GK 2018-2021

Plan estratégico de cultura

Libro 1:
Marco conceptual

Índice

Introducción.

Identidad de la organización.

Qué hacemos.

Para qué lo hacemos.

Cómo lo hacemos.

Foco de acción.

Estructura del plan.

Introducción

El presente documento es el resultado de un proceso de trabajo conjunto en el que Kultiba ha acompañado al Aula de Cultura en la elaboración del Proyecto Getxo Kultura 2018-2021.

Este proyecto surge como respuesta a la necesidad planteada desde el aula de Cultura de encaminar, desde un punto de vista estratégico y operativo, el desarrollo de futuras acciones.

Con el objetivo de cubrir esta necesidad, desde Kultiba hemos creado un documento sencillo que pueda ser útil en el día a día de los profesionales del aula.

Dicho documento cuenta con **dos apartados diferenciados:**

Libro 1: Marco conceptual: es el documento en que se recoge el marco conceptual en el que se fija la identidad de la organización. En este mismo apartado encontraremos la estructura global del plan en el que se resumen las características principales del proyecto así como las líneas estratégicas de la misma.

Libro 2: Marco operativo: En este segundo libro se definen los planes de acción a desarrollar en relación las líneas estratégicas fijadas. Los planes de acción se dividen en 3 bloques:

- Los equipamientos
- El desarrollo económico
- Los contenidos.

Identidad

Qué hacemos

"La cultura es información compartida" nos dice Mosterín. Evidentemente es una mirada antropológica pero nos sirve de punto de partida. Tenemos un conocimiento, un algo, y lo convertimos en cultura en cuanto lo compartimos. Es entonces cuando nos sirve para adaptarnos al medio, para que el grupo avance en su desarrollo. Generando un **proceso continuo** en busca de todo aquello que nos dote de libertad. Que nos libre de la sumisión al otro o al medio natural.

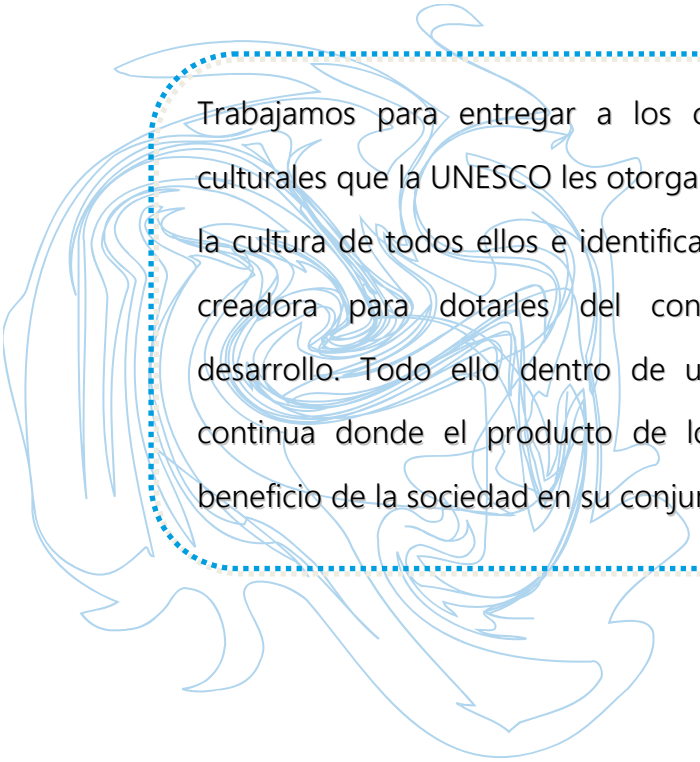
El concepto de **"inteligencia emocional"** nos enseña que las emociones son la **interpretación primigenia** que hacemos del medio en el que nos encontramos. Anteriores al racionamiento y tan necesarias como este para comprender el mundo y a nosotros mismos. Una gestión adecuada de ellas **complementa** el trabajo meramente intelectual en el proceso de desarrollo humano.

¿Y qué otra manera hay de participar en ese **desarrollo emocional**, en esa capacitación tan necesaria en la comprensión y correcta gestión de las emociones que la exposición a las diferentes **expresiones artísticas**? El arte está comprometido en una evolución no estrictamente racional de nuestra sociedad.

En una **sociedad cada día más compleja**, donde difícilmente encontramos sitio para quedarnos al margen de los acontecimientos que se nos vienen encima, la cultura puede y debe darnos recursos en los **diferentes roles** que transitamos a lo largo de nuestra vida. **Entretenimiento** para el mero observador, **criterio** a quien busca comprender y herramientas que nos

ayuden a crear algo nuevo y útil a los que decidimos pasar de una actitud reactiva a una **proactiva**.

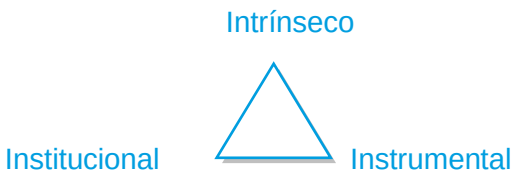
Porque cuando hablamos de crear, de creatividad, no hablamos de crear exclusivamente arte, si no que hablamos de dotarnos de la **capacidad de resolver,** de innovar, de construir salidas a situaciones nuevas y complejas. De prepararnos para los retos del hoy y del mañana desde el espíritu crítico, la visión activa, los recursos cognitivos y emocionales que el proceso de inmersión cultural puede darnos.



Trabajamos para entregar a los ciudadanos los derechos culturales que la UNESCO les otorga. Satisfaciendo el acceso a la cultura de todos ellos e identificar aquellos con capacidad creadora para dotarles del contexto necesario en su desarrollo. Todo ello dentro de un proceso de evolución continua donde el producto de los creadores revierte en beneficio de la sociedad en su conjunto.

Para qué lo hacemos

Tomemos la concepción de valor cultural que John Holden nos propone y donde dicho valor proviene de tres conceptos que dibuja así:



En el valor **intrínseco** de la cultura tenemos toda la aportación al proceso de desarrollo humano. El valor de la cultura per sé, desligada de ninguna necesidad de justificación y apoyada en los resultados que dicha aportación ha demostrado en todos los aspectos de la sociedad actual.

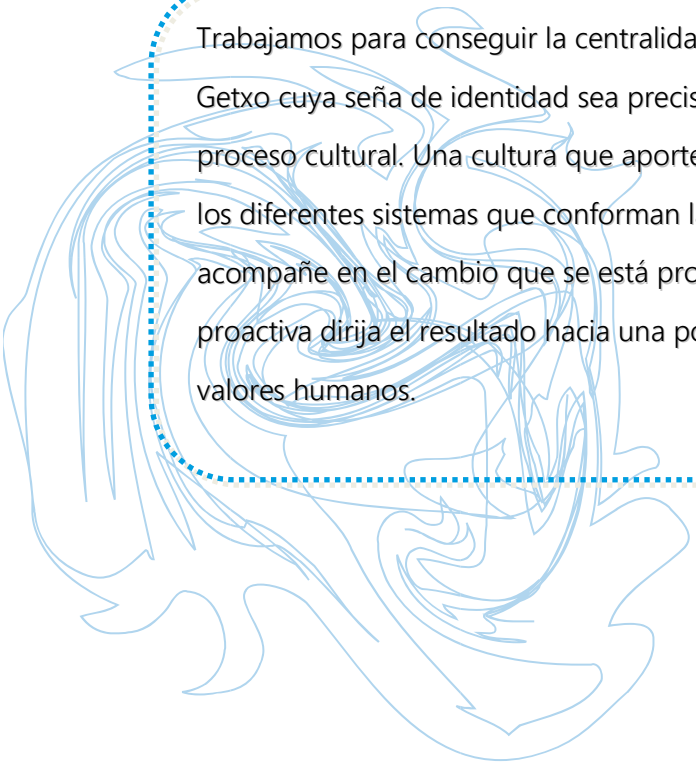
En los valores **instrumentales** tenemos las externalidades positivas que la cultura aporta en campos como la economía, la integración social y otros, que siendo conceptos culturales en sí mismos se ven beneficiados de la acción cultural en la medida en que esta genera avances en valores, moviliza recursos económicos etc.

En el vértice **Institucional** tenemos el valor de ayudar a crear una sociedad democrática, funcional y plural donde establezcamos un marco que facilite la relación entre las diferentes identidades propias y ajenas.

Buscamos fijar el vértice superior del triangulo como guía y razón de ser. Trabajar por el objetivo intrínseco pero asumiendo, aceptando y desarrollando los conceptos instrumentales e institucionales. Tomando posición e incorporándolos a nuestra planificación. La economía, lo social, la

relación con las diferentes identidades son productos culturales y parte de nuestro trabajo ordinario.

El ámbito municipal de actuación nos ofrece en la proximidad y el contacto con las personas en sus diferentes facetas como creadores o meros usuarios de la oferta el marco perfecto para conjugar las diferentes aportaciones de valor y Getxo cumple con todos los requisitos para incorporar la cultura en su ADN.



Trabajamos para conseguir la centralidad de la cultura. Queremos un Getxo cuya seña de identidad sea precisamente su aportación al proceso cultural. Una cultura que aporte valor y sea un referente en los diferentes sistemas que conforman la sociedad actual. Que nos acompañe en el cambio que se está produciendo y de una manera proactiva dirija el resultado hacia una posición predominante de los valores humanos.

Cómo lo hacemos

La visión de la centralidad de la cultura, la integración de los objetivos más allá del valor intrínseco nos obliga a una actitud proactiva en busca de los expertos en esos ámbitos. La proactividad provoca centralidad.

En un ambiente de dificultad de acceso a los recursos económicos, todo recurso destinado a la consecución de más de un objetivo está mejor posicionado en la toma de decisiones. El trabajo compartido es más viable.

Desde la propia definición antropológica, la cultura es intercambio, es relación, es proyecto común. No preferentemente el espectáculo, si no el compartir.

Otros agentes públicos y privados tienen la acción cultural como ámbito de trabajo y herramienta en la búsqueda de sus objetivos.

Los creadores viven y se relacionan continuamente con el público y los diferentes agentes.

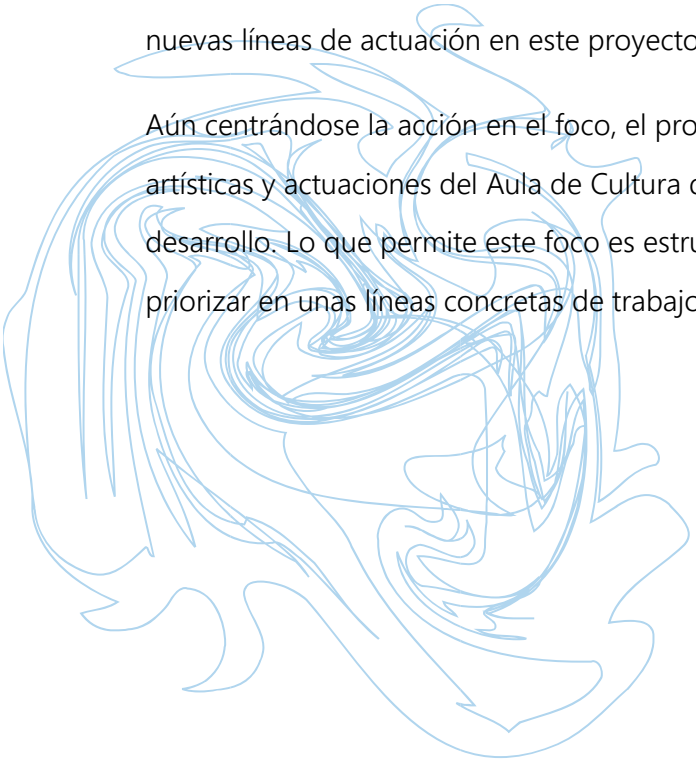
Necesitamos del público y de su evaluación continua más allá del cómputo de la mera asistencia a eventos de diferentes tipos.

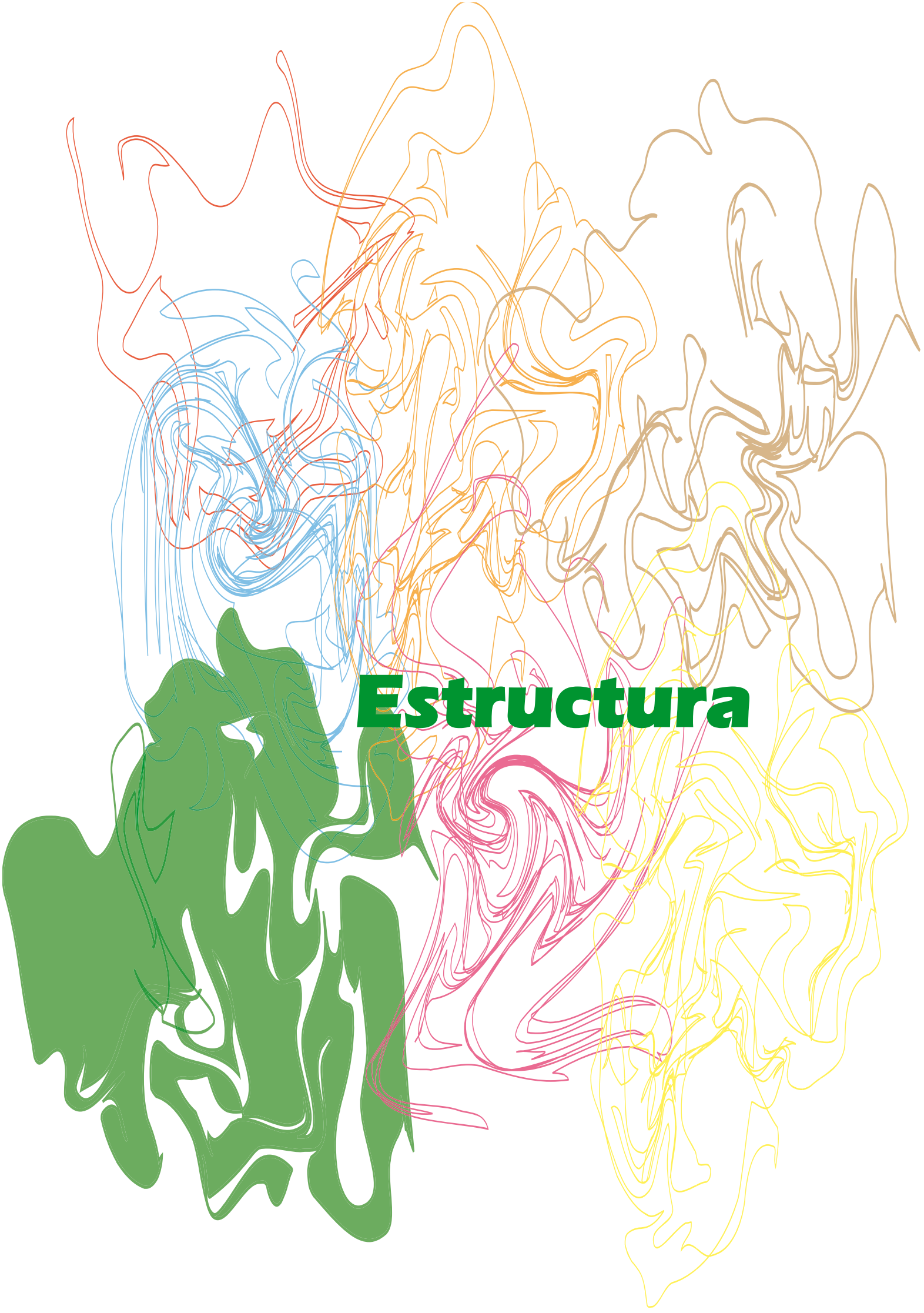
Todo ello nos sumerge en un mundo donde debemos priorizar la colaboración con el resto de agentes de diferentes niveles, haciendo que esta sea ingrediente prioritario, estratégico en nuestro quehacer cotidiano.

Foco de acción

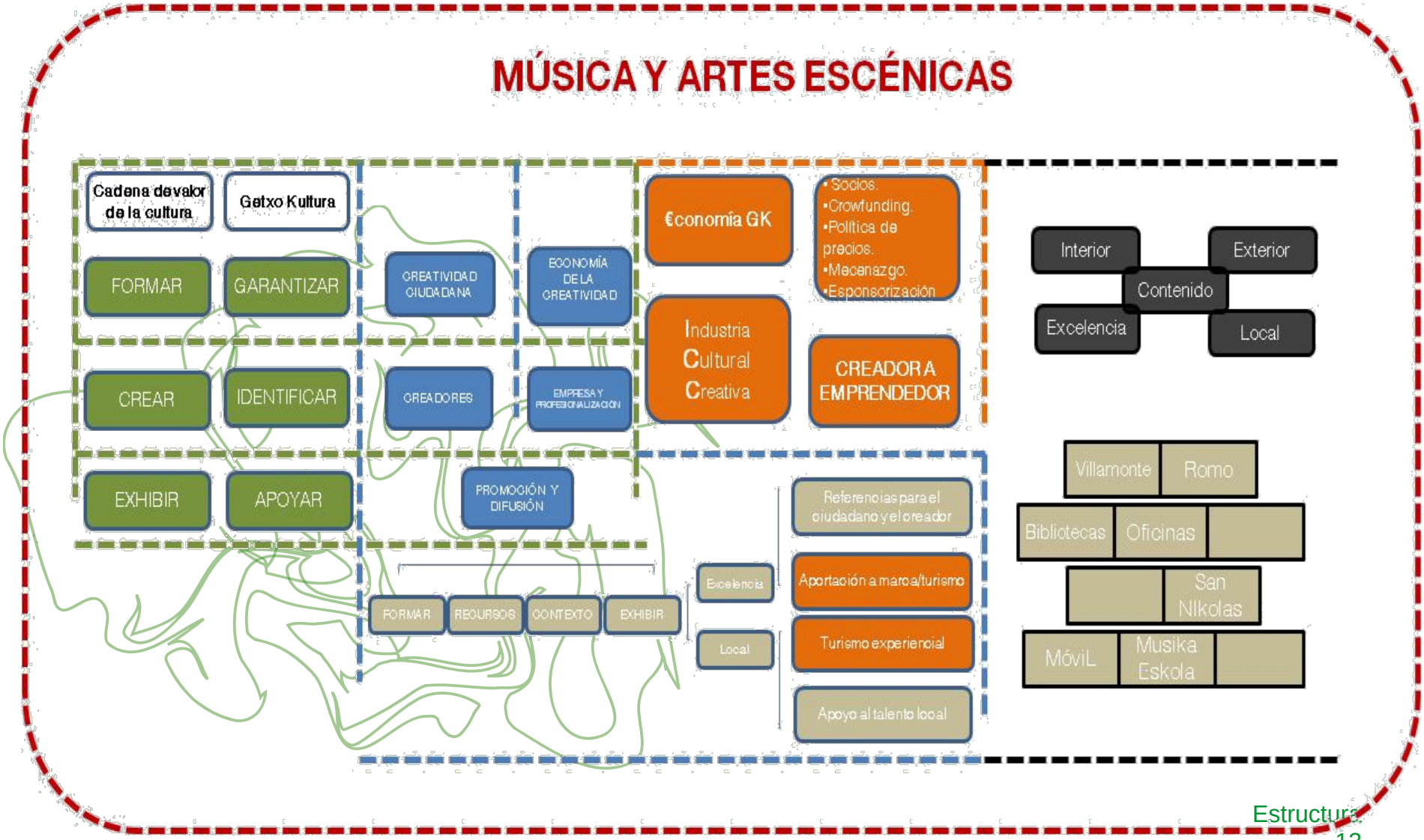
El foco en el que hemos centrado el plan de acción de este plan es la **música y las artes escénicas.** Fundamentalmente hemos basado esta decisión en dos motivos; por la tradición en el ámbito de la música y las artes en vivo en el municipio y por otro lado por la masa crítica que se mueve alrededor de las mismas y que supone una gran oportunidad en cuanto al planteamiento de nuevas líneas de actuación en este proyecto Getxo Kultura 2018-2021.

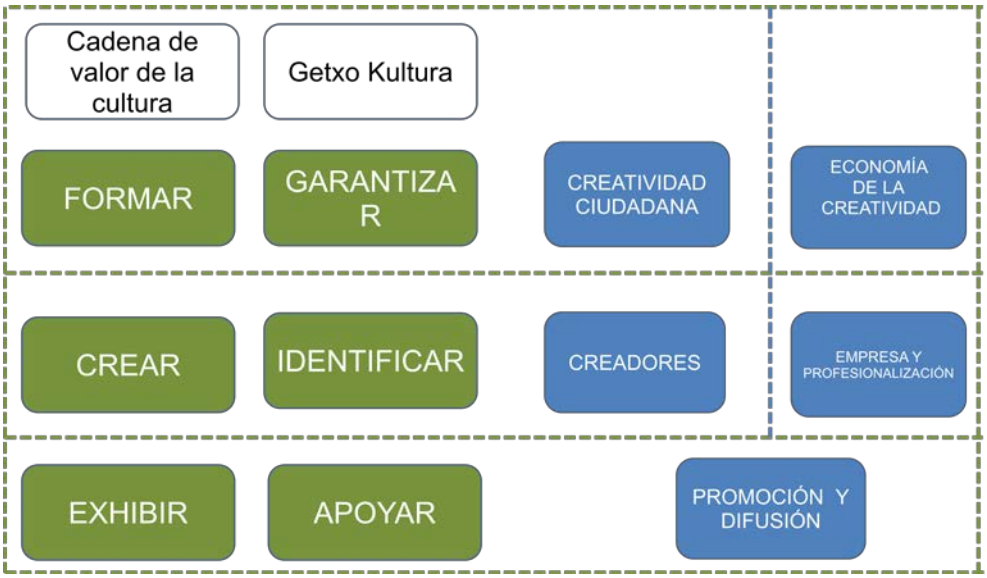
Aún centrándose la acción en el foco, el proyecto se abre a otras disciplinas artísticas y actuaciones del Aula de Cultura que actualmente están en desarrollo. Lo que permite este foco es estructurar el trabajo y el esfuerzo y priorizar en unas líneas concretas de trabajo.




Estructura

Estructura general





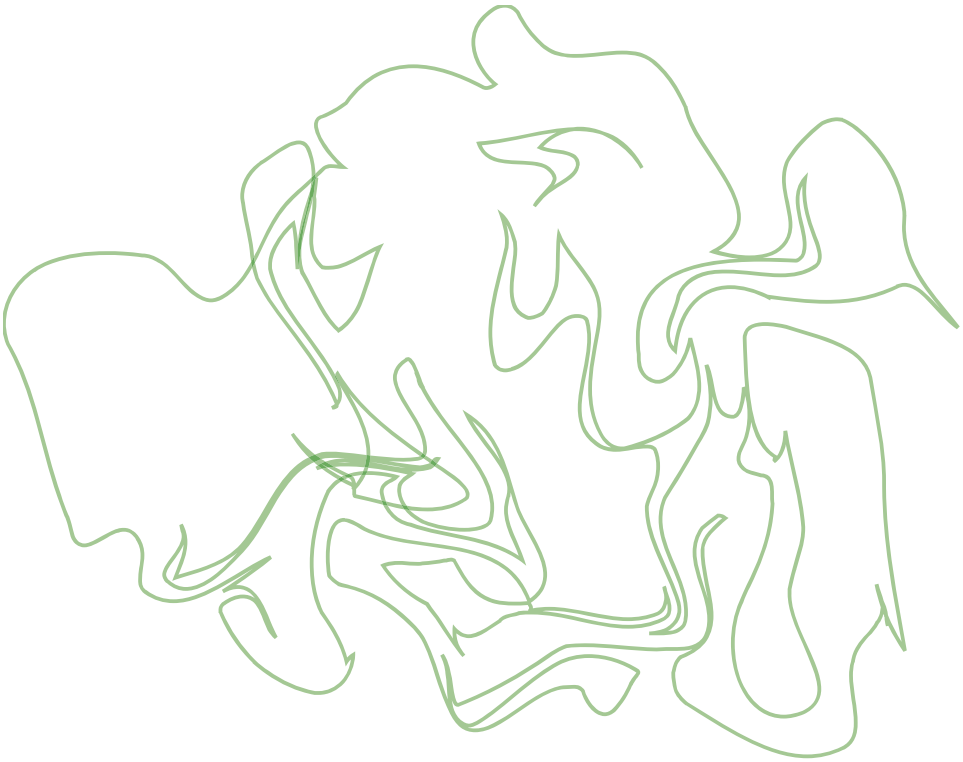
Tomamos como base el trabajo realizado en el Plan Vasco de la Cultura para recoger la definición que hace de la cadena de valor de la cultura [① formación/investigación-② Creación-③ Producción-④ distribución-⑤ consumo cultural] y para incorporarla a nuestro esquema de trabajo la reducimos a una estructura que siendo más simple comprende las tres fases más importantes [① formación-② creación-③ exhibición].

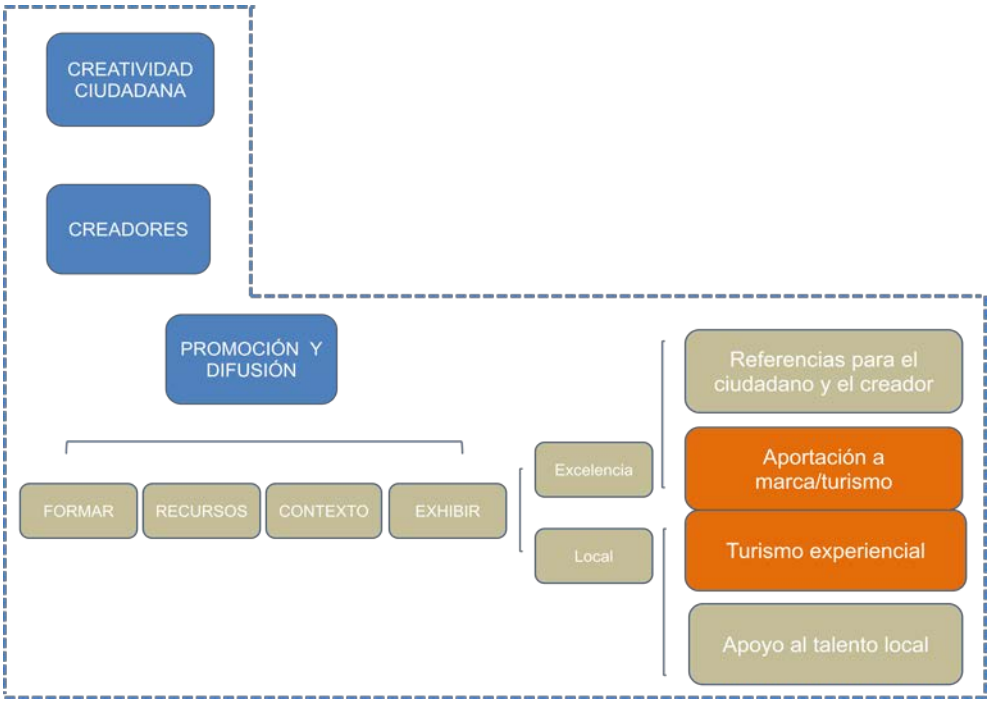
Al fijar la base del plan, hemos definido que trabajaremos para garantizar el acceso y dar referencias al público en general, para identificar a los creadores y poder apoyarles en su labor. [① Garantizar- ② Identificar- ③ Apoyar].

En un ámbito de tratamiento general deberemos abordar las necesidades de la creatividad ciudadana y de la economía que de ella deviene.

Estableceremos los mecanismos para poder identificar a los creadores y a las oportunidades de profesionalización de los mismos.

Finalmente promocionaremos en el más amplio sentido de la palabra con nuestros conocimientos y recursos la creatividad detectada de manera que sus resultados reviertan en la sociedad.





Trazamos la línea de trabajo que nos lleva desde la creatividad ciudadana, la garantía de acceso y la identificación de los creadores hasta el trabajo de promoción.

Dicha promoción, incluyendo el concepto difusión, no deberá circunscribirse a la mera exhibición de contenidos. Deberemos trabajar en los cuatro campos en los que nuestros conocimientos y recursos nos posicionan como referencia.

- Formar: de manera general a todo el público pero deberemos articular formación específica para aquellos que tengamos identificados como significativos.
- Recursos: económicos, espacio, comunicación…
- Contexto: Posibilidades de que quien a solas no puede, de nuestra mano se acerque a los lugares y personas que les pueden posicionar.
- Exhibición de contenidos. Trabando dos grandes campos de manera articulada.

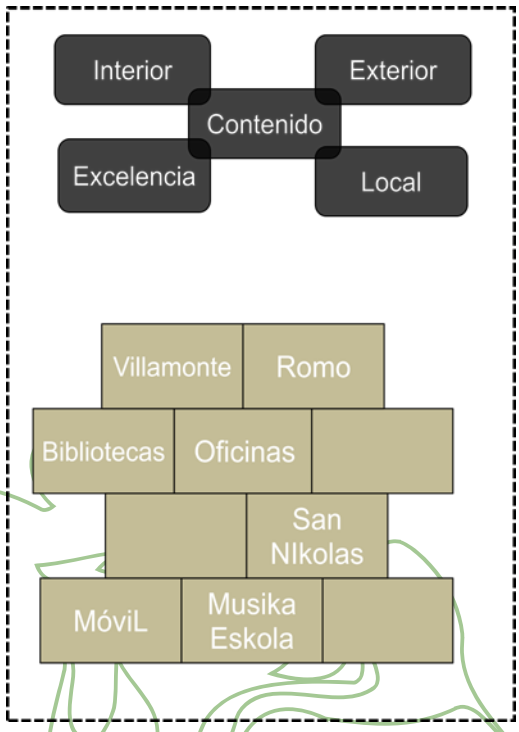
- Exhibir calidad, excelencia que sirva para traer referencia, conocimiento y emoción para nuestro público y nuestros creadores. Aquí encontraremos un valor instrumental en su aportación a la marca Getxo y al turismo.
- Exhibir talento local, de tal manera que sirva como instrumento de apoyo a dicho talento. Pero también podremos trabajar valor creando un atractivo en un municipio vivo en busca de un turismo experiencial. Sin dejar de considerar todo el potencial de desarrollo económico que las industrias culturales y creativas poseen en el municipio de Getxo.

En el proceso de avance desde un tratamiento generalista de la economía de la creatividad [en la que el propio Getxo Kultura está inmersa con sus necesidades de viabilidad] hacia un fomento de la profesionalización del talento local debemos de pasar por unas fases similares a las que llevan de la creatividad general a los creadores.

Identificación y apoyo [formación, recursos, contexto y en este caso comercialización]. Es aquí donde entra el proyecto Creador a emprendedor que explicaremos más adelante pero a modo de introducción adelantamos que trabaja en todos aquellos aspectos en el que el creador adolece de falta de competencias para emprender una actividad respaldada por el mercado.

Este trabajo debe de realizarse en colaboración con el departamento de desarrollo económico y debemos aprovechar esta relación y sus conocimientos para encarar aquellos aspectos de la viabilidad económica de Getxo Kultura en los que tenemos oportunidad de mejora.

- Establecer una política común de precios que luego tenga su adecuación a las actividades específicas según sus realidades y contenidos.
- Un plan de trabajo que tenga como objeto una fidelización de socios al proyecto. Buscando avanzar en el propio concepto de socio incluyendo las nuevas realidades como el crowfunding.
- Ligado con lo anterior explorar las posibilidades que el mecenazgo y la esponsorización ofrecen en relación a un grupo humano fidelizado y a una marca embarcada en la creación de empleo y el desarrollo del territorio.



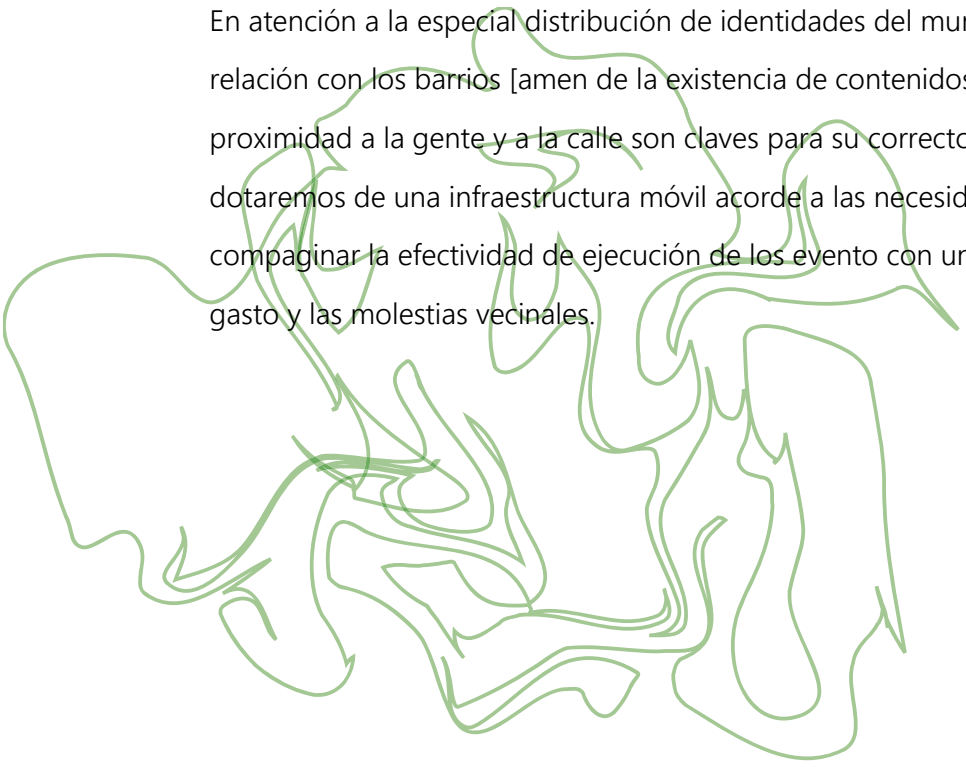
Debemos considerar el conjunto de equipamientos como lo que es: un único sistema de gestión de recursos al servicio de los objetivos del Aula.

Son las características específicas del contenido de cada actividad lo que debe de servirnos como guía a la hora de decidirnos por un espacio concreto, por

uno exterior o por uno interior, por uno que aporte proximidad o uno que vista la actividad de cierto aire de referencia.

Pero no debemos de olvidar que en un futuro próximo se incorporan dos nuevas infraestructuras que convierten el uso intensivo de equipamientos de calle en una opción. Una opción con evidentes desventajas con respecto a los espacios acondicionados permanentemente. Por lo menos en dos aspectos: en lo referente a la economía de uso cotidiano y en lo referente a las molestias a los vecinos colindantes con las infraestructuras efímeras, cuyas incomodidades se extienden más allá de las fechas estrictamente dedicadas a cada actividad.

Debemos aprovechar las características que nos ofrecen los nuevos equipamientos de Romo y San Nikolas en cuanto a su capacidad para apoyar tanto la formación como la creación y la exhibición para dotarnos de un plan que equilibre y otorgue un tratamiento específico a cada una de la líneas de trabajo.

Complementado con un plan de actuación sobre las infraestructuras actuales con especial atención a la situación de las bibliotecas.

En atención a la especial distribución de identidades del municipio y su relación con los barrios [amen de la existencia de contenidos donde la proximidad a la gente y a la calle son claves para su correcto desarrollo] nos dotaremos de una infraestructura móvil acorde a las necesidad de compaginar la efectividad de ejecución de los evento con una reducción del gasto y las molestias vecinales.