello puede entenderse como concepciones y fenómenos observables característicos o intensificados en la modernidad occidental (y en la mundialización del modelo). La dinámica y complicada producción y reproducción de la sociedad moderna ha buscado centros de los países, de las regiones, de los mercados o los Estados en progresiva ampliación en nuevas formas de ciudad o de capitalidad.

En jerarquizaciones y redes que mantengan centros estratégicos o puntos de conexión. La representación y las intervenciones prácticas a través de las ciudades se postulan también en los nuevos espacios geopolíticos al final de un siglo (¿o de la historia?). Tecnópolis, metrópolis de cultura, aglomeraciones o agregaciones urbanas diversas y especializadas (ciudades de la ciencia, de la cultura, del ocio) quieren dar forma a la sociedad postindustrial, postmoderna o postmaterialista. Aunque sea recurriendo a ideaciones y desarrollos técnicos en los que el espacio adquiera una dimensión "tele" o "virtual", con lo cual puede afrontarse la aspiración a la simultaneidad y la superación del orden temporal de la sucesión. Jugando a la espectacularidad del espacio urbano. Pero, en cuanto la ciudad es por excelencia espacio-tiempo de la práctica y representación (o de la práctica representacional) de lo móvil, lo complejo y lo agregado, sigue planteándose como referencia básica o matriz de la socialización moderna. Las estilizaciones urbanitas se complican o explosionan en "tribus" urbanas. La violencia civilizada adquiere nuevas manifestaciones y estrategias en el espacio urbano. Las fragmentaciones de la cultura se instalan en las subculturas urbanas y las inestabilidades del espíritu se presentan como patologías de la gran ciudad. Todo ello en una sucesión y cambio acelerado, que en la difícil permanencia de la ciudad o las formas enmarcadoras de lo urbano se presenta y representa como simultáneo (promiscuo o quasi caótico).

El espacio urbano plantea una doble capacidad de representación: la propia organización arquitectónica y urbanística viene produciéndose como la forma más acabada de la sociedad occidental, desde sus orígenes clásicos a sus definiciones modernas y postmodernas. Teóricos y políticos; Estado, mercado y ciudadanos han planteado la ciudad como el marco de la comprensión racional y de la práctica, del análisis y de la intervención. Estructurando y ordenando las ciudades se pretende la estructuración y ordenación de la sociedad y la cultura. Se consigue una representación practicable. Pero, al mismo tiempo, la ciudad es el ámbito de la experiencia, de las percepciones físicas y de las construcciones mentales inmediatas. El ejercicio cotidiano de los lugares y los itinerarios conlleva el desarrollo de los mapas cognitivos, de las orientaciones de sentido, de un mundo de vida que, al mismo tiempo, se encuentra con la representación global y formal del universo.

Espacio que implica, así mismo, tiempo: sea la temporalización inscrita en el espacio que caracteriza a la movilidad moderna; sean las

permanencias de la historia y de la memoria colectiva que se depositan en los lugares urbanos; sea la experiencia cambiante del ciudadano que moviliza sus sentidos y su mente, llegando a la sensibilidad de lo efímero, potenciada por las máquinas de visión, y a la del montaje como sistema de percepción (la simultaneidad y la intrusión como modelo del discurrir contemporáneo). En los propios límites del sistema, en los termiteros urbanos del "tercer mundo", en la contraposición de lo local y lo mundial, en la particularidad de los rincones urbanos se juegan expresivamente las paradojas del individuo y de la sociedad.

La ciudad es una proyección de lo social en el espacio y en el tiempo o un proyecto espacio-temporal de lo colectivo; hasta tal punto que las resoluciones espaciales del devenir colectivo, que se producen en la ciudad, permiten visualizar –como percepción directa o como imaginación– las estructuras, los límites y las partes de lo social; las estructuras invisibles. En una percepción en la que los desplazamientos del propio cuerpo, unidos a la movilidad del globo ocular, están construyendo y reproduciendo toda una práctica y representación de lo colectivo. La codificación que se produce tiene la fisicidad significante de lo simbólico y aún de lo emblemático, pero requiere la activación personal de lo laberíntico. Las imágenes y las imaginaciones de ciudades fijan o disuelven el tiempo y el movimiento; plantean una peculiar duración que es una de las formas más acabadas de detectar lo colectivo.

La metrópolis, en lo que tiene originariamente de canon, de moderador de todas las actividades y movilidades colectivas, es la concreción física de todo un universo. En cuanto éste se concibe como movilidad sin límites (movilización) o como "masas" desestructuradoras o incodificables, la metrópolis es la representación –hasta cierto punto única– de una proyección incontinente e incontenible de la sociedad de masas y de la circulación generalizada; se trata ya de megápolis o termiteros humanos; de implosiones-explosiones de lo urbano.

La metrópolis, la gran ciudad moderna, en cuanto norma o patrón en cuanto centro, es la escena, el lugar y el texto de la dominación. En ella se pretende abarcable, planificable y proyectable el devenir colectivo. Incluso en su dimensión más explosiva y excesiva, sigue siendo espacialización (la reducción física, racional) de la sociedad mundializada o incierta. Las ciudades ideales de los utópicos y de los arquitectos del Renacimiento serán universos "definitivos" del orden social, lugares

centrales del poder. Las arquitecturas efímeras se unen a las urbanizaciones y a las intervenciones arquitectónicas que producen escenarios del poder y vías reguladoras de las movilizaciones sociales. La civilización y el ciudadano son estilizaciones que se matrizan en el espacio urbano. La monumentalidad arquitectónica y urbanística proyecta en su espacio y en su volumen concepciones y medidas de lo temporal: la memoria renovada o reinventada del pasado –de la antigüedad–, la durabilidad del poder y de las instituciones, las señales de los distintos tiempos que permanecen y se resuelven espacialmente en la ciudad.

En la crisis de la modernidad, en la eventual superación o desintegración espacio-tiempo la metrópolis adquiere una nueva dimensión; las metrópolis modernas difícilmente pueden resolver en su localidad la cantidad y variedad de actividades; no pueden presentarse como un universo estructurado ni real ni idealmente. Las metrópolis en crisis no simbolizan ni representan propiamente una sociedad estructurada. La congestión y la descongestión, las descentralizaciones alteran las metrópolis; no sólo dejan de ser patrón o norma, sino que pierden entidad física (población, actividad económica, capacidad emblemática y utópica).

Conforme disponemos de más medios para la representación de lo colectivo, cuanto más desbordante es la necesidad de ampliar el ámbito de nuestras producciones y de nuestros intercambios, más acuciante resulta la necesidad de encontrar puntos de encuentro y de actuación en los cuales pueda estructurarse y organizarse el mapa cada vez más ilimitado, cambiante y diversificado de nuestras experiencias. Necesitamos centros de referencia, nudos en que articular las complejas redes, localizaciones en las que concretar los flujos crecientes y acelerados; puntos neurálgicos en los que intervenir y momentos oportunos para actuar.

Los proyectos urbanísticos en el París de Mitterrand y el desfile conmemorativo del bicentenario de la Revolución Francesa serían una muestra ejemplar. Las actuaciones y proyecciones urbanísticas en las metrópolis dentro de la ciudad son la única forma de reproducción urbana, es decir, de sociedad postindustrial.

La propia naturaleza de las sociedades avanzadas (las de la producción transnacional, el consumo generalizado y la universalización de

la cultura) pone en cuestión los viejos centros económicos, políticos y culturales; el propio carácter de la sociedad moderna, en sus manifestaciones posteriores, disuelve la ilusión de encontrar centros (nortes, guías, santuarios) en los cuales las cosas, las experiencias, alcancen su sentido definitivo. De ahí que esos lugares buscados, que las localizaciones requeridas, tengan un carácter móvil y estratégico, múltiple y cambiante; de ahí que los centros (de referencia) no sean lugares sagrados en los que se reconcilien plenamente los diferentes órdenes de sentido (material, espiritual; colectivo, individual) con los que pretendemos afrontar la existencia. No podemos trascender la experiencia más que sesgadamente (por la racionalización científica y técnica) y no podemos establecer localizaciones definitivas en las que atrapar o dominar la vida moderna; sólo planes estratégicos con polos sectoriales e interrelacionados y vigentes a plazo más o menos corto; sólo líneas de intervención entrecruzadas, variables y más o menos puntuales; únicamente proyectos de vida, que, si quieren ser "realistas", no pueden sobrepasar los límites de lo cotidiano ("vivir al día").

La ciudad es la forma de vida colectiva en donde más típicamente se manifiesta esta movilización continuada y generalizada. La cultura es el campo abonado en donde más específicamente se afronta esta dificultad para establecer centros y delimitaciones que den sentido a la experiencia. Tan es así, que puede plantearse que la ciudad, como sistema de organizar esas movilidades, queda desbordada (e incluso explota) siendo sustituida por una urbanización generalizada, no localizable, que nos permite hablar de áreas urbanas, sistemas de ciudades y sociedad definitivamente urbana (o congestión, inhabitabilidad y crisis de las grandes ciudades, lo que llevaría a la desurbanización). Tan difícil es desarrollar un discurso que dé sentido pleno, que ordene definitivamente el mundo, que la cultura moderna parece estar atrapada en la imposibilidad de formular teorías de largo alcance, de articular grandes relatos y, sobre todo, en la renuncia a trascender una experiencia tan cambiante y diversificada: no hay un universo, un mundo ordenado, de símbolos que cubra de sentido pleno el complejo mundo de vida (ni filosófica, ni ideológicamente), ni tampoco experimentamos las cosas que nos ha tocado vivir (el signo de los tiempos) de manera que en ellas encontramos un sentido pleno (son mercancías de valor arbitrario o perecedero). La movilidad como forma de vida (el "urbanita") y la moda (lo "efímero") como patrón de comportamiento parecen ser lo característico de nuestro tiempo (que por otra parte parece limitarse cada vez más al presente, a la sucesión de instantes o momentos).

Desde esta tópica perspectiva, entre la "postmodernidad" y el lugar común, adquiere especial interés la consideración atenta de un fenómeno cultural/urbano que, en su propio desarrollo reciente, no sólo interesa para una mejor comprensión teórica o racionalizada del mundo en que nos movemos, o actuamos; sino también para una reflexión sobre el cómo vivimos, puesto que afecta a nuestra sensibilidad, a nuestras sensaciones y emociones. El fenómeno puede identificarse en la actual creación de centros de arte y de cultura al compás de los intentos de afrontar la crisis en la que se encuentran sumidas las grandes ciudades. Las intervenciones urbanísticas, arquitectónicas y financieras expresan intereses político-económicos y afectan a los ciudadanos (no sólo en su experiencia de ciudad y cultura, sino también excitando polémicas públicas y proyectos de futuro colectivo que replantean el mundo en que viven y las representaciones que ellos se hacen de lo que sea la sociedad). Pero, sobre todo, se plantean como una nueva –o renovada– presencia de las artes (sean plásticas, arquitectónicas, literarias, musicales; de la imagen mecánica o electrónica; del cuerpo humano o del espíritu; visuales, sonoras o táctiles; industriales o poéticas; objetos o sujetos), tanto por su renovada conjunción en los nuevos centros como por las formas novedosas de presentarse en público.

La nueva dimensión de los escenarios (de la obra de arte, de los artistas, del público y del poder) conlleva una redefinición no sólo de las formas de presentarse el arte en sociedad, sino de las representaciones que los actores sociales se hacen del significado de lo artístico. Una constatación que ha de plantearse en los públicos y en los políticos, pero también en los artistas, en los críticos, en los marchantes y promotores; que afecta a la exhibición y así mismo a la naturaleza y al significado de la obra del arte.

Si el fenómeno puede enmarcarse en la crisis de la modernidad (y en las propuestas "postmodernas" de la significación de la cultura y el arte), con todo el aparato teórico, filosófico y poético que ha generado, también puede limitarse a un análisis sociológico que asuma precisamente la propuesta simmeliana de hacer más transparentes los fenómenos sociales tomando en consideración su producción en el espacio (y en el tiempo) y muy particularmente en ese espacio/tiempo de representación que es la moderna metrópolis.

Como preveía Benjamin, en la modernidad más exacerbada (y en el París de principios de siglo), en estos centros ultramodernos, "el arte,

que comienza a dudar de su tarea y deja de ser "inseparable de la utilidad" (Baudelaire), no puede evitar hacer de la novedad su más alto valor". Y ello genera un mundo del arte (artistas, expertos, patrocinadores, públicos) que a la manera del "snob" y del "dandy" modelizan un estilo colectivo, unos rituales de acercamiento al arte, unos centros en los que encontrarse con él como una "distracción", como se recorren los almacenes de novedades; y todo ello reforzado por los medios de comunicación, que señalan la novedad y los valores con los que hay que seguirlo: las ciudades y los centros en los que está representada la sociedad más avanzada; recorridos cultos en los que se reconoce la propia colectividad: nosotros y los otros que están en el mismo espacio y tiempo marcado por esos centros.

En la crisis de la modernidad, en la eventual superación o desintegración de la ciudad, el espacio-tiempo adquiere una nueva dimensión, las metrópolis modernas difícilmente pueden resolver en su localidad la cantidad y variedad de actividades; no pueden presentarse como un universo estructurado ni real ni idealmente. Las metrópolis en crisis no simbolizan ni representan propiamente una sociedad estructurada. La congestión y la descongestión, las descentralizaciones alteran las metrópolis; no sólo dejan de ser patrón o norma, sino que pierden entidad física (población, actividad económica, capacidad emblemática y utópica).

El espectáculo del Guggenheim-Bilbao

Precisamente en este proceso crítico, de imposibilidad de representación global y plena –sea en términos de razón o en términos de símbolo–, de deslocalización y deconstrucción, las metrópolis sólo pueden reproducirse a través de una perversión y de una especialización de una de sus dimensiones prototípicas de la modernidad: su condición de escenarios, de escaparates en donde se muestra, de espacios representativos. Con la diferencia de que no se trata de cortes o capitales, sede y escenario en las que realmente se ejerce o actúa el poder, sino de juegos de espacios (L. Marin) en los que lo que se representa es el propio urbanismo en sus intervenciones puntuales. Como en una feria, la ciudad muestra, ofrece; no productos industriales como en las grandes exposiciones universales de la industrialización, sino puros gestos arquitectónicos, signos plásticos de carácter urbanístico.

En las alteradas metrópolis de la sociedad postindustrial la ciudad se muestra a sí misma fragmentándose; haciendo de puntuales intervenciones urbanísticas el propio objeto de la exhibición. Las metrópolis compiten y se reproducen en el propio espectáculo de su renovación. El escenario no se distingue de los actores, ni sirve al texto; la escenografía es la acción y el argumento. El relanzamiento arquitectónico-monumental, el mal llamado "faraonismo" urbanístico de las metrópolis no sirve al poder, no es actividad productiva y estructuradora de lo colectivo; es en sí mismo, en la espectacularidad cambiante de sus realizaciones, la razón de ser de la metrópolis.

Esta espectacularidad del urbanismo metropolitano adquiere su auténtica expresión en tres dimensiones: en la acelerada y cambiante prosecución de las construcciones espectaculares; en las particulares escenificaciones de lo político-cultural; y muy particularmente en su masiva televisualización. Entonces la metrópolis funciona; eso sí, como signos espectaculares, "flashes" de espacio/tiempo que deben realizarse continuamente, única forma de representación, de percepción e ideación de lo colectivo. Lo efímero no está sólo en la naturaleza de lo construido, sino en la necesaria sustitución y alteración del muestrario, de lo que la ciudad exhibe y representa; en la acelerada renovación de la oferta metropolitana. En este sentido, esta ciudad representa la crisis de la modernidad o su exacerbación. Las presencias son representacionales, las localizaciones no son lugares definitivos, sino puntos estratégicos de unas redes que se configuran como espacio urbano. Pero que, en cuanto tienen la peculiar fisicidad perceptible y practicable de los espacios construidos, constituyen el mejor modo de reconocimiento de la sociedad actual. En la propuesta situacionista (Debord): "El espectáculo es el espejo en el que se representa la ciudad", un espacio tiempo global (una "vista" o una "imagen") en el que se percibe de inmediato lo mediado/estructurado.

Estos espacios (ciudad, mundo del arte y locales de producción) y sus estructuraciones pueden ser implementados con cargas simbólicas y específicamente culturales o artísticas.

Pero requieren una consideración de su activación real a través de las personas, los grupos y las instituciones, si queremos sobreponer la idea de cómo funciona el sistema; las redes y las estructuras de intercambio, los anclajes y los puntos de conexión, la determinación de la centralidad se activan y cargan desde la concurrencia de los distintos actores implicados y según su grado de implicación.

En este sentido, y pensando en el análisis de una localización en proceso, hay que tener en cuenta las gradaciones de esas actuaciones por referencia a unas escalas de implicación que se basan en la teoría de las representaciones colectivas.

Desde la presencialidad inmediata (participación directa) a la representación pura (mediada e ideologizada) se puede analizar la concurrencia de los actores. Todo ello sin olvidar que la obra de arte es un particular medio de representación: en su presencia material pretende una trascendencia o significación (simbolización) que, a pesar de las consistentes críticas planteadas (de Benjamin a Bourdieu), no se resuelve como pura mercancía o simulacro. Entre otras cosas, porque su objetualización o fetichización no explica la matriz o génesis de su producción y valoración (creación y valor estético y ético). Hay que plantearse la personalidad individual, los mundos en los que produce el artista y su obra, y las estructuras de poder (producción y reproducción simbólica) sin fijar excesivamente la supraordinación o sobre determinación de cada uno de esos tres niveles. Y, sobre todo, porque en lo que tiene el arte de actividad cognitiva, el artista y la obra son hombre y vehículo de construcción de cultura (de valores, creencias y conocimiento) y por tanto de representación social. El arte inventa perspectivas y sistemas de valor.

La actividad artística se mueve entre la presencia (la necesaria participación de sujetos y objetos) y la representación (a través de las personas, de los objetos y de los códigos). El seguimiento de esa dialéctica, antes que dirigirse a una apresurada resolución sintética, puede plantearse como análisis sociológico del proceso de presencia/representación concretándolo en los lugares en los que se localiza socialmente el arte; y en sus interconexiones y desplazamientos.

Cuestión especialmente interesante cuando el modelo dominante está en crisis o no alcanza su plena imposición: las políticas y las economías, los mercados y las acumulaciones no son hegemónicas; las redes y los escenarios no están fijados definitivamente; el patrón de valor no es sólo la circulación dineraria. Lo cual es más detonante en determinados ámbitos socioculturales (no instalados, marginales o mestizos) y se plantea específicamente a la hora de analizar el lugar social del arte (localización práctica y simbólica siempre excéntrica, innovadora o revolucionaria).

La idea de centrar en un formidable "Cubo" –el del proyecto de Oteiza con el alcalde Gorordo para la Alhóndiga– la política y la vida cultural de Bilbao animó una polémica que se prolongó con la posibilidad de ubicar en la ciudad un espectacular centro de arte contemporáneo de la mano de la fundación Guggenheim. De los años 80 a los 90, intervenciones arquitectónicas y artísticas, culturales y urbanísticas planteaban la recuperación de Bilbao. Del proyecto local al internacional, de la iniciativa municipal a la gubernamental, de Oteiza a Krens, se trataba de relanzar la ciudad de Bilbao, amenazada por la crisis de una conurbación industrial de viejo modelo extensivo y por el agotamiento de su imagen de centro dinámico de servicios financieros e industriales que había generado un estilo reconocible en el País Vasco e incluso en toda España. Estilo que afectaba a lo empresarial pero no estaba exento de apoyarse en producciones culturales.

Los debates en torno al sistema de ciudades y a las jerarquías y divisiones funcionales en la ordenación del territorio habían planteado las redefiniciones de la capitalidad cultural y de los centros de cultura y arte, todo ello dentro de las tensiones generadas por la crisis del modelo de metrópolis industrial y por la propia redefinición de las competencias territoriales (la ley de territorios históricos y las D.O.T.).

El agotamiento del modelo de metrópolis industrial y financiera instaurado en la industrialización histórica y restaurado en el primer franquismo, junto a la preocupación por la imagen ideologizada de una comunidad autónoma insegura y conflictiva, obligaban a la redefinición de la "cabeza" de la Comunidad.

Si lo cultural (y especialmente lo arquitectónico y lo artístico) puede dar forma a lo urbano, pero también a lo ideológico, en el ámbito de la cultura se podían jugar tanto los relanzamientos urbanísticos como los de una renovada imagen política de la metrópoli, no sólo afectada por el envejecimiento y crisis de su modelo, sino también por el deterioro de la imagen colectiva planteada por la violencia política y ciudadana. Por otra parte la particular disponibilidad de lo cultural para ensayar cambios y reorientaciones, para "inventar" actividades e imágenes, se consolidaba o reforzaba en la materialidad de construcciones e intervenciones urbanísticas. Un centro cultural de construcción extraordinaria, en una vieja ciudad, en lo que tiene de ruptura e incluso de excesivo, remueve la dinámica urbana, sobre todo si por su culturalidad

asume dimensiones de símbolo ideológico o de representación colectiva, de imagen de la ciudad, excitando una atracción en su propia novedad, en su singularidad excepcional o excesiva. Un edificio que rompe las formas, un centro de arte que desborda la cultura local, pero que está localizado en una ciudad, renovado centro de poder y de representación de una Comunidad Autónoma; colocado en un paisaje urbano en dislocación (la ría y los muelles industriales) representativo de un cambio/crisis, pero representando en su patrocinio gubernamental (y en su franquiciado con la prestigiosa marca Guggenheim) una vuelta del "poder a escena" (Balandier), una "première" mundial en el escenario de Bilbao.

Como en el caso del "metro" (los visitantes del relanzado Bilbao identificarán en el metro y en el Guggenheim los iconos de su nueva imagen), la identificación hacia fuera de la dinamicidad positiva de la ciudad (de su avanzada "estética" y su "movilidad") puede ser también un reforzamiento de la identidad desde dentro. Un nuevo "orgullo" de Bilbao y una activación de las iniciativas en la ciudad. Especialmente en las repercusiones típicas de una imagen de ciudad relanzada, con movilización del suelo y de la construcción y con novedades que "hay que ver": los nuevos paisajes urbanos, los nuevos transportes, los centros avanzados y representativos de la modernidad exacerbada; en su traducción económica; obras públicas, promoción inmobiliaria, turismo, hostelería; en su traducción imaginaria: un espacio de futuro.

Los ciudadanos hablan y toman posiciones en la calle, los medios de comunicación se ocupan partidistamente del tema, y el Gobierno y la Municipalidad compiten en este género de proyectos. El asunto apasiona en tanto se trata de recuperar para Bilbao un sentido "metropolitano" renovado en concurrencia con otras ciudades y por cuanto se manejan cifras de inversión extraordinarias en la confianza de que generarán múltiples beneficios (*¿de qué tipo?, ¿para quién?*) en una metrópoli en crisis. Las representaciones sociales del Guggenheim Bilbao, a pesar del universalismo o del comunitarismo (El mundo y Euskadi) con el que se proponen, no son independientes de las referencias al endogrupo (vizcaínos, guipuzcoanos y alaveses) y de la identificación del exogrupo, el mundo, como Estados Unidos. En una proyección reciente (J. Cerrato) se constata la disparidad de las resoluciones dentro de la Comunidad Autónoma de este conflicto simbólico.

Todo ello cruzado con distintas concepciones de la cultura y diversos planteamientos del arte y su significación social. Un "experto" en el tema –Franco Bianchini– resumía de esta manera (en una Conferencia europea sobre la política cultural y el desarrollo urbano, celebrada en Liverpool) la creciente importancia de las previsiones y la actividad en este campo: "Durante los años 70 y 80, muchas ciudades de Europa occidental han ido constatando el potencial de la política cultural para implementar una serie de objetivos estratégicos: reconstruir la imagen –tanto la interna como la exterior–; atraer nuevas inversiones y personal cualificado; encontrar nuevos espacios económicos y nuevas funciones; impulsar un proceso de regeneración física y medioambiental; revitalizar la vida social pública local; estimular la organización de la comunidad y reforzar la identidad y el orgullo cívicos; establecer lazos con otras ciudades y redes de ciudades en Europa y en otros continentes". En el caso de Bilbao y el Gobierno vasco, la iniciativa políticocultural se proyectaba en una intervención extraordinariamente localizada y sesgada: un centro espectacular (por su arquitectura y por su programación artística). La implementación surgiría, así mismo, de forma bastante sesgada y localizada: imagen publicitada, turismo, renovación de la ribera de Abando, construcción del Palacio de Congresos, proyectos inmobiliarios singulares... El proceso está en marcha.

¿Qué significa el Guggenheim Bilbao? En este momento: un centro de exhibición (mostración) de arte del siglo XX; ¿el último de los museos de arte contemporáneo?; ¿podrá tenerse por el más avanzado? Una arquitectura radicalmente espectacular (según algunas tendencias concretas del postmodernismo); la espectacularidad de su imagen y la espectacularización que produce en la obra expuesta será un espejo, ¿de qué sociedad y cultura (de los 80, de los 90; de aquí, de la globalidad)? Una atractiva imagen de Bilbao y del país con diversas consecuencias urbanísticas, turísticas, inmobiliarias, de difusión cultural... pero su eficacia de "logotipo" construido y su actividad como centro, ¿qué previsiones plantean de mantenimiento, reproducción dinámica, en un sistema de redes en donde los lugares de conexión se extienden y desplazan incesantemente (la propia franquicia Guggenheim potencia esta circulación)? ¿Será posible que Guggenheim Bilbao siga siendo un "lugar señero" en la circulación generalizada y acelerada que activa y expande esas redes? El efecto de atracción de inversiones económicas y simbólicas, y las previsiones de escalada y de surtidor de una regeneración urbana (e incluso del País/Euskadi), ¿proseguirán más allá del

carácter intrínsecamente efímero de las localizaciones urbanas (las desurbanizaciones o las aglomeraciones posmetropolitanas) y de la mutabilidad de las imágenes y de la cultura (la circulación, diversificación y fragmentación de las identificaciones)? ¿Será el Museo y su arte exhibido y renovado (en colecciones permanentes y con muestras temporales) un lugar de referencia central, cuando el arte del tiempo que viene se define como "plural, relativista y paradójico" (F. Golvano)?

Por el momento es una indudable consecución; cómo se plantea y afronta su prosecución es algo que está por ver, aunque la visibilidad de y en nuestras sociedades "avanzadas" resulta particularmente incierta. La apuesta por lo que será la realidad futura (y aun presente) está enmarcada por las opciones actuales; pero estas opciones para convertirse en decisiones efectivas requieren no sólo que sean objetivamente plausibles, sino que también sean subjetivamente imaginables. Lo cual desborda la planificación; es precisamente en el "terreno vagoroso de la cultura donde las tensiones sociales se manifiestan" (De Certeau). ¿Se contribuirá con el Guggenheim a la construcción de lugares en donde se manifieste (o, al menos, se muestre) la tensión de una sociedad? ¿O quedará relegado a un elemento estratégico (aunque originalmente sobrevenido) de un plan político-institucional?

OS ESPACIOS PÚBLICOS URBANOS

Michel Bassand

Institut de Recherche sur l'Environnement Construit
École Polytechnique Fédérale

Preliminar

A posta en escena da vida urbana fai-se principalmente a través dos espacios públicos urbanos.

Recordemos en primeiro lugar que o concepto de espacio público nas ciencias sociais ten dous sentidos¹. Un deles afirma que o espacio público é inmaterial e o outro material.

1 O Instituto de Investigación sobre o Contorno Construido (IREC) do Departamento de Arquitectura da Escola Politécnica Federal de Lausanne (EPFL) desenvolve desde hai de muitos anos investigaciones sobre o espacio público. Primeiro os traballos sobre a moderación do tráfico (Bonanomi, 1990), despois sobre a calidad sonora dos espacios públicos (Amphoux, 1995), sobre os parques e xardíns de Lausanne (Amphoux et Jaccoud 1992-1994) e tamén sobre os ambientes (Amphoux, 1998) e, por último, convén mencionar a tese de Marcus Zepf (1999) sobre catro prazas de Lausanne. Neste contexto, dous investigadores do IREC (M. Bassand e D. Joye) fan unha investigación sobre tres prazas xenovenses (VV. AA., 1999). Temos que engadir que tres investigadores do IREC acaban de publicar un informe sobre a súa situación dos espacios públicos de Lausana (Jaccoud, Zepf, Leresche, 1999). É neste contexto de investigación, no que despois de varios anos, Michel Bassand (sociólogo), Pascal Amphoux (arquitecto e xeógrafo), Kaj Noshis (psicólogo) e Yves Pedrazzini (sociólogo) dirixen no Departamento de Arquitectura do EPFL unha unidade de datos sobre os espacios públicos e os seus usuarios; esta deu lugar a toda unha serie de monografías exploratorias e interdisciplinarias redactadas por estudiantes de arquitectura sobre os espacios públicos de Lausanne.

O primeiro, o inmaterial, é un concepto que ten como fundador a J. Habermas (1978); el define o espacio público urbano coma un debate dentro dunha colectivididade, dunha sociedade ou entre unha e outra, por exemplo un debate sobre a familia e a maternidade, sobre os estranxeiros, etc. Os axentes políticos e outros discuten e confrontan ideas, valores, proposicións de políticas públicas; deste xeito, constitúen un espacio público dunha duración máis ou menos longa. Un xornal, unha revista, unha TV, unha instancia política poden xerar espacios públicos sobre os temas más diversos. Os axentes sociais poden participar segundo modalidades diferentes. Así, a vida política dunha sociedade constitúese dunha unidade importante de espacios públicos, algúns son obxecto dunha decisión política; por exemplo, en Suíza, a cuestión dos estranxeiros non deixa de manter actualidade a pesar das numerosas decisiones para poñerlle punto final.

O segundo sentido establece que o espacio público é material; isto implica un territorio concreto que se sitúa nunha colectivididade urbana ou non (Sennet, 1979; Joseph, 1992; Proxecto urbano, 1998), por exemplo, unha praza, unha rúa, etc. Nun primeiro momento, utilizáronse dous criterios para definir este territorio:

1. Está libre de construccions, polo tanto non é obxecto dunha apropiación por un só axente.
2. Está rexido polo dereito público.

Estes dous criterios, más ou menos interdependentes, significan que un espacio público urbano está aberto a todos los habitantes da cidade.

Existe unha relación entre estes dous sentidos do espacio público. Neste artigo, situámonos en comparación co segundo. Nesta fase, non nos podemos esquecer de mencionar unha moi importante corrente de investigación que estuda os espacios públicos territorializados (E. Goffmann, 1973). Pero, as más das veces, as investigacións sitúanse nesa corrente que ven a omitir a interacción entre as prácticas sociais e o seu marco material. Nós non seguimos esta tendencia –non propia do territorio–.

Estas eleccións necesitan que definámolo termo *urbano*. ¿Por qué? Porque os espacios públicos son un dos elementos importantes da posta en escena da vida urbana, ademais de seren elementos constitutivos do urbano.

Agora ben, este último está en transformación radical. Inspirámonos en François Choay, quen proclama que a cidade está morta e que dende entón reina o urbano. Este neoloxismo define un contorno construído que non ten nada que ver coa cidade de antano, aínda que gardando unha importancia primordial na dinámica das sociedades contemporáneas (Bassand, 1997). A cidade pódese caracterizar por cinco puntos:

1. concentración, densidade das actividades e das poboacións, o que implica para uns e outros unha proximidade completamente vantaxosa;
2. diversidade das poboacións e das actividades, que constitúen unha riqueza;
3. cultura urbana –ou urbanidade– que lle da ó cidadán un estilo de vida, unha identidade;
4. relacións cidade–campo que, en razón das vantaxes da primeira, fai a cidade sempre más dominante con relación ó campo;
5. goberno urbano máis ou menos democrático.

Estes cinco puntos permítennos defini-lo urbano, que se estructurou despois dos anos cincuenta. Nós farémolo en cinco parámetros:

- Unha presentación urbana en termos de sub-urbanización, de peri-urbanización e de reurbanización, que dá nacemento a unha nova entidade: a aglomeración urbana. Algunhas son xigantescas: aproxímanse ou superan o millón de habitantes: as metrópoles; elas dominan a organización dos territorios.
- Esta presentación urbana ou metrópole está asociada á mundialización. Segundo as Nacións Unidas, o mundo tiña en 1999 arredor de 400 metrópoles que se constitúen nunha rede que divide o planeta. Gracias a esta base, cada metrópole, algunas en graos diversos, exerce un centralismo mundial. Esta é a característica esencial das metrópoles.
- Cada metrópole ve o seu espacio fragmentarse en termos de especialización e de segregación. Xorde unha ameaza de fractura social. Para gardar unha cohesión, cada metrópole tende a enlaza-los fragmentos socio-espaciais (barrios e zonas particularmente), por razóns de transporte, de espacios públicos, de telecomunicacións, de auga, de enerxía, etc. A mobilidade das persoas e dos bens faise esencial.

- A supervivencia das metrópoles depende da súa capacidade de tirar proveito da mundialización na que estas son unha engrenaxe, ó garantir unha cohesión interna, pero tamén a nivel dos barrios, das zonas e dos municipios que elas comprenden. As ciencias sociais crearon o neoloxismo "glocal" para designar esta dialéctica necesaria entre o global e o local. Trátase dunha peculiaridade moi importante do urbano e, polo tanto, das metrópoles.
- Con isto finaliza o goberno urbano de antano. Unha multitud de axentes privados e públicos (municipais, nacionais, etc.) participan sen regras democráticas na xestión destes macrocosmos que son as metrópoles, pero tamén as aglomeracións urbanas. Esta asociación de axentes diversos, onde gaña o máis forte, é o que se denomina a gobernación.

¿Que converte os espacios públicos nesta metamorfose da cidade en urbana-metrópole? Eles están constituídos por redes e son, en tanto que tales, unha das súas espiñas dorsais.

Tras estas explicacións, é indispensable dar un contido ós espacios públicos. Nós farémolo en función de cinco dimensións que son:

1. a forma urbanística e arquitectónica
2. o contexto urbano
3. o que está en xogo (a apostila)
4. os ambientes
5. os axentes

Damos unha explicación.

1. A forma urbanística e arquitectónica

A forma urbanística do espacio público urbano pode definirse pola rede de rúas, calellas, bulevares, autoestradas, etc., que vertebran o urbano. Esta rede, puntuada de prazas, irriga barrios, zonas e equipos onde dominan os arredores construídos. De cando en vez, esta rede de espacios públicos comprende espacios abertos que, segundo o seu tamaño, tamén son atravesados por rúas.

As más das veces, esta rede de rúas, prazas e parques está libre de construccions e está rexida polo dereito público. Constitúe o esencial dos espacios públicos dunha aglomeración urbana. Naturalmente, esta rede de espacios públicos está condicionada pola situación xeográfica do urbano; deste xeito, está máis ou menos ordenado por regras urbanísticas de natureza funcional e estética, de aí o concepto de forma urbanística dos espacios públicos. Esta rede viaria dá acceso a innumerables casas e inmobles que abrigan toda clase de actividades privadas (vivendas, talleres, oficinas). Estas construccions suscitan unha emoción arquitectónica. Por isto, exercen influxo sobre os espacios públicos coma as actividades que acollen e que se desbordan sobre elas. Un número non desprezable destas construccions privadas teñen unha vocación pública (é dicir, accesible a todos): cafés, restaurantes, servicios, comercios, mercados diversos. Polo tanto, as condicións selectivas aséntanse, as más das veces, con respecto ó seu acceso. Sen embargo, estes establecementos, nos bordos da rede de rúas e prazas, son considerados como parte do espacio público urbano.

2. O contexto urbano

A forma dos espacios públicos permítenos precisa-lo concepto. Prosigamos coa nosa reflexión. Os espacios públicos vertebran a totalidade da aglomeración urbana ou da metrópole, pero segundo os barrios, zonas ou equipos que os comunican, estes serán diferentes. Deste xeito, unha rúa nunha zona industrial ou de negocios, mesmo unha rúa nun barrio popular ou de capas superiores, terá un ambiente totalmente diferente (Noschis, 1984). Serán más ou menos públicos, más ou menos comunitarios, é dicir, propios para a comunidade que irrigan; algúns considéranos ás veces case como privados.

Ademais, cada aglomeración ou metrópole ten unha identidade que se deriva da súa localización, do seu urbanismo e arquitectura, da súa historia e da súa cultura. Pensemos en tódolos exemplos que queiramos, incluso extremos, pero a lista non é exhaustiva: A cidade Hô Chi Minh, Los Angeles.... Teñen unha identidade moi forte. Marcan profundamente os seus espacios públicos. Cada rúa, ou case, leva a identidade da súa metrópole, pero contribúe tamén á elaboración desta identidade.

3. O que está en xogo (a aposta) nos espacios públicos

Os espacios públicos asumen unha tarefa nunha aglomeración ou metrópole. Segundo as características de cada un deles, este papel tornase nunha postura que será perfectamente assumida polos riscos e perigos da aglomeración ou da metrópole. Para simplificar, nós non distinguimos máis que catro posturas independentes, pero específicas:

1. mobilidade
2. usos civís
3. sociabilidade
4. identidade

Explicaremos cada un deles.

3.1 Mobilidade

A investigación urbana pon de relevo que unha das características más importantes do cidadán contemporáneo é a súa mobilidade. A súa participación na estructura metropolitana depende da súa mobilidade. Esta comporta a camiñada, naturalmente, pero tamén o uso de numerosos medios de transporte que, case todos, dependen do espacio público.

Descubrimos que calquera solución unidimensional é unha rúa cega: móvese "todo para o automóbil". A lección que se desprende desta opción é que o urbano non pode funcionar correctamente máis que a través dunha mestura, propia de cada aglomeración ou metrópole, entre peóns, automóbiles circulando a velocidades moi variables, usuarios dos transportes públicos, bicicletas, etc. É importante mencionar que a maioría dos transportes públicos constitúen en si mesmos espacios públicos, algúns non sempre confortables e agradables, aínda que representan un espacio de sociabilidade que está lonxe de ser menosprezable.

3.2 Usos públicos

A acollida de usos públicos é unha rede importante dos espacios públicos. Entre estes usos distinguimos polo menos os usos comerciais, festivos, civís (Zepf, 1999). Así, a maioría dos comercios veciños dos espacios públicos, segundo as estacións, fan desborda-las súas activi-

dades sobre o espacio público: terrazas de café e restaurantes, escaparates de tódalas clases, vendas excepcionais, vendedores ambulantes, mercados, publicidade. Esta animación comercial duplicase cunha animación cultural e festiva: teatros na rúa, comitivas, concertos, bailes, festas relixiosas, manifestacións deportivas. En resumo, as manifestacións sociais e cívicas combinan ás veces cos anteriores: desfiles patrióticos e/ou de protesta (políticos, sindicais), campañas electorais, discursos e asembleas de tódalas clases, inauguracións, etc. Estes usos públicos constitúen unha animación de primeira importancia dos espacios públicos.

3.3 Sociabilidade

A mobilidade e os usos públicos que son organizados implican unha intensa sociabilidade. Por sociabilidade entendémo-las relacións sociais e dinámicas de grupo (con relación a outros e a "nós") fluídas, espontáneas, non estructurais. É o dominio da microsocioloxía, que non debe confundirse cunha socioloxía de detalle. A sociabilidade tal como nós a entendemos é constitutiva da solidariedade social, da cohesión de grupos, colectivos, organizacións e sociedades. Esta sociabilidade é polo tanto esencial. É verdade que pode tomar formas ínfimas: miradas furtivas, xestos, saúdos, escusas, solicitude de datos e de informacións; estes comportamentos sociais minúsculos principian discusións e poden se-lo comezo dunha relación ou dun grupo duradeiro, certamente moi importante. Non é preciso polo tanto considerar só as formas de sociabilidade por separado, senón tamén a súa ensamblaxe, xa que constitúen un tecido social considerable. Por outra parte, máis ou menos conscientemente, cada un "acostúmase" a frecuenta-los espacios públicos e a participar nesta sociabilidade. Segundo se trate de correr, pasear, xogar, "ligar" ou patinar, construirase unha actitude e uns "aparellos" axeitados, que terán efectos moi diferentes.

Esta sociabilidade pode parecer lixeira, residual, fútil, pero respectámosla; constitúe de feito un tecido espeso a partir do cal se constrúe a solidariedade e a cohesión dunha sociedade. É por esta razón que os espacios públicos son dunha importancia considerable. Sen dúbida, hai outras instancias (a posición social do ciudadán en termos de xénero, idade, etnia, CSP) polas que se dá forma á solidariedade e á cohesión, pero non esquezámos-los espacios públicos e a súa forma.

En certos barrios e zonas non debe esquecerse que espacio público significa inseguridade e perigo. Volvemos así ó efecto do contexto metropolitano. Nestes lugares os cidadáns sentiranse en total inseguridade e, como consecuencia, non se arriscarán. ¿É esta inseguridade o resultado "natural" da especialización funcional do solo e da segregación social, e, polo tanto, normal? Ou, polo contrario, ¿é preciso facer todo o posible en canto a medidas políticas, económicas, sociais e urbanísticas?

Estes propósitos poñen de relevo o feito de que a sociabilidade, naturalmente unida á mobilidade e ós usos públicos, é unha postura moi importante.

3.4. Identidade

Por este concepto enténdese a imaxe de si mesmo que un axente se esforza por construír con relación a outro. Este esforzo tende á construcción dunha identidade tan positiva (emblemática) como posible. A forma urbanística e arquitectónica dos espacios públicos dunha aglomeración ou dunha metrópole, pero polo tanto a maneira en que se solucionan os temas da mobilidade, usos públicos, sociabilidade, permiten construír unha identidade, unha imaxe de marca segundo os profesionais de mercadotecnia pública. As colectividades urbanas do mundo enteiro buscan construír, con rivalidades ás veces moi vivas, unha identidade que as distinga unhas das outras e, sobre todo, que sexan atractivas. A rede identificativa é enorme, xa que cada habitante usa esta imaxe de marca para construí-la súa propia identidade. Segundo os cidadáns comparten a mesma identidade, a cohesión da colectivididade será máis ou menos grande, o que repercute sobre o bo funcionamento colectivo.

4 Ambientes

Evidentemente, son o resultado de todo o que estamos a decir sobre as formas, contexto, e o que está en xogo. Polo tanto é importante recordalo, pero non cremos que poidamos conformarnos con isto.

Debemos ter en conta dúas dimensións suplementarias para cualifica-los ambientes dos espacios públicos: dunha parte as *temporalidades* definidas polas horas diúrnas e nocturnas, os diferentes días da semana e as diferentes estacións, pola outra parte, a *sensorial*, principalmente a

visual, sonora, táctil, olfactiva. As temporalidades combinadas co sensorial fan os ambientes.

As actividades dos cidadáns, o fluxo de usuarios, visitantes, ademais dos diversos tipos de vehículos non están soamente determinados polas formas dos espacios públicos e o seu contexto, senón tamén polas temporalidades da vida urbana: as horas da mañá, do mediodía, da tarde, da noite, en semana ou en fin de semana, segundo as catro estacións e, por último, as festas específicas de cada aglomeración. Estas temporalidades producen animacións fortes diversas, que ainda están condicionadas polas características sociais, relixiosas, étnicas, das poboacións dos barrios, e polos tipos de actividades das zonas que irrigan os espacios públicos. Tódalas características da aglomeración e/ou de metrópole, nos seus diversos graos, participan na creación da animación social dunha fracción do espacio público.

O ambiente do espacio público debe ser ademais captado polo sensorial. Evidentemente, o *visual*, que implica as formas arquitectónicas e urbanísticas, os materiais de construción, o mobiliario urbano, as perspectivas, a vista máis ou menos panorámica, a luz. O *sonoro* non é menos importante; tamén está condicionado pola forma, os materiais, o mobiliario urbano (fontes, campás), pero sobre todo pola animación derivada das actividades e dos fluxos. O *táctil* é tamén moi significativo: os microclimas diarios e estacionarios que se constitúen en función das formas: humidade, calor, vento. O *táctil* comprende igualmente o revestimento do solo. Para rematar, non nos esquecemos do *olfactivo*, que dependerá da animación, das actividades, da existencia de vexetais, de plans de auga, de redes de sumidoiros.

Illamos catro aspectos da dimensión sensorial, de feito estes catro aspectos maniféstanse xuntos case sempre, a menos que, segundo as circunstancias, algúns dominen ós outros. Así mesmo, certos usuarios están adestrados para percibi-las catro dimensións, e outros beneficiánsen dunha ou doutra.

¿É preciso subliñar que o ambiente caloroso, de relación e aberto dun espacio público é a condición *sine qua non* do seu éxito?

5. Os axentes

Ó longo das nosas declaracions deixamos entender que os espacios públicos estaban construídos, urbanizados, transformados e utilizados polos axentes/actores. Agora é necesario dedicarlle algunas liñas a estes últimos.

Pensamos que os axentes dos espacios públicos urbanos son un compoñente do que non podemos pasar. A comprensión, a explicación dos espacios públicos e, polo tanto, a acción que podería ser iniciada cara a eles, pasa pola análise dos axentes.

Por este termo entendémo-lo individuo ou o grupo, ou a organización que inicia unha acción e que, deste xeito, ten efectos directos ou indirectos sobre o seu contorno e o seu medio natural. No que concirne ós espacios públicos, distinguimos catro tipos de axentes estreitamente interdependentes:

1. os axentes económicos
2. os axentes políticos
3. os profesionais do espacio
4. os usuarios

Os tres primeiros dominan un tanto a escena dos espacios públicos, pero os usuarios teñen, sen embargo, un papel importante: ó utilizar con máis ou menos entusiasmo ou rexeita-los espacios públicos presentados e ó confirma-las decisións dos precedentes ou obrigarles a proceder a correccións ou transformacións profundas.

5.1 Os axentes económicos

Trátase principalmente de empresas e propietarios de bens raíces veciños dos espacios públicos. Estes son os instigadores primeiros da súa dinámica.

5.2 Os axentes políticos

Poden pertencer a institucións comunais, cantonais, federais. Estes acompañan ou discrepan das decisións dos primeiros. Por exemplo, unha federación de comerciantes quere construír un aparcadoiro subterráneo baixo unha praza urbana. Solicítase a autorización dos axentes

políticos. O proxecto convértese polo tanto en público. Princípiase un debate e unha negociación, e tómase unha decisión política. Neste caso especial, os axentes políticos desempeñan un papel considerable, positivo ou negativo. Os exemplos semellantes son múltiples.

5.3 Os profesionais do espazo (arquitectos, urbanistas, enxeñeiros)

Acompañan ós dous primeiros. Contrariamente ó que algúns pensan, que non son más que os voceiros dos axentes políticos e económicos, teñen unha concepción e uns coñecementos do urbano e do contorno que lles dá unha autonomía e un poder realmente importantes.

5.4 Os usuarios

Trátase de axentes moi complexos. As súas actitudes e os seus usos dos espacios públicos varían segundo sexan homes ou mulleres, mozos ou vellos, dun medio social popular ou elitista, de esquerdas ou de dereitas; as súas actitudes varían tamén de acordo coa súa concepción da cidadanía, de se son habituais ou simples visitantes. Por outra parte, a maneira na que os usuarios utilizan os espacios públicos constitúe unha das claves do seu éxito. Os usos que fan deles son, en calquera caso, un barómetro.

Ó estudiar con coidado os usuarios e ó consultarllles con regularidade é cando os profesionais do espazo, os axentes políticos pero tamén os económicos, construirán e urbanizarán espacios públicos onde as redes antes mencionadas serán as mellor asumidas.

6. Conclusións

A posta en escena da vida urbana pasa pola creación e urbanización dos espacios públicos. Por eles os cidadáns conciéncianse da súa coexistencia e do seu lugar no mundo. É dicir, da importancia dos espacios públicos.

A forma urbanística e arquitectónica dos espacios públicos dá lle sentido ó urbano, pero, dende o noso punto de vista, as súas redes teñen unha dimensión ainda máis significativa, xa que implican mobilidade, utilidades públicas, sociabilidade, identidade.

Os profesionais do espazo están convencidos de que estas redes actúan sobre as morfoloxías dos espacios públicos. Non é cuestión de nega-la importancia deste punto de vista, sen embargo non é o único polo que interveñen sobre o urbano. Os compoñentes culturais, económicos, políticos e sociais da dinámica urbana son esenciais. En resumo, nós avogamos porque a reflexión e a acción sobre os espacios públicos urbanos sexan interdisciplinarias. A posta en escena da vida urbana é interdisciplinar dunha parte e doutra parte débese facer cos usuarios. Nós preferimos utilizar esta conclusión para responder rápidamente a outro conxunto de problemas e cuestións. ¿A metropolización non significaría o remate dos espacios públicos?, ¿que sería dos sobrelementos? En efecto, as sociedades informatizadas, programadas e metropolizadas transformarían fatalmente ó ciudadán nun usuario confinado ó seu ordenador, en resumo, voltariánse neoreclusas. Coas telecomunicacións, ¡máis necesidade de espacios públicos metropolitanos! Non debe subestimarse esta ameaza, pero tamén é necesario poñer en evidencia que as telecomunicacións, sen dúbida, banalizan o que se mediatiza, pero valoran o que se lles escapa: os ambientes, a sociabilidade, o reencontro non programado, a festa, o cambio inmediato.

O espacio público urbano permite a articulación de dúas lóxicas: os lugares e os xogos. Os espacios públicos son multidimensionais e, neste xeito, non poden ser accesibles ás telecomunicacións.

Outro aspecto do perigo que teñen incidencia sobre os espacios públicos: a fractura social metropolitana vólveos "perigosos". Ademais, o sentimento de inseguridade é a negación dos espacios públicos e da súa rede de sociabilidade e desenvolvemento dos usos públicos.

Naturalmente, non podemos contentarmos con estas observacións. É a partir delas cando as ciencias sociais deben asociarse ós urbanistas, habilitadores, arquitectos e ós usuarios para construir espacios públicos metropolitanos atractivos, de calidade e festivos.

UNA NUEVA FORMACIÓN CULTURAL: EL COMPLEJO CULTURAL LOCAL

Arturo Rodríguez Morató

CESAC Departamento de Teoría Sociológica Universidad de Barcelona

Es ya usual hoy en día considerar a la cultura como un factor estratégico de desarrollo local, y ello por los evidentes efectos que la actividad cultural tiene sobre múltiples parámetros básicos de tal desarrollo: sobre la regeneración urbana, sobre la imagen de la ciudad, sobre el turismo o sobre el empleo. Esto significa que la cultura ha adquirido un nuevo peso y una nueva centralidad social.

Para manejar la nueva virtualidad de la cultura en pro del desarrollo local es importante comprender este nuevo carácter global que hoy en día está adquiriendo. A ese fin, lo que yo voy a tratar de hacer aquí es proporcionar una sucinta visión de lo que significa la configuración global de la cultura actual: en qué consiste esta globalidad, qué tiene de nuevo y cómo se afirma crecientemente sobre otras configuraciones culturales previas¹.

¹ Esta formulación de la idea del complejo cultural local avanza algunos de los planteamientos que orientan la investigación que dirijo desde el año 1999, junto al Dr. Salvador Giner, sobre *La dinámica cultural barcelonesa*. Algunas de las ideas sobre la nueva formación cultural que aquí se desarrollan han sido expuestas ya, de manera esquemática, en un artículo reciente (Rodríguez Morató, 2001). En ese artículo puede encontrarse una visión más elaborada que la que aquí se ofrece sobre el orden cultural en el que la nueva formación cultural tiene su asiento: el de la sociedad de la cultura.

La crisis de la esfera cultural moderna

El orden cultural característico de la modernidad tiene su centro en la esfera cultural especializada y autónoma: un territorio institucionalmente definido, en donde un mundo de especialistas, que se rige por sus propias normas, monopoliza la elaboración simbólica de la sociedad y crea un discurso de pretendido valor universal. Fuera de él, la vida práctica de las gentes se ve dominada por la racionalidad instrumental y por el interés económico². Era éste un orden cultural de la distinción: distinción entre los consumidores, distinción entre los productores, distinción entre los productores y los consumidores; un orden, pues, de las distancias y las oposiciones culturales³.

Pero el caso es que este orden de la distinción hace tiempo que está en crisis. Hoy, los sectores del arte puro y del arte comercial tienden a converger, tanto en sus modos de producción como en los resortes que utilizan para llamar la atención del público o en los perfiles de las carreras de los creadores que se mueven dentro de ellos. De hecho, los creadores actuales se ven cada vez menos constreñidos por los límites de tales espacios, antaño inviolables, y transitán entre ellos con creciente asiduidad y también con creciente impunidad. Como contrapartida, las prácticas culturales de la población son también cada vez menos excluyentes⁴.

La potenciación cultural de las ciudades

Todos estos cambios acompañan a una transformación general de la relación entre la esfera cultural especializada y la sociedad y la economía en su conjunto. Por un lado, los patrones y principios generados en la esfera cultural se han ido proyectando de manera creciente en el conjunto de la economía, dando lugar a formas de acción, percepción y valoración que son específicamente culturales (diseño, publicidad, imagen). Por otro lado, múltiples actividades tradicionales son valorizadas culturalmente y organizadas mercantilmente (comida neotradicional, "música étnica", moda neoartesanal). Hay una nueva

2 Esta imagen forma parte de la clásica visión de la sociedad moderna que nos ha legado Max Weber.

3 La representación más fidedigna de este orden cultural de la distinción la ha proporcionado Pierre Bourdieu (1971, 1979 y 1992).

4 Una especificación más detallada de todos estos cambios puede encontrarse en mi artículo anteriormente citado Rodríguez Morató (2001).

relación entre economía y cultura: una y otra ya no se conciben como lógicas contrapuestas sino como dinámicas que se retroalimentan mutuamente. Es eso lo que se pone de manifiesto en la estrecha relación que actualmente se establece entre conservación del patrimonio y turismo cultural, o lo que se concreta también en los objetivos de regeneración urbana que hoy en día persiguen a menudo las políticas de equipamientos culturales. En virtud de esta transformación, la dinámica cultural tiende a implicar cada vez más al conjunto de la población y a constituir un motor fundamental del desarrollo local y regional. En este sentido, la esfera cultural tiende a disolverse dentro del amplio marco cultural metropolitano.

La desestructuración de la esfera cultural moderna y la desactivación relativa de su dinámica universalista propicia la potenciación cultural de las ciudades por varios motivos. En primer lugar, porque al producirse una aproximación y una creciente cooperación entre la producción cultural pura y la producción cultural comercial se potencia la tendencia a la aglomeración de los creadores, pues dada la creciente interrelación de los mercados de trabajo artístico, la mayor densidad de estos mercados que caracteriza a los centros metropolitanos constituye un factor fundamental de atracción para ellos⁵. Esta circunstancia se suma a las tradicionales ventajas que ofrecen las metrópolis a los artistas: las mayores facilidades que en ellas encuentran para la práctica de su arte (por la abundancia de instituciones, de intermediarios y de públicos sensibilizados), las mayores oportunidades para alcanzar el éxito (pues en ellas se sitúan por lo general las más reputadas instancias de consagración) y también las más extensas redes solidarias de colegas y allegados –un esencial apoyo en las difíciles y decisivas etapas iniciales de la carrera–, así como una multiplicidad de oportunidades de trabajo extraartístico flexible –un complemento igualmente necesario en ese tiempo– (Menger, 1993).

Además, en toda Europa ha ocurrido que el desarrollo de la política cultural, al tiempo y por lo mismo que ha contribuido a la deslegitimación, y por tanto a la desestructuración, del orden cultural moderno, ha ido llevando también a una concentración de la acción cultural pública sobre las ciudades, con los efectos de potenciación que

5 Los actores, por ejemplo, encuentran en las metrópolis ocasión de emplearse, no sólo en el teatro, sino también en la publicidad, en el cine, en la televisión o en el doblaje.

ello supone. En su evolución desde el originario paradigma de la *democratización*, centrado en la difusión de la alta cultura clásica, al más participativo de la *democracia cultural*, que extiende el referente de actuación en un sentido sociocultural, favorable a los gustos e intereses de la población, la política cultural va a contribuir a erosionar la lógica selectiva y jerarquizadora en la que se funda el orden cultural moderno. Y ese mismo impulso será el que aliente la *descentralización* y con ello el auge de las políticas culturales urbanas a partir de los años 70 (Bianchini, 1993)⁶. Luego, en la década de los 80, la crisis de la financiación pública de la cultura desembocará en una redefinición de los objetivos de la intervención, que pasarán a inscribirse entonces en la problemática del desarrollo económico local y de la regeneración urbana. De este modo, incorporada a la dinámica de competitividad urbana que promueve la mundialización económica, la política cultural alcanza ahora su sesgo más local; tanto más en la medida en que, en el contexto de la inestable politeya territorial postmoderna (Ruggie, 1993), pasa a formar parte igualmente de las estrategias de legitimación y de afirmación de los actualmente pujantes poderes infraestatales⁷.

Por otra parte, las industrias culturales tienden a concentrarse también cada vez más en los densos contextos metropolitanos. Es cierto, como ha señalado Menger (*ibid.*), que esta concentración ha sido casi siempre la norma. La producción cultural tiene múltiples características artesanales: su materia prima –la obra– es producida independientemente y adquirida con limitaciones en un mercado concurrencial; muchas funciones y servicios que forman parte del proceso productivo –como la preparación de los manuscritos o la realización de las cubiertas de los libros, en el caso de la edición– constituyen trabajos de oficio, que

6 Por supuesto, en España este desarrollo se ve en principio impedido por las peculiares circunstancias políticas del país. Pero con el advenimiento de la democracia se producirá una rápida asimilación de los diferentes paradigmas de política cultural ensayados hasta ese momento en la Europa democrática, quedando desde entonces la política cultural española incorporada a los parámetros europeos (Bouzada, 1999).

7 Menger (1993) constata la paradigmática “descentralización recentralizadora” que ha tenido lugar en el caso de Francia, en el que, merced a un redoblado esfuerzo presupuestario por parte del Estado, se ha podido producir a un tiempo la potenciación cultural de las regiones y el reforzamiento de la hegemonía parisina. El aplastante peso de París en la sociedad y en la cultura francesas y su destacada posición en el concierto cultural internacional, a una inmensa distancia del de cualquier otra ciudad gala, han tendido a oscurecer, y en buena medida a frustrar, el desarrollo autónomo de otras metrópolis culturales en Francia. Pero ese no ha sido el caso en otros países. Por lo general, la potenciación cultural de la capital no ha impedido (aunque si pueda haber dificultado) el genuino desarrollo de otras metrópolis culturales. En España, por ejemplo, la firme voluntad estatal de impulsar el liderazgo cultural madrileño, por más que ha ido en detrimento del desarrollo cultural barcelonés, tampoco ha supuesto un impedimento absoluto para éste, pues se ha compensado con el impulso que proporciona el desarrollo autonómico. Este impulso autonómico, por lo demás, ha alentado enormemente el auge de otros centros periféricos, tales como Valencia, Bilbao, Sevilla o Santiago.

son difícilmente subsumibles en un esquema taylorista, por lo cual son a menudo contratados externamente. Estas características han hecho tradicionalmente ventajosa la aglomeración productiva de las industrias culturales. Pero durante una época, el predominio absoluto del consumo de masas (especialmente en el ámbito del cine y en el de la industria discográfica, y sobre todo en los Estados Unidos) había alentado en este campo el avance de las fórmulas fordistas de producción (la integración de la cadena productiva y su estandarización) y esto había hecho ganar competitividad a la alternativa del aislamiento y la especialización (el caso paradigmático sería el de Hollywood). Sin embargo, a medida que el consumo masivo ha dejado de ser predominante y los gustos de la población se han hecho más diversos e inestables, estas estrategias han perdido sentido. Ahora estas industrias se enfrentan a la ya endémica turbulencia de sus mercados a base de segregar los segmentos de mayor riesgo de la cadena productiva (los ligados a la creación) y de fragmentar a las audiencias. En los últimos tiempos, además, como respuesta a la revolución digital y a la globalización de los flujos culturales, se está produciendo la conglomeración mediática de estos sectores, es decir, su agrupamiento en *holdings* empresariales ligados a los medios de comunicación. Todos estos cambios refuerzan hoy la tendencia a la aglomeración local de las industrias culturales.

Estos cambios llevan, en primer lugar, a la diversificación local de las estrategias de marketing, lo cual propicia ya la descentralización de las grandes empresas culturales internacionales⁸. Pero estos cambios entrañan también una reconfiguración de mayor alcance: la que afecta a la organización de la producción. Se pasa, en este sentido, tal como se ha dicho, del auge de la producción fordista al predominio de la producción flexible: un modo de producción en el cual las empresas se dedican a producir pequeñas y diferenciadas tandas de productos, dirigidos a unos muy particularizados (y cambiantes) segmentos del mercado. Esta lógica de producción da lugar a la constitución de lo que se han dado en llamar distritos industriales.

El concepto de distrito industrial fue acuñado por el economista británico Alfred Marshall (1919) para referirse a ciertas concentraciones locales de pequeñas empresas manufactureras densamente interconectadas (casos de los distritos de Lancashire y Yorkshire en la Inglaterra

⁸ Es lo que se aprecia que ocurre en el caso del sector discográfico, por ejemplo (Burnett, 1996).

del siglo XIX, que él estudió), cuya competitividad frente a las grandes compañías se cifraba en toda una serie de ventajas: la enorme diversidad de especializaciones funcionales que representaban, que las hacían capaces de articularse flexiblemente en una multiplicidad de procesos productivos; una cultura común que facilitaba la confianza mutua y la cooperación entre ellas; bajos costes de transporte y de transacción; y el común aprovechamiento de infraestructuras y servicios, tanto en relación con la formación del personal, como con las redes de distribución y de aprovisionamiento. Este concepto ha sido recuperado en las últimas décadas para dar cuenta del nuevo impulso que han adquirido sobre esta misma base algunas economías regionales, como las de la Tercera Italia o el Silicon Valley, especializadas en producciones artesanales altamente sofisticadas o en industrias de alta tecnología. Los economistas Allen J. Scott y Michael Storper, dos de los más conspicuos analistas de los distritos industriales contemporáneos, han mostrado de forma muy convincente cómo el concepto de distrito industrial se aplica también a las grandes concentraciones metropolitanas de productores culturales (Storper, 1989 y 1993; Scott, 1996, 1997, 1999 y 2000).

Según la descripción que nos proporciona Scott en sus trabajos, las industrias culturales proliferan en los contextos metropolitanos siguiendo la lógica económica de los distritos industriales. En ellos, por una parte, estas industrias optimizan los costos de transacción, pues la cercanía física y cultural que la ubicación metropolitana les proporciona respecto a un amplio y competente plantel de posibles agentes colaboradores (creadores, técnicos o empresas de servicios) abarata considerablemente sus operaciones y facilita sus tratos. Este ahorro resulta decisivo en las presentes condiciones de producción flexible, en las que los gustos inestables y fragmentados del público les exigen producir una gama muy diversa y cambiante de productos.

Por otra parte, en las concentraciones culturales metropolitanas se producen procesos de aprendizaje colectivo, que suponen para esas empresas cruciales economías externas. Esos procesos tienen como base la característica promiscuidad de las relaciones comerciales y profesionales en el marco metropolitano: la abundancia de los contactos informales de todo tipo, la frecuencia de los intercambios laborales (los cambios de personal entre unas y otras empresas y entidades de la zona) o la asiduidad del fenómeno del *spin-off* emprendedor (el establecimiento de nuevas empresas e iniciativas por parte de ex-empleados de

empresas y entidades ya veteranas). A través de estos mecanismos, circula rápidamente la información sobre la situación de los mercados y de las tecnologías, se transmite y se transforma el conocimiento tácito que propicia la innovación, surgen proyectos conjuntos innovadores y se establecen redes de colaboración entre profesionales, empresas e instituciones de formación y experimentación. Todo ello produce un efecto de capacitación colectiva que redonda en una mejora de la competitividad general.

Además, en el marco de las concentraciones industriales locales se produce lo que Ash Amin y Nigel Thrift han descrito como "densidad institucional" (cf. Keeble y Wilkinson, 1999: 298): la proliferación de estructuras de coordinación y el desarrollo de múltiples bases institucionales de apoyo a las iniciativas individuales. Son parte de este entramado las asociaciones profesionales, empresariales o sindicales, que proporcionan servicios de marketing, servicios técnicos, financieros o formativos, y que organizan el diálogo y la negociación entre los diversos colectivos, y entre éstos y los poderes públicos. Y forman también parte de él las administraciones, que establecen estándares y regulaciones varias, con vistas a mejorar la competitividad y la coordinación, y que a veces promueven planes de desarrollo públicamente concertados (en el caso que nos ocupa, planes estratégicos de cultura). El resultado lógico de esta profusión de servicios e iniciativas es que la localidad alcanza una mayor eficiencia en el desarrollo y en la difusión de nuevas técnicas, productos y procesos. Y a esta ventaja competitiva hay que sumar todavía la de la confianza que se deriva del homogéneo trasfondo cultural y de la común raigambre comunitaria de los actores que se mueven en el entorno local; una confianza que favorece la cooperación⁹.

En resumidas cuentas, pues, puede decirse que hoy más que nunca, en las condiciones posfordistas de producción que actualmente predominan y en el contexto de una política cultural predominantemente orientada al desarrollo económico local, la industria cultural, y por extensión la actividad cultural profesionalizada, tiende a concentrarse en las grandes urbes. Es ahí donde las pequeñas industrias del

9 Obviamente, también una excesiva densidad de iniciativas de acción colectiva y una demasiado estrecha intimidad cultural del conjunto de los actores locales pueden ser factores de inhibición de la competencia y de limitación a la circulación (importación y exportación), tanto de personal como de ideas. Este es siempre un grave peligro que acecha a los distritos marshallianos en su desarrollo.

sector encuentran el entorno más favorable a su desarrollo y donde la gran industria multinacional tiende a hallar también las mayores ventajas¹⁰. Pero la potenciación actual de las concentraciones culturales metropolitanas no obedece tan sólo a las ventajas puramente organizacionales e institucionales que proporciona la alta densidad de operadores (eficiencia en las transacciones, economías externas de formación y de organización, etc.), sino que responde también a una lógica propiamente cultural: una lógica de valorización cultural y de innovación creativa transdisciplinaria.

La lógica cultural de la aglomeración y la tendencia a la constitución de complejos culturales locales

En el ámbito artístico, más allá del desarrollo de fórmulas e iniciativas de cooperación técnica, la acción colectiva tiene un objetivo fundamental: la creación y la fijación del valor. Como dice Menger, refiriéndose a las evidencias al respecto que ha aportado Raymonde Moulin en su clásico estudio sobre el mercado de las artes plásticas en Francia (1992), "desde la cooperación tácita o la complicidad involuntaria, hasta la acción concertada o la colusión, las múltiples formas identificadas de acción colectiva coaligada organizan la doble valorización estética y financiera de las obras y de los movimientos en el corto plazo, cuando la incertidumbre sobre el valor de las novedades es máxima y cuando la asimetría de información sobre el juego de las evaluaciones resulta más fácilmente explotable" (Menger, 1993: 17). La dinámica de acción colectiva resulta, así, particularmente intensa en el ámbito artístico porque en él incluye siempre el fundamental registro de la acción coaligada orientada a la manipulación y a la fijación del valor. Ahora bien, la acción coaligada, como ha señalado Stinchcombe, tiene una irreductible dimensión cara a cara, que sólo un entorno local permite desarrollar a fondo¹¹. Por eso puede decirse que en el caso de la producción artística la concentración metropolitana resulta más "económicamente necesaria" que en el de ningún otro sector de producción posfordista.

10 Todas las bases competitivas del distrito cultural industrial que acabamos de comentar son directamente aprovechables por las multinacionales que se ligan a ellos.

11 Menger recoge la siguiente cita de Stinchcombe: "La formación de coaliciones requiere el disponer de una información precisa y detallada sobre los compromisos que los demás están contrayendo. Esos compromisos dependen, a su vez, de compromisos contraídos por otros. La estrecha interdependencia que ha de existir entre los elementos constitutivos de la coalición supone el que cada uno sepa con precisión cómo interpretar las intenciones de acción de los demás. Generalmente, este saber compartido sobre el que reposa la confianza mutua depende en gran medida de los contactos cara a cara que se establecen entre miembros potenciales de la coalición, los cuales alternan sucesivos avances y retrocesos a lo largo del proceso que conduce gradualmente a los últimos compromisos" (Menger, 1993: 28).

Por lo demás, cabe considerar también que la propia creación del valor cultural –la creatividad cultural– está fundada en la dinámica de intercambio, de elaboración y de competencia simbólica y que en este sentido la efervescencia relacional de los medios artísticos en el entorno metropolitano sirve no sólo a la manipulación y fijación del valor sino también a su creación. Randall Collins (1998) ha elaborado una potente teoría sobre la creatividad intelectual que sitúa el núcleo dinámico de ésta en los rituales de interacción competitiva entre creadores que tienen lugar dentro del marco de espacios sociales de atención. En estas lides, la concentración de la atención intelectual y la cantidad de recursos culturales y emocionales que movilizan los contendientes son las variables que determinan el nivel de creatividad que puede alcanzarse. Al respecto, las metrópolis, en cuanto que por lo general acumulan las dinámicas de interacción más densas, las plataformas de confrontación discursiva de mayor proyección y los creadores mejor pertrechados, cultural y emocionalmente (los vinculados a los linajes discipulares más reputados e influyentes), constituyen los espacios de la creatividad cultural por autonomía. En este sentido también, operan como un potente imán para los creadores.

El valor cultural que las metrópolis tienen para los creadores profesionales radica asimismo en otro factor: en la abundancia y en la riqueza de la materia prima cultural que atesoran, fuente y base de inspiración. La enriquecedora experiencia cultural de la gran urbe moderna ha sido glosada por múltiples intelectuales, historiadores y científicos sociales, desde Simmel o Benjamin –los más clásicos–, hasta Schorske, Berman, Charle, Sennett o Hannerz. Los motivos que estos autores esgrimen suelen ser los mismos: la extrema acumulación de signos culturales valorizados, la enorme diversidad de los estímulos y su constante cambio (el continuo flujo de personas, de imágenes y de ideas; y su positiva consecuencia: la *serendipity*), la gran variedad étnica y la correspondiente profusión de subculturas¹². Todo esta materia prima es elaborada y capitalizada por los creadores metropolitanos.

Pero ocurre también, por otra parte, que esta riqueza cultural local hoy no es inerme: ahora no opera ya tan sólo como materia prima de procesos externos a ella, sino que actúa y se transforma por sí misma, en

12 De entre los citados analistas de la creatividad cultural urbana, los más actuales tienen muy en cuenta también los factores específicamente asociados a la vida de los creadores culturales especializados; factores tales como las bases institucionales de su actividad (por ejemplo Charle, 1998) o su masa crítica y su densidad comunicativa (Hannerz, 1992). A estos aspectos ya nos hemos referido anteriormente.

una continua retroalimentación con la producción cultural especializada. El modo de vida predominante en las sociedades occidentales avanzadas ya no está regido por principios y lógicas opuestas a las que operan en el mundo de la creación cultural especializada. Por el contrario, la condición postmoderna –se ha dicho– es la de una estetización generalizada de las prácticas y de los bienes (Harvey, 1989). Por otro lado, si el paradigma de la modernidad artística tendía al alejamiento de la vida práctica y al rechazo de toda funcionalidad extraartística, hoy ese alejamiento y ese rechazo son mucho menores. Se produce, así, una nueva cercanía entre el mundo de la vida cotidiana y el mundo de la creación cultural especializada.

La nueva contigüidad de ambos mundos potencia la creatividad cultural informal; una creatividad que resulta especialmente visible en las prácticas simbólicas de los jóvenes de hoy, que abarcan desde el lenguaje, la indumentaria y el estilismo corporal, hasta la música o el baile¹³. Aparte de esta potenciación de la creatividad cultural informal, tal contigüidad instaura asimismo una nueva dinámica local de intercambios y de retroalimentaciones entre uno y otro espacio social. Estos intercambios son, por ejemplo, constantes (y cruciales) en el caso de la cultura juvenil, caso en el que, por un lado, los productos culturales mercantilizados operan como catalizadores de la creatividad simbólica informal (Willis, 1990: 18), mientras que, por otro, las nuevas elaboraciones simbólicas que poco a poco van formalizándose dentro del marco comunitario juvenil vienen a constituir la materia prima de los sucesivos ciclos de mercantilización (ya sean grupos y estilos musicales, o modas vestimentarias). Pero más allá de este caso paradigmático, estos intercambios abundan hoy en todas las variantes de la cultura popular. Por ejemplo, también en las culturas étnicas que proliferan en las metrópolis actuales¹⁴.

13 Paul Willis ha sido quien más ha hecho por identificar y dar a conocer esta intensa creatividad simbólica de la juventud actual (1990 y 1999).

14 Ulf Hannerz (1996: 136-7 y 1999: 83) ha desarrollado un modelo para representar el tránsito típico de ciertas formas culturales características de grupos étnicos minoritarios en las ciudades globales, como por ejemplo formas culinarias o musicales, desde el marco de la cotidianidad comunitaria, en el que se desenvuelven originalmente, hasta el marco del mercado, en el que se entremezclan con las producciones culturales especializadas. La secuencia arrancaría de una primera fase en la que estas actividades se realizan dentro de casa y sin ningún objetivo mercantil. Luego, en la medida en que la comunidad subcultural es lo suficientemente grande, esas actividades pueden producirse como mercancías para la propia comunidad (la música es tocada en algún local del barrio en el que se concentra la comunidad o es radiada por alguna emisora étnica local; los productos gastronómicos o los platos típicos son ofrecidos en algunos supermercados, tiendas o restaurantes de la zona). Por fin, en la tercera y última etapa, algunos de esos productos mercantilizados se hacen accesibles a públicos más amplios, a veces tras sufrir algún tipo de adaptación a los gustos mayoritarios.

Ciertamente, una corriente subterránea había enlazado siempre a la creatividad cultural informal, plasmada en los diversos aspectos del modo de vida, con la creación estética, culta o popular. No resulta, así, difícil encontrar ejemplos históricos de trasposiciones entre ambos ámbitos de acción¹⁵. Pero cuando el modo de vida estaba dominado por principios opuestos a los que regían la creación artística, estas trasposiciones no podían ser sino muy ocasionales, lentas y alambicadas. Por el contrario, en la situación actual de confluencia entre estos dos dominios los terrenos de contacto se han multiplicado y el flujo de transferencias se ha hecho continuo. Es así como Harvey Molotch ha podido constatar la sustancial unidad de acción en la que hoy operan en Los Angeles la cultura (en sus diversos registros) y la economía¹⁶. Y el caso de Los Angeles, por más que es excepcional, no deja de resultar paradigmático.

En el contexto actual de galopante mundialización, por lo demás, esta connivencia local entre cultura y economía se potencia todavía más, porque la mundialización produce una valorización de los signos de identidad locales y esto hace que a la industria de bienes de consumo su asociación con la cultura local le proporcione una ventajosa renta de monopolio¹⁷. Las culturas de diseño sedimentadas localmente y las imágenes locales dan lugar, así, a un fondo de estilos, sensibilidades y temas de los que se alimenta toda la economía local. Este tipo de aprovechamiento es bien visible en el caso de los numerosos productos que incorporan resonancias estilísticas locales prestigiadas, como ocurre

15 Harvey Molotch (1996) hace referencia al historiador de la tecnología Cyril Stanley Smith, para señalar los múltiples casos en los que realizaciones que tienen su origen en el ámbito de lo lúdico llevan luego a innovaciones técnicas de trascendental importancia (los fuegos artificiales a los explosivos, el cultivo floral a la agricultura). Otros casos notables serían los de los diseñadores comerciales que encuentran su inspiración en el arte contemporáneo, algo que es usual al menos desde los tiempos de la Bauhaus. En el sentido contrario fluye también, por otro lado, la inspiración, cuando el arte, como tantas veces ha hecho desde el Romanticismo, toma como modelo las formas de representación y expresión tradicionales (las músicas que pertenecen al mundo de la vida cotidiana o las representaciones plásticas de precedencia exótica y de funcionalidad cultural originaria).

16 En su estudio, Molotch (1996) ha aportado una apabullante evidencia sobre los estrechos vínculos que allí unen a lo uno con lo otro: el carácter lúdico, hedonista, cosmopolita, inquieto y proclive al cambio, que tradicionalmente se expresa en las formas de vida californianas (exuberantes, cálidas, optimistas y divertidas, o, en el otro extremo, frías, irónicas y meditativas), y los puntos fuertes de los más importantes sectores de la economía local (por supuesto, la industria cinematográfica y el sector cultural en general, pero también el turismo, los parques temáticos, la comida rápida o la multiétnica, la ropa deportiva informal, el diseño de muebles o el de automóviles, la arquitectura o la cosmetética). Hay que decir, no obstante, que pese a su perspicaz análisis de las conexiones entre la cultura y la economía de Los Angeles, Molotch no consigue percibir la especificidad histórica de la situación actual, que es, sin embargo, tal como venimos argumentando aquí, la clave que explica la extraordinaria potenciación de dichas conexiones hoy, en Los Angeles y en todas partes.

17 Los beneficios que de ello se derivan son palpables en el mencionado caso de Los Angeles, en el que la inigualable proyección, verdaderamente universal, de su industria cultural, opera como potentísimo foco de atención y valorización de todo lo que lleva el sello californiano-hollywoodiense, desde los productos cosméticos de Max Factor hasta el estilismo de Ralph Lauren, las muñecas Barbie o los productos que remiten al universo Disney.

con las prendas de ropa, los objetos de decoración, las joyas o los muebles barceloneses de inspiración gaudiniana o mironiana. Y esta misma lógica opera también en el caso, aún más abundante, de las diferentes estrategias de marcaje local de la producción, como la muy tradicional de los "productos de París".

Puede decirse, pues, en conjunto, que el acercamiento que hoy en día se produce entre la alta cultura y la cultura popular, y entre la cultura especializada y la cultura informal, la activación creativa de esta última y la valorización a escala mundial de las identidades locales, son otros tantos factores culturales que en estos momentos contribuyen también grandemente a potenciar la densidad de las relaciones culturales urbanas, incrementando de este modo la gravitación cultural de los espacios metropolitanos más allá de lo que había sido habitual en etapas anteriores de la modernidad¹⁸. En las metrópolis actuales, no sólo abundan las relaciones de carácter intrasectorial (formales e informales), ni tampoco únicamente las relaciones de ámbito disciplinar, entre lo culto y lo popular (la *break dance* y la danza contemporánea, el flamenco de las peñas y el de los escenarios), sino que también proliferan los procesos transectoriales y suprasectoriales: procesos que vinculan la actividad de diferentes sectores, como ocurre arquetípicamente en el caso de muchas series de dibujos animados¹⁹; o procesos que entrelazan la actividad cultural especializada con la vida cotidiana y con las actividades comerciales más diversas²⁰. El espacio cultural metropolitano tiende, así, a configurarse como una matriz única de recursos culturales, recursos que se articulan en procesos de contornos flexibles y de carácter no lineal²¹. De este modo, viene a constituir un verdadero complejo cultural local.

18 Caso aparte era, en esas etapas, el de las metrópolis centrales –París en un tiempo, o Nueva York más tarde–, que gozaron de una posición de incomparable privilegio, en tanto que focos absolutamente dominantes de proyección y jerarquización de la cultura moderna. Pero esa estructura rigidamente centralizada de metrópolis culturales hace tiempo que ha dejado de existir.

19 Las tres niñas surgen en forma de libro ilustrado, antes de convertirse en cine de animación, y una vez alcanzado el éxito pasan a declinarse también en forma de juguetes, largometrajes (uno por el momento), nuevas series de animación (*La bruja aburrida*), incorporándose además, como personajes-mascota, a múltiples productos de material escolar, de ropa, etc. La diversidad de los desarrollos comerciales del material de animación exitoso puede colegirse de una sola cifra: a la altura del año 2000, los Simpson, creados en 1990, habían generado 190.000 millones de pesetas en venta de productos (Rovira, 2000).

20 Piénsese en la profusión actual de ceremoniales institucionales y festivos que integran todo tipo de elementos, desde intervenciones artísticas específicas –a veces la coreografía general del evento– a actuaciones y colaboraciones de grupos voluntarios o de asociaciones de practicantes de cultura tradicional, y por supuesto colaboraciones técnicas y explotaciones comerciales de lo más diverso. La cultura de la fiesta mediterránea ofrece múltiples ejemplos de tales amalgamas.

21 Por un lado, las combinaciones de elementos –personales y materiales– que se componen en estos procesos son variadas y efímeras y trascienden muy a menudo los límites sectoriales o disciplinares. Por otro, estos procesos se articulan en todas las direcciones (no sólo de la creación al consumo) y siguen los más diversos itinerarios (entre el mundo de la vida cotidiana y el de la cultura especializada, entre unos y otros sectores o disciplinas).

Este complejo cultural local, sin embargo, sólo se consolida y sólo adquiere la condición de formación cultural característica de la modernidad avanzada, en la medida en que se convierte en la nueva base estructural de la creatividad cultural, suplantando a ese respecto al tradicional marco disciplinar. Pero eso es justamente lo que ocurre. La desestructuración de la esfera cultural moderna y la desactivación de su dinámica universalista propicia hoy la auto-nomización *local* de las dinámicas de innovación cultural, porque al debilitar las centralidades simbólicas (las jerarquías de valor universal, que tendían a ordenar estrictamente tanto el espacio discursivo como la geografía internacional de la creación) y al desvirtuar los discursos culturales puros (los que progresaban en el ensimismamiento formalista de los lenguajes), la innovación tiende ahora a aparecer como configuración local idiosincrásica, más o menos interdiscursiva, en lugar de como profundización en un proceso de abstracción especializada. Es una nueva lógica de la creatividad cultural la que se impone. La pujanza creativa sectorial depende ahora cada vez más de la dinámica de interconexiones extra-sectoriales; es ahí justamente donde se sitúa: en las fronteras y en los *no man's land* disciplinares. La creatividad, núcleo de la dinámica cultural, tiende así a conformarse más allá del marco sectorial: en el singular espacio de entrelazamientos, retroalimentaciones, sinergias y resonancias simbólicas que ofrece la metrópoli.

BIBLIOGRAFÍA

- Bianchini, Franco (1993): "Remaking European cities: the role of cultural policies". En F. Bianchini, F.; Parkindon, M. (eds.): *Cultural Policy and Urban Regeneration*. Manchester. Manchester University Press.
- Bourdieu, Pierre (1971): "Le marché des biens symboliques". *L'année sociologique*, XXII. p. 49-126.
- Bourdieu, Pierre (1979): *La Distinction*. París. Minuit.
- Bourdieu, Pierre (1992): *Les règles de l'art*. París. Seuil.
- Bouzada, Xan (1999): "Cultural Policies in Modern Spain: Origins and Orientations". *Loisir et société*, 22, 2. p. 453-485.
- Burnett, Robert (1996): *The global jukebox. The International Music Industry*. Londres. Routledge.
- Charle, Christophe (1998): *Paris fin de siècle. Culture et politique*. París. Seuil.
- Collins, Randall (1998): *The Sociology of philosophies: a global theory of intellectual change*. Cambridge. Harvard University Press.
- Hannerz, Ulf (1992): *Cultural Complexity. Studies in the Social Organization of Meaning*. Nueva York. Columbia University Press.
- Hannerz, Ulf (1996): *Transnational Connections. Culture, people, places*. Londres. Routledge.
- Hannerz, Ulf (1999): "La cultura popular y la ciudad". *Arxius*, 3. p. 69-86.
- Harvey, David (1989): *The Condition of Postmodernity*. Oxford. Blackwell.
- Keeble, David; Wilkinson, Frank (1999): "Collective Learning and Knowledge Development in the Evolution of Regional Clusters of High Technology SMEs in Europe". *Regional Studies*, 33, 4. p. 295-304.
- Marshall, Alfred (1919): *Industry and Trade*. Londres. Macmillan.
- Menger, Pierre-Michel (1993): "L'hégémonie parisienne. Économie et politique de la gravitation artistique". *Annales Economies Sociétés Civilizations*, 48, 1. p. 139-1565-1600.
- Molotch, Harvey (1996): "LA as design product: how art works in a regional economy" En Scott, A. J.; Soja, E. W. (eds.): *The City: Los Angeles*

and Urban Theory at the End of the Twentieth Century. Berkeley. University of California Press.

Moulin, Raymonde (1992): *L'Artiste, l'institution et le marché*. París. Flammarion.

Rodríguez Morató, Arturo (2001): "A sociedade da cultura: un novo lugar para as artes no século XXI". *Grial*, 149.

Rovira, Frederic (2000): "Millones por los Simpson". *El País*, Sección Negocios, 3 de diciembre.

Ruggie, John G. (1993): "Territoriality and beyond: problems tizing modernity in international relations". *International Organization*, 47, 1. p. 139-174.

Scott, Allen J. (1996): "The Craft, Fashion, and Cultural-Products Industries of Los Angeles: Competitive Dynamics and Policy Dilemmas in a Multisectoral Image-Producing Complex". *Annals of the Association of American Geographers*, 86, 2. p. 306-23.

Scott, Allen J. (1997): "The Cultural Economy of Cities". *International Journal of Urban and Regional Research*, 21. p. 323-39.

Scott, Allen J. (1999): "The cultural economy: geography and the creative field". *Media, Culture & Society*, 21. p. 807-17.

Scott, Allen J. (2000): *The Cultural Economy of Cities*. Londres. Sage.

Storper, Michael (1989): "The transition to flexible specialisation in the US film industry: external economies, the division of labour, and the crossing of industrial divides". *Cambridge Journal of Economics*, 13. p. 273-305.

Storper, Michael (1993): "Flexible specialization and regional industrial agglomerations: the case of the US motion-picture industry". *Annals of the Association of American Geographers*, 77. p. 260-82.

Willis, Paul (1990): *Common Culture. Symbolic work at play in the everyday cultures of the young*. Buckingham. Open University Press.

Willis, Paul (1999): "Notas sobre cultura común. Hacia una política cultural para la estética terrena". *Arxius*, 3. p. 15-32.

IDENTIDADE E TERRITORIO NAS ECONOMÍAS SIMBÓLICAS. A EXPERIENCIA DO SECTOR TURÍSTICO

Manuel González Fernández
Universidade de Vigo

Na sociedade contemporánea é dominante a idea de que a identidade resulta ser un elemento defensivo, reactivo, fronte ás tendencias de homoxeneización consecuentes ó tan socorrido proceso de globalización. Así o sostén un autor tan influente como Manuel Castells, para quen «a oposición entre globalización e identidade está dando forma ó noso mundo e ás nosas vidas» (1998: 23). Castells non fai outra cousa que reflectir un modelo histórico de interpretación da realidade que concede preeminencia ás formas e procesos materiais sobre as de tipo simbólico ou inmaterial. Ou, na súa definición máis clásica, á materia sobre as ideas.

Por fortuna, o pensamento da nosa época parece propenso a superar ese debate milenario e reintegra-los dous elementos de tal dicotomía. Iso non só sucede nos modelos interpretativos e nas representacións colectivas, senón tamén nas prácticas, xa que estamos a falar dun contexto histórico onde os elementos simbólicos, como é o caso da identidade, adquieren unha grande importancia en ámbitos moi diversos. Quizais por iso a nosa sociedade é cualificada como “sociedade da información”,

centrada por tanto na información, algo inmaterial, fronte ó modelo societal precedente, a "sociedade *industrial*", onde a industria transforma a materia en mercancia.

O menosprezo da relevancia dos elementos inmateriais nos fenómenos sociais e económicos choca así coa realidade dos novos deseños da economía capitalista, á que algúns chaman "capitalismo cultural" ou "economías de signos". Novas prácticas e tamén novas concepcións das formas e procesos económicos, sen as cales non sería comprensible o papel que determinados sectores como a industria cultural, do ocio, do deporte ou o propio turismo -no que me vou centrar- están a adquirir.

No que segue vaise percorrer un camiño que nos vai levar a argumenta-la importancia dos aspectos simbólicos no modelo económico contemporáneo, xa que, na actualidade, tales elementos simbólicos son un elemento básico na diferenciación social que persegue a excelencia e, en definitiva, a hexemonía, fin último da interacción entre os axentes económicos. Logo pasaremos a recoñecer como o "boom" do fenómeno turístico debe entenderse nese contexto, o que resulta más evidente cando miramos cara ás implicacións no desenvolvemento local de determinadas prácticas e produtos turísticos -como é o caso do turismo rural ou verde-; os cales están fortemente cargados de significados identitarios, de carácter grupal ou territorial, ainda que a cotío non reactivos coas tendencias dominantes no sistema capitalista, senón funcionais con elas -perfectamente integrados, por tanto, nos deseños económicos que os incorporan-.

O capitalismo cultural: da excepcionalidade baseada en obxectos á excepcionalidade das prácticas

O xogo económico non é unha férrea armazón estructural na que os distintos actores sexan prisioneiros dunhas leis cegas e alleas á vontade e á acción humana -aínda que, desde Adam Smith e a tradición do liberalismo económico, así o pensan moitos-, senón que resulta se-lo producto da acción de axentes sociais que procuran a súa máxima relevancia, a cotío actuando dun xeito colectivo ou insertos en redes relacionais estables. O fin último desa interacción non é o mutuo axuste de necesidades, senón a busca de realización, de poder, de hexemonía, xa que "o home actúa, non tanto para mante-lo seu interese individual de posuir bens materiais, como

para garanti-la súa posición social, os seus dereitos sociais, as súas conquistas sociais. Non concede valor ós bens materiais máis que na medida en que serven a este fin" (Polanyi, 1989: 87).

Xa Baudrillard (1987) advertía, a principios dos setenta, que non existía praticamente ningunha utilidade detrás dos obxectos que non fose a de actuar como discriminantes de clase. Ou, dito doutro xeito, a esencia dun coche deportivo en canto obxecto económico non estaría na súa capacidade de chegar antes ós sitios, senón en canto símbolo de status do seu dono. Un status por tanto que non só se ve "expresado" polos obxectos, senón que eles mesmos o reafirman e reforzan, a través do recoñecemento e sometemento dos demais –das outras persoas ou grupos– no seu despregamento. O consumo convértese, así, en estratexia política, onde detrás das lóxicas formais –estética dos obxectos, valoración das prácticas– agáchase unha lóxica de clase.

Desde os anos setenta pasaron moitas cousas. Parte delas apuntan á consolidación –incluso hipertrofia– da sociedade de consumo, e á sofisticación das prácticas económicas ata un nivel antes insospeitado. Isto levou a un cambio profundo nos obxectos económicos, especialmente na súa capacidade de actuar como símbolos de status. Porque esta función non descansa fundamentalmente nos obxectos materiais senón, cada vez máis, en prácticas, estilos de vida ou artefactos culturais. Dito dun xeito máis gráfico, para determinados grupos sociais ter un coche deportivo pode parecer hoxe ostentoso, "macarra" ou "hortera" inclusive; ter unha longa bagaxe de viaxes a distintos e remotos países é, pola contra, un patrimonio envexable.

Probablemente estamos a constatar un cambio de valores vinculado a un relevo na orientación dos grupos dominantes, desde o burgués patrimonialista ó tecnoburocrático. Un modelo máis vivencial, menos patrimonial, producido polas denominadas "novas clases medias", das cales se recrutan hoxe as elites sociais. Configurase así, desde unha perspectiva que abrangue o sistema económico no seu conxunto, o capitalismo cultural ou economías de signos (Lash e Urry, 1996), onde os obxectos de consumo vense progresivamente baleirados de contido material e énchense de significados. A isto chégase por fenómenos como a cada vez maior incorporación de deseño, que vai redundar nunha profunda esteticización dos obxectos materiais, incluso os más banais ou sinxelos. Esteticización que se vai trasladar á vida cotiá a través de

prácticas culturais, entre as cales ocupan un lugar moi importante as viaxes. Mentre, dáse tamén un incremento da importancia das industrias culturais: cine, televisión, prensa, publicidade, internet, ocio...

Mais na nova economía significativa, tamén a procedencia dos obxectos pasa a ser un elemento moi importante na súa configuración semántica –é o caso das denominacións de orixe-. Incluso a miúdo, como o que se consome non é un obxecto en sentido estricto, senón un servicio ou unha práctica, o lugar onde esta se realiza pasa a ter tamén unha grande transcendencia. De aí que o cualificativo de economía de signos se lle engada outro: de espacios.

O espacio pasa a ser relevante nun dobre sentido, paradoxal ou contradictorio en apariencia. Por un lado, nunha orientación global, a cal é froito da internacionalización financeira e a oligopolización das actividades económicas, da importancia do coñecemento e a planificación na economía, das entidades supranacionais e da concentración da hexemonía xeopolítica, da aparición de elementos dunha cultura global, en definitiva. Por outro, a causa do reforzamento do local, co recoñecemento das chamadas economías territoriais, cos procesos de difusión productiva máis aló dos lugares centrais, coa transcendencia da orixe dos productos. Tendencias que se van ver reforzadas polos procesos de descentralización institucional. Precisamente nese panorama de "relocalización" compréndese o chamado "consumo de lugares" (Urry, 1995) ó que están vencelladas, entre outras, as prácticas turísticas.

En síntese, estamos diante dun contexto global de cambios socio-culturais e económicos, nos que adquieren un papel central elementos significativos –non materiais, por tanto-, que se ven despregados a través dos plurais estilos de vida que serven de expresión e soporte da diferenciación social. Estilos de vida que a cotío se poñen en práctica en lugares singulares, ben polos seus valores –naturais, históricos...– ou porque determinados grupos consideran eses espacios como axeitados para pór en práctica particulares ou alternativos modos de vida, os cales agardan transforma-los modos básicos de organización social, a través de novas formas de sociabilidade, de consumo, de residencia... Por iso eses lugares que actúan de soporte a formas alternativas de organización social téñense denominado "espacios representacionais" (Lefebvre, 1974; Urry, 1995), e o medio rural é un exemplo diáfano deste tipo.

A construción dos espacios e as prácticas que con eles se relacionan resulta, en resumo, da tensión dialéctica e interactiva entre tendencias de homoxeneización en certos ámbitos, mentres que noutrous asistimos simultaneamente ó reforzamento das identidades grupais e territoriais. Dialéctica, por tanto, non exclúinte ou da cal deba xurdir unha síntese superada das dúas tendencias, senón na que continuamente se reforza cada un dos elementos opostos, xa que a medida que se incrementa a integración tamén o fai a diferenciación interna, tanto na sociedade como en calquera outro sistema. O que dá lugar a un escenario plural e a cotío conflictivo, onde a identidade serve unhas veces como ferramenta de resistencia fronte á homoxeneización, mais outras é un elemento funcional máis da cohesión social e o crecemento económico.

O turismo como unha actividade económica e sociocultural

O turismo, aínda que é unha actividade con certa antigüidade, xorde como o entendemos hoxe coa Sociedade Industrial, a pesar de que tivesen que pasar moitas decenas de anos para que deixase de ser unha práctica elitista e chegase a converterse nun fenómeno de masas. Precisamente este feito decisivo ten lugar a partir de mediados do século XX, na etapa de crecemento económico que marca o apoxeo do modelo de Sociedade Industrial e vai desde o final da Segunda Guerra Mundial ata as crises dos anos setenta. Con todo, dun turismo pouco sofisticado e no que a compoñente climática era a máis destacada –“sol e praia”–, na sociedade postindustrial vaise coñecer un retardamento do crecemento turismo convencional, ó tempo que se produce un aumento e diversificación da demanda. Isto é o resultado de que o turismo se vai ver tamén afectado pola devandita sofisticación cultural das prácticas económicas, pola difusión de valores favorables á natureza e polo apoio institucional á innovación dos produtos e a diversificación dos destinos turísticos.

O crecemento e diversificación do turismo sería difícil de entender á marxe do aumento da mobilidade e do tempo de ocio na sociedade contemporánea, que redundan na diversificación de ritmos e fluxos, que se fan multidireccionais e acelerados. Movementos, desprazamentos que van ser un ingrediente fundamental na configuración dos estilos de vida que, como se ten formulado, son unha das pezas básicas da diferenciación social.

Voume fixar na que tal vez é a expresión máis xenuína destas características no ámbito turístico, como é o turismo rural ou verde. Xa noutro lugar expuxen como os propios problemas de definición deste tipo de turismo, a coto comprendido en termos idealistas (González Fernández, 1998), evidencian o carácter valorativo e voluntarista da economía, como expresión do seu carácter sociocultural. O feito de que tamén a miúdo estas modalidades reciban o cualificativo de "turismo alternativo" non fai senón afondar nesa idea e amosan, desde un punto de vista concreto, a vinculación entre prácticas económicas, estilos de vida, diferenciación e cambio social, tal e como se expresou máis arriba.

O turismo rural, verde ou alternativo ilustra tamén perfectamente a relevancia simultánea de tendencias e procesos globalizantes, con outros de orientación localista ou territorial; ou de elementos estructurais, materiais, con outros de tipo simbólico, cultural e sociopolítico.

Ó primeiro grupo pertencen a reestructuración e a intervención estatal. Son dous procesos que non son exclusivos do turismo rural, senón que forman parte dun conxunto de tendencias socioeconómicas que afectan ós territorios remotos, as periferias dos modelos de desenvolvemento industrial do pasado, e que teñen identificado para comprender-lo cambio que se produce nas economías rurais nas dúas últimas décadas (González Fernández, 2001). Neles imonos fixar agora, deixando para o seguinte epígrafe a reflexión sobre as dimensións socioculturais destas modalidades turísticas.

O proceso de reestructuración supón a conexión das economías periféricas, nomeadamente as rurais, no sistema capitalista global. Isto supón cambios estructurais e na dimensión das actividades económicas –a agricultura, a manufactura, pero tamén o turismo– que afonda na súa integración nos circuitos mercantís. En paralelo con ese proceso, aumenta o número de axencias externas que converten o rural, e particularmente as actividades turísticas que alí se realizan, en obxecto económico: comerciantes por xunto, editoriais, empresas de transportes, de servicios...

O proceso de reestructuración ten como consecuencia a diversificación de sectores e actividades. No noso caso, explica o paso do predominio agrario nas economías rurais a unha maior diversidade. Así mesmo, como ocorre con outros sectores, aumentan as diferentes escalas

e orientacións turísticas: hoteis, complexos turísticos, casas rurais...; turismo de aventura, cultural, gastronómico, agroturismo...

Todo isto supón unha fonda reorganización local, da cal quizais o elemento máis evidente o supoñan os cambios no emprego, xa que dun predomínio case absoluto dun modelo autónomo, empresarial e familiar –o modelo da explotación agraria– pasouse a unha maior variedade de tempos e modalidades de actividade e contratación.

Non é preciso dicir que todo isto non sería posible se non se tivese producido unha fonda innovación das distintas actividades. Innovación que se difundiu polo efecto demostración, pola posta en práctica de estratexias adaptativas diante da crise de determinados sectores ou actividades –p.e. a agricultura– e tamén pola promoción institucional de novos estilos ou prácticas.

Precisamente a intervención estatal é o outro elemento estructural que é a chave do arrinque turístico. Dáse dun xeito crecente nun esenario paradoxalmente dominado polas doutrinas e as actuacións de corte neo-liberal. Sen embargo, atopamos que en certos ámbitos e territorios, antes periféricos á influencia das administracións e ó sistema económico, máis que á retirada do Estado asistimos a un novo interventionismo.

Son múltiples tamén as axencias que interveñen nos ámbitos territoriais relevantes para a caracterización dos modelos turísticos alternativos: a UE, o estado, as autonomías, os entes supramunicipais, e uns concellos progresivamente reforzados malia que ainda febles na súa relación competencias/recursos. E tamén son diversas –aínda que sería máis correcto dicir variables– as orientacións das súas accións. Estas comenzarían pola modernización de infraestructuras e servicios, que era o xeito de actuación dominante da administración nos primeiros anos da súa implicación no desenvolvemento turístico nas zonas máis remotas. Aínda que se centra en mellora-los accesos ós enclaves turísticos, tamén adquire outras formas das que a rede de Paradores Nacionais é un dos exemplos más importantes. Máis recentemente, a esa función vaise engadi-la provisión de clientela, especialmente fóra de temporada, a través de programas amplamente coñecidos como o de Vacacións para a Terceira Idade (os comunmente coñecidos como viaxes do INSERSO). Mais a acción das administracións vaise centrando progresivamente en

dous campos, como é o da regulación do turismo en canto actividade económica –rompendo coa prestación de servicios turísticos en condicións de informalidade– e o apoio á iniciativa privada, a cal se dá no marco xenérico de promoción do desenvolvemento rexional e rural. Este último é o caso fundamentalmente de iniciativas comunitarias como o LEADER ou de diferentes programas estatais ou autonómicos –o caso de Turgalicia no noso país–.

A funcionalidade da identidade na posta en valor dos productos turísticos

Malia a importancia dos elementos e procesos estructurais dos novos modelos e prácticas turísticas, estas tamén son sensibles ó cambios no sistema económico global que reforzan a súa dimensión sociocultural e os seus elementos significativos. O marcado proceso de diferenciación simbólica dos obxectos económicos afecta por tanto tamén ó turismo e reforza os seus vínculos coa cultura e o territorio.

Precisamente, unha análise das novas prácticas económicas debe saber da-lo salto da concepción do espacio en termos puramente físicos ó territorio, en canto espacio cargado de significados e valores: natural, singular, marxinal...; semantización do espacio que comporta nalgúns casos a estigmatización en termos negativos –p. ex. "zona deprimida", "mal barrio"–, mais no que se refire ós procesos de desenvolvemento, pasa a ser unha das chaves da posta en valor do local. A idea da calidade ou a excepcionalidade de certos territorios converteos en espacios simbólicos –que encerran unha gran densidade de atributos, os cales poden ser transferidos ás persoas, produtos ou prácticas que ese territorio soporta– ou representacionais –que permiten, polas súas características físicas e/ou simbólicas, pór en marcha formas alternativas de relación social–. Entre os primeiros atopamos exemplos de lugares que son ou foron claves na consolidación das identidades nacionais –caso de Covadonga na identidade hispana– e entre o segundo atopámos espacios rurais remotos para o movemento neo-ruralista, ou o caso das Illas Cíes nos movementos contraculturais dos setenta.

O máis interesante desde o punto de vista das cuestións tratadas aquí é recoñecer como se pasa do territorio, entendido neses termos socioculturais, á economía. Algo que, precisamente, vai evidencia-lo

carácter patrimonial da cultura, a súa capacidade para producir obxectos económicos. Nese senso falo dun proceso no que se parte da identificación co territorio ou tipismo dos productos, pasando logo pola atribución dun carácter enxebre, dunha tradicionalidade que os presenta como resultado dun saber facer, dunha cultura productiva ou material acumulada historicamente. Calidades estas que redundan na diferencialidade deses productos, como elemento decisivo da súa calidade en termos de excelencia, do seu valor.

Esta operación, da que poderían citarse infinitos exemplos –sendo os más obvios os dos productos agroalimentarios con denominación de orixe–, fálanos de como os esforzos, nas novas orientacións económicas, desprázanse a cotío da producción material á producción cultural de imaxes. Isto é moito máis intenso nos chamados produtos inmateriais ou nos servicios. E é escusado dicir que o turismo é un sector destacado nese sentido.

Mais as economías de signos non están exentas de problemáticas, que ás veces teñen que ver co seu propio éxito, que, pola vía da masificación, vulgarización e banalización dos productos ou dos servicios e prácticas neutralizan e pervertan os seus contidos semánticos de excepcionalidade. Certamente a masificación do turismo rural ou verde pon en cuestión o seu carácter alternativo e a súa valoración diferencial. Precisamente este feito pódenos dar unha pista do elitismo dalgúndhas orientacións e prácticas económicas emergentes, ó meu entender un dos trazos da estructura das sociedades postindustriais. De aí que emerxa a cada vez maior necesidade de concertación planificación e regulación, desde un punto de vista formal, e que atinxe ó Estado e/ou os intereses corporados dos axentes económicos, ou de autorregulación informal por parte de cada un destes últimos.

A posta ó día, con estes trazos, das economías simbólicas, pon en marcha unha serie de procesos socioeconómicos, especialmente visibles no ámbito rural. Un dos más destacados é o incremento da integración e interrelación nas economías locais, remitíndonos a considerar termos como interdependencia, competencia e reciprocidade. Así, en primeiro termo, pásase da obsesión modernista pola homoxeneización á integración nos sistemas complexos, nos que a diversidade é un valor. Integración que resulta do feito de que os distintos axentes económicos, sectores ou empresas teñen unha forte dependencia da imaxe territorial,

en canto referente colectivo –e isto é esencial– do seu valor e calidad. Nese sentido, as prácticas turísticas en espacios rurais e naturais dependen en boa medida da configuración da paisaxe agraria e dos seus productos. Así, danse transferencias simbólicas entre sectores ou actividades, aínda que tamén as hai doutros tipos. É o caso do transvasamento de capital e recursos entre sectores e ramas –o chamado efecto multiplicador–, que permite soportar momentos de crise por parte de determinados sectores gracias a outros, ou pór en marcha iniciativas innovadoras ou arriscadas. Neste sentido, é de destaca-lo papel do capital agrario na posta en marcha de iniciativas turísticas de pequena escala ou, sobre todo, de pequenas industrias agroalimentarias que teñen unha importancia clave na configuración dunha oferta local consistente para os visitantes. A integración tamén se vai ver favorecida por estratexias económicas e laborais más complexas (de tipo familiar, ou pluriactivo) ou diversificadas.

O estreitamento dos vínculos nos sistemas económicos locais non evita que xurdan problemas sectoriais, como a competencia por determinados recursos que fai eleva-los os seus prezos ata límites insopportables por determinadas actividades ou prácticas. É o caso dos prezos da vivenda e do solo nos espacios turísticos, o que ten unha forte incidencia na poboación local e en actividades como as agrarias, extensivas na utilización de terreo. Ás veces danse problemas de incompatibilidade de usos, especialmente entre determinadas modalidades de turismo máis masivo ou de impacto e a agricultura, entre esta e as limitacións derivadas da protección de espacios naturais, ou entre as prácticas turísticas máis restrinxidas ou elitistas e os impactos das actividades industriais ou residenciais. Exemplos todos eles que nos fan ver que interdependencia non é sinónimo de cooperación, como ás veces nos fan crer certos discursos arredor do desenvolvemento local caracterizados polo seu voluntarismo inxenuo.

O que si é certo é que nos sistemas económicos locais, dentro das novas orientacións económicas, mantense un elemento que as visións más mercantilistas ignoraron: a reciprocidade. Reciprocidade entendida como a existencia de mecanismos de cooperación, negociación e/ou conflicto baseados no contacto directo e informal, cara a cara, entre individuos. A cal é fonte de sinerxías unhas veces, polas posibilidades do contacto directo, de conflictos outras, polo carácter persoal que adquieren os problemas. Con todo, resulta evidente a importancia dos mecanismos

informais no xogo económico, promovidos pola concorrencia de intereses entre os axentes económicos. Aínda así, o maior grao de integración prodúcese entre actividades coa mesma orientación, no caso do turismo; por exemplo, entre os distintos modelos –pequena escala, elite, de masa...–

Non é preciso dicir que todo o exposto ata agora parte da negación do carácter natural e evolutivo do desenvolvemento, do recoñecemento do pluralismo económico –coexistencia de orientacións diversas– e social. Así entendido, a orientación do desenvolvemento resulta da disputa entre diferentes axentes sociais (posicións, intereses, relacións), tendo en conta que os novos escenarios económicos redefinen tamén os escenarios sociopolíticos, en definitiva as relacións de poder no seo da colectividade.

A importancia da disputa por aspectos cognitivos, culturais e identitarios débese á súa transcendencia no xogo sociopolítico. Enténdese así que un atributo esencial do poder e da relevancia dun grupo social é a súa capacidade para promove-las grandes cosmovisións, os modelos xenéricos de desenvolvemento, ou os patróns que rexen o desenvolvemento a escala local, compatibles cos seus intereses. Por tanto, aínda que historicamente se insistiu moito nas bases materiais do poder e da hexemonía, a capacidade de impoñer unha serie de mecanismos cognitivos ten unha gran transcendencia á hora de rexe-la conducta dos individuos e dos axentes colectivos ou grupos.

Caracterízase así a sociedade e a economía dun xeito dinámico e, ó mesmo tempo, institucionalizado. Debaténdose entre as forzas do conflicto ou a competencia entre axentes sociais e o consenso. Á hora de alcanzar este a identidade desempeña un papel decisivo, en canto debuxa os contidos do marco normativo para a convivencia social, así como para a autorregulación e regulación informal das actividades e orientacións económicas, feito este especialmente decisivo nas economías simbólicas. De aí que a interrelación entre turismo e identidade sexa tan íntima: porque unha identidade forte non só reforza o valor dos productos e servicios que se ofertan –fainos máis excepcionais–, senón tamén porque, desde un punto de vista sociopolítico, que as novas identidades territoriais incorporen unha orientación favorable ó turismo nos escenarios locais non só supón un cambio de orientación nas formas de actividade, senón tamén na relevancia de

determinados grupos fronte a outros –os novos empresarios do sector servicios e os promotores inmobiliarios fronte ás vellas clases agrarias nas zonas rurais, por exemplo–. É dicir, non só ten transcendencia en termos puramente económicos, desde un punto de vista instrumental, senón tamén en termos políticos, no sentido de articular novas formas de hexemonía e poder a escala local, coerentes coas tendencias dominantes na estructura das sociedades postindustriais.

Conclusións

Do ata agora expresado despréndese que xunto coas manifestacións da identidade en termos reactivos, defensivos, débese atender ó seu carácter funcional co cambio económico e social, tanto a escala global como local. O turismo, especialmente nas súas orientacións más innovadoras e alternativas, ofrece exemplos diáfanos dese feito. Con todo, non se esgota nel o papel da identidade na sociedade postindustrial, e poderíamos citar outros moitos exemplos, en ámbitos diferentes ós rurais e periféricos. É o caso das novas identidades urbanas –identidades á fin e ó cabo recentes como as entidades territoriais coas que se identifican– e fenómenos de certa transcendencia económica como o fútbol.

Con todo, o turismo rural ou verde é un exemplo revelador de como a actividade económica é moi sensible ós trazos e caracteres da cultura contemporánea, denominada por algúns como posmoderna. Unha cultura que permite a integración, a escala global, dos saberes locais ou tradicionais, que propicia o cambio de actividades no ámbito rural –implicando, como se viu, o cambio da estructura social–, mediando sempre na tensión entre a compatibilización e o conflicto polos diferentes usos económicos, alcanzando, en definitiva, un reforzamento mutuo e simultáneo das tendencias de integración económica global e diferenciación identitaria local.

BIBLIOGRAFÍA

Baudrillard, J. (1987): *Critica de la economía política del signo*. Madrid. S. XXI.

Castells, M. (1998): *La era de la información. Economía, Sociedad y Cultura*. Madrid. Alianza.

González Fernández, M. (1998): "O turismo rural nas novas mitoloxías do desenvolvemento rural". En VV. AA.: *Actores sociais e factores de cambio no medio rural*. Lugo. Deputación de Lugo.

——— (2001): *El corazón de la montaña. Las vertientes olvidadas del desarrollo rural*. Madrid. MAPA.

González Fernández, M. e Camarero, L. (1999): "Reflexiones sobre el desarrollo rural: las tramoyas de la postmodernidad". En *Política y Sociedad* n.º 31.

Lash, S.; Urry, J. (1996): *Economies of signs & spaces*. Londres. Sage.

Lefebvre, H. (1974): *La production de l'espace*. París. Anthropos.

Polanyi, K. (1989): *La gran transformación*. Madrid. La piqueta.

Urry, J. (1995): *Consuming places*. Londres. Routledge.

A PROGRESIVA SECULARIZACIÓN DO FEITO CULTURAL E O XURDIMENTO DE NOVAS OPORTUNIDADES PARA ACCIÓN DERIVADAS DA RELACIÓN EXISTENTE ENTRE CULTURA E DESENVOLVEMENTO LOCAL

Xan Manuel Bouzada Fernández
Departamento de Socioloxía Universidade de Vigo

Os obxectivos desta reflexión van ser establecer unha análise verbo da densa relación existente entre cultura e desenvolvemento local establecendo un achegamento a este asunto a partir da experiencia europea, así como tamén baseándonos nunha análise actualizada, fundamentada nalgúnsas experiencias, sobre o nexo existente entre as liñas de acción cultural e desenvolvemento europeas e latinoamericanas.

Desde o punto de vista teórico imos facer, así mesmo, fincapé no feito de que a cultura ó longo das últimas décadas foise facendo mundana en varios sentidos, e de xeito particular nas novas e fecundas ramificacións que esta foi establecendo cara á realidade económica de maneira crecente. Por outro lado as políticas culturais coa súa recente aparición e a súa progresiva consolidación recoñeceron e fixeron factible simultaneamente este novo escenario.

Orixes das políticas culturais en Europa

A esixencia dalgún tipo de acción cultural en Europa non é un acontecemento recente. Durante o Antigo Réxime foron fraguando diferentes maneiras de intervención no ámbito da cultura que incluíron a creación do sistema académico ou a institución do mecenado real e a censura. Máis tarde, no setecentos, coa aparición do Estado Moderno e, de maneira particular, durante a etapa da Ilustración, esta tendencia vai recibir un claro impulso. Ó respecto, o estado xa desde estas datas temperás decidiu intervir neste ámbito en asuntos tales como a recuperación ou a valorización e a promoción do gozo público dos bens do patrimonio cultural, así como tamén na produción ou no mantemento de infraestructuras útiles para a creación e o consumo cultural; esta é unha liña de traballo que no caso francés experimentará un claro avance no século XIX durante o decenio revolucionario (Poirrier, 1997).

Aínda que resulta indiscutible o feito de que as orixes máis temperás das políticas culturais en Europa remóntase a varios séculos atrás, o certo é que o xurdimento dunha vontade política decidida por asumir ese ámbito por parte das administracións públicas é un fenómeno relativamente recente, que vai acontecer cara a mediados deste século, en coincidencia temporal con varios procesos que van evidenciarlo avance competencial experimentado polos modernos estados do benestar con posterioridade á segunda Gran Guerra. Dous dos fitos que na nosa opinión mellor nos poden axudar a comprender a orixe europea deste proceso poden ser a "invención da política cultural" levada a cabo polo estado francés durante o goberno do xeneral De Gaulle e a vocación cultural do Consello de Europa, evidenciada tamén trala Segunda Guerra Mundial, de iniciar unha liña de traballo inspirada nunha acción de tipo cultural dirixida a conxura-lo risco de conflictos nacionais entre os países do continente.

Sen ningunha dúbida existe un recoñecemento xeneralizado de que vai ser na Francia posterior á Segunda Guerra Mundial o lugar no cal nazan aqueles procesos e aquelas liñas de intervención estatal no ámbito da cultura que poden ser concibidos xa como modelos concretos de "políticas culturais" (Urfalino, 1996). A Francia liberada vai poñer en marcha unha política cultural na IV República que estará marcada simultaneamente pola dobre converxencia de diversas experiencias de intervención herdadas e polos ideais de renovación promovidos desde algúns

sectores integrados por antigos membros da Resistencia. E será en virtude disto que se inscrica no preámbulo da nova constitución republicana o recoñecemento do dereito á cultura como tal.

Ás diversas heranzas e tomas de postura ideolóxicas que van favorece-lo emerxente protagonismo en Francia da política cultural, que fará posible o nacemento dun ministerio específico encargado dos Asuntos Culturais en xaneiro de 1959, haberá que engadir, así mesmo, a confluencia de toda unha serie de circunstancias particulares (Djian, 1996) que van axudar a comprender ese xurdir con independencia da existencia dunha vontade clara e reflexiva de facer coincidila V República co inicio da consagración da política cultural pública como tal. E entre estas circunstancias quizais non fose unha das menos importantes a decisión do xeneral De Gaulle de proporcionarlle un acubillo no seu goberno a André Malraux para aproveitar con esta decisión o prestixio dunha personalidade tan estrateticamente carismática coma a súa.

Este primeiro período, durante o cal se vai ir plasmando o nacemento das políticas culturais, vai estar marcado por unha definida vocación centralista, estatalista e ilustrada cun claro centro de interese nos aspectos estéticos e artísticos. O Ministerio de Asuntos Culturais asumiría como tarefa central facer accesibles as obras capitais da humanidade, e de modo prioritario de Francia, a tódolos cidadáns do país. Para logralo despregariase unha estratexia que contaría como apoio cun equipamento concibido para tal fin: as casas da cultura. En virtude disto as casas da cultura van estar chamadas a seren ata o ano 1972 o eixe de tódolos debates e controversias que se establezan arredor das políticas culturais nacentes. Este protagonismo, desempeñado por un equipamento específico de tipo cultural, derivaría entre outras cousas da fraxilidade política experimentada por un ministerio coma o de Malraux que tería que definirse e afirmarse diferenciando as súas liñas de acción das doutras áreas de goberno como a educación, a xuventude ou o deporte. Quizais por estas e outras servidumes as casas da cultura experimentaron unha rápida obsolescencia que cuestionou en boa medida a énfase utópica que adornara as súas orixes. Xa en 1966 se van produci-las primeiras críticas cara a uns equipamentos culturais excesivamente custosos que resultaban sospeitosos de escorrentaren coa súa maxestosa arrogancia a aqueles cidadáns que de maneira más clara se atopaban excluídos do acceso ós bens culturais. Dando inicio a unha nova etapa, dous xestores, F. Raison e P. Moinot, incorporados ó Ministerio neste

momento, van propor unha alternativa distinta coa creación duns CAC (centros de animación cultural), cofinanciados polas autoridades locais e que serían claramente receptivos cara ás iniciativas culturais locais. Cos centros e baseándose na súa apostila por potencia-las asociacións locais co apoio do municipio vai creba-la unidade ilustradora do discurso das casas e iniciase un proceso de recoñecemento das periferias e das súas culturas que estaría chamado a consolidarse durante a etapa na que Jacques Duhamel asumiou con G. Pompidou as responsabilidades do Ministerio de Cultura.

Entre ámbalas etapas actuou tamén como transición crítica o remuñío de maio do 68 e en particular a declaración de Villeurbaine, realizada o 25 de maio dese ano por parte dun numeroso grupo de directores de casas da cultura, que cuestionou de maneira contundente as lóxicas que servían de soporte ás propostas de "democratización cultural". Con esta crise as alternativas de "desenvolvemento cultural", más achegadas a estratexias orientadas ó logro de formas de "democracia cultural", ían marcar unha clara inflexión cara ó novo período que se achegaba.

Nesta etapa vanse ir esbozando e incluso sentando as bases do que van se-las políticas culturais europeas no futuro próximo. A aproximación das políticas culturais ó ámbito local e á cidade, así como ó social, implica en boa medida unha revisión do precedente ideal dunha proxección ilustradora da cultura cara ó individuo. Esta reformulación dá un paso en firme no camiño da secularización da percepción da cultura iniciando un proceso que tendería a consumarse nos anos oitenta coa instrumentalización da cultura ó servicio da economía e o emprego, a identidade, o desenvolvemento local ou o turismo; nunhas sociedades coma as occidentais que cada vez se atopan máis poboadas por uns cidadáns cultivados, autónomos e familiarizados co consumo cultural.

A última das etapas definidas que marcan a recente historia das políticas culturais francesas será o período no cal Jacques Lang, co impulso de F. Mitterrand, dea paso a unha fase durante a cal se consoliden algunhas formulacións anteriores e asemade se decida manexa-las virtualidades do cultural como unha ferramenta útil ó servicio da sociedade e do estado, consolidándose, con base nisto, unha percepción secularizada e mundana da cultura.

Se durante a etapa Malraux, na que se fundan as políticas culturais, o goberno non se mantivo alleo de todo á instrumentalización da cultura, e non só en virtude da estratexia do xeneral De Gaulle dirixida a fortalece-lo estado e a adornalo con membros intelectualmente prestixiosos, senón sobre todo en virtude dun obxectivo, inicialmente opaco, evocado polo colaborador do ministro Biasini, cando recoñecía a existencia dunha vontade política no goberno para que as casas da cultura desempeñasen o importante papel de contribuíren a forzar unhas novas élites locais republicanas (Biasini, 1962), é preciso recoñecer que sería a Miterrand e ó seu momento político a quen lles outorgou o azar o privilexio da revelación de que a cultura non era só unha retórica do poder senón que, pola contra, podíase converter nun dos seus más sólidos piares fundamentadores do prestixio e do recoñecemento político.

Sen dúbida o feito de que os orzamentos públicos dedicados a cultura, que na etapa Malraux nunca superaran o 0,5%, cheguen a alcanzar con Miterrand o mítico 1% do orzamento, contribuirá ó particular protagonismo que a política cultural vai desempeñar durante este período. Quizais a etapa Miterrand/Lang, marcada pola solución de compromiso de conxugar orientacións de acción cultural que só algúns anos antes foran consideradas como antagónicas, estivese chamada a culminar un exhaustivo crebacabezas no cal ó caber todo tenderá a deixar tras de si unha certa sensación de exceso e redundancia respecto do propio sentido das políticas culturais.

Desta maneira consumaríase en Francia, no país occidental que maior protagonismo empeñou desde mediados do século XX no labor de promover unha política cultural, unha secuencia en tres fases, a primeira orixinada á sombra da vontade pioneira de A. Malraux, dirixida a facer efectiva unha acción cultural facilitadora do acceso ás grandes obras do espírito, seguida doutra, a de Duhamel, máis orientada a recoñece-lo valor e a promove-lo desenvolvemento de tódalas culturas, ata a última e más recente de J. Lang, claramente orientada a amplia-lo recoñecemento e a presencia social da cultura nas súas diversas dimensións, ilustrada e creativa, como do deseño ou do consumo.

Da “acción cultural” de Malraux ó “vitalismo cultural” de J. Lang

Durante a historia recente das políticas culturais, e dentro do país europeo que apostou con maior decisión por esta liña de intervención, podemos distinguir alomenos tres lóxicas relativamente diferenciadas que foron postas ó servicio da súa promoción.

Modelo	Prácticas	Derivas	Inspiración
“Acción Cultural” de Malraux	Difusión	Mesianismo	Democratización cultural
Desenvolvemento cultural de Duhamel	Educación	Populismo	Democracia cultural
Vitalismo cultural de Jack Lang	Creación e consumo	Xestionismo	Eficiencia social, económica e cultural

Se a primeira etapa, na cal se puxeron en marcha as políticas culturais, estivo basicamente condicionada polo debate entre as políticas de “democratización cultural” e as de “democracia cultural”, hai que dicir que as políticas culturais dos últimos anos, coa emerxencia xeneralizada e multidimensional do feito cultural, favoreceron o recoñecemento dunha solución de compromiso que soubo dar validez a ámbolos enfoques. A etapa Lang supuxo por tanto, e entre outras cousas, a entronización dun modelo de acción cultural pragmático que quixo conxuga-la relevancia política e educativa da cultura coa súa emerxente importancia económica. Esta solución de compromiso toma corpo non só con base na vontade daqueles políticos que coma J. Lang se abren a enfoques novos senón, e probablemente sobre todo, por unha serie de profundas transformacións que están acontecendo nas sociedades europeas. As transformacións que explican esa apertura pilotada por Lang, pero en todo caso derivada dun cambio nas condicións sociais obxectivas, medios dos cidadáns europeos ou a mesma eclosión da revolución comunicacional e do ocio, feitos ambos que provocaron un intenso cambio no escenario e nas prácticas sociais. Os novos cidadáns crean máis e demandan máis cultura. Teñen máis tempo para a realización de prácticas culturais así como unha maior sensibilidade para

inseri-la cultura no seu tempo de ocio. Por outro lado as súas prácticas de consumo son cada vez más sofisticadas e en moitos casos o contido simbólico e cultural do que consomen convértese nunha parte esencial do mesmo producto.

A vida cotiá dos cidadáns europeos consuma hoxe a revolución identitaria e valorativa que se iniciara nos primeiros momentos do nacemento do goberno da cultura¹ con base na críctica que levaba consigo o concepto de "democracia cultural". Frente ó voluntarismo democratista da difusión entre as masas da alta cultura reclamárase a dignidade relegada das culturas populares e as identidades sociais e locais. A última etapa das políticas culturais opta por recoñecer un sen impedi-lo outro. A cultura secularízase e faise ubicua. O novo "tempus" consagra a "democracia cultural" sen relega-las dinámicas pioneiras de "democratización cultural".

En todo caso podemos afirmar tamén que o período no que se puxeron en marcha as políticas culturais, a etapa da posguerra da Segunda Grande Guerra en Francia, foi un momento particularmente fecundo no referido á maneira en que se formularon os problemas centrais da acción cultural. Estas formulacións viñeron coincidindo cos modos de evolución das mesmas políticas ó longo dos anos sesenta e setenta.

Liñas de acción cultural. Francia: 60-70s

Michel Simonot	Culturalismo	Cultura-creación Clases medias
INEP: Genevieve Poujol e outros	Educación popular	Equipamentos-programas Clases populares e medias
Lucien Trichaud	Socioloxización e territorialización	Desenvolvemento cultural, social e comunitario Clases populares

En relación coa hipótese tipolóxica que está implícita no cadro precedente, complementaria da que reflectimos no cadro anterior, e relativa ós modelos de acción cultural que van tomado corpo durante as dúas décadas indicadas, interéstanos sobre todo aquí salienta-lo feito de que

¹ Saint Fulgent, Marivonne de (1999): *Le gouvernement de la culture*. París. Gallimard.

incluso na tendencia de desenvolvimento cultural, apoiada durante o período no cal Duhamel foi responsable das políticas culturais en Francia, existían matices diferenciais respecto das maneiras de entender como favorecer mellor o desenvolvimento cultural da sociedade e dos cidadáns. E máis en concreto interésanos esta precisión polo feito de que a aposte pola territorialización que latexa nas propostas de animadores culturais tales como L. Trichaud representa un avance na dirección de situar en espacios sociais concretos, en comunidades específicas, as propostas de desenvolvimento cultural e comunitario. En virtude disto favorécese un achegamento ás liñas de *Community Development* que nos anos sesenta se atopaban tamén nun momento de vitalidade estimable nos países do norte de Europa, e de maneira particular en Inglaterra.

Pero ó mesmo tempo esta apertura sintoniza con criterios de "democracia cultural" e ó facelo facilitase o camiño para que as culturas e identidades locais se afirmen como espacios abertos ó desenvolvimento integral local.

As propostas que algúns anos máis tarde serán elaboradas por un equipo dirixido polo sociólogo Michel Bassand e que se plasmaron nun informe titulado "Cultura e rexións" representan a formulación más concreta e posiblemente tamén a más vigorosa desta liña de acción.

A imbricación crecente da cultura nos ámbitos político e social

Tal como viñemos establecendo máis arriba, un dos modos de entende-lo desenvolvemento tardo-moderno do feito cultural podería se-lo de considerar, parafraseando a Max Weber, que a cultura ó longo das últimas décadas foise "secularizando" progresivamente. De acordo cos catro estadios que incluímos no cadro seguinte, consideramos que se pode afirmar-la existencia dun nexo entre os catro momentos centrais das políticas culturais ás que faremos referencia na medida en que estes catro momentos van marcando a pauta dunha aproximación progresiva entre o feito cultural e as restantes dimensóns da realidade social. Se o nacemento das políticas culturais de Malraux significa a apertura do feito político cara ó cultural, non presentan en menor medida un achegamento e unha sensibilidade más aberta e mundana da cultura cara ós asuntos sociais, tanto como a promoción da propia cultura e a identi-

dade nacional que se apoia nela². Desta maneira fáisenos evidente, por tanto, xa como uns obxectivos claramente sociais e políticos aqueles que orientaran nas súas orixes o nacemento das políticas culturais. As etapas seguintes non farán máis ca afondar nesta tendencia.

<p>1 Malraux A política cultural de A. Malraux, que ocupa o período 1962-68, xirou arredor de obxectivos políticos e sociais a pesar da súa declarada vocación "culturalista". O obxectivo declarado de "democratización da cultura" habería que engadirlle os de carácter nacionalista e lexitimación institucional.</p>	<p>2 Duhamel A súa política de "desenvolvemento cultural" estableceose a partir da crise do 68 e estará chamada a converxer co modelo de "democracia cultural". A súa proposta exemplifica o auxe do social-cultural como alternativa ó elitismo crítico e culturalista de Malraux. Entroniza e reivindica as formas populares da cultura que o modelo de Malraux relegara.</p>
<p>3 O Consello de Europa A súa acción cultural estivo inspirada nunha aceptación converxente das dimensións social, política e cultural. O Consello de Europa apostou por unha política cultural dirixida a facer aceptable a diversidade europea de cultura e identidades como modo de evitar conflictos e asuadear a cicatrizar vellas feridas.</p>	<p>4 A Unión Europea e a territorialización rural e urbana da cultura A proposta do informe "Cultura e rexións" así como a súa aplicación indirecta en diversos programas posteriores promovidos pola EU ou o programa de Cidades da Cultura representan senllos momentos de territorialización rural e urbana das políticas culturais europeas.</p>

En todo caso e aceptando o carácter evolutivo e ainda cílico das que optamos por denominar como políticas culturais, podemos así mesmo afirmar aquí que se algunha tendencia pode hoxe definir este campo quizais sexa a da relativa convivencia entre programas, iniciativas e políticas que procuran facer compatibles en niveis e maneiras diferentes estes distintos enfoques ós que fixemos referencia.

Reformulacións na relación entre identidade, cultura e territorio

Un dos novos retos ós que se enfrenta hoxe a cultura é, en congruencia coa liña de reflexión que ata aquí mantivemos, a de fornecer elementos teóricos para unha reformulación das identidades como procesos abertos de construción reflexiva activa e imaxinaria capaz de promover vías ós novos modos de desenvolvemento local e de implicación das demandas emerxentes da cidadanía. Por isto resulta hoxe un feito xeneralizado o da aceptación da esixencia de que o desenvolvemento nas súas distintas dimensións debe ser pensado en clave de programas e

² Certamente é preciso recoñecer aquí que nos modelos anteriores e más rudimentarios que precederon ás políticas culturais tales como o evergetismo ou o mecenado tamén se atopaban totalmente ausentes este tipo de dimensións políticas e incluso sociais da cultura.

estratexias consistentes que recoñezan os distintos actores e promovan a súa implicación.

SOCIOCULTURA VERTEBRADORA E PARTICIPATIVA IDENTIDADE, CULTURA E DESENVOLVIMENTO		
"HUMUS" IDENTITARIO	EXPERIENCIAS ÚNICAS	NOVAS OPORTUNIDADES
<p>Esta formulación exige unha priorización de todas aquelas estratexias experimentais ou tradicionais que converten a experiencia cultural nun feito vivo e vivible.</p> <p>Este tipo de experiencias pode ter un contacto maior ou menor coas formas ilustradas e os modos de consumo cultural.</p> <p>A esixencia é producir un "humus" identitario. Incluso as estratexias de difusión cultural só son sólidas se estas acontecen nun terreo axeitado no cal sexa posible transcender os simples ritos de consumo pasivo ou ostentoso.</p>	<p>Este tipo de "experiencias culturais" que inclúen non só o consumo pasivo senón tamén implicación activa e creativa adoitan ser vividas dunha maneira cualitativamente diferente.</p> <p>Estas experiencias teñen sempre para os individuos algo de substancial, especial e irrepetible.</p>	<p>Este marco ten a capacidade de abrir novas posibilidades sociais e económicas (D. Local).</p> <p>Permite vincula-la cultura como memoria co social, integrando nun proceso cidadán os diferentes colectivos sociais de creadores, persoas activas e comunidade, o cal facilita a promoción da cidadanía.</p> <p>Todo isto acontece a través do reencontro dinámico entre as dimensións más culturalistas e esencialistas co feito sociolóxico e económico da cultura.</p>

Este tipo de itinerarios son os que subxacen a experiencias e procesos de desenvolvemento local que empregaron, con moita frecuencia e xa hoxe nunha ampla diversidade de países, unha relación dinámica e creativa entre cultura, comunidade e procesos de desenvolvemento local. Neste sentido a análise de experiencias concretas de tipo cultural que alcanzaron un crecente arraigamento e unha transcendencia socioeconómica relevante nalgúns territorios fai evidente que para que estas sinerxías favorables acontezan cómpre que concorran de maneira coordinada o tipo de requisitos ós que nos referimos. Nalgunhas ocasións un programa de promoción sociocultural comunitario que por si mesmo non ten capacidade de xerar

novas oportunidades económicas pode se-lo motor previo preciso para outro tipo de iniciativas. Unha experiencia anecdótica, pero na nosa opinión relevante, pode se-la do Festival de Música Celta de Moaña, en Galicia, preto de Vigo. Este festival, no camiño doutros festivais pioneiros coma o organizado na cidade de Lorient na Bretaña francesa, ocupouse de promove-la música "celta" de Galicia e poñela en contacto nun gran festival coa doutros países e zonas atlánticas. O éxito que tivo en Moaña, así como o carácter dos intentos precedentes que aconteceron de maneira irregular noutras partes de Galicia, amósannos claramente como o éxito dun proxecto destas características non depende tanto dunha capacidade de xestión "in abstracto" coma da existencia dun "humus" sociolóxico e cultural que lle sirva de soporte e de factor de retroalimentación a unha experiencia destas características. A existencia nun municipio coma o de Moaña, que ten unha poboación aproximada de 30.000 persoas, dunha fecunda tradición musical e folclórica reflectida na presencia de varios grupos folclóricos e musicais, que contan cunha activa participación de veciños de tódalas idades, resulta imprescindible para entende-lo éxito actual dun festival coma este, que conseguiu alcanzar un recoñecemento e unha ampla transcendencia social, turística e económica. Algo parecido poderíase dicir do que ocorre no concello lindeiro de Cangas do Morrazo, no cal unha contrastada tradición de afección popular ó teatro favoreceu igualmente o éxito dun evento que logrou unha alta capacidade de convocatoria: o "Festival do Teatro Cómico-Festivo de Cangas".

Da cultura secularizada ó primado turístico e económico-local da cultura

Ó longo dos últimos anos e de forma expresa en Europa desenvolvéronse algunas expe-riencias de desenvolvimento local, tanto rurais ou rexionais coma urbanas, que recorren á cultura como motor privilexiado facilitador deste tipo de procesos.

En certa maneira pódese considerar como unha achega particularmente relevante na xénese deste tipo de dinámicas o informe realizado a partir do proxecto *Cultura e Rexión* para o Consello de Europa por un equipo dirixido polo profesor Michel Bassand (Bassand, 1987) da Universidade de Lausanne. A partir das experiencias analizadas neste traballo chamábase a atención sobre a capacidade multidimensional do feito cultural para favorecer procesos de desenvolvimento locais e

rexionais. Tanto desde o punto de vista da integración identitaria, sempre susceptible de ser favorecida polas culturas locais, coma desde o dos seus recursos patrimoniais, as culturas locais e rexionais posúen unhas claras potencialidades nunha convivencia socio-histórica coma a actual, e de maneira máis particular áinda en circunstancias coma as que prevalecerían nos anos oitenta, en virtude das cales as altas taxas de paro ou as dificultades que nesta década evidenciaba a grande empresa para seguir sendo a principal fonte de creación de emprego, recomendaban unha renovación nas vías que se debían utilizar para o seu logro. Debemos lembrar aquí que en distintos momentos e ó longo deste informe chamábase a atención sobre algunas ideas centrais que durante e despois dos anos noventa non farán máis ca ir gañando terreo. Referímonos a ideas tales como a de que os investimentos en cultura non poden nin deben ser contabilizadas como gastos senón que resulta cada vez máis imprescindible consideralos no pleno sentido da palabra como investimentos. Por outro lado o propio informe menciona unha declaración da Conferencia Permanente dos Poderes Locais e Rexionais de Europa segundo a cal a política cultural das colectividades locais e rexionais non debería apuntar a operacións de prestixio, como foi con excesiva frecuencia o caso sobre todo a nivel nacional, senón conceder-lles prioridade ás manifestacións máis variadas da cultura rexional e local, no marco dunha auténtica descentralización cultural tanto a nivel das nacións e rexións coma a nivel mundial. Esta puntualización deixouse sentada no marco dunha demanda de recoñecemento e potenciación das culturas locais e rexionais que se establece desde a conciencia definida de que estas dispoñen de claras oportunidades para actuaren como pancas de desenvolvemento social e económico dentro dos seus territorios.

Os programas de desenvolvemento local promovidos desde a Unión Europea nos oitenta e nos noventa confirmaron a pertinencia desta hipótese. Os recentemente desenvolvidos programas Leader (*Liasons Entre les Actions pour le Développement Economic Rural*) exemplificaron como desde esa dobre dimensión, proposta xa no informe de Bassand, a cultura resultaba un filón novo e orixinal que portaba unha enerxía e unha potencialidade que desbordaba o alcance das primeiras intuicións e propostas. Máis abaixo imos ter ocasión de facer referencia a algunas destas experiencias en diversos aspectos exemplificadores. Neste ámbito a cultura uniuse ás preexistentes dinámicas locais de desenvolvemento comunitario incrementando e potenciando unhas

estratexias, as que tradicionalmente adoptaran como principais apoios ó cooperativismo de produción agraria e ós movementos sociais e sindicais rurais. Agora o que sinala a diferencia é a aparición dun novo centro de interese orientado en varios aspectos en función das virtualidades evidenciadas pola cultura. Isto non quere dicir que antes a cultura estivese totalmente allea, máis ben o que exemplifica é o novo protagonismo que esta estaría en condicións de alcanzar.

Por outro lado este mesmo tipo de proceso xerminou tamén en medios urbanos. Os traballos de Bianchini e outros autores (Bianchini e Parkinson, 1993) chamaron recentemente a atención sobre o fenómeno xeneralizado das "cidades culturais" ou, se se prefire, sobre o feito de que cada vez sexan máis as cidades que apostaron por recorrer á cultura para utilizarla como panca do seu propio desenvolvemento, tamén, simultaneamente, cultural, turístico, económico. As distintas experiencias analizadas nas investigacións realizadas por Bianchini así como un amplio elenco de cidades europeas, que hoxe tenden cada vez de maneira más clara e con diferentes graos de intensidade á totalidade delas, tomaron conciencia de que a nova percepción e crecente protagonismo social e económico logrado pola cultura, os seus ritos e os seus productos provoca que ningunha cidade grande poida subtraer da súa axenda o compromiso coa cultura. O que si é certo é que este compromiso pode ser subscrito con maior ou menor intensidade así como de maneiras diferentes. Algunhas cidades exerceron un claro liderado baseado en promoverse como lugares imprescindibles do espectáculo e a actividade cultural. Edimburgo, Salzburgo, Lisboa-Sintra, Santiago de Compostela e tantas outras mantiveron e buscaron un protagonismo deste tipo. Outras primaron a renovación urbana e da arquitectura, París, Barcelona, Bilbao, Glasgow; outras cidades, en fin, de Europa preferiron optar por promover unha industria cultural e comunicacional propia, conscientes de que tamén nese aspecto a nova industria cultural dos contidos resultaba un factor de desenvolvemento local determinante na era da información e do coñecemento.

Verbo dalgunas diferencias existentes entre as experiencias de desenvolvemento local en Europa e Latinoamérica

A partir da análise dalgunas experiencias latinoamericanas e europeas de desenvolvemento local illamos algúns trazos que poden hoxe distinguilas características predominantes de ámbalas liñas de traballo.

As experiencias en que nos inspiramos son en ámbolos casos representativas dun concepto de desenvolvemento local marcado por unha forte compoñente identitaria e constitúen asemade casos nos cales a cultura popular e a memoria colectiva aparecen representadas como recursos que en ocasións desempeñan un papel privilexiado.

Os casos de Latinoamérica contemplados son en xeral ben coñecidos polo lector especializado no ámbito dos movementos sociais e o desenvolvemento de comunidades. O caso de Villa El Salvador, que remite á particular epopea que desde hai trinta anos viviron nas proximidades de Lima as masas precarias de novos poboadores, exemplifica unha capacidade de reacción e de construcción dun futuro utópico nun territorio que parecía condenado por adiantado. Estes poboadores souberon construír unha identidade e un orgullo colectivos que foi o seu piar e a súa espoleta. As vellas culturas solidarias e comunitaristas servíronlle de soporte e a aspiración á educación e á cultura fixeron posible que hoxe alcancase unha escolarización praticamente universal no ámbito da educación primaria e do 90% dos mozos no caso da formación secundaria. A cultura nas súas diversas formas foi para eles soporte e ó mesmo tempo ferramenta consciente e viva de retroalimentación e cambio social.

Desde o ano 1983 en Venezuela celébranse en Barquisimeto, unha poboación que ten arredor do millón de habitantes, unhas feiras populares nas cales se recuperou unha vella tradición de venda directa dos productos agrarios. A feira permite poñer en contacto directo e regular a productores e compradores. Estes eventos implican hoxe a unhas corenta mil persoas e permiten unhas economías colectivas de aforro calculadas arredor dos dez millóns de dólares anuais. Neste momento existen xa máis de cen mercados deste tipo que son denominados "convivencias" por parte dos seus protagonistas.

Para rematar, a terceira experiencia na que reparemos foi a de Porto Alegre en Río Grande do Sul, a cal camiña hoxe de cara a converterse nun referente non só para Latinoamérica senón para todos aqueles cidadáns de calquera país que aspiran a un modelo político e social aberto e participativo. A súa experiencia parte do ano 1989 cando unha corporación municipal de esquerdas convidou ós veciños a participar na elaboración do orzamento local. Na actualidade o municipio divídese en 16 distritos, os cales contan con cadansúa asemblea voluntaria de cidadáns. A súa función é a de orientar na elaboración dos orzamentos. Ademais destas asembleas

existen tamén unha serie de comisións temáticas en áreas tales como o transporte, a saúde, a educación ou a política cultural. A experiencia provocou unha auténtica paixón participativa que alcanzou a uns cien mil habitantes nesta poboación de 1.300.000 persoas, situada na fronteira de Uruguai. O resultado foi o dunha mellora xeneralizada de tódolos servicios e un gasto público máis racionalizado, pero probablemente o máis importante de todo fose o feito de que a xente deu un paso de grande relevancia para constituírse como suxeito activo e responsable nos procesos sociais democráticos nos que se atopa implicada.

A nivel europeo imonos deter en comentar algunas experiencias vinculadas ós programas Leader nas cales se fai patente a relación entre cultura e desenvolvemento local dunha maneira moi explícita.

Na primeira delas, situada no centro-oeste da rexión francesa de Bretaña, o punto forte de apoio para a promoción dun programa de desenvolvemento local constituyuno desde o primeiro momento a súa cultura. A súa identidade cultural e os trazos nos que esta se plasma: lingua, música, bailes tradicionais..., convertérónse en pretextos para actividades de todo tipo. Ademais disto déuselle tamén unha grande importancia a coidar aspectos tales como a calidade de acollida dos lugares. Nos doce lugares onde se puxo en marcha o proxecto organizouse unha rede de axentes sociais que atenderon a un plan global de ordenación do espacío no cal se integrrou unha política de servicios e unha estratexia de mellora ambiental e de embelejecemento e atención ó medio. Nesta actividade coidouse de que os materiais utilizados nas construcións fosen de tipo tradicional, empregáronse flores no embelejecemento das vivendas e do medio e mellorouse asemade a imaxe ocultando cables eléctricos e outros elementos distorsionantes da estética. Estas iniciativas foron acompañadas dun programa global de promoción do pequeno patrimonio rural abandonado. Neste programa recuperáronse cruces de pedra, antigos fornos de pan, fontes e lavadoiros vellos e en desuso. Ademais disto creáronse vieiros temáticos que semellaban usos antigos como o vieiro dos louseiros; así mesmo recuperáronse talleres de antigas artesanías hoxe en declive como os de cantería e outros vellos oficios. Todo isto provocou un aumento da vida asociativa así como o feito de que hoxe se poida observa-la chegada de familias novas como novos residentes a estes pequenos lugares renovados.

Outro exemplo paradigmático podería se-lo da experiencia de Lassithi, na illa mediterránea de Creta. Nesta localidade o muíño de vento

fora un dos símbolos máis característicos da súa paisaxe. Os anos setenta supuxeran un declive progresivo do mundo rural e como consecuencia disto un proceso progresivo de abandono destes muíños. Recentemente unha nova perspectiva cultural de desenvolvemento pasou a consideralos como recursos susceptibles de seren potenciados. En virtude disto púxose a andar un proxecto de recuperación que promoveu a cooperación entre veciños vellos e novos para que estes aprendesen as técnicas necesarias para a súa recuperación. Tras esta primeira fase seleccionáronse trescentos deles para restaurar e creáronse varias empresas para este fin. A partir de aí abriuse un museo de tradicións locais, restaurouse un convento que se converteu en Museo de Historia Natural, ó mesmo tempo que, gracias ó novo impulso experimentado pola zona, foron xurdindo tamén pequenos restaurantes e novos aloxamentos. A estratexia que subxacía era a de atraer a uns turistas que habitualmente adoitaban optar por quedar a gozar do sol nas praias da costa cara a obxectivos culturais situados algúns quilómetros contra dentro da illa.

O último dos casos no que nos imos deter está situado en España e representa un caso xenuíno de relación entre cultura e desenvolvemento local. A Fundación de Santa María la Real ponse en marcha o ano 1978 cando un grupo de habitantes de Aguilar de Campoo creou unha asociación dedicada á restauración do Mosteiro, a cal se botou a andar coa creación dunha escola-taller. Doce anos despois o proxecto converteuse nun importante complexo cultural que acolle, entre outras iniciativas, un museo e unha biblioteca. No ano 1988 o centro converteuse nunha sede especializada no estudio da arte románica. A súa xestión é partenarial dado que nela participan distintas institucións públicas e privadas. Este centro ocupa a unhas cen persoas, entre as que se atopan os cincuenta alumnos da escola-taller e quince empregados da empresa de restauración; outros quince empregados encárganse dunha empresa de xestión do turismo local e un equipo formado por catro estudiosos encárgase de elaborar unha enciclopedia; ademais delas o centro dá tamén ocupación a outras vinte persoas que se encargan dunha empresa especializada na elaboración de maquetas de edificios e monumentos. Neste momento este proxecto, situado na montaña da provincia española de Palencia, aspira a integrar esta intervención xunto con outras para desenvolver toda unha ruta de carácter turístico e cultural na zona.

Como reflexión final deste epígrafe incluiremos un cadro no cal pretendemos esquematizar algunha das principais diferencias que hoxe

distinguen as liñas de acción para o desenvolvemento local de inspiración sociocultural en Europa e en Latinoamérica.

DIFERENCIAS EXISTENTES ENTRE OS MÓDELOS DE DESENVOLVEMENTO LOCAL DE INSPIRACIÓN CULTURAL DE LATINOAMÉRICA E EUROPA

Latinoamérica	Europa
Prevalecen proxectos centrados en logros de dotación de servicios básicos e de identidade social.	Pártense da identidade e cultura local para incrementar os logros sociais e económicos.
Os servicios e infraestruturas que se van crear adoitan ser de utilidade xeral: auga, educación, vivenda, estradas, rede de sumidoiros, saúde, etc.	Addóitase traballar coas comunidades desde problemáticas desencadeantes: abandono rural, paro, atención de ancianos, inserción social da muller, etc.
No medio rural preténdese facilitarlle a vida e a subsistencia á poboación nas súas comunidades. Desenvolvemento endóxeno social e comunitario.	No medio rural preténdese evita-lo abandono e facilita-lo retorno de poboación mellorando a calidade de vida. Desenvolvemento endóxeno sociocultural con efectos sobre o turismo e a comunidade.
No medio urbano trátase sobre todo de conseguir urbanizar os núcleos dunha maneira solidaria e participativa.	No medio urbano trátase sobre todo de atender a zonas ou a novos sectores sociais fráxiles.
Segue prevalecendo un eixe de acción de carácter socio-comunitario e reivindicativo.	Tende a prevalecer un eixe cultural e económico reflectido nos programas de integración social e laboral.
Prevalencia do participativo. A dimensión participativa resulta explícita.	Prevalencia xestora. O participativo tende a facerse rutineiro.
Mantense unha énfase relevante na motivación socio-política.	Aparece unha énfase renovada na eficiencia e no logro.
En xeral os proxectos adoitan estar promovidos por institucións específicas, por ONGs ou son iniciativas populares e reivindicativas.	Tenden a prevalecer de maneira crecente as iniciativas partenariais, froito da acción coordinada entre varios actores.

Como corolario desta reflexión parécenos importante aproveita-la ocasión para chama-la atención sobre o feito de que, e segundo pode deducirse do cadro precedente, a nosa opinión é a de que aqueles proxectos de desenvolvemento local nos que se conxuga o impulso popular, identitario e reivindicativo coa capacidade de negociación política, a racionalidade e a procura da eficiencia social e colectiva son as experiencias que amosan unha maior fortaleza e máis alta vocación de permanencia así como unha más clara capacidade para servir como motores do desenvolvemento social, cultural e económico das comunidades que as emprenden.

BIBLIOGRAFÍA

- Alexander, J. (1999): *Sociología cultural*. Barcelona. Anthropos.
- Augustin, J. P.; Gillet, J. C. (1996): *Quartiers fragiles, développement urbain et animation*. Bordeaux. Presses Universitaires de Bordeaux.
- Bassand, M. (1992): *Cultura y regiones de Europa*. Barcelona. Oikos-Tau.
- Bassand, M.; Guindano, S. (1982): *Maldéveloppement régional et identité*. Lausanne. P. P. R.
- Bianchini, F. (1990): *Re-imagining the city*. Liverpool. Center of Urban Studies. University of Liverpool.
- Bianchini, F; Parkinson, M. (eds.) (1993): *Cultural Policy and Urban Regeneration*. Manchester. Manchester University Press.
- Bianchini, F. (1993): "Remaking European Cities: The Role of Cultural Policies. In Bianchini, F; Parkinson, M. (eds.): *Cultural Policy and Urban Regeneration*. 1-20, Manchester. Manchester University Press.
- Bianchini, F. (1996): "Considérations culturelles sur la revitalisation des centres-villes". In Conseil de L'Europe: *Culture et quartiers*. Vol. I, 87-107. Conseil de l'Europe.
- Biasini, E. J. (1962): *L'action culturelle*. París: Ministère des Affaires Culturelles.
- Bouzada, X. (1995): "Elementos teóricos relativos al desarrollo comunitario local y a su práctica en la comunidad autónoma de Galicia". *Papers*, 45, Barcelona. p. 81-100.
- _____ (1999): *Políticas culturales y sociedad democrática*. Barcelona. AESCA.
- _____ (coord.) (2000): *Cultura e concellos. As estratexias da promoción cultural no ámbito local*. Santiago de Compostela. Consello da Cultura Galega.
- Caceres, B. (1982): *Les deux rivages. Itinéraire d'un animateur d'éducation populaire*. París. Maspero.
- Castells, M. (1998): *El poder de la identidad*. Madrid. Alianza.

- Chombart de Lauwe, P. H. (1988): *Cultures-Action des groupes dominés. Rapports à l'espace et développement local*. París. L'Harmattan.
- Consello de Europa (1984): *Ciudad y cultura*. Conferencia de Bremen. Actas.
- Corijn, E.; Mommaas, H. (1995): *Urban Cultural Policy Developments in Europe*. The Council of Europe. Contributions to the World Commission on Culture and Development.
- Djian, J. M. (1996): *La politique culturelle*. París. Le Monde Ed.
- Giner, S. (1985): *Comunió, domini, innovació: per una teoria de la cultura*. Barcelona. Laia.
- González Seara, L. (1995): *El poder y la palabra*. Madrid. Tecnos.
- Hurstel, J. (1984): *Jeunes au bistrot, cultures sur macadam*. París. Syros.
- Montfort, J. M.; De Varine (1995): *Ville, culture et développement*. París. Syros.
- Poirrier, Ph. (1998): *Société et culture en France depuis 1945*. París. Seuil.
- Poujol, G. (1981): *L'éducation populaire, histoires et pouvoirs*. París. Éditions Ouvrières.
- Poujol, G.; Labourie, R. (1979): *Les cultures populaires*. Toulouse. Privat.
- Saint Pulgent, M. de (1999): *Le gouvernement de la culture*. París. Gallimard.
- Simonot, M. (1974): *Les animateurs socio-culturels. Étude d'une aspiration à une activité sociale*. París. PUF.
- Thuriot, F. (1994): "Fonctions culturelles et aménagement du territoire". In Nemery, J. C. (dir.): *Le renouveau de l'aménagement du territoire*. París. Economica. p. 201-227.
- Trichaud, L. (1976): *L'animation et les hommes*. París. Synchro.
- Urfalino, Ph. (1996): *L'invention de la politique culturelle*. París. La Documentation Francaise.

CULTURA DESENVOLVEMENTO SOSTIBLE ORDENACIÓN

Javier Centeno
Consultora Lagares

Na ordenación do territorio e, concretamente, nos entes locais, a existencia duns principios sobre a xestión ambiental parece básica para poder coordina-la calidade de vida co progreso.

É necesario que en toda ordenación nos preocupe máis a calidade de vida dos cidadáns do contorno máis próximo, sen poñer en perigo o ambiente, tanto urbano como rural, procurando non traslada-la solución de problemas que se dan nas zonas urbanas ás zonas rurais. O exemplo témolo na xestión dos residuos. No ánimo de mellorar e ser más eficaces na recollida dos residuos urbanos nas zonas urbanas, creamos un problema inexistente no rural. Así, a colocación de contedores ó longo e ó ancho dos nosos camiños e estradas invitou ó cidadán das zonas rurais a desprezar materiais que con anterioridade reutilizaba. Caso moi claro é o da materia orgánica, que podendo compostala, ou incluso botala directamente nos cultivos, ás veces non se fai; vemos como, despois por exemplo dunha poda nun xardín, os restos son vertidos nun contedor que no mellor dos casos será recollido por vehículos con tres operarios que terán que percorrer ata 80 km por cada circuíto.

Imonos deter neste tema pois nestes momentos é o campo no que poderei fornecer maiores detalles ca noutros, non menos interesantes.

Así que, co obxecto de facer desde aquí un chamamento ós xestores públicos, e con maior intensidade ós xestores públicos locais, imos reflexionar sobre cara a onde imos no tema do lixo.

Todos entendemos que o obxectivo principal na xestión dos residuos é a reducción, a cal debe potenciarse incidindo na poboación, favorecendo un cambio dos hábitos establecidos. Non é mellor unha mazá colorada, brillante e sen manchas que unha descolorida e con marcas na súa pel. As primeiras, para dar un mellor aspecto requiren unha serie de coidados, procesos de envasado e incluso tratamentos especiais, incluso a custa de mingua-las súas calidades. Polo contrario, as segundas pódennos da-la impresión de estar más descoidadas, pero os procesos son más naturais e adquieren maior calidade no que á saúde se refire e, se iso é pouco, poténciase o consumo das producións locais.

Unha idea, que hoxe é experiencia na Illa de Arousa, (programa LIFE), é a recuperación da materia orgánica de forma individualizada, é dicir, por familias, que compostan a súa materia orgánica nun "composteiro"¹, e así conseguem a minimización do residuo desde a súa orixe. Se isto se estendese por todo o rural, conseguiríamos, por un lado, algo que lles gusta ós rexedores, aforrar cuantiosos gastos ó ter que realizar soamente a recollida de materiais estables, e que sen ningún tipo de molestias se poderían recoller unha vez por semana ou cada quince días. E por outro lado, o que é máis importante, a consecución dunha sensibilidá cara ó residuo, sendo más conscientes de que todo o que nós chamamos residuos, unhas horas antes pagamos cartos por eles.

O contorno máis próximo condiciónanos, non é o mesmo vivir nun lugar con vocación gandeira que vivir nunha cidade histórica; igual que non é o mesmo vivir nunha vila que se caracteriza por ser promotora de ideas e de iniciativas ambientais.

Na programación do contorno podemos mostrarnos respectuosos, innovadores, incluso chama-la atención, todo dependerá de se queremos vivir "neste", "para" ou "deste" contorno.

1 Composteiro: recipiente que permite a ventilación da mestura de materia orgánica dos residuos (restos de comida) con triturado vexetal, o que permite en tres meses a súa conversión en compost (esterco).

Exemplo de ordenación con vistas á xestión é o establecemento de puntos limpos, situados nas proximidades da poboación.

A utilización de utensilios ou mobiliarios fabricados con materiais reciclados, como xogos infantís ou o exemplo de realiza-las papeleiras con residuos provenientes da recuperación dos plásticos da propia cidade, son modos de incentivar ó cidadán a preocuparse por estes temas.

Sempre facemos referencia ós europeos do norte nestes temas, debido principalmente á súa sensibilidade. Así as directivas europeas van encamiñadas á recuperación dos espacios e a animar ás prácticas esquecidas da minimización do residuo. Canto valor tiña hai corenta anos un cordel que se retiraba do envoltorio dun paquete.

Nós mesmos vémonos na obriga de alomenos facer propósitos neste sentido, para que se nos concedan certos apoios financeiros por parte da Unión Europea. O exemplo témolo no Plan Nacional de Residuos que aposta, como principal forma de tratamento dos residuos, pola recuperación da materia orgánica destinando o dobre de fondos que para a incineración.

O caso particular da Illa de Arousa

No ano 1998 comenzou na Illa de Arousa un debate, despois de consegui-la súa "independencia" ou segregación do Concello de Vilanova de Arousa, sobre cal sería o futuro no que a urbanismo e ambiente se refire. Dous aspectos que tiñan que reconducirse pola singularidade que unha illa obliga a extrema-la prevención nun momento onde todo podería acelerarse debido ás presións especulativas.

Desde a perspectiva ecolóxica había un grave problema: ¿que facer co lixo? Son 5.000 habitantes e tódolos días prodúcense 5 t de r.s.u. Houbo momentos en que os residuos se espallaban por lugares dentro da Illa; logo viñeron tempos de sacalos da propia Illa, trasladando o problema a outro concello.

Un grupo de persoas preocupadas polo tema dirixiu-se á Universidade de Vigo, concretamente á persoa de Salustiano Mato, investigador nestes temas, que nese momento levaba as rendas do

Departamento de Ecoloxía Animal da Facultade de Ciencias da Universidade de Vigo.

Así, a Universidade propón varios modelos, dos cales o actual é o que máis ilusiona a este grupo de persoas, polo que se dirixen a unha asesoría como a de Lagares Ingeniería, experta en temas de residuos para face-la redacción dun Plan de Residuos.

No mesmo ano lógrase a redacción do Plan e preséntase como proxecto para consegui-la subvención a través dos Programas Life da Unión Europea.

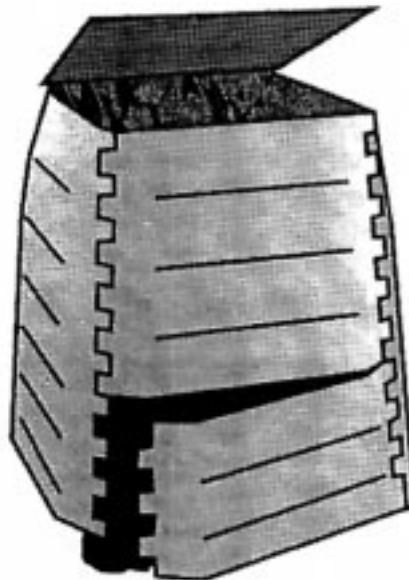
A Unión Europea, ó escoller como Proxecto Life comprométese a financia-lo 50% do proxecto, que no momento de presentalo tiña un orzamento de cen millóns de pesetas.

Chegar a esta distinción foi difícil pois soamente son escollidos proxectos que teñan un carácter innovador, que permitan que a experiencia que se realice poida ser aplicable noutros países membros.

Así que se conseguiron os cartos comezouse o desenvolvemento do proxecto. O Plan ten como principio básico a minimización e a recollida selectiva para a reciclaxe.

Para conseguir este principio, a separación da materia orgánica nas cociñas e a súa dedicación á compostaxe permitiría a recuperación inmediata do 50% do lixo producido.

Na Illa de arousa o 90% das familias habitan en vivendas unifamiliares, cunha pequena horta anexa, que permite a elaboración do *compost* de forma individual e o seu uso posterior na propia horta.



A primeira dificultade que nos atopamos é que, aínda que existen moitos modelos de composteiro, ningún establece nas súas indicacións de uso a posibilidade de compostar tódolos restos de comida, incluíndo carne e peixe tanto crus como cociñados.

Comezáronse as probas con 12 familias voluntarias, cada unha cun composteiro, experiencia que incluía a utilización de cinco modelos de composteiros.

Dende o primeiro día as 12 familias colaboraron con moita intensidade, seguindo as instruccións dos técnicos da asesoría e sobre todo do equipo de Salustiano Mato, coñecedores do proceso biolóxico da compostaxe.

Os participantes da experiencia comenzaron coa colocación do composteiro nun lugar non moi soleado e aireado. Os primeiros pasos obligaban á colocación dunha "cama" inicial que permitise o acolchado para que a fracción da materia orgánica non se amazocase polo seu contido en auga.

Durante os días seguintes o único que facía falta era que, no momento de bota-los restos de comida, se voltease por enriba, mesturando co triturado de toxo.

A estructura espacial do toxo e os espiños, que lle dan unha boa consistencia, permíennos asegurar que é o mellor estructurante ata o punto de que pode condicionar o éxito da experiencia.

A utilización do estructurante ten o obxectivo de facilita-la aireación; polo tanto teñen que ser elementos que non se amazoquen; así, pódense utilizar restos de poda más ou menos grosos e non se deben utilizar pallas ou herbas.

Se se utiliza un estructurante moi brando, obrigarános a voltear con moita frecuencia.

As instruccións que teñen os primeiros voluntarios son que traten o composteiro sen moitos coidados, e que eviten o volteo diario se non é necesario. Preténdese avaliar os niveis e a intensidade que se require no procedemento. O final o obxectivo é que o usuario do composteiro o

trate coma se fose unha planta á cal tes que mirar e atender sen moita intensidade.

Dentro da experiencia atopámonos con que existe un momento crítico ó inicio, pois ata que se activa o composteiro prodúcense cheiros e riscos de entrada de roedores. Este momento supérase despois dos dez días, momento onde xa existe entre a base e os restos más recentes unha masa en proceso de compostaxe, alcanzando temperaturas altas, o que permite unha integración más acelerada dos más recentes e a desaparición, polo tanto, de cheiros.

O simple volteo dos restos frescos na franxa superior permite unha integración coa masa compostada case inmediata impedindo procesos anaerobios.

Xa dende o principio o éxito alcanzouse con claridade para satisfacción de todos, o que fixo que de forma inmediata se introducisen máis composteiros.

O seguinte paso foi a creación da figura do "mestre composteiro". O principio solicitóuselles a novos voluntarios que nos axudasen a establecer unha rede de composteiros en funcionamento que permitirse chegar a tódolos barrios da Illa.

A figura dos mestres composteiros ideouse para que persoas da propia Illa fosen as que se fixersen cargo da instrucción dos veciños con novos composteiros. Estes voluntarios, en número de vinte, recibiron uns cursos para inicia-la súa práctica individual, que lles permitise consegui-lo nivel de adestramento suficiente para o futuro. Con isto conséguese que os veciños sempre teñán a alguén coñecido que lles preste auxilio no manexo, evitando que prolifere a idea de que o uso do composteiro é cousa de "expertos".

Xa pasaran oito meses cando se estableceu o paso seguinte, que foi a incorporación masiva dos habitantes da Illa, o que supuxo unha primeira fase de adquisición de catrocentos composteiros.

Fíxose unha festa popular que serviu para entregárlles, de forma gratuita, ós voluntarios que así o quixesen, un composteiro e un folleto explicativo para os primeiros pasos.

Nestes primeiros houbo quen, sen coñecer moito o que tiña que facer, púxose a andar e tivo os primeiros fracasos, que se resolvieron coa axuda dos mestres composteiros nas visitas realizadas ós domicilios.

Os problemas viñan nalgúns casos polo costume do "...isto xa o faciamos antes...", confundindo o que se chamaba quinteiro, que viña sendo un lugar onde se botaban tódolos restos e podrecían en vez de compostar, producindo moito cheiro e incluso algúns problemas sanitarios. Nestes caso introduci-lo costume de voltear e airear non custou moito pois non require moito traballo e os resultados son inmediatos para satisfacción de alguén que daba por feito que se tiñan que producir cheiros.

Xa se levan colocados case a totalidade dos catorcentos composteiros, o que nos dá un total de 1.600 persoas na Illa que non teñen residuo orgánico.

Por outro lado, había que resolve-lo tema da materia orgánica producida nas vivendas que non teñen terreo ó redor, polo que, seguindo coa colaboración da Universidade de Vigo, organizamos unhas experiencias de estercadura en fresco coa materia orgánica nunhas parcelas de monte dedicadas a piñeiro.

A experiencia comezou por face-la recollida durante quince días nestas vivendas que non teñen horta. Ós veciños déuselles unha charla para que separasen a materia orgánica do resto dos residuos.

Entregáronselles bolsas biodegradables que permitiron o traslado ó monte sen moitos problemas. Fixérонse varios surcos nas parcelas e botáronselles dúas doses diferentes (2 e 4 kg /m²). As análises están reflectindo que nas doses máis baixas a degradación prodúcese de forma rápida e sen problemas, mentres que nas doses máis altas a degradación é moito máis lenta e prodúcese maior salinidade nos solos.

Nestes momentos estase a face-lo seguimento da experiencias e non se teñen datos finais.

Para pecha-la xestión dos residuos na Illa estableceuse a construcción dun parque de reciclaxe que lles permita ós veciños achega-los residuos que non poden ir na bolsa do lixo (entullos, aparellos,

lavadoras, etc.). Estase a construir e neste mesmo ano estará en pleno rendemento.

Hai unha fracción do lixo da que non falamos e que dende o noso punto de vista está sendo a «estrela» no que a xestión se refire; son os envases. O noso criterio sempre foi que se os envases necesitan ser seleccionados nunha planta, pola dificultade que entraña establecer diferentes tipos de plásticos, non deberíamos separalos na casa do resto dos residuos inertes. Así, se temos un contedor co resto dos residuos que non conteñan materia orgánica, nunha planta de selección permitenos separar facilmente os materiais reciclables áinda que no medio estea un xersei ou un zapato.

Co ánimo precisamente de te-la “estrela” dos envases mimada como noutras lugares no concello da Illa estableceuse con Sogama a colaboración dos famosísimos contedores amarelos.

Unha reflexión en poucas liñas: os envases son o 13% do lixo, destes soamente o 60% ten posibilidades de ser separado e reciclado, polo tanto ¿quen fai mellor as cousas? O que recicla ou recupera a materia orgánica, que é o 50% do lixo, ou o que recupera soamente os envases, que son o 9% do lixo.

¿Cantos esforzos se necesitan para a recuperación da materia orgánica se non é preciso pór contedores para recollela, nin se ten que trasladar a sitio ningún?

¿Que pasa cos envases? Pónense máis contedores nas rúas e despois recóllelos coma se fose ouro, para transportalos a 80 ou 100 quilómetros de distancia.

Quixería terminar formulando que a Illa ten a oportunidade histórica de servir de exemplo de boa xestión dos residuos. O feito de que se desenvolva un Programa Life na Illa de Arousa permite a divulgación do seu nome e dunha proxección a nivel internacional, levando un tema que hoxe é de gran transcendencia.

Non me pudo resistir a comentar que malia que na Illa ninguén dúbida de que o que se está facendo é positivo, polo contrario non hai institución local ou galega que achegue ánimos ou cartos para desen-

vovelos. Soamente o Concello da Illa carga, xuntamente coa Unión Europea, cos gastos deste proxecto.

ELEMENTOS PARA LA PLANIFICACIÓN Y PUESTA EN MARCHA DE PROYECTOS DE DESARROLLO LOCAL

Juan Carlos Díaz Macías
Fondo Formación Zona Sur

Hay quien viaja en la red y quien lo hace en patera

Roberto Velasco, catedrático de Economía Aplicada de la Universidad del País Vasco, utiliza estos símbolos (convivencia entre ordenadores y pateras) como síntesis de un mensaje concurrente en nuestro entorno: la coexistencia de una avanzada sociedad de la información, reflejo de progreso técnico, económico y social, por un lado; y una sociedad excluida, por otro. Entre ellas, las distancias son cada vez mayores. Con seguridad ésta es una imagen de nuestro tiempo, y reflejo de nuestra cultura. Desarrollo tecnológico, sociedad de la información y el conocimiento, globalización. Expresiones éstas habituales en nuestro lenguaje, puntos de partida desde los que organizamos nuestro pensamiento. Pero el sur también existe. Existen pateras de la desesperación, viajando en la creencia de que existe una nueva vida más allá del Estrecho de Gibraltar.

Quiero centrar mi intervención en el ámbito del desarrollo y los recursos humanos, fundamentalmente del desarrollo local, estructurán-

dola en tres apartados básicos: contexto, modelo y binomio formación-empleo. Las ideas que a continuación se exponen están basadas en el trabajo desarrollado en los últimos años por Fondo Formación Zona Sur, en el ámbito del desarrollo local.

Sobre el concepto de desarrollo

En 1996, en la ciudad de Cork (Irlanda) se sitúa el desarrollo rural sostenible en un lugar prioritario de la agenda de la Unión Europea, y se expresa la necesidad de que llegue a ser el principio fundamental de toda política rural en el futuro inmediato y después de la ampliación. Y parece que esta prioridad se mantiene a la vista de la continuidad del *Programa Leader* en los nuevos fondos estructurales para el periodo 2000-06.

La problemática de las zonas rurales en cuanto a deficiencia de infraestructuras y equipamientos, la escasez en la diversificación de su actividad económica, las pocas oportunidades de empleo, la marcha de los recursos humanos más cualificados, etc., hace que se haya tomado, con especial interés por parte de los responsables políticos y administrativos, la necesidad de poner en práctica proyectos de intervención tendentes a igualar los niveles de desarrollo de estas comarcas a los que disfrutan los ciudadanos del resto del Estado.

Para ello, las soluciones pasan por el desarrollo de dos tipos de estrategias. Una, la más *cómoda*, consiste en abonar el territorio, en materia de infraestructura o fiscalidad, para favorecer la inversión externa. Otra, más *sostenible*, consistente en desarrollar propuestas creativas e innovadoras capaces de posicionar los factores productivos locales en una posición competitiva.

Obviamente estas estrategias no son excluyentes, si bien los resultados para un determinado territorio serán diferentes a medio y largo plazo en función de aquella que predomine con mayor claridad. Aún cuando predominen propuestas innovadoras y flexibles, centradas en la planificación de enfoques integrados en el desarrollo de los recursos endógenos locales, la práctica más habitual tiende a la primera de las estrategias comentadas.

El discurso imperante desde finales de la década de los 80 establece un modelo de desarrollo homogéneo, un pensamiento único basado en la

preponderancia del mercado como estructurador de las relaciones sociales y económicas. Sin embargo, en mi opinión, el inexorable proceso de globalización que nos viene acompañando tiene al menos dos vías de conformación bien diferenciadas. La primera, ciertamente, llevaría a una concentración extrema del poder y la toma de decisiones. La segunda, por el contrario, confluiría en una mayor descentralización capaz de permitir a las comunidades locales ejercer más influencia sobre su propia configuración social y económica.

Esta segunda tendencia se viene identificando con la *glocalidad*, esto es, con un proceso de interrelación entre los aspectos económicos, sociales y culturales de la globalización y la dimensión local de los mismos. No es otra cosa que reconocer y asimilar que las enormes posibilidades de comunicación y transferencia de conocimientos que comienzan a aparecer en nuestra "aldea global" pueden revertir en un mayor acercamiento cultural y unos mayores índices de igualdad económica, étnica y de género en los entornos locales.

En esta línea, recogemos la afirmación de Ulrich Beck acerca de que "esta síntesis verbal –glocalización– expresa al mismo tiempo una exigencia, la exigencia por excelencia de la teoría cultural: que parece absurda la idea de que se puede entender el mundo actual, sus colapsos y sus arranques, sin aprehender al mismo tiempo los sucesos contenidos bajo las palabras guía 'política de la cultura, acervo cultural, diferencia cultural, homogeneidad cultural, etnidad, raza y género'. [...] Sólo como investigación cultural glocal (investigación de la industria, la desigualdad, la técnica y la política) resulta empíricamente posible y necesaria la sociología de la globalización".

Consideramos, por tanto, que un modelo de desarrollo local debe dar respuestas, al tiempo que a las necesidades económicas y productivas de la sociedad, a la cohesión social, la igualdad y a la participación social. Por ello, el modelo que propugnamos debe basarse en una estrategia de desarrollo glocal, donde los distintos elementos de la cultura global se asienten en aspectos básicos de la cultura local.

Participación social

Junto a esta concepción *glocal*, de aprovechamiento y adaptación del potencial de la comunicación a la cultura local, aparece un segundo

elemento básico de análisis al que ya hemos hecho breve referencia: la participación ciudadana.

Si nos centramos en aquellos proyectos que tienen como objeto incidir sobre los recursos humanos de un territorio, mediante el desarrollo de estrategias que tiendan a invertir en investigación y formación como medio para la adaptación de los recursos a una economía competitiva, no parece adecuado insistir en modelos basados exclusivamente en aspectos ligados a la mejora de la productividad o de lucha contra el desfase técnico y tecnológico. Resulta evidente la necesidad de mejorar y adaptar las competencias de los recursos humanos a los nuevos entornos, pero, junto a esto, se hace necesario formar en valores, fomentar el espíritu crítico, despertar la creatividad y contribuir a conformar modelos de pensamiento solidarios. Por ello, un método de enorme interés y potencialidad es aquel que se sustenta en el fomento de las condiciones que potencian y mejoran la participación social. La puesta en práctica de acciones de dinamización social genera vías hacia la integración social y la inserción laboral. Los ámbitos de la participación y la inserción constituyen objetivos de primer orden en la planificación y ejecución de programas de desarrollo local. Se trataría de valorar los proyectos en cuanto tienen capacidad de incidir sobre los ciudadanos más que sobre los individuos.

Estas formas de intervención no son nuevas en absoluto. Junto a la actividad desarrollada por la clase política en general, el papel desempeñado por diferentes corrientes, colectivos y movimientos sociales ha sido fundamental a la hora de asumir la importancia de incrementar el nivel de participación de las personas, entendido esto como una participación activa, al margen muchas veces de los canales institucionales existentes (lo que no quiere decir al margen de la legalidad). En este sentido, la proliferación de Asociaciones y Organizaciones No Gubernamentales vinculadas al desarrollo social y económico ha contribuido significativamente a conformar nuestra demanda de mayores niveles de igualdad y respeto. De este modo, han influido en la formación de muchas personas que hoy consideran irrenunciable la puesta en práctica de medidas económicas, políticas y/o legales que contribuyan a proteger y mejorar nuestro entorno social, ambiental y cultural.

Ha ido gestándose así un nuevo proceso de formación ciudadana. Las demandas de movimientos sociales, organizaciones no guber-

mentales, asociaciones de desarrollo, comienzan a ser incorporadas a programas políticos e, incluso, producen como resultado algunas actuaciones en el ámbito más puramente económico o académico (certificaciones de gestión ambiental, nuevas titulaciones ligadas a la conservación y mejora del medio ambiente, etc.).

Considero que sólo mediante una ciudadanía fuerte, activa y solidaria resulta posible concebir un desarrollo global en el que la persona siga siendo partícipe de su futuro. Cualquier proyecto de desarrollo, por tanto, debe tener presente su función social.

Elementos básicos de un modelo de intervención

Nos hemos ubicado en un modelo de desarrollo que tiende a optimizar el potencial endógeno del territorio de referencia, en el contexto de un aprovechamiento de los nuevos instrumentos y medios de información y comunicación para una mejor gestión del conocimiento y que tiene como objetivo prioritario el incremento de la participación ciudadana. Desde este momento, la planificación de proyectos de desarrollo se basa, a nuestro entender, en el análisis de tres variables básicas: las características específicas de la zona donde se va a desarrollar el proyecto, la actividad económica y productiva de la misma y las condiciones de los colectivos junto a los cuales se van a ejecutar las diferentes acciones.

Un análisis de estas variables permite la identificación de problemas y potencialidades y la planificación de actuaciones adecuadas al ámbito de intervención. Junto a estas variables, una vez enmarcadas las intervenciones en la concepción de desarrollo que más arriba hemos comentado, es necesario considerar los elementos que definen el binomio formación-empleo (relación entre sistemas de formación y mercado laboral) al constituir la mejora de las posibilidades de inserción laboral uno de los principales objetivos de cualquier proyecto de desarrollo de recursos humanos. Finalmente, como garantía de éxito, es preciso conseguir una clara implicación de las personas, organismos e instituciones que tengan alguna relación, directa o indirecta, con el proyecto.

Los elementos a considerar dentro de cada una de las variables pueden resumirse del siguiente modo.

Un conocimiento profundo del territorio implica un análisis tanto de sus características físicas y geográficas como socioeconómicas. De este modo resulta necesario analizar su nivel de infraestructuras, formas de producción, formas de asociación, conciencia histórica, convencionalismos sociales, etc. Pero el territorio, además, hace referencia al conjunto de fuerzas sociales que lo integran. Las instituciones públicas, los agentes de desarrollo local, los empresarios y empresarias, los/as representantes sindicales, las asociaciones ciudadanas, etc., deben estar presentes, en mayor o menor medida, en la planificación de proyectos de desarrollo local.

Por lo que respecta a los colectivos, las intervenciones sobre recursos humanos no se basan exclusivamente en discriminar grupos según edad, sexo, nivel de cualificación, experiencia laboral, etc., para así adaptar las intervenciones a sus necesidades. Esto es suficiente, por ejemplo, para conseguir una mejora de sus competencias frente al mercado de trabajo cuando se ponen en práctica metodologías adecuadas, lo que no siempre ocurre. Más bien al contrario, es frecuente encontrar tremendas dificultades para desarrollar métodos que incorporen a la formación a determinados colectivos, por ejemplo trabajadores de pequeñas empresas del medio rural. A veces la razón está en el desinterés de partida o en las dificultades para entender que la formación no es un coste sino una inversión. Sin embargo, en muchas ocasiones los planes formativos carecen de interés para los propios destinatarios, siendo generalmente inviable una intervención formativa de carácter tradicional que se limite a lanzar una oferta prediseñada de carácter generalista de cursos de formación. Parece más lógico recorrer el camino comenzando el proceso "desde abajo", consensuando las carencias y el medio de solucionarlas, buscando el acuerdo en los objetivos finales y la participación de las personas destinatarias en el propio diseño y condiciones de la formación, garantizando una mayor implicación y grado de respuesta por parte de éstas.

Es necesario insistir en que las acciones de información, dinamización, orientación, formación o asistencia técnica tienen también como objetivo potenciar valores, habilidades sociales y principios como la igualdad de género.

Respecto a esto último, la mayoría de las políticas de desarrollo hacen mención a la necesidad de conseguir mayores cotas de igualdad

entre hombres y mujeres. Sin embargo, resulta curioso el escaso nivel de participación en la toma de decisiones que tienen las mujeres incluso en aquellos proyectos que tienen como principal finalidad conseguir dicha igualdad. La menor presencia de la mujer en puestos de responsabilidad y su menor acceso a la información se produce no tanto por disponer de niveles inferiores de formación como por una menor integración y participación social, que tiene su origen en una concepción masculina de la sociedad, de la economía y, por tanto, del mercado de trabajo.

De esta forma, los proyectos de desarrollo deben "discriminar" en el sentido de apostar, arriesgar y permitir el acceso directo de las mujeres a puestos de relevancia o de responsabilidad. De no ser así, aun cuando estén diseñados con la mejor voluntad, el resultado casi siempre es el desencanto y la frustración de las beneficiarias para las que fueron pensadas y el fracaso de quienes las diseñaron. La participación de la mujer como estrategia activa de inserción y como facilitadora de las condiciones de igualdad es, pues, indispensable en cualquiera de las acciones encaminadas a la mejora social, económica y cultural. Una clara voluntad de servir al progreso no es posible, por tanto, sin partir de los principios de: equilibrio en el desarrollo entre lo social y lo económico, igualdad de oportunidades, a todos los niveles; y respeto a la diversidad de culturas y de opiniones.

Por último, en el contexto de la actividad económica, las empresas comienzan a establecer nuevos elementos de cultura empresarial, formas alternativas de organización del trabajo, originando nuevas demandas y requiriendo nuevas funciones a los recursos humanos de la empresa. Las cualificaciones, por tanto, tienden a disgregarse y deben adaptarse, mejorarse o reestructurarse continuamente.

La tendencia en la nueva organización empresarial se basa en una mayor descentralización en la toma de decisiones, mayor integración de funciones en el lugar de trabajo y estructuras más horizontales. En el seno de estas nuevas formas de organización, la mayoría de los expertos señalan, a la vista de las circunstancias de la evolución del mercado de trabajo, cuáles son las nuevas capacidades que se requieren en trabajadores y trabajadoras: polivalencia, aprendizaje rápido, pensamiento crítico, comunicación efectiva con los compañeros y compañeras, toma de decisiones y trabajo en equipo, todas ellas como consecuencia de la tendencia creciente de puestos de trabajo en los que predomina la colaboración y descentralización.

Junto a las nuevas competencias, creo conveniente referirme brevemente a las actividades emergentes; fundamentalmente a lo que viene definiéndose como nuevos yacimientos de empleo, concepto que surge de la evidencia de que ante la aparición de nuevas demandas es posible dar respuesta a través de nuevas ofertas convenientemente estructuradas. De este modo, partiendo de un análisis minucioso de estas nuevas necesidades y de las potencialidades de los entornos locales, sería posible incorporar al mercado de trabajo, de forma preferente, aquellos colectivos con mayores dificultades para su inserción laboral (jóvenes, parados de larga duración, mujeres, etc.). Por tanto, los diversos ámbitos entre los que se enclavan los nuevos yacimientos de empleo están, generalmente, ligados a la incorporación al mundo del trabajo de aquellos colectivos más vulnerables y al desarrollo de políticas más descentralizadas que otorguen mayor responsabilidad a la iniciativa local.

Sin embargo las previsiones de creación de empleo (tres millones en la Unión Europea en el ámbito de los nuevos yacimientos en el año 2000) no se han cumplido. Resulta obvio que existen muchas limitaciones en el momento de desarrollar acciones de generación de nuevos empleos y, en línea con lo que se ha venido comentando, es necesario prestar una atención especial al analizar hacia qué modelo social nos puede conducir este tipo de intervenciones.

En este sentido, conviene permanecer alerta ante la posibilidad de generar una tendencia que nos conduzca a un modelo social fracturado, en el que un sector de la población, altamente cualificado y remunerado, compre tiempo libre (trabajo doméstico, cuidado de ancianos y niños, etc.) destinando parte de sus ingresos a retribuir a otro sector de la población claramente excluido de los circuitos normalizados del mercado de trabajo.

Teniendo en cuenta este riesgo, que provocaría un efecto perverso sobre los resultados esperados, sería conveniente distinguir las actividades que tienen una clara viabilidad económica de aquellas otras que requieren algún tipo de intervención. Las primeras no necesitan mayor comentario, pero es conveniente reflejar que muchos de los llamados nuevos yacimientos de empleo se refieren a trabajos que no son económicamente rentables en las actuales condiciones del mercado. La planificación de acciones en estas actividades requeriría de una serie de

medidas complementarias, donde sería necesaria la intervención de las diferentes administraciones y la puesta en marcha de una economía solidaria que contribuya al desarrollo de estas actividades, sobre todo en lo relativo a la formación permanente de las personas con mayor riesgo de exclusión o de pérdida de empleo.

Analizadas las tres variables, un proyecto viene a ser el resultado de la mezcla de todos o parte de un conjunto de elementos entre los que destacan la dinamización, la preformación, la orientación, la formación, la asistencia técnica, la información, etc. La personalidad del proyecto lo constituye la dosis exacta (aproximada en el mejor de los casos) de cada uno de los elementos (el mercado no se rige siempre de una manera estándar, no es predecible, por lo tanto, no tenemos asegurado el éxito de un mismo programa aplicado dos veces). Las estrategias de intervención se basan en la comprensión de un fenómeno, la presencia de los tres elementos, una perspectiva global de las cosas, visión de futuro y sentido común.

La relación entre las tres variables que venimos comentando se resume en tres aspectos básicos. La vía para establecer acciones tiene un recorrido "de abajo a arriba", en consecuencia, se concreta en una actuación "a medida" de las necesidades y particularidades de los distintos colectivos y exige la participación activa, tanto de los destinatarios como de los agentes locales, desde el mismo diseño de la intervención.

La formación, elemento clave del desarrollo

Hemos comentado que las distintas acciones que configuran un determinado proyecto de desarrollo de recursos humanos sólo alcanzan objetivos previstos cuando responden a necesidades específicas y particulares de un territorio, su actividad económica y las personas que lo integran. De ahí que deban reformularse, de manera permanente, las estrategias y el tipo de intervenciones en cada uno de los proyectos de desarrollo local.

Podemos, no obstante, hacer mención a los contenidos básicos de la tipología de acciones específicas que se planifican en los proyectos de desarrollo sobre los recursos humanos: preformación, orientación, formación, inserción, consultoría, asistencia permanente, formación en el puesto de trabajo, detección de necesidades de formación, desarrollo

por competencias, análisis de puestos, evaluación de programas, etc. El grado de interrelación entre ellos, y los métodos para llevarlos a la práctica, deben constituir parte del saber hacer de las personas que participan en la planificación de proyectos formativos.

Si en la sociedad contemporánea las relaciones que se establecen entre la integración y la exclusión giran en torno a la familia, el sistema educativo, la inserción profesional y la participación social, para el caso que nos ocupa, estos dos últimos elementos, entre los que se produce una fuerte interrelación, constituyen actuaciones clave en buena parte de los proyectos de desarrollo local. Merece, pues, detenerse un instante en el análisis de estos dos sistemas y, fundamentalmente, en el espacio intermedio entre ambos.

El proceso de transición de las personas al mercado de trabajo se centra en tres momentos por los que invariablemente cualquier persona pasa en su desarrollo. Estos son el sistema educativo reglado, un espacio indeterminado de espera pasiva o activa y el sistema de producción o de trabajo. El conocimiento de estos tres "espacios" es básico para promover estrategias adecuadas de formación e inserción profesional.

En una situación de pleno empleo, la transición desde los sistemas de formación (o desde la familia) al sistema productivo se produce sin deambulaciones, de forma directa. Cuando existen elevados índices de desempleo, esta transición se hace costosa, generándose un espacio intermedio más o menos prolongado. En este espacio, habitualmente se desenvuelven las personas desempleadas pero también todas aquellas que se dedican a la planificación y desarrollo de acciones de formación e inserción profesional. La cuestión es: ¿qué ocurre en ese espacio?, ¿qué sabemos de él?

El camino hacia el empleo se viene denominando itinerario de inserción y está situado en ese espacio existente entre el sistema educativo y el mercado de trabajo. La primera particularidad es que no existen caminos de transición preestablecidos ni determinados. Cada cual establece el suyo. Cada persona se inserta "a su manera", tocando determinadas claves o articulando fórmulas a medida y propias. Que se denomine "itinerario" no implica, por tanto, que exista un camino "edificado". Es necesario apostar innovando. Para ello, y en primer lugar, debemos asumir la complejidad de los procesos de formación e

inserción, que radica en el hecho de que un proceso de inserción no es algo lineal, sino más bien errático (que no irracional). Ello se debe a la confluencia de multitud de factores personales e institucionales que configuran la forma de proceder de cada persona (educativos-escolares, laborales, familiares, económicos, relaciones, de intereses y valores, de actitud personal).

La opacidad que existe en ese periodo de transición es la segunda característica fundamental que nos obligará a un nuevo orden de estrategias. Su ausencia de regulación, a diferencia de la escuela o la empresa, exige una estrategia de formación e inserción que dote a la persona de instrumentos que le permitan regular dicho espacio.

De esta forma, los proyectos de formación e inserción se desarrollan en un espacio caracterizado por su opacidad, su falta de regulación y la ausencia de vías definidas. La innovación –y la imaginación– jugarán un papel fundamental en el éxito de los programas desarrollados.

Por todo ello resulta fundamental, desde el momento de la planificación de acciones de formación y empleo, fomentar la participación activa tanto de las personas destinatarias, relacionando el proceso de aprendizaje con el entorno social, económico y cultural, como de los agentes sociales y económicos.

Hemos comentado que un proyecto de formación debe aspirar a tener una significación social; y no es otra cosa lo que se afirma desde las instancias educativas institucionales cuando se manifiesta la necesidad de formar al individuo, como agente participante del entramado social, tomando en consideración sus necesidades e intereses, potenciando sus capacidades creativas y espíritu crítico, y dotándolo de las facultades que posibiliten su integración social en todas sus manifestaciones.

En definitiva, la planificación de proyectos formativos –como cualquier otra intervención con un evidente componente social– no puede sustraerse a unos principios ideológicos básicos –igualdad, justicia, democracia– sin que ello suponga una clara degeneración del propio concepto y finalidad de la formación. Con ello, se pretende que la formación contribuya a evitar la situación social que anuncia Ramonet: "En este nuevo orden, los individuos se dividen en 'solventes'

e 'insolventes', es decir, en aptos para integrarse en el mercado y no aptos. Los demás tienen todas las probabilidades de ser rechazados, expulsados, marginados, excluidos, porque en la nueva configuración social (que ha dejado de hacer de la solidaridad un imperativo) los 'perdedores' pueden ser dejados fuera".

A modo de conclusión

Tratando de sintetizar las cuestiones que consideramos constituyen piezas clave en la puesta en práctica de proyectos de desarrollo local, desde la perspectiva del desarrollo de sus recursos humanos, conviene insistir en la idea de que el conocimiento que las organizaciones locales tienen sobre las necesidades de su territorio, su tejido productivo y las características de sus recursos (humanos y materiales), las convierten en los principales agentes capaces de dinamizar y canalizar las estrategias de desarrollo y, entre ellas, las políticas activas de empleo. No es posible, en este campo, lanzar propuestas generalistas que no contemplen las diferencias específicas de distintos territorios e impidan tomar la iniciativa a los propios recursos endógenos. El mapa de relaciones (y aquí parece oportuno traer a colación la nueva era de la *glocalización*) debe tender hacia un mayor intercambio de experiencias "translocales" y, en este sentido, hacia el establecimiento de redes locales de cooperación que pueden alcanzar mayor eficacia.

Ligado a lo anterior, el fomento del asociacionismo, la participación social y el apoyo a las organizaciones de voluntariado en espacios locales, insertadas en las acciones de los proyectos formativos, pueden contribuir a la generación de nuevas actividades económicas. El contacto entre empresas y asociaciones de los diversos ámbitos aparece como una vía hacia la profesionalización de las mismas y hacia la obtención de mayores niveles de interrelación con los agentes sociales y económicos.

El análisis de tres variables básicas: el territorio, los sectores de actividad económica y los colectivos destinatarios del proyecto, permite establecer objetivos claros y adaptados a las necesidades y particularidades de un determinado ámbito. La consecución de estos objetivos se basa en la puesta en práctica de una serie de acciones específicas: preformación, orientación, formación, inserción, consultoría, asistencia técnica permanente, etc. El grado de interrelación entre ellas, y los

métodos para llevarlos a la práctica, debe constituir parte del saber hacer de las personas que planifican proyectos de formación y empleo.

Me gustaría terminar con una cita de Susana Calvo y Teresa Franquesa aparecida en un artículo publicado en el número 267 de *Cuadernos de Pedagogía*: "hay que transformar la práctica de la educación en algo más que transmisión, y para ello hay que abrir puertas a la innovación. Significa hacer preguntas de las que aún no sabemos la respuesta y superar definitivamente la práctica de añadir contenidos aceptados a la lista de lo que hay que aprender. Significa también dar cabida a la reflexión crítica sobre el propio marco y ser lúcidamente consciente de la paradoja con la que se enfrenta toda educación: condicionada por el entorno, quiere ser fermento de su transformación".

A EXPERIENCIA DESENVOLVIDA NA COMARCA DE TERRA DE TRIVES, VISTA POLO XERENTE DA FUNDACIÓN PARA O DESENVOLVEMENTO COMARCAL DE TERRA DE TRIVES

Xosé Vicente Cid Borrajo
Fundación para o Desenvolvemento Comarcal de Terra de Trives

Debo confesarles que eu me considero axente de desenvolvemento local. ¿Cal é o noso papel no territorio comarcal? Hai pouco escoitáballe dicir ó doutor Luís Rodríguez Míguez, autoridade mundial en hidroloxía, que debemos presumir de "expertos" máis que de "expertos".

Nunha charla dirixida a axentes de desenvolvemento local sinalábanse as características que era preciso cumplir para acada-lo éxito no noso traballo:

Ethos: como sinónimo de credibilidade persoal, que é a suma de carácter máis competencia profesional.

Pathos: o que se coñece como empatía, capacidade de sintonizar co outro.

Logos: coñecemento da contorna.

A función do axente de desenvolvemento é promover, estimular, captar e anima-los emprendedores; debe ter capacidade de transmitir entusiasmo, conectar co "cliente", formación axeitada para responder á variedade de situacíons, tirar proveito da adversidade .

Nesta exposición vou falarlles da bisbarra Terra de Trives, como un espacio xeográfico habitado por persoas e no que suceden cousas, unha unidade territorial de actuación e un soporte potenciador das actuacíons estratéxicas, onde cómpre crea-las condicíons de futuro e converte-los inconvenientes en vantaxes.

Falarei da súa xeografía, da súa xente, do seu pasado e presente e de como se prevé o futuro, engadindo unha visión dende o terreo de traballo que se está a facer dende a Fundación e outras institucións que están a traballar no territorio, xa que tanto meirande é o numero de entidades implicadas, máis favorable é a estratexia. Velaí a importancia de traballar coas organizacións chamadas intermedias (asociacións, mancomunidades, agrupacións de artesáns e comerciantes, líderes locais, etc.). A colaboración sempre abre camiño a opcións estratéxicas de futuro.

Descripción da comarca

Xa que nos atopamos no Consello da Cultura Galega e estamos a falar de cultura e desenvolvemento local vou utilizar as palabras que o poeta Manuel María utiliza para describi-la nosa comarca, nun artigo publicado no diario *O Correo Galego* o 2 de novembro de 1999:

TERRAS, HOMES E PALABRAS. Por Manuel María A Póvoa de Trives e "Os Trinta"

SEMPRE que evocamos as fermosas, montañosas e bravas terras de Trives, amigas dos ventos, das neves e dos lobos, poboadas ainda de vellos e frondosos castiñeiro, lembramos tamén a Manuel Luis Acuña, o seu poeta, de obra tan breve como significativa. E a Evaristo Correa-Calderón, marqués consorte de Trives, onde gastou tantas vacacions no pazo vilego da súa dona María Luisa Maldonado. E a viaxe que fixemos coa escritora amiga María Xosé Queizán. A Póvoa de Trives impresionanos pola súa severidade, polo seu ascetismo, polos seus

grises intensos e apagados e pola súa recatada beleza que ten moito de misterio. Gostamos dos aires frios que lle envía Manzaneda cecais para arrefacer algo a súa agachada e contida paixón. Somos moi parciais do seu competentísimo xamón e mesmo da súa famosa bica, malia a que as lamboadas non son da nosa preferencia. A derradeira vez que visitamos a Póvoa de Trives quedamos moi gustosos cando ollamos unha rúa adicada 'Os Trinta'. 'Os Trinta' foron unhos gaiteiros míticos. Aínda son unha lenda viva na súa bisbarra nativa, nas terras de todo o Val de Lemos e no Val de Orras como gostamos de decir nós ou Valdiorras como nos ensina Uxío Novoneyra. Mais, ¿quen eran 'Os Trinta'? ¿Como sonaba a súa música? Supoñemos que non se conserva ningunha gravación súa e que ninguén escribiu a historia do grupo. Relendo os versos do poeta Florencio-Manuel Delgado Gurrarián, o poeta de Corgomo de Val de Orras de onde son, para o noso leal saber e entender, os mellores viños da Galiza, enterámonos que 'Os Trinta' eran tres. Do que non dubidamos é que cada un deles valía por dez. Veleiquí o breve e siñificativo poema que lles adicou Delgado Gurrarián:

«O Félix frouea a gaita,
Fermín frouea o requinte,
fai Roxelio o redobrante
na caixa, lene tronido...
¡Ou a groria da alborada
dende a 'Pireira' ás 'Gralleiras'
no amencer de Santa Marta!». A gaita require unha compostura determinada que é un rito. Moitos "tocadores" actuais -os auténticos gaiteiros son outra cosa (sic)- saben moi pouquiño ou nada do instrumento que tocan. E iforán algo esencial que sabían os vellos gaiteiros como 'Os Trinta': a gaita fala en galego.

En primeiro lugar, semella axeitado situa-la comarca no seu contexto xeográfico, social e económico, o cal nos vai permitir coñece-lo espazo territorial e humano onde teñen lugar os feitos que lles vou contar.

Xeografía

A comarca de Terra de Trives sitúase na Galicia sur-oriental; a súa extensión territorial é de 430 km², rolda os 7000 habitantes e ten 142 núcleos de poboación, ocupa a parte nor-oriental da provincia de Ourense e está composta polos municipios da Pobra de Trives, San Xoán de Río, Chandrexa de Queixa e Manzaneda.

Constitúe un conxunto marcado por accidentes xeográficos: o río Bibei polo leste e o río Navea polo oeste, que se van xuntar, en fondos encaixamentos, ó norte do territorio; ó sur están as terras de Queixa, coa altitude máxima do macizo central ourensán, Cabeza Grande de Manzaneda, que se achega ós 1800 m; neste punto sitúase a estación de esquí.

Na parte máis alta os cumes de Manzaneda cubertos de neve. En poucos quilómetros pasamos da más alta montaña que forma parte do macizo central ó val máis fértil, ateigado de leitos fluviais.

Invernos fríos e chuviosos e veráns secos e suaves con frecuentes xeadas entre decembro e marzo. Existen zonas de Trives (Navea) e Manzaneda (ribeiras do Bibei) nas que se manifesta un microclima moito más benigno que o seu contorno, que fai posibles cultivos específicos e temperáns que non se dan no resto da comarca (noces, mazás, pavías, améndoas, cereixas, vide...).

A vexetación está condicionada pola diversidade do clima e os microclimas antes descritos; no val aparecen bosques de aciñeiras e xara; na media montaña (400-600 m), carballeiras e soutos de castiñeiro (elemento autóctono introducido en Galicia hai máis de 2000 anos), nas zonas de alta montaña aparecen bosques de coníferas, bidueiros e uces.

A hidrografía está perfectamente influenciada polos ríos que a percorren, particularmente os dous más importantes: o Bibei, que na súa acción erosiva creou o profundo val que leva o seu nome, recollendo a auga do seu contorno, no seu percorrido que a conduce ata Zamora; o Navea é máis rápido, discorre entre fondas gorgas que forman o canón, con paredes case verticais, que leva o seu nome.

Os recursos humanos cos que conta a bisbarra atópanse nunha posición regresiva, como ocorre en tódalas zonas rurais, aínda que aquí a despoboación é máis acusada.

É especialmente escaso o grupo de mozos, que sería ademais susceptible de ser mobilizado a prol do proceso anovador que comporta o desenvolvimento.

A poboación aparece especialmente concentrada nas capitalidades municipais e concretamente na Pobra de Trives, que se amosa como o núcleo máis dinámico, agrupando case o 50% da poboación comarcal.

Se analizámos os recursos productivos, o 55% dos activos laborais traballan no campo, cunha baixa mecanización, nunha topografía accidentada e con gran minifundismo, factores que non propician o investimento.

Nos últimos dez anos apréciase un transvasamento cara ó sector terciario e concretamente os servicios.

O sector terciario supón unha porcentaxe importante e ademais mostra unha tendencia evidente ó aumento (31,35%). Concéntrase en empresas de servicios, comerciantes polo miúdo, funcionarios (concentrados na súa maioría na Pobra de Trives), hostalería, talleres, transportes, destacando os 70 postos de traballo que mantén de media a estación de montaña. En resumo, diremos que A Pobra de Trives actúa como centro concertador deste sector, co 41% do emprego.

A evolución do número de prazas hostaleiras ratifica o aumento da demanda no subsector de turismo, xa que nos últimos anos aumentou nun 230%.

Situación inicial da comarca

No ano 1993, a comarca de Terra de Trives é declarada piloto para a posta en marcha do Plan de Desenvolvemento Comarcal da Xunta de Galicia. Faise unha primeira análise e descóbrense debilidades e fortalezas; neste estudio previo xa se apuntan as vantaxes comparativas coas que conta a bisbarra.

Unha gran riqueza monumental, paisaxística e gastronómica, oferta de actividades de natureza a través de fermosos espacios naturais (canón do río Bibei, a fraga de San Xoán de Río, bosque autóctono de gran valor, caza, encoros, pesca), arquitectura popular (pazos, casas de labranza), patrimonio (vía romana, restos medievais, mosteiros -Sobrado-, igrexas...).

A estación plurifuncional de montaña de Cabeza de Manzaneda, como foco difusor e canalizador de turistas, exerce unha función importante dentro da bisbarra. É a nosa gran vantaxe diferencial respecto ás comarcas de Galicia, xa que é a única estación de esquí que existe na Comunidade Autónoma Galega, motivo polo cal é a vantaxe comparativa da comarca.

Existencia de demanda turística, de infraestructuras e mentalización da poboación a respecto do camiño que debe seguir, o que se coñece como "saber facer".

No ano 1994 créase a Fundación para o Desenvolvemento Comarcal como primeiro órgano ó servicio do desenvolvemento local. A Fundación para o Desenvolvemento da Comarca de Terra de Trives é unha entidade de dinamización socioeconómica de ámbito comarcal, constituída pola Xunta de Galicia.

O Padroado, o seu máximo órgano de goberno, é unha estructura técnico-política de participación social, onde participan axentes públicos e privados da comarca.

A promoción de iniciativas para a dinamización de recursos humanos e da base productiva de Terra de Trives e tamén o fomento de programas comunitarios que contribúan ó desenvolvemento local son algunhas das actuacións que leva a cabo a Fundación para a consecución dos seus obxectivos.

Naqueles momentos a comarca estaba en situación regresiva, a poboación avellentada, a pouca xuventude existente desmotivada, os empresarios carecían de ilusión e de iniciativas e as poucas asociacións existentes atopábanse en estado latente.

Os concellos agrupábanse nunha mancomunidade embrionaria, que vai se-la porta pola que van ir entrando tódalas iniciativas, xa que

esta mancomunidade é o foro político no que tódalas institucións locais traballan en conxunto.

Non había imaxe da comarca, porque tódolos municipios estaban desvencellados.

Nas primeiras accións actúase sobre a poboación, fomentando o asociacionismo, impulsando a creación dunha federación de asociacións que reúna, nun espacio común, tódalas pequenas asociacións presentes na bisbarra. Esta primeira iniciativa non ten éxito porque a poboación non estaba ainda madura, ademais este "fracaso" é froito do entusiasmo inicial por conseguir cousas concretas e de xeito rápido. Hoxe a experiencia demóstranos que determinados procesos son lentos e requieren agardar que se dean as condicións para que maduren. Posteriormente nace, nun dos municipios máis pequenos (San Xoán de Río), unha asociación de mulleres (Anel) que, co paso do tempo, terá unha influencia decisiva na dinamización de toda a bisbarra.

Téntase consegui-la mobilización dos recursos humanos con accións de formación como ferramenta estratégica e a súa vinculación a proxectos de desenvolvemento. A partir de aí xorde un tecido de axentes locais que traballan unidos e así conséguese a participación da comarca no programa europeo LEADER II, dende a Fundación, que, ata a posta en marcha do plan, actúa de reservorio, e, áinda sen formar parte do grupo de acción local, compórtase como un dos axentes más activos; dende ela trasládanse proxectos financiables por este programa de desenvolvemento.

Este programa supón o acceso a novas formas de financiamento para os empresarios da bisbarra que, con grande ilusión, mergúllanse na presentación de proxectos de turismo rural, pequenas empresas, artesanía, comercio, hoteis, cursos de formación.

En virtude desta dinámica xorde no ano 1996 a iniciativa de crear un Padroado Comarcal de Turismo perante a evidencia de que o sector turístico é unha das fontes de xeración de riqueza na comarca de Terra de Trives. Incorpora axentes públicos e privados da comarca que traballan arreo na promoción do turismo comarcal, integra no seu Consello de Administración a Fundación Comarcal de Terra de Trives, que participa activamente nos seus proxectos.

Tódolos implicados no sector, tanto institucións públicas como axentes privados e organizacións que alentan o desenvolvemento, reflexionan sobre o fundamental que resulta unir forzas para conseguir obxectivos comúns dirixidos á promoción do turismo en tódalas súas vertentes: cultural, deportiva, de natureza, de aventura.

A declaración de principios con que nace o Padroado de Turismo é esclarecedora do que se pretende:

"O padroado comarcal de turismo de Terra de Trives pretende unir forzas e esforzos, pór as bases que permitan crear un espacio no que se intercambien as ideas e experiencias e a unión de recursos para conseguir resultados que redunden na mellora substancial da calidade de vida dos cidadáns da comarca, dentro do respecto á natureza e á propia cultura".

As primeiras accións levadas a cabo dende o Padroado teñen por obxecto dar a coñecer a súa mesma existencia, primeiro ós habitantes da bisbarra, xa que eles van se-los primeiros beneficiarios.

Créase unha imaxe-logotipo que representa unha folla de castiñeiro (árbores emblemáticas no noso territorio), da cal os seus nervios simbolizan a participación de todos nesta proposta, que é o eixo central da folla.

A primeira grande actuación promocional consiste na organización dos primeiros Premios de Turismo, como modo de dar a coñecer ó exterior os nosos recursos turísticos e para recoñecer o labor de persoas ou institucións que traballen na promoción de Terra de Trives.

Elabórase un folleto, no que, por primeira vez, aparece agrupada a oferta turística dos municipios que forman parte deste organismo.

Hai unha vontade política no proceso (existe hai anos unha oficina de turismo municipal, concellería de turismo); é dicir, dende a administración local poténcianse os recursos.

Dende aquí entendémo-lo turismo no sentido de que os turistas son grupos que están de paso. Onde cómpre investir é no colectivo de habitantes, que son os que axudan a mante-los recursos naturais, os agricultores e gandeiros, que coidan a terra, ou os artesáns, que dinamizan a

zona. Dende esta perspectiva é como se lle engaden atractivos ó turismo; o turismo é importante pero non estratéxico, a poboación si.

A variedade dos nosos recursos e a diversidade presente no noso territorio fai que aquí todo sexa posible.

A comarca conta cunha infraestructura turística que se pode considerar básica e isto faina especialmente apta para desenvolver nela accións que melloren de maneira global a súa capacidade de atende-los visitantes, así como aumentar de xeito moi significativo o fluxo destes. Neste proceso participa tanto a iniciativa pública como a privada, que vai se-la principal beneficiaria das accións. Todo se fai dende aquí, con sinxeleza pero con eficacia e cun custo mínimo derivado do traballo desinteresado.

Posteriormente, o Padroado Comarcal intégrase no Padroado Provincial de Ourense, co fin de establecer accións conxuntas de colaboración. Asistese a feiras nas que se expoñen os valores turísticos da comarca.

Mantéñense excelentes relacións con tódalas institucións, especialmente coa Xunta de Galicia, implicadas no desenvolvemento e no turismo, a través das cales se estudian diversas vías de acceso a programas turísticos.

Esta forma de traballo propicia a aparición de emprendedores que se integran no pro-xecto. Como exemplo podemos sinala-la posta en marcha da primeira adega acollida á denominación de orixe Ribeira Sacra que se constrúe na comarca, iniciativa na cal o empresario actúa como dinamizador local contribuíndo á organización de cursos de cata e enoloxía, charlas sobre a recuperación de viñedos, etc.; aumento de servicios de hostalería (restaurantes, hoteis-cámping), tendas de artesanía...

A xente empieza a percibir que aquí algo está cambiando, aquí podemos dicir que empeza o auténtico proceso de cambio.

Creouse un núcleo vertebrado de actores públicos e privados que actúan de maneira sinérxica, de xeito que douce más douce suman más de catro. Os actores locais aprenden xuntos e comunicanse entre eles, producíndose unha retroalimentación que potencia o proceso. Esta

interrelación irrádiase cara ás entidades locais; nesta rede participan todos e beneficianse todos, e o máis importante é que esta concentración estratéxica se produce de modo natural.

Neste escenario, a comarca accede a un Plan de Dinamización Turística, enmarcado dentro dos cambios que dende o ano 95 se establecen na metodoloxía utilizada para deseñar proxectos globais de turismo, primeiro trátase de converte-lo turismo no motor económico e social que moitas zonas necesitan, o paso seguinte supón converte-lo turismo de interior nun sector económico estratéxico. Con este espírito nacen os primeiros plans de dinamización.

A base do turismo de interior é o patrimonio, xa sexa natural, cultural ou gastronómico, sen esquece-la artesanía nas súas diversas manifestacións. Atopámonos afná nunha etapa en que o novo aínda non se impuxo e o vello séguese a utilizar, un período de transición cara a novas maneiras de actuar, xa que o sector está cambiando, tanto dende o punto de vista da oferta coma da demanda.

O primeiro Plan de Dinamización Turística ponse en marcha no ano 1997 en Cuéllar, Segovia. Busca converte-lo turismo nun sector estratéxico dende un punto de vista cultural, social, favorecendo a creación de empregos directos e subsidiarios. Os Plans de Dinamización Turística implántanse en espacios que contan con certa experiencia no sector turístico e cun mínimo de infraestructuras que permitan a súa posta en marcha; coa súa aplicación procúrase dota-la comarca de medios complementarios que permitan mellora-la súa xestión no sector turístico, pequenas infraestructuras, sinalización, melloras na comercialización, aulas da natureza, formación turística...

A poboación é a que fai que os procesos teoricamente iguais sexan diferentes, propios e únicos, transformándoos en algo vivo; frecuentemente, dende dentro, non somos conscientes das nosas posibilidades e valores, sómo-los más detractores dos nosos recursos, por iso cando conseguimos que a xente "ame" e coñeza os seus recursos o éxito está garantido.

Contar coa participación do sector privado é fundamental, eles son protagonistas e os que, segundo outras experiencias, marcan o éxito ou o fracaso.

Na súa aplicación é moi importante a mentalización de persoas e institucións.

Dende a administración ponse a primeira pedra, o resto do edificio hase de facer dende fóra. Precisamente esa foi a mensaxe que lle quixemos lanzar, na primeira presentación que se fixo do plan de dinamización de Trives, á comarca.

O conxunto da poboación mobilízase para explota-los seus recursos, o cal non significa o abandono doutros sectores (algo que os empresarios nos lembran constantemente) senón simplemente coloca-lo turismo no lugar que lle corresponde.

Esta formulación supón un cambio radical na concepción do turismo de interior, como dinamizador económico e social e facéndoo, ó mesmo tempo, atractivo para os visitantes. Isto require unha metodoloxía de traballo capaz de implicar boa parte da poboación ou, polo menos, nunha primeira etapa, todos aqueles que teñen capacidade para influír na poboación (líderes sociais, políticos, propietarios do patrimonio, profesionais...); estes constitúen os recursos humanos locais e a súa influencia é decisiva na boa marcha do plan.

O Plan de Dinamización Turística de Trives, primeiro e único en Galicia, é un plan de ámbito comarcal que lles afecta a varios municipios rurais da montaña interior de Ourense; isto supón un sobreesforzo para acada-lo consenso na aplicación de diversas accións que pór en marcha.

Supón o investimento de 270 millóns de pesetas en tres anos mediante a elaboración de tres protocolos de investimento que se poden definir como plans anuais.

Nel participan como cofinanciadores o Ministerio de Economía e Facenda do goberno central a través da Dirección Xeral para o Turismo e PEMES, a Xunta de Galicia a través da Dirección Xeral para o Turismo, a Deputación Provincial de Ourense e os catro concellos que componen a comarca (A Pobra de Trives, Chandrexa de Queixa, San Xoán de Río e Manzaneda).

Como proba do bo traballo realizado dende as institucións confíaselle a xestión do plan ó Padroado de Turismo e tódalas administracións depositan neste órgano a responsabilidade da súa boa marcha.

O plan baséase na interpretación innovadora dos recursos comarcais previamente assumidos así polos habitantes, xa que eles van se-los principais actores.

Extracto do convenio co que se pon en marcha o plan:

"A mellora da competitividade na comarca de Trives e a súa sostibilidade económica e social e ambiental precisa da definición de obxectivos adecuados para estas finalidades, a planificación das actuacións e a súa xestión integrada, a preservación dos recursos naturais, patrimoniais e sociais, a mellora da calidade dos núcleos urbanos, o desenvolvemento de novos productos e servicios turísticos, o fortalecemento do tecido empresarial e a implicación da poboación e os axentes turísticos no proxecto de dinamización".

Situación actual

¿Que pasa nun territorio cando se dan as condicións que confluíron na nosa bisbarra? Pois, dalgún xeito, dáse unha revolución na que, en virtude do propio proceso, os cambios se producen dunha forma acelerada.

Todo este proceso de cambio, que se encontra no seu momento de inflexión, supuxo, polo que á poboación se refire, cambios significativos porque nacen do convencemento de que o proxecto que se está a construír é sólido e ofrece perspectivas de futuro.

Xestionanase 10 iniciativas de empresarios autónomos; a maioría deles son mulleres mozas.

Gracias á acción combinada do LEADER, á Fundación para o Desenvolvemento Comarcal de Terra de Trives e ós efectos ilusionantes do plan a economía local estase revitalizando e non só no sector directamente relacionado co turismo. Hai unha reactivación evidente nas variables económicas e un compromiso no investimento por parte dos empresarios, mesmo de fóra. A empresa Adolfo Domínguez establece un taller de confección coa creación inicial de máis de 30 postos de traballo. Xorden iniciativas en diversos campos (artesanía, adega, pequenas empresas), o que demostra o interese da poboación local no proceso conxunto, xa que, de non ser así, non habería aumento do investimento.

Están en marcha proxectos en tódolos municipios financiados polos programas de desenvolvemento que se están a levar a cabo na bisbarra e tamén por iniciativa privada.

Algúns mozos planifican o seu futuro aquí, o que é algo que hai pouco era impensable.

Establécense grupos de traballo formados por xente nova que accede a novos empregos relacionados coa cultura e o turismo (animadores sociais, axentes de emprego, axente de dinamización lingüística do Servicio Lingüístico Comarcal, informadores turísticos).

A coordinación de políticas e estratexias optimiza os recursos. Por todo isto, o turismo provoca unha serie de beneficios inducidos que actúan como detonante do desenvolvemento da comarca.

O número de visitantes increméntase en porcentaxes importantes.

En 1998 aumenta o número das prazas hostaleiras en 128 sobre as 700 existentes.

Creouse unha imaxe de comarca assumida polos habitantes que toman conciencia da importancia do espacio xeográfico no que viven e empezan a valora-los recursos.

Prodúcese un aumento da cohesión comarcal a base de pequenas renuncias que as autoridades locais fan nos seus municipios en virtude do traballo en conxunto.

O turismo aparece como o gran recurso diferencial que pode "turrar" de tódolos demais, percíbense indicios de recuperación no sector primario (recuperación de viñedos, melloras no sector gandeiro, establecemento de novos cultivos).

Dentro das accións acometidas polo Plan para o Desenvolvemento Comarcal de Galicia, en decembro do ano 1998 inaugúrase o Centro Comarcal de Trives, edificio que forma parte da rede de centros comarcrais de Galicia. Nel amósanse, de forma anovadora e didáctica, os recursos da comarca, á vez que se ofrecen servicios avanzados de alta tecnoloxía a tódolos visitantes e particularmente ós empresarios e habi-

tantes destas terras. Esta iniciativa acompaña dos proxectos auspiciados dende o PDT:

- Aula de natureza: Ligada a unha ruta de sendeirismo que percorre un bosque autóctono.
- Centro de interpretación da historia e da cultura: Pretende recuperar e mante-la memoria histórica dos habitantes da comarca, polo que ha de estar instalado nun antigo colexio no que estudiaron moitos habitantes da Terra de Trives.
- Senda de gran percorrido: Percorre tódolos municipios da comarca e coa súa posta en marcha procúrase aumenta-la cohesión entre os municipios.
- Recuperación da muralla medieval de Manzaneda.
- Proxecto de diversificación para a estación de esquí: Consiste na construción dunha escola de hípica.
- Centro da identidade galega: Conversión dun antigo museo etnográfico nun centro interactivo que permita estudia-la relación do home galego co seu medio a través da historia.
- Recuperación da calzada romana: É a vía XVIII, que se dirixía dende Braga cara a Astorga, pasando pola bisbarra, nun tramo de más de 11 quilómetros. A súa recuperación e sinalización supón a creación dunha ruta temática ligada ó patrimonio romano.

Que agardamos do futuro

O producto turístico nace da conxunción do recurso e da visión que deste teñen os habitantes da comarca. Eles han se-los mellores vendedores do producto; o patrimonio pode actuar como dinamizador e, ó mesmo tempo, producto artístico diferenciado. A diferenciación é vital para conseguir establecerse nun mercado competitivo.

O producto comercialízase como unha imaxe que non se pode valorar ata que se consumiu-utilizou, polo que é tan importante crear unha expectativa no consumidor. A poboación de Trives debe sentir

como seu o plan, polo que o producto ha de ser obxecto, primeiro, do consumo local.

Aínda que o producto Trives está por definir é claro que está composto pola interrelación de dous productos, a estación de esquí-montaña e un producto de turismo natural-cultural e gastronómico creado fóra da estación; ámbolos dous son complementarios pero independentes e están a medrar e a atraer públicos diferentes e diversos.

Construír un producto turístico de interior como o que nos ocupa é un proceso complexo, xa que non é a suma de recursos, actividades ou iniciativas senón que se achega máis a unha operación de conceptualización e síntese de diversos elementos e recursos. Cómpre unha visión global e integradora na que entraría en xogo o concepto de interpretación.

Podemos defini-lo concepto de interpretación como a teatralización dun recurso, faceloo permeable ós sentimentos do que o contempla, facerlo vivir, sentir, oír, ulir, implicar tódolos sentidos na percepción deste; procúrase emociona-lo espectador na transmisión do que queremos que entenda, é linguaaxe multimedia pura. Se conseguimos capta-la atención do espectador o resto está feito, este é un concepto que vai moito máis aló da tecnoloxía.

A mercadotecnia é fundamental na posta en marcha dun plan turístico, vivimos constantemente suxeitos a unhas leis que a xente entende moi ben, xa que as vive a diario. A publicidade é capaz de vender un producto en 20 segundos e para iso utiliza de forma moi sabia as claves de interpretación, o xeito de emociona-lo espectador; os publicistas saben moi ben que deste xeito será lembrado o seu producto (¿por que se utilizan, constantemente, nenos nos anuncios? Búscase a emoción que provocan en quen os ve).

Este concepto liga perfectamente co concepto de innovación: facelas cousas de maneira diferente a como se fixeron ata agora, coa imaxinación, que é o gran substituto da falta de diñeiro, e coa definición de emprendedor, que é ser imaxinativo, aberto, comprometido co mundo do progreso, facer algo que ningún está facendo e que marca unha diferencia nun mercado no que a competencia é feroz, polo que a diferenciación é fundamental.

Está demostrado que a innovación, unha vez que se aplica, mantense.

Non podemos esquecer que estamos nun mercado global, no que non hai barreiras nin fronteiras (hai pouco uns turistas holandeses dirixíanse á oficina de turismo de Trives porque viran un programa de TV no seu país no que un alcalde facía unha invitación a investir na comarca).

A intanxibilidade dun destino turístico fai que a comunicación adquira unha importancia relevante.

Na planificación, ademais de fixar obxectivos, estructurar investimentos e establecer calendarios, é importante planifica-los recursos humanos; só eles van conseguir que o plan resulte sostenible. Para iso é importante identificar correctamente estes recursos. Neste aspecto a xestión dos recursos humanos ten un papel transcendental na construcción da industria turística para xerar beneficios que sexan financieramente independentes.

Con todos estes elementos pretendémo-la creación dun producto sostenible, a sostenibilidade é responsabilidade dos recursos humanos locais, o diñeiro deixa de chegar, os técnicos vanse e ficam as obras, que hai que sostener e darlle vida. Púxose a primeira pedra, o resto só vai depender dos que vivimos aquí para cando o plan se remate.

Todo se basea na interpretación innovadora e a posta en valor dos recursos da comarca.

Xa coñecémo-los nosos valores, cómprenos vendelos dun modo adecuado e para iso estamos servindo este plan, que é de todos, para todos e no que traballamos todos, isto faino único e diferente a calquera outro.

O seu grande éxito baséase na sinerxía establecida entre tódolos actores locais, incluídas as administracións públicas que nel participan.

En resumo, a poboación comeza a ser consciente da súa importancia, de que o traballo que se realiza dende os diferentes ámbitos tena como o seu principal actor, séntese participe neste proceso de cambio

que, sen dúbida, pode inspirar respecto pero nunca medo, xa que para unha poboación que vive e promove o seu cambio, o seu cambio está condenado ó progreso

A FESTA DA ISTORIA DE RIBADAVIA

Edmundo Araújo Gándara
Presidente da Fundación «Festa da Istoria» de Ribadavia

Ribadavia é unha localidade que vive o seu presente co permanente recorde do seu pasado histórico. Un tempo no que era a capital de Galicia, dispuña de foros propios e un activo municipio que vivía, entre outras actividades, do viño do Ribeiro.

O viño do Ribeiro xa fora cantado polo rei Afonso X e era exportado a toda Europa a través de camiños comerciais que potenciaron a instalación en Ribadavia e en toda a súa bisbarra de artesáns de todo tipo.

Aínda hoxe este pasado obsérvase con facilidade na zona vella co seu barrio xudeu, no castelo, na alfama ou sinagoga, na casa da Inquisición ou nas diferentes igrexas dos séculos XII e XIII.

E en Ribadavia nace a Festa da Istoria co fin principal de recuperar e divulga-las tradicións e as formas de vivir de hai nove e oito séculos.

A Istoria permite coñecer, no medio dunha perfecta recreación histórica na zona vella, oficios hoxe en decadencia ou xa esquecidos

como os ferreiros, carpinteiro de armar, zoqueiros, canteiros ou cesteiros; tradicións artesanais populares de gran peso na historia económica de Galicia.

A Istorya posibilita un desenvolvemento do turismo rural, monumental e cultural da zona cunha afluencia de 25.000 persoas na edición de 1999, xentes chegadas de todo o país e Portugal para gozar e coñecer no último sábado de agosto. Nesa edición moveuse un presuposto de 16 millóns de pesetas, dos que 4 foron subvencións oficiais e o resto saídos convenios con empresas e dos ingresos directos da organización.

Orixes da Festa

A actual Festa é unha translación no tempo da celebrada en Ribadavia ata o século XIX dentro dos festexos da Virxe do Portal, patroa do Ribeiro.

A súa base histórica pódese buscar en diversos documentos que proban a existencia destes festexos en Ribadavia dende tempos moi antigos.

Así no Arquivo Histórico Provincial de Ourense atopamos un documento do Arquivo Municipal de Ribadavia que data de 1693 onde di "Memorial del gasto que io Pascual de Laja Araujo, Procurador General desta villa, hize en las fiestas de Nuestra Señora del Portal y gasto de los bancos del Aiuntamiento".

O historiador Meruéndano nos seus libros *Ribadavia y sus cuatro parroquias* e *Los Judíos de Ribadavia* destaca o desenvolvemento da Istorya e estudia as súas orixes xudaicas: "consistía en una pantomima representando un hecho histórico del pueblo hebreo y sus luchas con los filisteos, en cuya pantomima tomaban parte muchos vecinos de la Villa... La comitiva desfilaba por la calle al son de la marcha real, tocada por una gaita, y al llegar a la plaza Mayor, se reproducía el hecho histórico elegido de antemano...".

Tamén o padre Samuel Eiján estuda no seu libro *Historia de Ribadavia y sus alrededores* os antigos festexos, que debían ser ó aire libre o 5 e 6 de setembro baixo enteira supervisión do Concello e con presencia de música, máscaras e lumes de artificio.

A recuperación da Festa da Istoria

A Escola Obradoiro de Santo André encargouse da recuperación desta actividade tradicional co apoio da mayoría das asociacións culturais e veciñais, así como de moitos veciños de xeito individual nos seus dous primeiros anos.

Desaparecida a Escola constituíuse un colectivo veciñal denominado Coordinadora da Festa da Istoria, con participación aberta a tódolos veciños e organizacións e rexido por un regulamento de orde interna.

A Coordinadora está composta por veciños de xeito individual e outros en representación de diversas organizacións culturais. Para integrarse nela hai un prazo de tres meses dende a convocatoria da nova constitución; a Coordinadora traballa todo ano con reunións periódicas.

Os membros, na actualidade unha trentena, asumen a responsabilidade do acontecemento e comezan a desenvolve-las actividades coa experiencia do traballo das anteriores edicións.

O rigor histórico é sempre o principal criterio de traballo e así non se permiten no desenvolvemento da festa produtos non existentes no medievo coma plásticos ou vidro; tamén se respecta a nomenclatura medieval das rúas e edificios.

Neste rigor cobra especial importancia a vestimenta, os traxes de época que se locen nela (máis de 10.000) non deben ser propios de máis alá do século XV.

A Coordinadora da Festa da Istoria dispón de catro almacéns para garda-las súas posesións: os traxes, valos, elementos para o torneo medieval, barro, estandartes e documentación, cun valor total xa superior ós quince millóns de pesetas.

Levar todo á rúa custa máis de seis días de traballo.

A Fundación Festa da Istoria

En maio de 1998, tras acordo tomado na Coordinadora, constitúese a Fundación Festa da Istoria cos seguintes obxectivos:

- Promoción, xestión, proxecto e desenvolvemento da Festa da Istoria.
- Contribuír á dinamización cultural e social, así como ó desenvolvemento do seu contorno.
- Contribuír ó desenvolvemento, mellora e promoción das zonas monumentais, así como á recuperación histórica de monumentos e edificios, tanto no ámbito da investigación coma no bibliográfico.
- Contribuír á promoción turística con actividades que promovan o interese pola comarca.
- Calquera outra que se axuste á lei.

Como máximo órgano de goberno e representación da Fundación establecése o Padroado con membros da Coordinadora, representantes de entidades, asociacións, empresas, baixo a presidencia do alcalde de Ribadavia.

O día da Festa

O último sábado de agosto Ribadavia está preparada para a celebración da Istoria; toda a zona vella e as principais rúas da zona moderna están engalanadas con bandeiras e estandartes iguais e únicos para cada rúa, que están identificadas cos seus nomes antigos mediante táboas. Este traballo realizano tres persoas durante seis días.

Tódalas entradas de Ribadavia teñen sinalizacións ós aparcadoiros vixiados e dende estes pónense autobuses de balde para evita-lo tráfico rodado.

Durante un día os asistentes somerxeranxe no século XIII; manexarán marabedís expresamente acuñados en papel para a ocasión,

pasearán entre más de cen artesáns de todo tipo, comerán polbo, pan e viño nos postos preparados para a ocasión e poderán asistir a diversos espectáculos.

Dende a aparición na Festa da Istoria dos mercados medievais como unha oferta nova esta iniciativa foi copiada noutros concellos e ofertas turísticas.

Se hai algo que chame especialmente a atención na celebración da Istoria é a cantidade de persoas que deciden vestirse de época, máis de dez mil.

Dentro do sector dos modistas xa son habituais os que cada ano cortan e fan traxes para os nativos e visitantes; os artesáns reciben gratis a vestimenta e hai traxes da organización en aluguer a disposición de todos.

O programa da edición do 2000 incluíu as seguintes actividades:

A lectura do bando da Istoria, polas rúas e prazas da vila, a apertura do Banco Ahóndiga na Praza Maior, así como o desfile da Istoria desde a Porta da vila; o pregón da Istoria foi lido na Praza Maior da vila, e nese mesmo lugar realizouse tamén a entrega das Medallas da Istoiria.

Unha cerimonia particularmente suxestiva entre as que se levan a cabo ese día é a voda xudía, a cal adoita celebrarse na rúa dos Fornos.

Outras actividades que se realizan ó longo da celebración son o xadrez vivente, os monicreques, que se fan na Alameda, o tiro con arco e o torneo medieval, que teñen lugar no Campo da Feira. Amais destas actividades, no marco da festa celébranse tamén un baile medieval e actuacións de grupos musicais e corais que poden ser escoitados na Igrexa de Santiago, unha cea medieval, teatro e un sorteo de lotería.

O Banco Ahóndiga e os marabedís

Dende hai sete edicións a Istoria conta cunha moeda oficial, o marabedí, que representa a que existía naquela época. A única diferencia é que a antiga era de metal e as da Festa son de papel.

A acollida da proposta foi moi positiva e moitos visitantes teñen coleccións de tódolos billetes de 5, 25, 50, 100, 200, 500 e 1000 marabedís.

Na edición de 1999 imprimíronse 45 millóns de marabedís, dos que se cambiaron 30 millóns. A porcentaxe do troco é do 10%, o que cambie 1000 pesetas recibiría 900 marabedís e se desexa cambiar dende marabedís recibiría a mesma cantidade en pesetas.

Como é fácil de entender, para o manexo de tantos cartos cómpre moita organización, provendo ós artesáns e postos de venda para o troco.

O Banco Ahóndiga está situado no edificio do Concello de Ribadavia, custodiado pola Garda Municipal, e nel traballan rotándose 46 persoas voluntarias.

O bando, o desfile e o pregón da Istoria

Tódolos anos a Coordinadora nomea a un veciño da vila para anuncia-la Istoria a primeiras horas do día por toda a zona vella; logo do bando iníciase o desfile pola rúa principal da vila.

Tódolos nativos e visitantes vestidos de época camiñan cara á Praza Maior seguindo unha orde xerárquica que inicia o rei Enrique II de Trastamara e remata o pobo.

Na Praza Maior ten lugar ó seu remate a lectura do pregón, feita por unha persoa escollida cada ano; ó seu lado terá as figuras do adiantado maior de Galicia, figura de grande importancia nos seus días, que habitaba en Ribadavia, o señor de Ribadavia, o conde dos Sarmiento, o bispo de Tui e outros señores.

Cada ano é seleccionada unha persoa importante para que desempeñe a función de pregoeiro.

A voda xudía

Como actividade que mostra a importancia que tiveron os xudeus no desenvolvemento de Ribadavia o Centro de Estudios Medievais organiza a "Cerimonia do Sabbat".

Nunha edificación da rúa dos Fornos, preparada coma se fose unha sinagoga, comezan os actos da voda coa confección e lectura do contrato matrimonial ou *Kettuba*; dende ali vaise ata a casa da noiva baixo palio e logo regrésase á Igrexa da Madalena para o inicio do casamento.

Toda a actividade discorre acompañada de cánticos sefardís, atrae a moitos curiosos e destaca a presencia do rabino do Porto, que acode tódolos anos acompañado de xudeus da súa comunidade.

O torneo medieval

Unha representación dos torneos que realizaban os cabaleiros medievais é unha das actividades de maior atracción para o público.

Nun espacio axeitado móntase toda a decoración necesaria; con sebes para limita-la presencia do público, unha sebe central que separe o enfrentamento entre os vinte cabaleiros, casetas de cores, un palco para as autoridades...

Os felos de Maside son os cabaleiros; dende meses antes ensaiam para non mancarse e logra-la mellor representación posible e no gran día, tanto eles coma os cabalos, van perfectamente axeitados ó medievo.

Antes do torneo propriamente dito celébranse xogos a cabalo (romper olas de barro, descolgar aneis de ferro, acertarlle a un boneco xiratorio,...).

Os cabaleiros que defenden as cores dos Sarmiento van de azul e os que representan a Ribadavia van de vermello, loitan con espadas e lanzas de verdade e van pasando eliminatorias ata chegar á final.

O xadrez xigante

Coa colaboración da Federación Galega de Xadrez represéntanse tres partidas, seleccionadas previamente, duns trinta minutos cada unha.

Dous cabaleiros xogan a partida e trinta e dous rapaces do colexio son os encargados de representala nun cadrado de vinte por vinte metros pintado no chan, onde só están marcados os cadros brancos.

O pregoeiro da partida é o encargado de sinala-los movementos feitos con anterioridade polos cabaleiros na súa mesa e coas pezas de madeira; despois os rapaces, vestidos todos adequadamente, permitiran ós asistentes segui-lo seu desenvolvemento.

O baile medieval

Cada ano o grupo de baile monta un novo baile "Donas sen Cabaleiros" que será representado no adro de San Domingos nun cadrado de trinta por trinta metros.

Para isto ensaián durante tres meses os corenta bailaríns do grupo e revisanxe os bailes dos anos anteriores.

O grupo de baile colabora noutros acontecementos da vila e nos actos cos que a Coordinadora da Festa da Istoria expón o seu traballo durante o ano.

A cetrería e o tiro con arco

Ó lado do castelo realizase unha exhibición de dúas horas con falcóns, aguias, mouchos..., feita por un grupo de especialistas desprazados dende Madrid.

O arco é unha das armas medievais por excelencia e a Istoria contactou con diferentes arqueiros de toda Galicia para participar nun concurso de tiro polas tardes, vestidos de época e con dianas feitas por eles mesmos con palla ou cánabo.

Despois da competición a xente pode tirar cos arcos.

A cea medieval

A cea medieval é a única actividade pola que se cobra na Festa da Istoria, aínda que o prezo do prato é superior ó que se cobra por asistir, e a Asociación de Hostalería de Ribadavia é a responsable de levala a cabo.

A Igrexa da Madalena, recinto que non ten culto dende hai anos, está totalmente adornada de bandeiras e escudos para acollela e os comensais son obrigados a asistiren vestidos de época.

Como en toda a Istoria o criterio básico para a súa realización é ter en conta a época que se desexa recrear: garfos e coitelos de ferro, cuncas e xerras de barro e madeira, nada de café e outros productos descoñecidos daquela no menú...

Outras actividades

Ademais das xa sinaladas, na Istoria funcionan outras actividades que aseguran o éxito das convocatorias.

O cartel da Festa sae dun concurso público; tamén hai concurso de licores e postres medievais.

A Festa está en Internet cunha pormenorizada páxina propia; na Istoria tamén se distribúen 25.000 exemplares dun xornal propio.

Na véspera do día da Festa pódense alugar traxes de época; a Coordinadora xa ten 600 á disposición de nativos e visitantes.

Tamén para facilita-la vestimenta organízase un curso de corte dende o mes de xullo; dúas costureiras axudan a que cada un faga o seu traxe.

Outros cursos son o de toucas e o de estandartes. A Coordinadora pon pinceis e pintura e o asistente fará un escudo ou estandarte para si e outro para a organización.

Como presentación da Festa a primeiros de xullo faise un desfile no auditorio do Castelo dos Sarmiento e unha presentación e cea para os medios de comunicación na Igrexa da Madalena.

Na Igrexa da Madalena tamén se sitúa unha exposición retrospectiva da Istoria, cos carteis anteriores, maniquís, marabedís, fotografías...

A implicación dos voluntarios na Festa da Istoria

Sen o apoio desinteresado dos máis de 700 voluntarios da Festa da Istoria, sen o seu tempo e a súa entrega, o acontecemento sería imposible de realizar.

A Coordinadora fai un acto de homenaxe a tódolos voluntarios onde se lles entrega un diploma, unha medalla e son invitados a unha copa de Ribeiro.

As institucións e a Festa da Istoria

As entidades, empresas e asociacións son elementos claves para o financiamento e desenvolvemento da Festa da Istoria, mediante diversos convenios e colaboracións.

Así a Consellería de Cultura destina un millón de pesetas cada ano á Istoria, que entrou dentro do programa Galicia Terra Única; dende a Xunta a festa tamén é apoiada pola Secretaría Xeral para o Turismo.

A Deputación de Ourense destina dous millóns de pesetas e vaise integrar dentro na Fundación Festa da Istoria.

O Concello de Ribadavia colabora, ademais de economicamente, en todo aquilo que pode: infraestructura, persoal de mantemento, protección civil, policía...

A Festa da Istoria está irmardada co Centro de Iniciativas Turísticas de Hospital de Órbigo (León) e é membro das Asociacións Española e Europea de Festas e Recreacións Históricas.

Tamén hai convenios coa Cooperativa Vitivinícola do Ribeiro (que distribúe o viño "Alén da Istoria"), o Consello Regulador Ribeiro, a Asociación de Hostalería de Ribadavia, Coren e Caixanova entre outros.

A Festa da Istoria foi declarada de Interese Turístico Nacional polo goberno central no 1997 e de Interese Cultural Galego pola Xunta no 1999.

A xeito de conclusión

Como se pode ve-la Festa da Istoria é un exemplo de como o interese por recuperar as tradicións pode conducir a un acontecemento que supere tódalas expectativas previas dos seus inspiradores.

A Coordinadora da Festa da Istoria e o Concello de Ribadavia, tanto as súas institucións e empresas como a poboación en xeral, realizan un inmenso esforzo todo o ano para que cada último sábado de agosto a Festa sexa, se for posible, mellor cá última.

Todo este esforzo dunha comunidade, ademais da satisfacción polo traballo ben feito, viuse recompensado por varios premios e unha masiva afluencia de visitantes para a bisbarra, co conseguinte beneficio para a hostalería e o comercio en xeral.

Desde hai algúns anos a cultura recuperou o camiño que a leva de volta cara ó territorio. A cultura, desde o illamento relativo do que partía, relegada ós ámbitos do coñecemento, a creación e a pedagoxía, retoma hoxe o

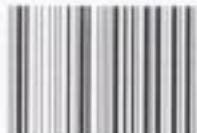


pulso da vida das persoas e mesmo o dos seus procesos sociais e económicos. Nos últimos tempos, e no contexto dunha sociedade cada vez máis culti- vada e máis demandadora de bens dotados dun significado, a cultura converteuse na fonte inspiradora dalgunhas das iniciativas con maior trans- cendencia laboral e profesional. Todo isto veu acompañado da medra tanto a nivel social como económico das activida- des e programas de carácter específi- co e tradicionalmente cultural. Hoxe en dia as estratexias de acción cultural

servíronlle a moitas ciudades occidentais para promover dinámicas dunha gran transcendencia tanto a nivel da súa promoción como espacios atractivos para o turismo coma de cara a servir de soporte para múltiples empresas e industrias de orientación cultural. Por outra banda a cultura, e más en particular o legado patrimonial e a memoria, evidenciaron a súa capacida- de para inspirar e dar contido a algunas iniciativas relevantes e anovadoras no ámbito do desenvolvemento local e turístico das nosas comarcas e comunidades locais.

CULTURA E DESENVOLVEMENTO LOCAL

ISBN 84-65415-45-3



9 786545 415455