

LOS NUEVOS TERRITORIOS DE LA CULTURA

Juan M. Rey
Concello de Caldas de Reis

PRESENTACIÓN

Proponemos aquí la celebración de un evento cultural que se convierta en la carta de presentación de Caldas de Reis y su proyecto global de desarrollo económico, social y cultural. Pretendemos abundar en la idea de que la cultura, además de un fin en sí mismo, debe ser también una herramienta de progreso y crecimiento integrado. La cultura aumenta la capacidad de las personas para comunicarse y desarrollar sus potencialidades en relación con su entorno más inmediato. Además, las manifestaciones culturales, estructuradas y pensadas de forma global, son fuente de desarrollo económico y de dinamización de la población.

Podemos convertir este festival en punta de lanza de un proyecto global que genere hábitos de consumo cultural, que estimule la creación artística, y que genere una nueva dinámica social y económica. Para llegar a este objetivo será necesario programar actividades y manifestaciones culturales de nivel, pero también implicar a la sociedad civil, a través de sus asociaciones o colectivos no formales, y promoviendo la organización cívica para contribuir al crecimiento conjunto de la población. Será este trabajo de fondo, justamente el que permitirá trasladar el eco del festival a lo largo del año, mucho más allá de los actos puntuales.

Este festival debe encajar en el plan de desarrollo estratégico Thermaios, la cultura del agua, y debe aprovecharse para difundir sus objetivos y sus logros. Eso implica integrarlo en las acciones planeadas durante todo el año. Programado de una forma aislada no tendría razón de ser. Proponemos aprovechar la capacidad de atracción popular de determinadas manifestaciones culturales para educar, concienciar y proponer ideas a la población.

Por otro lado, en el momento de programar los diferentes actos, será necesario conocer con mayor claridad posible la diná-

mica cultural de la población y de su entorno más cercano: no podemos caer en el error de entrar en contradicción con las dinámicas sociales y culturales preexistentes. Mas bien lo contrario: debemos potenciarlas, detectar sus lagunas y lanzar ideas brillantes para suplir deficiencias. Por todo lo dicho será necesario programar de acuerdo con la gente, ofreciendo apoyo por un lado y novedades por otro.

CONTEXTO DEL TERRITORIO

Situación geográfica

Caldas de Reis está situada en el Noroeste de la provincia de Pontevedra. Su localización estratégica en el eje Vigo-A Coruña favorece la conexión con importantes núcleos de población: Pontevedra, Vigo, Santiago y A Coruña. Pero es también paso obligado entre la tierra de la costa y el interior, con lo cual también tiene a "tiro de piedra" todas las poblaciones de la Ría de Arousa y las del interior. Las infraestructuras viarias A-9 y Nacional 550 generan un importante tráfico de personas y mercancías dotando al pueblo de un carácter dinámico, emprendedor y económicamente pujante.

Contexto histórico

Por la villa de Caldas de Reis, antes de la romanización, en tiempos de los celtas, vivieron la tribu de los cilenos, que adoraron al dios Edovio, dios de las aguas termales. Durante la época de los romanos, Aqua Celenae, fue municipio y mansión en la vía XIX que unía Braga con Lugo y Astorga. Posteriormente, en la época del cristianismo, fue sede episcopal, agitada por los priscilianistas contrarios a las jerarquías y a la ostentación. En tiempos de la Reconquista, fue villa de Realengo, cuna del Rey Alfonso VII, hijo de doña Urraca. Con el feudalismo, fue villa de abadengo y reposo de peregrinos como Santo Tomas de Canterbury. En tiempos de la industrialización, fue cuna de la electricidad gallega, con la segunda central hidroeléctrica de España. Como villa termal, Caldas se consolida a principios de siglo con dos Balnearios.

Demografía

La población alcanza los 9.627 habitantes, con paulatino crecimiento durante los últimos 6 años. El Ayuntamiento se divide en 9 parroquias y 62 núcleos de población. Con un núcleo urbano importante en la parroquia de Santo Tomás, la capital municipal y comarcal.

BREVE ESTUDIO POBLACIONAL

Considerando cuatro grupos de edades:

- De 0 a 19 años
- De 20 a 34 años
- De 35 a 59 años
- De 60 o más

Tenemos la siguiente tabla con valores totales de población en estos intervalos y el porcentaje que presentan estos valores sobre la población total:

EADADES	HOMBRES		MUJERES		TOTAL	%
	NÚM.	%	NÚM.	%		
0 a 19	1072	11'13	998	10'36	2070	21'50
20 a 34	1150	11'94	1138	11'82	2288	23'76
35 a 59	1536	15'95	1511	15'69	3047	31'65
60 o >	865	9'08	1357	14'09	2222	23'08
TOTALES	4623	48'1	5004	51'96	9627	100'00

Contemplando la tabla se puede observar que la cantidad de mujeres de 60 o más años es muy superior a la de hombres situados en el mismo intervalo de edad. El porcentaje de mujeres viudas es superior, pues la tasa de mortalidad es superior en el caso de ellos, dando lugar a esta sustanciosa diferencia. Un dato a destacar es que se trata de una población joven, casi el 46% está por debajo de 34 años y el 65% por debajo de 60 años.

Las actividades económicas

La distribución por sectores se reparte como sigue:

38% servicios

54% industria y construcción

8% ganadería y agricultura

En el sector de servicios destacan las actividades comerciales y el turismo termal. Existen dos balnearios y proyecto para realizar esta actividad.

En la industria conviven empresas de todos los sectores: alimentarios, metalúrgicos, madera o materiales para la construcción, de tamaños variables, desde Clesa o Clavo -de más de 200 trabajadores- hasta pequeños talleres autónomos.

¿QUÉ ENTENDEMOS POR CULTURA?

"Un campo de confluencias múltiples"
*"El sentido de cómo vivimos nuestra vida
 y la de la villa común"*

Los nuevos territorios de la cultura

- Estrategias de desarrollo local a través de la promoción cultural.
- La importancia que la acción cultural tiene en los municipios en la mejora de la calidad de vida.



Los pueblos tienen cuerpo y alma. El alma de los pueblos es una carga espiritual más difícil de medir que su dimensión física y afecta a su dimensión cultural y educativa, su dimensión cívica y la integración entre su espacio físico y la dimensión humana, la organización, su oferta de ocio y tiempo libre, en definitiva, la atracción por la diversidad y la innovación. La innovación cuenta antes que nada. La innovación cuenta más que nada. Y el mestizaje. Por eso definimos nuestro festival como multigeneracional, pero también multicultural.

Queremos que este evento tenga un *discurso propio*, pero también y sobre todo *coherencia conceptual*.

Es por esto que definimos *Cultura Quente como un festival por la participación, el compromiso y el desarrollo local*.

La cultura puede ser una palanca del desarrollo si se cumplen las siguientes condiciones:

- Ofrecer un producto único en su género orientado a favorecer espacios para el diálogo, para la *interlocución horizontal* y para la diversificación cultural.
- Estructurar la oferta según la participación de la población, con lo cual es imprescindible incorporar la palabra *innovación* al vocabulario básico del festival.
- Creación de un producto duradero basado en una fuerte identidad local. El diccionario nos indica que aquí la palabra clave es *participación*.

El nombre del festival "Cultura Quente" (cultura caliente) hace referencia tanto al carácter de las aguas termales de Caldas como a la idea de cultura comprometida viva y participativa.

Con este festival, Caldas asume el reto de comprometerse con los más inquietos y preocupados por el bienestar, las manifestaciones de la cultura, los jóvenes y el desarrollo local.

Pero una de las definiciones que más nos gustan es aquella que dice que la cultura es un campo de confluencias múltiples, donde incluso se podría hacer un decálogo sobre la cultura en los pueblos.

Cultura y patrimonio

Cultura y territorio

Cultura y medio ambiente
 Cultura y sociedad
 Cultura y juventud
 Cultura, ocio y turismo
 Cultura e iniciativas privadas
 Cultura y formación
 Cultura y desarrollo
 Cultura y participación

Por otra parte el hecho de que las confluencias sean múltiples hace que en cada edición podamos poner el acento donde queramos, nos facilitará la innovación.

EL PAISAJE CULTURAL

Antes de la batalla

Hace apenas cuatro años, la actividad del Ayuntamiento se limitaba a la celebración del calendario festivo. La cabalgata de Reyes, el Carnaval o las Fiestas Patronales eran toda la actividad cultural que se desarrollaba desde el Ayuntamiento. Se contaba con equipamientos como la Biblioteca, el Auditorio Municipal, que era utilizado como lugar de reuniones, pero las butacas nunca habían escuchado el sonido de un violín y las salas de exposiciones no se habían estrenado. Por aquel entonces se creaba también la Escuela Municipal de Música.

Con este panorama ha sido necesaria una programación y trabajo constante para generar hábitos de consumo cultural entre la población de Caldas de Reis. No se puede pretender la participación instantánea de la población en la actividad cultural, si no tienen costumbre; hay que pensar que es un proceso, y como tal requiere un tiempo y un esfuerzo.

Aparición de Cultura Quente ¿Por qué y cómo surge?

En el año 1998, y dentro del marco del "Proyecto Thermaios. La cultura del agua", se crea el festival Cultura Quente.

El proyecto Thermaios planteaba un plan de desarrollo estratégico para Caldas, pero no sólo pretendía ir más allá de la crea-

ción de una serie de elementos o equipamientos, sino que planteaba la necesidad de un proyecto global de desarrollo económico, social y cultural.

Es por eso que se pensó en el Festival Cultura Quente como una manifestación singular de identificación de Caldas con el exterior, recuperando el espíritu acogedor y dinámico de las villas termales tradicionales como espacios modernos de cultura, de ocio y de encuentro.

No queríamos una fiesta gastronómica más, ni tampoco una actividad cara, puesto que el presupuesto era escaso. Con poco presupuesto, sólo nos quedaba vender la moto de lo alternativo en contra de lo comercial. Para conseguir la participación de las diferentes entidades teníamos que darle un carácter solidario.

El festival además de un fin en sí mismo tenía que ser una herramienta de progreso y crecimiento integrado de las personas para comunicarse y desarrollar sus potencialidades en relación con su entorno más inmediato.

Además las manifestaciones culturales, estructuradas y pensadas de forma global, son fuente de crecimiento económico y de dinamización social de la población.

Con respecto al nombre, a la denominación Cultura Quente, pretendía hacer referencia tanto al carácter de las aguas termales de Caldas como a la idea de cultura emergente, comprometida y participativa.

Así la cultura del agua, la cultura de la salud, la cultura de la diversidad, se convertirían en los elementos fundamentales de una nueva imagen de marca de Caldas de Reis.

ANÁLISIS D.A.FO. PARA CULTURA

DEBILIDADES	FORTALEZAS
<ul style="list-style-type: none"> • Falta de sensibilización • Falta de información • Falta de apoyo institucional • Desconocimiento de los recursos existentes • Escasa tradición del 	<ul style="list-style-type: none"> • Población relativamente joven y activa • Razonable nivel en equipamiento educativo • Alto nivel de población universitaria • Existencia de un patrimonio natural, cultural e histórico-artístico

<p>empresariado local en el papel de mecenazgo cultural</p> <ul style="list-style-type: none"> • Alto individualismo • Bajo nivel de participación en la vida pública en general, y en la cultural en particular • Déficit de estructuras de ocio y esparcimiento. Pérdida de la identidad colectiva, sobre todo la vinculada al mundo rural (tradiciones), adquiriendo una mayor importancia los valores urbanos • Escasa y mala señalización 	<p>importante</p> <ul style="list-style-type: none"> • Potencial etnográfico, molinos, cruceros, petos de ánimas, ritos, artesanía, ... • Riqueza cultural • Amplia oferta festiva, diversificada, y en la zona hay algún evento con proyección internacional • Experiencias de intercambios culturales con otros pueblos y culturas
<p>AMENAZAS</p>	<p>OPORTUNIDADES</p>
<ul style="list-style-type: none"> • Escasa formación de los directivos de las asociaciones • Escasa formación de los más jóvenes en la tradición colectiva y asociativa • Patrimonio cultural, natural, histórico y artístico en mal estado de conservación • Este patrimonio está escasamente valorado • Precarias infraestructuras y servicios turísticos • Falta de empresas que gestionen íntegramente servicios de ocio, cultura y turismo • Escasa formación en los profesionales de alguna de estas actividades • Falta de promoción y difusión • Escasez de alojamientos 	<ul style="list-style-type: none"> • Potenciar el Camino Portugués • Incipiente asociacionismo • La creciente participación de mujeres en la sociedad debe servir de revulsivo • Implicación de población joven • Potencial gastronómico • Existencia de rutas de senderismo • Buenas comunicaciones. Alta accesibilidad • Cercanía a centros históricos y playas • Amplias posibilidades de desarrollo termal

ESTRATEGIAS
<ul style="list-style-type: none"> • Potenciación del departamento de cultura, oficina de turismo y O.M.I.X. • Trabajos y estudios de investigación sobre el turismo cultural • Sensibilización a las empresas • Organización de eventos dinamizadores "CULTURA QUENTE" • Desarrollo de técnicas de animación sociocultural • Complementariedad con otro tipo de infraestructuras (p. ej. educativas) • Plan de formación específico • Fomento del asociacionismo • Catalogación del patrimonio • Delimitación de zonas protegidas • Utilización del patrimonio y de la oferta lúdica como plataforma para la promoción del territorio • Establecimiento de lazos culturales con otros pueblos y otros festivales • Señalización del patrimonio y confección de guías y mapas • Creación de puntos informativos fuera de la zona donde promocionan el evento. Pero también dentro de la zona crear los "puntos informales de información" (pubs) • Apoyo y promoción a la creación artística en el territorio, exposiciones, becas, certámenes • Diversificar la oferta de alojamientos (campings)

CULTURA QUENTE

Un bullicio creativo. "Un lugar culto y próspero. Algo tabernario. Pelin kanalla"

Cultura Quente como actividad cabe ubicarlo dentro de las nuevas políticas culturales emergentes, es un proyecto pequeño, dimensionado, NO NOS QUEREMOS COMER EL MUNDO, sólo queremos ayudar a salir de ese desierto cultural que a veces son los pueblos. El producto que queríamos vender era esa tierra de nadie en la que conviven el treintañero con el adolescente, el heavy con el pop, el folk con el rock, la manzanilla con el whisky. Es el momento del año en el que demostramos ser un pueblo caliente donde a veces, y sólo a veces, lo que baja es la temperatura (y agua en abundancia).

El festival es un elemento integrador, donde la insistencia pública ha permitido la permanencia del festival y transformarlo en una de las señas de identidad del Caldas actual.

Esta combinación de ocio y ecología, turismo y cultura no se debe a un esnobismo estético o cultural sino que es una apuesta de futuro que está consiguiendo dinamizar el pueblo y esto nos da un cierto toque de exclusividad.

El festival debía ser el resumen de cómo nos gustaría que fuese el pueblo: *Lugar culto y próspero. Algo tabernario. Pelín kanalla*, un espacio cultural reconocido, reconocido sobre todo por su bullicio creativo, que nos instale en la modernidad y la vanguardia.

Había que conseguir que desarrollo sostenible, calidad, puesta en valor, participación sean palabras que formen parte de nuestro discurso básico.

Se trataba pues de un *proyecto nuevo* porque nunca hasta el momento se habría programado como cita en la que convivieran manifestaciones artísticas de las diferentes disciplinas, espacios para la reflexión social y momentos para la participación popular y voluntaria.

El *proyecto era provocador*, porque buscó poner en contacto manifestaciones culturales y sociales aparentemente antagónicas para que se cruzaran sus potencialidades. Hubo espacios en los que la tradición estuvo al lado de las manifestaciones más innovadoras, se buscó la complicidad entre la reivindicación de las asociaciones (ONG) y el voluntariado popular.

Se exhibieron fórmulas artísticas de la mayor actualidad en espacios y ante un público que nunca había consumido este tipo de manifestaciones.

Se vinculó la manifestación cultural con la reivindicación social y se hizo explícito el contenido ideológico de los movimientos asociativos.

Con la innovación garantizamos el futuro del proyecto y con la provocación estimulamos la implicación social.

Objetivos del festival CULTURA QUENTE

OBJETIVO GENÉRICO: Desarrollo local

- 1.- Salud democrática
- 2.- Espacios de expresión y creatividad integral
- 3.- Intercambio cultural

OBJETIVO CONCRETO: Promoción local

- 1.- Participación ciudadana
- 2.- Compromiso
- 3.- Innovación

OBJETIVO ESPECÍFICO: Fomento de la cultura y el arte

- 1.- Multiculturalidad
- 2.- Expresiones emergentes
- 3.- Defensa de la cultura gallega

A la hora de concretar un poco más los objetivos citaríamos:

- 1.- Crear una oferta cultural puntual de gran nivel que estimule el consumo cultural y la creación artística el resto del año.
- 2.- Integrar a la sociedad civil en un proyecto global para potenciar la imagen de la población y para generar nuevas expectativas de crecimiento y calidad de vida.
- 3.- Convertir el festival en una herramienta clave de la difusión y explicación del plan de desarrollo estratégico Thermaios, la cultura del agua.
- 4.- Potenciar aquellas manifestaciones culturales y equipamientos públicos existentes en Caldas de Reis para dinamizar su disfrute y su uso.
- 5.- Proponer Caldas de Reis como espacio ideal de intercambio cultural, receptivo a nuevas propuestas y aglutinador de manifestaciones culturales atractivas para el conjunto de su comarca, entendiendo la salud como una manera de vivir, cada vez más autónoma, gozosa y solidaria, buscando la armonía de la persona consigo misma, con los demás y con el resto de la naturaleza.

De ahí surge la idea inicial del festival, que se trabajaría desde tres puntos de vista:

1.- Fomento de la salud individual:

La del organismo. Estimulando la adquisición de hábitos personales saludables. Antes que nada proponemos a las personas que estén bien consigo mismas.

2.- Fomento de la salud colectiva:

Referida a la salud cívica, la salud del cuerpo social. Estimulando la comunicación entre las personas, el trabajo colectivo y la interrelación entre diferentes culturas, diferentes niveles económicos y diferentes edades.

3.- Fomento de la salud global:

La ecológica y medioambiental. Estimulando el respeto a la naturaleza y al entorno general. Fomentando valores de sostenibilidad. No podemos mejorar nuestra calidad de vida si nos movemos en un entorno degradado.

Por tanto planteábamos la consecución de una salud física, psíquica, colectiva y social. No podía ser sólo venir a tomar las aguas de Caldas.

Para poner en un festival todos estos ingredientes fueron necesarias un par de borracheras y algún parto doloroso, pero se consiguió dar forma y se consiguió que cada año el festival tuviera una temática que no fuese una fiesta, sino el altavoz para un discurso, el marco para que cualquier colectivo comprometido encontrara su espacio.

Así, el primer año el lema fue "Por la participación y el compromiso", y tuvo como referencia el pueblo de Chiapas. Se organizó un encuentro, una feria de ONGs, asistiendo casi treinta organizaciones diferentes, cada una con sus objetivos y su lucha. Desde las más conocida como Manos Unidas a otras minoritarias como Ingenieros sin Fronteras. Todas ellas compartieron escenario y de su foro de debate surge un manifiesto a favor de los Derechos Humanos, que sería ratificado por el Pleno del Ayuntamiento, donde también se aprueba la dedicación del 0,7% del presupuesto municipal a causas humanitarias.

La segunda edición del festival tendría como lema "CQ, por la diversidad y la utopía", y se invitó y se le dio el premio al com-

promiso a la Asociación Argentina Madres de la Plaza de Mayo, por su lucha contra la impunidad.

La tercera edición del festival giraría entorno a "La Cultura de Paz", en referencia al Año Internacional de la Cultura de Paz, declarado por la UNESCO. Fue la UNESCO la que declararía al festival como acto emblemático del Año Internacional de la Cultura de Paz. Tuvimos el honor de contar con la embajadora y coordinadora general en España, que participaría en el festival.

LOS PROYECTOS ESTRELLA

Caldas quente viu e quente ve !!

Es una campaña pensada para la mejora del paisaje urbano, que merece permanecer abierta todo el año, que acentuamos durante el festival, con la pretensión de despertar el orgullo por lo hecho y que nos estimule a seguir colaborando en lo mucho que queda por hacer.

La acogida de esta campaña fue entusiasta por parte de la gente y cabe destacar que el verdadero motor de la campaña fueron las asociaciones de jóvenes, mujeres y la agrupación local de Protección Civil. La iniciativa se reveló como un instrumento eficaz al servicio de la participación ciudadana.

Esta propuesta de embellecimiento consigue en poco tiempo un asombroso grado de identificación popular con el mensaje.

Si algo pretende el "Caldas quente viu e quente ve" es que la gente sintiese el espacio urbano como propio, la calle como una prolongación de su vivienda.

La frase escogida es además un hallazgo que pone de manifiesto una voluntad de cambio, de transformación.

Es un poco ¡arreglar la casa que vienen las visitas! y recuperar la confianza en nosotros mismos, con un tremendo contenido positivo de mejora estética y funcional.

Que la consigna sea mejorar el paisaje urbano es un acto de realismo y modestia, lo cual implica la realización de trabajos sobre pequeñas infraestructuras, detalles ornamentales, limpiezas concretas, ... No sería entendible desde la perspectiva de un festival,

el querer organizar una cruzada sobre el paisaje o las grandes infraestructuras. Ese objetivo nos instalaría en la utopía y además prostituiría el experimento lúdico y participativo del festival.

Las correcciones acometidas en pasadas ediciones fueron:

- Retirada de una excesiva y antigua señalización vertical
- Retirada de cartel anunciador de la Plaza de las Palmeras
- Flores en la calle
- Flores en el Puente de la Herrería
- Mejorar en la limpieza urbana

De cara a la edición de este año deberíamos potenciar mucho este apartado

Organización: Estará a cargo de los concejales correspondientes y los servicios municipales.

Fecha: 1ª semana del festival.

Lugar de celebración: Por todo el pueblo.

Programa: Intervención en Las Palmeras consistente en la sustitución y renovación del suelo, supresión de la señalización por excesiva y vieja. Supresión de semáforos y chorrado a presión de plazas y maceteros.

Participantes: Protección Civil, Asociación Juvenil Arroutada, Servicios Municipales.

Financiación: Propia del Ayuntamiento.

Responsable: Rafael Blanco (ADL), Gustavo Sabarís.

Caldas en flor

Los árboles, las flores y la policromía son valores de la naturaleza que no tienen por que estar ausentes de la vida urbana. Es un buen argumento para movilizar a los ciudadanos intentando conseguir que todos los años la primavera se prolongue.

Debemos dar a los árboles, a las plantas, a las flores la función ciudadana del equilibrio relajante de nuestro paisaje urbano.

Que nuestros balcones se llenen de flores. ¡Que Caldas se llene de color!, ¡Que Caldas se llene de flor!

En los primeros días de enero el Ayuntamiento compra semillas, bulbos y flores, los servicios municipales de jardinería las cuidan

y, finalmente, a principios de julio la asociación de mujeres, durante un curso de arte floral, las planta en las plazas y aceras de la villa.

Por último, durante el festival se regalan flores con el fin de que los balcones se adornen de color. Pero, a ser posible, debemos huir de los folclorismos, debemos velar por un respeto de la autenticidad.

Organiza: Asociación de Mulleres Celenis.

Fecha: Primera quincena de julio.

Lugar de celebración: Mercantil, Escuela Taller y maceteros de todo el pueblo.

Participación: 2 grupos de 20 personas.

Financiación: A cargo de Unións Agrarias. Curso de arte floral y financiación propia.

"Cultura do viño, cultura do camiño"

En el año 2000 incorporamos al programa la celebración de una feria del vino albariño, pues el ayuntamiento está dentro de la D.O. de este caldo. Era la innovación del año y el éxito fue total. Es ahora uno de los platos fuertes del programa. Sirvió para la creación de sectores que agrupan a agentes económicos básicamente agricultores. Es una ventana abierta a la promoción económica de los productos agroalimentarios locales. Supuso también una participación activa de expertos técnicos, pudiéndose decir que es una de las típicas actividades vinculadas al territorio, que como elemento dinamizador de un determinado sector poblacional cumplió un papel importante, pues al calor de este evento surgió la asociación de bodegueros de la zona, que es ahora la encargada de la organización de la feria. Hay también alrededor de este evento charlas, cursos, concursos y conferencias. Tratamos también de resaltar el paralelismo y las influencias del Camino de Santiago. Se conservan documentos históricos que recogen los diarios del Padre Sarmiento donde se hace referencia a Caldas, presentándola como un lugar donde paraban a comer y beber para que los peregrinos "colleran folgos" necesarios para recorrer el último tramo del camino.

También nos interesa revalorizar el mágico mundo vinícola, lleno de tradición, esfuerzo y leyenda. Hay vestigios ancestrales que demuestran la importancia del vino en la historia del Camino de Santiago.

Por último, ofrecemos un espacio para la distensión social, la exuberancia y la locuacidad, son algunos de los efectos del vino, y ese reto o acontecimiento social que se produce a su alrededor.

Organiza: Asociación de bodegueros.

Fechas: 14 - 15 de julio.

Lugar de celebración: Paseo de las Palmeras.

Asistencia: 20/25 bodegas.

Financiación: Ayuntamiento, Unions Agrarias, Delegación Provincial de Agricultura.

Responsable: Miguel Alfonso.

Exposiciones

El objetivo es convertir Caldas en una auténtica galería de arte al aire libre o en salas de exposiciones. Con anterioridad las propuestas que nos resultaron más interesantes fueron aquellas que además del atractivo artístico añadían un atractivo de tipo medioambiental, documental, etc.

Entre las más significativas durante las ediciones anteriores cabe destacar:

- Colección de nidos de pájaros, una muestra con un amplio impacto medioambiental.
- Carteles de Picasso, conjunto de carteles de Picasso inéditos en Galicia, conseguidos a través de un intercambio con un museo catalán, de Caldas de Montbui concretamente.
- Talla directa, muestra de escultura al aire libre con la participación de 8 valores gallegos.
- *Las villas termales de Europa*, del arquitecto rumano Mihail Moldoveanu, obra que ha sido expuesta con anterioridad en París, más concretamente en el Centro Pompidou.

- Otras de interés fueron Mail-art, poesía visual, la mirada zapatista, etc.

Organiza: Departamento de Cultura.

Fechas: Del 1 al 30 de julio.

Lugar de celebración: Auditorio Municipal, Biblioteca, Iglesia Parroquial, aire libre.

Financiación: Propia del Festival.

KALDARTE - Arte transgresor - Arte Provocador

Dentro de la colaboración establecida con las universidades, tanto Vigo, como A Coruña y Santiago participan habitualmente en algún acto, es de destacar la de mayor calado, la Facultad de Bellas Artes de Pontevedra. Durante una semana alrededor de una veintena de alumnos de los últimos años de carrera realizan una serie de intervenciones plásticas por el pueblo, graffitis, murales, pintura, escultura, etc., muchas de ellas con una intención claramente provocadora. Se exhiben fórmulas artísticas de la mayor actualidad en espacios y ante un público que nunca había consumido este tipo de manifestaciones. Es sin duda uno de los eventos estrella del festival, donde estos alumnos de Bellas Artes intervendrán en diferentes espacios urbanos, con diferentes propuestas con el objetivo de revalorizar Caldas y sus rincones cotidianos.

Organiza: Facultad de Bellas Artes.

Financiación: El propio festival.

Participación: 20/25 alumnos de los últimos cursos de carrera.

Duración: Una semana.

Lugar de celebración: Intervenciones artísticas por todo el pueblo.

Semana solidaria

Se vinculó la manifestación cultural con la reivindicación social y se hizo explícito el contenido ideológico de los movimientos asociativos. Es preciso no olvidar la utopía.

Algo que nos hace absolutamente diferentes a los demás festivales es el aporte de la semana solidaria. ¿En que consiste? Pues aprovechando el ambiente festivo y el alto nivel participativo, sobre todo de jóvenes, tratamos de asentar y difundir valores socia-

les como la solidaridad, la justicia, etc., esto además de imprimirle un carácter único al festival sirve para potenciar la imagen a nivel gallego del Ayuntamiento de Caldas.

Es tal la importancia que le damos, que ya mismo en la selección de los eslóganes para las distintas ediciones pusimos énfasis para que se notase esta diferencia, para que se notase que la semana de la solidaridad no era un tema menor, esta 4ª edición la dedicaremos a "los movimientos migratorios".

Las actividades con las que se pretende que los vecinos modifiquen su mirada sobre los problemas del mundo son exposiciones, presentación de libros, proyecciones, cuentacuentos, foros de debate, ferias de ONGs, ferias de comercio justo, seminarios específicos, compromisos con grupos concretos como Chiapas o el pueblo saharauí.

Las últimas ediciones incorporaron una mirada hacia la solidaridad interior con acciones de corte medioambiental o una donación masiva de sangre.

Otras medidas que causaron cierto impacto fue la recogida de firmas para el MANIFIESTO 2000 o la "Noite solidaria".

En afán de implicar a más y más gente, en la edición del 2000 se abrió una sección de solidaridad para los más jóvenes (infantil), consistente en cuentacuentos solidarios, fiesta infantil solidaria o una merienda solidaria.

También es de destacar que auténticas primeras figuras de la solidaridad internacional nos honraron con su presencia y dictaron conferencias de prestigio: Hebe de Bonafini, la mítica abuela de la Plaza de Mayo, o Almudena Mazarrasa, Coordinadora del Año Internacional de la Cultura de la Paz de la Comisión Española de la UNESCO.

Organización: Cruz Roja, Solidaridad Internacional, Centro Regional de Transfusiones de Sangre.

Fechas: 15 al 22 de julio.

Programa: Feria de comercio justo, donación de sangre, recogida de vidrio doméstico.

Responsable: Departamento Municipal de Servicios Sociales.

Localdense

En el fondo lo que buscamos es una excusa brillante para revalorizar y mostrar todo aquello que ya tenemos, prestando especial atención a los jóvenes y a los colectivos ya existentes, con lo cual estaremos convirtiendo el festival en un escaparate de la acción municipal.

Por otra parte, los actos de programación de este apartado son momentos idóneos para la realización de algún sondeo en relación con las necesidades culturales e incluso sociales de la población.
Fechas: Entre el 1 y el 22 de julio.

Lugar: Todo el pueblo.

Grupos: Coral Polifónica, Escuela de Música, Grupo de Danzas Edovio, Escuela Municipal de Danza, Escuelas Municipales Deportivas, Escuela Taller, ...

Responsable: Departamento Municipal de Cultura.

Formación

Se trata de un conjunto de talleres y cursos dirigidos a quienes quieran descubrir o desarrollar sus capacidades.

Las propuestas para este año son:

- Curso universitario:
 - Gestión del Patrimonio
- Cursos para escolares:
 - Dibujo
 - Astronomía
 - Caligrafía
 - Modelado de barro
- Cursos para adultos:
 - Arte floral
 - Cata vinos
 - Globoflexia

Organización: Cada uno de los cursos depende de un colectivo diferente.

Duración: Entre los días 1 al 22 de julio.

Participación: 200 personas.

Lugar de celebración: Auditorio Municipal, aulas del Instituto, Escuela taller y al aire libre.

Financiación: Unions Agrarias, Ayuntamiento, financiación privada.

Responsable: Departamento Municipal de Cultura.

Conciertos

A pesar de ser la actividad que mueve más simpatizantes, nosotros la queremos utilizar como medio y no como fin. Si bien es cierto que se llevan "un buen pellizco" de presupuesto, su papel es actuar como reclamo, herramienta, etc.

Se trata de primar a grupos emergentes.

Organización: Cada fin de semana se encargan grupos diferentes, según hablemos de folk, rock o cantautores.

Duración: Tres primeros fines de semana.

Lugar: Recinto Ferial.

Financiación: Caixanova, Tiendas Tipo y el propio festival.

LOS PRODUCTOS PERIFÉRICOS Y COMPLEMENTARIOS

Deporte alternativo

El verano, el entorno, el río y la afición hace que estemos en el momento del año más propicio para programas como "deporte na rúa" y otros eventos.

Es clave el kayak-polo, con gran arraigo en la villa, al igual que el piragüismo, water-polo en el río, fútbol-playa. En la edición del año 2000 introdujimos el triatlón, con gran éxito de participación.

Financiación: Del propio festival.

Organización: Asociación Juvenil Arroutada.

Responsable: Concejales de Cultura.

Conferencias

No es el aspecto más concurrido y si hacemos algo de auto-crítica debemos decir que a pesar de haber estado conferenciantes de nivel nunca logramos contactar con una mayoría significativa, tal vez debemos reintentarlo con temas más ¿"light"?

La selección de temas fue más pensando en el "consumo individual ilustrado" que en el fomento y la generación de hábitos de consumo cultural más generalizado.

Ludoteca y animación de calle

Durante los días del festival funciona la ludoteca, con dos objetivos: que los padres dispongan de un cierto tiempo libre y generar ya hábitos en los más pequeños; y desde la "Maga Rulana" y otros cuentacuentos hasta los juegos cooperativos están presentes en el Festival.

En animación de calle, desde luego lo más brillante son "las performances".

Recital poético

Es un tema minoritario, intimista y con colorido. Es de los eventos que le dan cierto "pedigrí" de nivel, de categoría al evento.

La organización corre a cargo del profesor Leira, y está asentado en el Festival.

Cuentacuentos

Concita bastante interés en los jóvenes y pasaron por el Festival "cuenteros" de todas las nacionalidades. Suele financiarlo Edicións Xerais.

Ciclo de cine

Toda vez que existe una cierta afición al cine en Caldas se pensó en hacer de las plazas del pueblo salas de cine al aire libre y para temas clásicos: "western", "policíacas", y directores o actores legendarios. La financiación corre a cargo del Festival y la organización es a través del Cine-club de Pontevedra.

GESTIÓN

La Fundación "Cultura Quente" y el Plan Estratégico Cultural

Cualquier proyecto de dinamización cultural conlleva un amplio abanico de acciones, cada una de las cuales requiere un considerable esfuerzo para ser cumplimentada y desarrollada. Para que

esos esfuerzos sean efectivos se requiere la participación y la coordinación de todos los agentes, autoridades, grupos e individuos con ganas, responsabilidad y compromiso con el desarrollo local.

Para ser coherentes con la idea cultural del evento deberíamos ir hacia formas de gestión descentralizadas y autónomas, que superen la dicotomía público-privado y que faciliten la ineludible necesidad de la diversificación de las fuentes de financiación.

Es por eso que para la edición del 2001 creamos la Fundación Cultura Quente, que como objetivo base tiene la elaboración del Plan Estratégico Cultural.

Un Plan Estratégico Cultural no es trabajo teórico de gabinete, ni un voluminoso estudio descriptivo de un municipio. Ha de ser un instrumento operativo y debe, por ello, recoger propuestas concretas y variables, junto con las actuaciones necesarias para llevarlas a cabo.

En definitiva, es un proceso de debate, de reflexión colectiva, de recogida de sugerencias y propuestas. Por ello se deben incorporar al mismo el mayor número posible de personas e instituciones, que contribuyan con su esfuerzo diario a la continua revitalización del territorio.

El "hecho cultural" hoy se percibe como una mercancía que ha de ser atractiva, interesante y competitiva.

La planificación estratégica aplicada al territorio, aplicada a la cultura, debe interrogarse: ¿hacia dónde vamos?, ¿hacia dónde queremos ir?, ¿coincide? En función de las respuestas fijaremos las estrategias, pero para llegar a ellas será preciso fijar previamente unos objetivos. Controlar el futuro del territorio, conseguir su promoción y mejorar su situación en relación a otras zonas competidoras.

Cada objetivo específico se materializa en una serie de actuaciones concretas. Una planificación estratégica de futuro debe contar con los siguientes criterios:

- El Plan Estratégico Cultural debe ser sólo una parte de un proyecto de desarrollo local endógeno.

- Debe desarrollarse en el marco de la autonomía local, pero a la vez debe dar un mayor protagonismo a la sociedad civil.
- Debe fomentar la participación y la implicación.
- Es fundamental profesionalizar al menos parte del proceso.
- Se debe apostar por la inversión en recursos humanos. En todas sus facetas.
- Es de rigor diversificar las fuentes de financiación. Esponsorización y mecenazgo son claves.
- En un municipio pequeño es importante el papel protagonista del Ayuntamiento.