SEGUNDO LIBRO.qxp 16/04/2004 17:31 PÆgina 1

SEGUNDO LIBRO.qxp 16/04/2004 17:31 PÆgina 2

SEGUNDO LIBRO.qxp 16/04/2004 17:31 PÆgina 3

SEGUNDO LIBRO.qxp 16/04/2004 17:31 PÆgina 4

SEGUNDO LIBRO.qxp 16/04/2004 17:31 PÆgina 5

PERSPECTIVA EMPRESARIAL DEL SECTOR CULTURAL DE GIJÓN

ESTUDIOS SOCIOECONÓMICOS

SERIE



SEGUNDO LIBRO.qxp 16/04/2004 17:31 PÆgina 6

Este estudio ha sido realizado dentro del proyecto CULTUR@CIVITAS, perteneciente a la iniciativa comunitaria EQUAL.





Autores/as:
Agencia Local de Promoción Económica y Empleo.
Ayuntamiento de Gijón

El estudio ha sido validado por las mesas de trabajo del proyecto Cultur@Civitas

Primera edición: Abril de 2004

Edita: Ayuntamiento de Gijón
Agencia Local de Promoción Económica y Empleo
Paseo de la Infancia s/n
33207 Gijón (Asturias)
Tel.: 985 18 15 55 Fax: 985 18 15 62
agencialocal@ayto-gijon.es
www.ayto-gijon.es

Publica: Asturservicios La Productora (Gijón)

Diseño de la colección: Asturservicios La Productora (Gijón)

Filmación: Asturlet (Gijón)

Impresión: Gráficas Covadonga (Gijón)

Depósito Legal: AS-1057/2004
ISBN: 84-89466-50-5
Impreso en España - Printed in Spain

Todos los derechos reservados. No se permite la reproducción total o parcial de esta obra, ni su incorporación a un sistema informático, ni su transmisión en cualquier formato o por cualquier medio, sea éste electrónico, mecánico, reprográfico, por grabación o cualesquiera otros, sin autorización previa por parte del AYUNTAMIENTO DE GIJÓN

SEGUNDO LIBRO.qxp 16/04/2004 17:31 PÆgina 7

ÍNDICE

Página

PRESENTACIÓN 9

1. CONTEXTO GENERAL DEL ESTUDIO 11

1.1. EL PUNTO DE PARTIDA. 11

2. CARACTERIZACIÓN DEL SECTOR DE LA CULTURA Y EL OCIO 13

2.1. DELIMITACIÓN DEL SECTOR CULTURAL. (ÁREAS Y SECTORES DE ACTIVIDAD) . . . 13

2.2. DEFINICIÓN DE LA INDUSTRIA CULTURAL 17

2.3. LA INICIATIVA CULTURAL PÚBLICA Y LA CIUDAD: EJEMPLOS Y MODELOS 19

2.3.1. EXPERIENCIAS DE REACTIVACIÓN SOCIOECONÓMICA DE CIUDADES Y MUNICIPIOS A PARTIR DE LA CULTURA 20

2.4. LA INICIATIVA CULTURAL PRIVADA 21

2.4.1. LA INDUSTRIA CULTURAL Y EL TERRITORIO 23

2.5. EMPLEO EN EL SECTOR CULTURAL DE LA UNIÓN EUROPEA. 24

3. EL SECTOR DE LA CULTURA Y EL OCIO EN ESPAÑA 27

3.1. LA CULTURA COMO UN FACTOR ESTRATÉGICO DE REVITALIZACIÓN Y DESARROLLO SOCIOECONÓMICO. CONCENTRACIÓN, ESPECIALIZACIÓN Y "BRECHA CULTURAL" EN LAS REGIONES Y MUNICIPIOS ESPAÑOLES. 27

3.2. LA INICIATIVA CULTURAL PÚBLICA EN LA CIUDAD 31

3.2.1. LA DEMANDA CULTURAL CIUDADANA: NUEVOS RETOS DE LA GESTIÓN CULTURAL. 31

3.2.2. LA PROYECCIÓN EXTERNA DE LA CIUDAD. EJEMPLOS Y CASOS ESPAÑOLES. 34

3.3. EL PESO ECONÓMICO Y NIVEL DE EMPLEO DEL SECTOR CULTURAL ESPAÑOL . . 38

3.3.1. ANÁLISIS DE LOS DATOS 41

4. EL SECTOR DE LA CULTURA Y EL OCIO EN GIJÓN 47

4.1. EL CONTEXTO TERRITORIAL DEL MUNICIPIO DE GIJÓN 47

4.2. RECURSOS CULTURALES Y DE OCIO DEL MUNICIPIO 50

SEGUNDO LIBRO.qxp 16/04/2004 17:31 PÆgina 8

ÍNDICE

4.2.1. RECURSOS PÚBLICOS 50

4.2.2. RECURSOS PROVENIENTES DEL ÁMBITO PRIVADO 55

4.2.3. PATRIMONIO CULTURAL LOCAL. 56

4.3. ANÁLISIS DEL SECTOR CULTURAL. 58

4.3.1. SUBSECTORES 58

4.3.2. ANÁLISIS DE LA OFERTA 64

4.3.3. ANÁLISIS DE LA DEMANDA 80

4.3.4. PARTICIPACIÓN DE LA MUJER EN EL SECTOR EMPRESARIAL CULTURAL DE GIJÓN 86

4.4. MODELOS DE POLÍTICA CULTURAL LOCAL 88

4.5. BUENAS PRÁCTICAS CULTURALES DE REFERENCIA. 90

5. MEDIDAS DE APOYO PARA LA ESTRUCTURACIÓN DE LA OFERTA Y LA DEMANDA DE LOS SERVICIOS CULTURALES Y DE OCIO 97

5.1. EL APOYO A LA OFERTA CULTURAL 97

5.2. EL APOYO A LA DEMANDA CULTURAL 100

6. MODELOS DE SISTEMAS DE GESTIÓN CULTURAL DE LA POLÍTICA CULTURAL EN GIJÓN 101

7. POTENCIAL DE CREACIÓN DE EMPLEO. OBSTÁCULOS ACTUALES Y PROPUESTAS PARA LA SUPERACIÓN DE LOS OBSTÁCULOS 111

8. CONCLUSIONES GENERALES 115

9. FUENTES BIBLIOGRÁFICAS 117

10. ANEXO I. RELACIÓN DE PARTICIPANTES EN LAS MESAS DE TRABAJO DEL PROYECTO CULTUR@CIVITAS 119

SEGUNDO LIBRO.qxp 16/04/2004 17:31 PÆgina 9

PRESENTACIÓN

Las iniciativas culturales, tanto las promovidas desde el sector público como las privadas, están teniendo una incidencia en el desarrollo de las ciudades cada vez mayor. A su positivo reflejo en la imagen y el atractivo del lugar, suman una demostrada capacidad de producir empleo y hasta de motivar decisiones de inversión y localización empresarial.

En este campo de actividad, que está especialmente sometido a la inmediatez de un mercado sensible y muy exigente, la creatividad y el poder de innovación son cualidades imprescindiblemente asociadas desde su origen mismo. Valores todos ellos cada vez más presentes, además, en la nueva economía, y de cuya extensión depende en mucho la capacidad de las regiones y de las ciudades para competir y desarrollarse.

El estudio que ahora presentamos, promovido por la Agencia Local de Promoción Económica y Empleo del Ayuntamiento de Gijón, nos muestra una visión bastante completa de la situación que ofrece hoy el sector cultural en Gijón, así como de sus posibilidades de crecimiento. Un punto de partida que, lógicamente, resulta imprescindible para que podamos apoyar ese desarrollo favoreciendo el trabajo de artistas, creadores, emprendedores culturales y cuanto agentes intervienen en esta prometedora "industria".

PAZ FERNANDEZ FELGUEROSO

Alcaldesa de Gijón

SEGUNDO LIBRO.qxp 16/04/2004 17:31 PÆgina 10

CAPÍTULO I

SEGUNDO LIBRO.qxp 16/04/2004 17:31 PÆgina 11

CONTEXTO GENERAL DEL ESTUDIO

1.1 El punto de partida

El presente estudio tiene su origen en un contexto muy específico como es el proyecto Cultur@Civitas, enmarcado en la iniciativa comunitaria EQUAL, impulsado por la Federación Española de Municipios y Provincias en el cual participa el Ayuntamiento de Gijón junto a los Ayuntamientos de Almería, Cáceres, Cádiz, Cartagena, Córdoba, Lugo, Orense, Palencia, Salamanca y San Cristóbal de La Laguna. Además de estas instituciones, participan en el proyecto la Asociación Documenta, el Instituto Catalán de Tecnología, la Universidad Politécnica de Cartagena y la Universidad de Valladolid (Campus de Palencia)

Este proyecto se plantea como un itinerario de formación e inserción laboral (básicamente mediante el autoempleo), orientado a personas en situación de desigualdad de acceso al mercado laboral (fundamentalmente mujeres), mediante actuaciones en el ámbito del sector cultural y de ocio de los entornos locales.

Con el proyecto Cultur@Civitas se pretende, esencialmente, demostrar, analizar y establecer instrumentos para superar la doble desigualdad en el mercado de trabajo que sufre el colectivo de mujeres universitarias pertenecientes a especialidades humanísticas: discriminación de género y escasa valoración de su cualificación por parte del mercado laboral. De este modo, se pretende utilizar el patrimonio cultural local como instrumento para favorecer la integración de este colectivo mediante el desarrollo del sector cultural como una nueva fuente de empleo.

Como fase preliminar de todo este proceso, y con el objeto de profundizar en el conocimiento de las respectivas situaciones culturales, Cultur@Civitas ha promovido la realización de un diagnóstico local específico en cada uno de los municipios participantes, con el fin de visualizar su situación especifica de partida.

Para esta publicación, se ha añadido al diagnóstico cultural de Gijón dos capítulos. En el capítulo 2 se delimita y se presenta la caracterización del sector cultural a nivel general, mientras que en el capítulo 3 se analiza y examina a este sector como factor de desarrollo socioeconómico. De esta manera, disponemos de un marco de referencia para evaluar las posibilidades reales del sector cultural como generador de empleo y de iniciativas empresariales. Dos estudios han sido de gran ayuda para elaborar ambos capítulos: "El sector cultural como fuente de desarrollo socioeconómico local", llevado a cabo por la Asociación Documenta, una de las entidades socias del proyecto Cultur@Civitas ; "Informe sobre la Industria Cultural en el municipio de Gijón", realizado por la Universidad de Oviedo.

SEGUNDO LIBRO.qxp 16/04/2004 17:31 PÆgina 12

CAPÍTULO I

SEGUNDO LIBRO.qxp 16/04/2004 17:31 PÆgina 13

CARACTERIZACIÓN DEL SECTOR DE LA CULTURA Y EL OCIO

2.1 Delimitación del sector cultural. (Áreas y sectores de actividad)

En un ámbito tan dinámico como el cultural se empiezan a difundir diversas clasificaciones y tipologías de actividad (en algunos casos no coincidentes), aportadas por observatorios culturales, organizaciones y consultorías, en un intento de acotar las múltiples actividades que configuran el sector.

En Estados Unidos, por ejemplo, la consultora Economists Incorporated, una de las de mayor experiencias en el campo de la investigación cultural, clasifica el sector cultural estadounidense en cuatro grupos de actividades:

1. Las actividades que configuran lo que los autores denominan núcleo, y que son aquellas que crean o producen bienes sujetos a copyright (publicación de libros, periódicos, transmisión de radio y televisión, televisión por cable, discos y cintas, cine, publicidad, software y procesos de datos).

2. Industrias parciales, que son aquellas en las que solo una parte de lo que producen está sujeto a copyright (el conjunto de estas industrias va desde el diseño de moda a los negocios de arquitectura).

3. Industrias de distribución. Se incluyen en esta categoría aquellas que distribuyen bienes sujetos a copyright a empresas y consumidores (industrias de distribución, incluidas los servicios de transporte, librerías y comercio al por mayor y al por menor implicado en la distribución de productos sujetos a copyright).

4. Industrias relacionadas, que producen y distribuyen productos que son usados en su totalidad o en su mayoría conjuntamente con bienes sujetos a copyright (ordenadores, radios, televisores, etc.).

Como se puede apreciar, dicha clasificación ignora al sector público (poco relevante en EEUU) y se centra en las actividades culturales de carácter industrial sujetas a derechos de propiedad intelectual, auténtico "corazón" del sector cultural estadounidense.

Situándonos ahora en la Europa comunitaria, entre las diversas clasificaciones manejadas se pueden destacar dos. La primera es la establecida en la Comunicación "Política de Cultura y Cohesión. Una contribución al Empleo". Esta clasificación viene a indicar que el sector cultural se caracteriza cada vez más por interrelaciones estrechas y variadas entre la "vida cultural" y la "economía cultural".

La citada comunicación identifica con la "vida cultural" a las instituciones públicas, teatros, museos, centros de arte, enclaves artísticos y de patrimonio, escuelas de arte, conservatorios, etc.; es decir, a los equipamientos, recursos y espacios locales que promueven la participación, la con-

SEGUNDO LIBRO.qxp 16/04/2004 17:31 PÆgina 14

vivencia cívica y el desarrollo de la creatividad o el crecimiento personal. La vida cultural, por tanto, se centra según esa clasificación en los "procesos".

Por otro lado, la clasificación de "Economía cultural" comprende aquellas otras actividades vinculadas al mercado musical, artístico, literario y editorial; producción audiovisual multimedia -cine, vídeo, CD-; fotografía, diseño, artes plásticas y espectáculos, arquitectura, oficios relacionados con el arte, protección y restauración de monumentos históricos, turismo, etc... En resumen, todo lo que hace referencia a los "productos ".

La segunda clasificación ha sido elaborada teniendo como punto de partida la procedente del Libro Blanco de Delors. Esta clasificación viene a ser uno de los primeros intentos de acotar los diversos ámbitos de actuación que se corresponden con el sector cultural, e integra ámbitos como el sector turístico o el de la protección y mantenimiento de zonas naturales, no recogido en otras clasificaciones, pero que, bajo nuestro punto de vista, están cada vez más vinculados a la posibilidad de ofertar actividades de índole cultural.

A partir de ella, desde Documenta, entidad que ha elaborado esta primera parte de la publicación, y a través de sus trabajos de análisis e investigación sobre el sector cultural y su vinculación al desarrollo local y a las políticas de empleo, se han incorporado numerosas aportaciones que contribuyen a actualizar y delimitar con bastante precisión el terreno de la actividad cultural pública y de la iniciativa privada. Para ello, enumeran las actividades culturales directas y excluyen las indirectas; es decir, aquellas cuyo objetivo es ser medio o soporte auxiliar para la divulgación de las producciones culturales o de ocio.

Lógicamente, con esta clasificación podemos tener una visión bastante precisa, pero no completa, por cuanto la difusión de las Nuevas Tecnologías en el sector cultural, las necesidades de la administración pública, y las nuevas demandas ciudadanas, hacen que la lista de actividades vinculadas a la cultura se está ampliando de forma permanente.

Sectores de actividad cultural

Ámbito de actuación	Actividades profesionales
Nuevas tecnologías de la información y de la comunicación	Actividades multimedia de ocio. - Actividades multimedia educativas y didácticas. - Acceso a la información (Internet) - Guionistas. - Gestión de conocimiento y creación de contenidos.

SEGUNDO LIBRO.qxp 16/04/2004 17:31 PÆgina 15

Ámbito de actuación	Actividades profesionales
Revalorización de espacios públicos urbanos	- Rehabilitación de cascos antiguos. - Rehabilitación acondicionamiento de edificios y entornos de especial relevancia como equipamientos de uso cultural.
Valorización del patrimonio cultural	- Restauración de emplazamientos (demanda de artesanos cualificados) - Gestión de centros y equipamientos culturales (programadores, gestores, conservadores de museos...) - Difusión de la cultura y creación de rutas culturales (personal de acogida, guías, científicos, técnicos, editores...) - Oferta cotidiana y mantenimiento de los emplazamientos (vigilantes, gestores de flujos turísticos, guardas...) - Arqueología industrial. - Interpretación del Patrimonio.
Sector audiovisual	- Producción y distribución de películas. - Producción y difusiones de TV local. - Producción de vídeo multimedia comerciales (p.e.: presentación de instituciones, lugares, productos culturales). - Televisión interactiva (acceso a distancia a museos, bibliotecas...)
Desarrollo cultural local	- Diseño y gestión de eventos culturales de todo tipo (musicales, teatrales...) - Potenciación de la cultura popular: transmisión y conservación, potencial endógeno. - Sector de servicios de formación y educativos (iniciación artística, educación cultural en el tiempo libre...) - Sector editorial (edición, traducción, producción, distribución...)

Sectores de actividad Cultural
Fuente: Comisión Europea (1993). "Libro Blanco. Crecimiento, Competitividad, Empleo. Retos y Pistas para entrar en el siglo XXI". Luxemburgo, Comunidad Europea. Actualización a partir de elaboración propia. (Documenta 2001)

SEGUNDO LIBRO.qxp 16/04/2004 17:31 PÆgina 16

Desarrollo cultural local (Continuación)	- Sector discográfico (estudios de grabación, organización de giras y conciertos, edición y distribución de discos) - Diseño gráfico e identidad corporativa. - Gestión y programación de equipamientos culturales.
Formación. Documentación. Investigación	- Academias y escuelas de música. - Centros de formación de agentes socio culturales. - Centro de educación en artes plásticas y audiovisuales. - Escuelas de teatro, danza, etc. - Centros de documentación cultural. - Gabinetes de estudios y asesoramiento cultural. - Centro de gestión de Derechos Intelectuales.
Sector turístico	- Turismo rural. - Turismo cultural. - Turismo de aventura y deportivo. - Turismo especializado: diseño de rutas, circuitos y productos culturales. - Turismo de tercera edad y para el cuidado de la salud. - Organización de actividades y eventos.
Protección y mantenimiento de las zonas naturales	- Estudios medioambientales. - Recuperación de recorridos y antiguas vías pecuarias. - Diseño, gestión e interpretación de rutas verdes. - Diseño de contenidos y gestión de ecomuseos , Centros receptores y Centros de interpretación. - Promoción de nuevas actividades de ocio sostenibles.

SEGUNDO LIBRO.qxp 16/04/2004 17:31 PÆgina 17

2.2. Definición de la Industria Cultural

Los economistas definen la industria como "el conjunto de empresas que desarrollan una misma actividad económica y venden un producto bien definido o una línea de productos afines".

La dificultad de definir la industria cultural radica en que "cultura" es un término tan amplio que podría abarcar numerosos ámbitos de actividad.

Hasta épocas recientes nos encontramos con la común aceptación, de que los considerados como clásicos: teatro, literatura, artes plásticas, música... estarían incluidas; a los que habría que añadir el cine, la fotografía... Sin embargo este análisis no es tan sencillo, pues si incluimos literatura, habría que incluir el libro y por tanto, considerar la industria editorial en su conjunto. Pero si continuamos con el razonamiento, habría que considerar la prensa, las artes gráficas, el cine... se podría también, incluir la publicidad, el marketing, las nuevas empresas surgidas en torno a Internet o de diseño gráfico o industrial.

Por otro lado el desarrollo de la nueva tecnología de la información y de las comunicaciones se convierte en un elemento crucial en el que es preciso tener en cuenta varias líneas de efectos:

- En primer lugar se puede considerar que es a través de la producción de nuevos contenidos como se ha forjado esta nueva industria, uniendo las habilidades creativas y las tecnológicas: ello implica no sólo el diseño de los nuevos contenidos sino nuevas formas de manipular la información y los contenidos para producir más información y materias en este sector.

- En segundo lugar, estas nuevas tecnologías están abriendo las posibilidades de nuevos mercados globales a través de la utilización del llamado comercio electrónico, difíciles de imaginar hace años. En este sentido podemos pensar, por ejemplo, como puede llegar a afectar a la industria de grabación de música local y su relación con las grandes empresas discográficas.

- En tercer lugar, Internet permite la circulación de información específica de cada sector y subsector de una manera mucho más eficiente que la actual transmisión cara a cara o a través de documentos escritos.

- En cuarto lugar, las nuevas tecnologías pueden ayudar a potenciar los grupos y redes locales: nuevos portales locales, listas de correo, boletines, revistas, que den lugar a una mayor identidad local.

Podríamos seguir ampliando la reflexión a otras actividades y no alcanzar a delimitar el campo, pues es difícil delimitar lo que es puramente industrial y lo que además tiene un significado cultural. El problema, está en que la cultura es un campo difuso

SEGUNDO LIBRO.qxp 16/04/2004 17:31 PÆgina 18

que opera sobre tres bases complementarias:

- Producciones tangibles: bienes y servicios.

- Contenidos intangibles: valores, creatividad, contenidos simbólicos, etc.

- Factores transversales estructurados de valores sociales.

Algunas de estas bases son manejables en términos económicos y otras no lo son en absoluto. Además otra característica de los bienes y servicios culturales, es que, sea cual sea la delimitación que se establezca, en el sector cultural operan, al menos, cuatro agentes activos desde la producción y la oferta: Administraciones Públicas; Empresas; Organizaciones no lucrativas; Generadores de contenidos.

Como se puede apreciar a través de las líneas anteriores, la delimitación del campo de la industria cultural es una tarea difícil, lo cuál nos debe de llevar a indagar en las consideraciones que realizan organismos e investigadores.

La ONU, en la declaración de 1982 define la cultura como "el conjunto de rasgos distintivos, espirituales y materiales, intelectuales y afectivos que caracterizan a una sociedad o a un grupo social". Englobando además, de a las artes y a las letras, a los modos de vida, a los sistemas de valores, a las tradiciones y a las ciencias. Esta definición de cultura, difícilmente nos puede servir de ayuda en nuestro análisis del impacto de la industria cultural en un espacio socioeconómico.

Otras definiciones que nos pueden acercar más a la solución del problema que nos ocupa son las dos que proponen Bustamante y Zallo (1988):

La primera dice: "se estima, en general, que existe una industria de la cultura cuando los bienes y servicios culturales se producen, reproducen, conservan y difunden según criterios industriales y comerciales, es decir, en serie y aplicando una estrategia de tipo económico en lugar de perseguir una finalidad de desarrollo cultural".

La segunda definición que proponen es más descriptiva: "un conjunto de ramas, segmentos y actividades auxiliares productoras y distribuidoras de mercancías con contenidos simbólicos, concebidos por un trabajo creativo, organizados por un capital que se valoriza y destinados finalmente a los mercados de consumo con una función de reproducción ideológica y social".

Como vemos, la dificultad en encontrar una definición generalmente aceptada se mantiene y la reflexión sobre la definición de industria cultural ha originado múltiples debates en los últimos años, particularmente entre los actores de las políticas actuales, tanto a nivel local como nacional o europeo. Estos debates, raramente han dado como resultado la elaboración de cuerpos teóricos o modelos, centrándose más en el análisis del "valor" de la cultura desde un punto de vista social o estético que

SEGUNDO LIBRO.qxp 16/04/2004 17:31 PÆgina 19

desde su sentido económico. La ausencia de directrices de la Unión Europea también contribuye a la indefinición del problema.

Por otro lado, es preciso tener en cuenta que en numerosas ocasiones el debate sobre los aspectos económicos de la industria cultural se centra en los aspectos relacionados con el empleo; su nivel (incluyendo el empleo inducido), el perfil del mercado de trabajo, las necesidades de formación y su contribución al PIB nacional, regional y local.

Sin embargo, un problema añadido en esta línea de análisis es, que las estadísticas en este campo tienden a ser recogidas de maneras muy distintas en cada región o país. En realidad vuelven a aparecer los puntos que venimos planteando a lo largo de nuestro estudio por ejemplo, no hay acuerdo sobre si esta industria debe recoger tanto a las actividades artísticas propiamente dichas como al turismo, al patrimonio cultural, a los artesanos, o a otros sectores de apoyo como los creativos o los sectores de reproducción y distribución. Además, las estadísticas de empleo se basan, en muchos casos, en categorías industriales y ocupacionales no adaptadas a la realidad de la industria actual, con lo que es fácil que se produzcan omisiones o ambigüedades ya que los empleos "culturales" están dispersos u ocultos entre una amplia gama de categorías.

Para finalizar con esta reflexión sobre la definición de la industria cultural, conviene poner de manifiesto que, este es un sector en el que se da un nivel muy alto de segundos empleos, empleos no remunerados y autoempleo, lo que complica aún más la adecuada percepción del mercado laboral.

2.3. La iniciativa cultural pública y la ciudad: ejemplos y modelos

Las ciudades europeas se enfrentan actualmente ante un doble reto, por un lado, ser más competitivas en el mercado; por otro, garantizar un entorno más habitable y equitativo a sus habitantes. Algo que, en principio, parece antagónico.

El logro de ambos objetivos depende, en mayor o menor medida, de una serie de factores como son: la existencia de una mano de obra cualificada, la calidad medioambiental de su entorno, su patrimonio, equipamientos e infraestructuras educativas y culturales, su dinamismo administrativo, económico y comercial, su proyección exterior, etc.

Cualquiera de las regiones y ciudades comunitarias que están manifestando en estos momentos un mayor desarrollo socioeconómico, deben su crecimiento a la existencia de un entorno de I+D favorecido por un buen ambiente educativo, calidad cultural y creatividad humana. Así, la aglomeración se mantiene como factor altamente determinante en relación con la ubicación de las industrias (entre ellas las culturales). En general, tal y como comenta Xavier

SEGUNDO LIBRO.qxp 16/04/2004 17:31 PÆgina 20

Cubelles, las ciudades (grandes y medianas) han de saber invertir bien en las tres "C": en concepts (en nuevas ideas, en nuevas capacidades de innovación), en competences (en "know-how" y en capacidades de producción y de consumo apropiadas), y en connections (en vías de acceso y comunicación con los restantes centros de actividad mundiales). De ello depende el que continúen acumulando factores inductores de innovación y generando sinergias, tanto en la industria como en los servicios avanzados.

Consecuentemente, hacer de una ciudad un territorio culturalmente más eficiente - y por tanto, más competitivo- significa desarrollar al máximo sus potenciales de innovación, investigación y enseñanza.

2.3.1. Experiencias de reactivación socioeconómica de ciudades y municipios a partir de la cultura

Numerosas ciudades y regiones de diferentes tamaños están explotando el potencial simbólico de la política cultural para recuperar visibilidad pública y obtener un status de reconocimiento de alguna o varias de sus peculiaridades; de elementos que las diferencien de otros lugares: la celebración de algún evento (festivales, ferias, exposiciones..); la apertura de un nuevo equipamiento de carácter singular (centro o museos temáticos...); alguna competencia tecnológica o económica determinada (parques culturales o tecnológicos...).

En estos contextos urbanos, las pymes culturales tradicionales (librerías, tiendas de discos, cines independientes, galerías de arte.) pueden sobrevivir, al tiempo que surgen nuevas iniciativas (estudios de grabación discográfica, empresas de edición multimedia, artesanía, centros de formación, etc.) que crean empleo para trabajadores del campo cultural.

En consecuencia, se puede afirmar que las iniciativas culturales locales están permitiendo reconstruir el entorno próximo a partir de las singularidades y las riquezas de cada territorio, mediante la combinación de factores económicos, sociales y culturales. Su incidencia en el desarrollo local y regional resulta importante porque: son un factor cada vez más decisivo en la localización de nuevas inversiones, puesto que refuerza la imagen y el atractivo de una región o ciudad; suponen una importante fuente de puestos de trabajo; favorecen la cohesión y la integración social.

A partir del trabajo de Franco Bianchini y de otros expertos, resulta posible establecer una tipología con hasta 6 modelos generales de los usos de la política cultural en las ciudades europeas:

a. Ciudades en declive industrial. Utilizan la política cultural para apoyar estrategias de diversificación económica y la reconstrucción de su imagen. Su esfuerzo se basa en la compensación de la pérdida de su capacidad de creación de empleo mediante el uso de la actividad cultural para apoyar estrategias de localización de mercados y extensión de las industrias culturales locales, el

SEGUNDO LIBRO.qxp 16/04/2004 17:31 PÆgina 21

turismo, el sector comercial minorista y otras industrias de servicios de consumo. Nos estaríamos refiriendo a ciudades como Glasgow, Sheffield, Liverpool, Birmingham, Hamburgo, Rotterdam o Bilbao.

b. Ciudades económicamente prósperas y vitales como centros administrativos y políticos, pero con una actividad cultural relativamente deprimida. En estos casos, se ha usado la política cultural como medida preventiva ante una posible pérdida de competitividad en el futuro, pues son conscientes del desajuste existente entre su importante status económico, administrativo y político, y su ausencia de prestigio cultural. Sería el caso de Bruselas, Frankfurt, Munich, Estrasburgo...

c. "Capitales culturales". Se trata de ciudades que a lo largo del tiempo se han establecido como importantes centros de producción, distribución y consumo cultural, presentando una significativa concentración de industrias culturales y un fuerte sector de "turismo cultural". En este caso, las políticas culturales van dirigidas a consolidar esta posición privilegiada como centros culturales, adaptando sus infraestructuras y servicios a los cambios de gustos y modas, a las nuevas tendencias y demandas de la población, a las nuevas tecnologías y estilos de mercados. Podríamos encuadrar en este grupo a Londres, Edimburgo, París, Amsterdam, Berlín o Roma.

d. Ciudades de I+D. Tienen como objetivos principales: desarrollar sectores económicos estrechamente vinculados al factor cultural (publicidad, servicios arquitectónicos, cine y vídeo, diseño gráfico, música, ...), crear el medio en que la innovación científica y tecnológica pueda ser estimulada y promocionada, así como potenciar los lazos de unión entre las industrias culturales locales y la investigación avanzada para el desarrollo de nuevos productos industriales. Podríamos incluir en este grupo a Rennes, Grenoble, Montpellier, Nimes, Colonia, Hamburgo, Milán y Barcelona.

e. Destinos de turismo masivo. Se usan políticas culturales para proteger su singular estructura urbana y su patrimonio de las presiones y los peligros de la estandarización, el kitsch y la "colonización" que puede traer consigo una economía de turismo masivo (Londres, París, Florencia, Venecia, Atenas).

f. Ciudades con una gran carga de conflictos sociales que se han servido de las políticas culturales actuando como elementos de cohesión cívica y reconstrucción comunitaria (Marsella, Berlín, París).

2.4. La iniciativa cultural privada

La importancia creciente de la industria cultural está estrechamente vinculada a la reciente evolución del desarrollo económico y los cambios experimentados por la propia sociedad europea. En primer lugar, como

SEGUNDO LIBRO.qxp 16/04/2004 17:31 PÆgina 22

consecuencia del retroceso de las industrias tradicionales en favor de los servicios. En segundo lugar, debido a la evolución del modo de vida, en particular, como consecuencia del incremento de la movilidad, las mayores tasas educativas y el aumento del tiempo libre; y en tercer lugar, como consecuencia de la progresiva necesidad por parte de las administraciones públicas de servicios, productos y programas culturales, que den cumplida respuesta a las demandas cambiantes de los ciudadanos.

La cultura no es sólo una ocupación pública generadora de gastos suplementarios; también forma parte cada vez más de la economía privada donde dispone de un fuerte potencial de crecimiento. Los productos e industrias culturales ofrecen posibilidades de creación de empleo que van mucho más allá de los efectos de medidas "más clásicas", al ser portadores de elementos como la creatividad, innovación y producción, beneficiosos para las economías regionales y locales. Por ejemplo, la cultura contribuye ampliamente al desarrollo de contenido y de aplicaciones, lo cual representa uno de los elementos clave de la competitividad en la sociedad de la información y el conocimiento.

La política cultural puede tener una implicación en el desarrollo económico local y regional actuando como efecto palanca del sector privado. Estas influencias se traducen, no sólo en la generación de actividades propias del sector en la economía urbana, como la restauración y la conservación del patrimonio, sino, y esto es lo importante, porque el sector cultural está teniendo una relación cada vez más estrecha con actividades de alto nivel tecnológico y de innovación, como son las nuevas técnicas de restauración, el lenguaje audiovisual, la sociedad de la información, etc.

Pero incluso las actividades culturales pueden ser un factor de competitividad para atraer otro tipo de industrias, según un estudio realizado por Jolanta Dziembowska-Kowalska y Rolf H. Funck del Institute for Economic Policy Research, de la Universidad de Karlsruhe (Alemania), publicado en la revista " The Annals of Regional Science" en Julio 1998, la importancia de los factores culturales en la consideración a la hora de la localización de las empresas en una determinada región ha sido confirmada, particularmente en el caso de empresas de alta tecnología del sector servicios (Funck y Kowalski 1993; Grabow 1995). En el caso particular de la región de Karlsruhe en Alemania y su vecina región de Estrasburgo en Francia, en sus investigaciones han confirmado que la presencia de actividad cultural ha contribuido decisivamente al desarrollo y transformación de estas dos regiones, convirtiéndose en un factor de localización altamente relevante, el cual pudo contribuir más de ocho puntos porcentuales en el éxito económico de la región. Esta zona de centro-europa, formada por el estado federal alemán de Baden-Württemberg y la región francesa de Norte de Alsacia que en su día fueron la base de una impor-

SEGUNDO LIBRO.qxp 16/04/2004 17:31 PÆgina 23

tante industria minera y siderúrgica, reúnen hoy en día el mayor porcentaje de personal en Investigación y Desarrollo del país y en ella está encuadrada la Corte Federal de Justicia, Corte Constitucional Federal, y en la ciudad de Karlsruhe se encuentra el centro de investigación tecnológica, centro de investigación nuclear, una renombrada Universidad y famosos Teatros de la Opera, escuela de artes, y numerosos teatros, museos, galerías de arte y estudios de artistas, numerosos festivales de música y artes se realizan en la ciudad y la región.

El conocimiento se ha convertido en el nuevo factor de producción contemporáneo. Lo relevante en un mundo en el que los costes por disponer de información tienden a disminuir de forma muy intensa, no es tanto disponer de información, como contar con las condiciones empresariales, institucionales y sociales para saber transformar la información en conocimiento. En ese sentido, la cultura es fundamental para transformar la ingente cantidad de información disponible a precios asequibles, en conocimiento activador de las personas, las organizaciones y los territorios.

En consecuencia, las industrias culturales son piezas claves en ese "mercado del conocimiento", ya que su materia prima es la creatividad, el talento, la capacidad de innovar de utilizar la inteligencia y la imaginación para dar soluciones a todos los desafíos intelectuales de los diferentes campos sociales imaginables.

2.4.1. La industria cultural y el territorio

Entre las múltiples experiencias que se han ido consolidado a lo largo de este tiempo podemos destacar tres:

El Distrito de Industrias Creativas de la ciudad de Sheffield (CIQ) en Gran Bretaña. Asentado sobre viejas instalaciones industriales, en la actualidad alberga a más de 150 empresas e iniciativas culturales en los que trabajan más de 1.200 personas. Se trata de una iniciativa impulsada por el Ayuntamiento de Sheffield a través del CIQ Agency, una estructura creada para rentabilizar al máximo el potencial de las industrias culturales en el distrito y poner las bases para el crecimiento de las mismas.

En un período de unos quince años, el distrito ha evolucionado de los almacenes y las manufacturas, a ser uno de los principales centros de producción y creación cultural innovadora del Reino Unido en los ámbitos de la cinematografía y vídeo, multimedia, desarrollo de software, e industrias musicales. Impulsando además diversos festivales y certámenes de proyección internacional.

El Centro para el Desarrollo de la Investigación Artística y las nuevas Tecnologías de Karlsruhe (ZKM). en Alemania. Se fundó en 1989 bajo la forma de una fundación de derecho público. Tuvo como modelo el Centro de la Bauhaus creado en 1919. Tiene como principal objetivo crear las condiciones necesarias para una exploración en profundidad de la combinación Arte- Medios

SEGUNDO LIBRO.qxp 16/04/2004 17:31 PÆgina 24

Tecnológicos, concediendo especial relevancia a los sectores Imagen, Música, Palabras y a la combinación entre éstas.

El ZKM promueve la aplicación de las nuevas tecnologías en un contexto tanto artístico como social. Permite a los artistas explorar nuevas formas creativas y familiariza al gran público con las tecnologías más punteras; se constituye como un gran centro de difusión de información y promoción cultural realizando a su vez labores de mecenazgo.

El Temple Bar de Dublín en Irlanda parte de un plan de revitalización de la escena urbana de este barrio y su especialización en las industrias creativas a partir de un amplio pacto de inversiones públicas y privadas. El proyecto está gestionado por el Temple Bar Properties, una agencia publico / privada que surgió en 1991. Actualmente, el Temple dispone de diversos espacios culturales: centro de cine irlandés, diversos estudios de artistas, salas de exposiciones, un museo de los vikingos, un centro de creación de joyas y un teatro infantil; además de innumerables centros de carácter privado dedicados a la música, teatro, diseño y galerías de arte. Además, se han creado varios centros de servicios de apoyo a las pequeñas empresas culturales allí ubicadas.

2.5. Empleo en el sector cultural de la Unión Europea

Conviene indicar en primer lugar, que en Europa se carece aún de información precisa sobre el vínculo entre la cultura y la creación de empleo a nivel regional, no disponiéndose todavía de estudios o datos referentes a todos los países comunitarios. Además, las variaciones según los Estados miembros en la definición y la clasificación estadística de la cultura son muy importantes, por lo cual resulta difícil dotar de homogeneidad a los diversos trabajos existentes. En todo caso, lo que si existen son algunos informes y análisis de carácter general.

En cifras manejadas para la elaboración del informe "In from the margins" del Consejo de Europa, se calcula que en la Europa de los 15, había en 1996 unos 5 millones de personas ocupadas en menesteres culturales. Ello suponía ya entonces un nivel de empleo y creación de riqueza superior al de la industria del automóvil, la energía o la agricultura, quedando solamente por debajo de la banca, la alimentación o los transportes.

Por otro lado, un estudio elaborado desde Alemania por encargo de la Dirección General de Empleo y Asuntos Sociales el pasado año 2002, indica que en estos momentos existen en la UE más de 7 millones de trabajadores en el sector cultural. Dato que aumenta de forma sensible el número aportado por anteriores análisis.

Según dicho trabajo, desde 1995 a 1999, el sector cultural en la UE experimentó un índice anual medio del crecimiento del empleo de 2,1%, concentrándose este crecimiento en las áreas culturales más vinculadas a la creación de contenido, mientras

SEGUNDO LIBRO.qxp 16/04/2004 17:31 PÆgina 25

que el empleo se estancó en las áreas más vinculadas a la actividades culturales más industriales (tales como la industria de impresión y las artes gráficas).

En cuanto a la tipología, el estudio indica que el sector está formado, en su mayor parte, por empresas pequeñas, ya que solamente el 13,2 % de las compañías tienen más de 50 empleados. Otro dato revelador que se desprende del citado estudio es que el sector cultural europeo está conformado de forma mayoritaria por profesionales autónomos (Se estima que por cada empleo regular en una empresa del sector, existen 1,3 empleos autónomos). En cuanto al empleo femenino, el estudio afirma que las mujeres están también subrepresentadas en el sector, ocupando aproximadamente un 30% del empleo total de las industrias creativas, disminuyendo hasta un 20% entre quienes inician una nueva actividad empresarial en el sector cultural.

Con relación a sectores emergentes de la industria cultural como el multimedia, el software y la creación de contenidos digitales, la Unión Europea cuenta en la actualidad con aproximadamente 1,5 millones de empresas en activo, lo cual representa un total de 12,4 millones de trabajadores. El estudio afirma que, suponiendo una cifra de crecimiento anual recesiva durante los próximos 10 años (que iría desde el 10% por ciento en 2001 a apenas un 3 por ciento en 2011), se pueden estimar en 22 millones los puestos de trabajo en este ámbito para ese último año, suponiendo, aproximadamente 9,6 millones de nuevos trabajos en los ámbitos del multimedia y software a finales de la década próxima.

Podemos afirmar, en consecuencia, que la cultura es una fuente primordial de nuevos empleos, contribuyendo notablemente al PIB y disponiendo de un efecto multiplicador directo e indirecto en el plano local.



SEGUNDO LIBRO.qxp 16/04/2004 17:31 PÆgina 26

CAPÍTULO 2

SEGUNDO LIBRO.qxp 16/04/2004 17:31 PÆgina 27

EL SECTOR DE LA CULTURA Y EL OCIO EN ESPAÑA

3.1.La cultura como un factor estratégico de revitalización y desarrollo socioeconómico. Concentración, especialización y "brecha cultural" en las regiones y municipios españoles.

Los efectos de la actividad cultural sobre la economía de un espacio socio-económico son de muy diversa índole, entre ellos se pueden destacar:

Los efectos económicos propiamente dichos, como son la creación de empleo y valor añadido en la producción, generación de ingresos (salarios, impuestos), requerimientos de imputs, provisión de outputs para los sectores relacionados, etc. La propia Comisión de la Unión Europea (1994) en su libro Blanco sobre Crecimiento, Competitividad y Empleo ha considerado al sector cultural como uno de los nuevos yacimientos de empleo en el futuro más inmediato.

Estas actividades, vistas hasta ahora como marginales desde el punto de vista económico, tienen una participación en el PIB del país realmente significativa y cada vez mayor sobre todo cuando nos fijemos en los países social y económicamente más desarrollados.

Porque si tenemos en cuenta la cantidad de sectores que mueve o puede mover un evento cultural, su influencia en la economía de un estado puede ser realmente significativa. El crecimiento inducido en el PIB del país gracias a una industria cultural muy desarrollada no es nada desdeñable. De hecho existen pequeños estados que viven de esta industria como Mónaco o San Marino, pero que además benefician a toda una zona de influencia en los estados circundantes.

Para situar la creciente importancia que la cultura está adquiriendo en la agenda pública regional y local, podemos partir del siguiente dato: el presupuesto destinado específicamente a Cultura por el Ministerio de Educación, Cultura y Deporte para el 2002 fue de 529 millones de €, una cifra que supuso un incremento del 8 % con respecto a la del año anterior, pero que todavía es inferior a los 651 millones de € que suman las inversiones públicas en cultura de los gobiernos de cuatro comunidades autónomas como Cataluña (240 millones de €), País Vasco (154,4 millones de €), Galicia (143,4 millones de €) y Andalucía (130,8 millones de €).

Uno de los principales estudios de referencia existentes sobre el gasto público cultural de las comunidades autónomas españolas, así como del peso económico del sector cultural privado, tal y como veremos más adelante, es el elaborado para la Fundación Autor. Se trata de un trabajo minucioso que recoge datos sobre las ventas, valores añadidos brutos, su relación con el PIB regional y español, número de empresas y asalariados en cultura, e inversiones culturales públicas de carácter regional y local.

SEGUNDO LIBRO.qxp 16/04/2004 17:31 PÆgina 28

Según dicho trabajo, las dos principales áreas metropolitanas (Madrid y Barcelona) concentran el 22% de la población en menos del 1% de la superficie nacional, y en ellas se producen las dos terceras partes de los gastos en I+D de España. Con relación a las cifras correspondientes al sector cultural, los datos existentes revelan un progresivo proceso de concentración: así dos tercios de los recursos (63,4 % del total) y de la mano de obra (55 %) cultural se ubican entre Madrid y Barcelona, aunque Madrid tiende a incrementar de forma más rápida su peso en producción cultural (el 11,5 % de su PIB regional, el doble de lo que el sector representa para Cataluña). A pesar de esta diferencia, Cataluña supone, según el estudio de la Fundación Autor, el 23 % del PIB cultural española, y el 11 % de su empleo está relacionado con el sector, aunque su aportación al PIB territorial es de 5,5 (la mitad de Madrid).

Madrid consolida, por tanto, su especialización en el sector cultural, y su elevada concentración de recursos (tanto públicos como privados) supone un 40 % del total del PIB cultural español. Lo que estas cifras manifiestan de forma clara son las progresivas diferencias regionales, hasta el punto de poder empezar a hablar de una creciente "brecha cultural" entre comunidades. Los datos son claros: mientras el PIB por habitante sufre una variación máxima de 1 a 2 entre las distintas Comunidades Autónomas, en cambio las diferencias son abismales en ventas culturales por habitante (27 veces más ventas a empresas, particulares y sector público en Madrid que en Extremadura) y VAB cultural por habitante (13 veces más).

Valor Añadido Bruto de la Cultura en algunas regiones. 1997 con referencia en la Tasa de Variación Interanual (TVI) a 1993
Fuente: María Isabel García y otros. "La Industria de la Cultura y el Ocio en España. Su aportación al PIB (1993-1997)". Ed. Fundación Autor. 2000

	VAB en millones de €	% Cultural España	% Regional	% TVI del PIB Cultural Regional
Madrid	8,62	39,90	11,50	33,0
Cataluña	5,08	23,50	5,50	15,5
Valenciana	1,46	6,70	3,20	24,3
Andalucía	1,17	5,43	1,88	24,5
Galicia	0,64	3,00	2,50	2,.3
Extremadura	0,11	0,48	1,20	20,8
ESPAÑA		**4,50**		**22,8**

SEGUNDO LIBRO.qxp 16/04/2004 17:31 PÆgina 29

	PIB (en millones de euros)	Habitantes (1998)	PIB/ Habitante	Ventas Sector Cultural	Ventas/ Habitante
Madrid	84.285,7	5.091.336	16.554,7	26.263,8	5.158,5
Cataluña	94.544,0	6.147.610	15.379,0	16.066,0	2.613,5
Valenciana	46.606,2	4.023.441	11.583,0	3.401,0	845,3
Andalucía	27.273,2	2.724.544	10.010,0	1.266,2	464,7
Galicia	64.656,8	7.236.459	8.934,8	2.441,4	337,3
Extremadura	8.433,9	1.069.419	7.886,0	197,6	184,7
ESPAÑA	**494.139,5**	**39.852.651**	**12.375,2**	**60.544,2**	**1.519,2**

PIB por habitante y ventas y VAB culturales por habitante 1997
Fuente: Ramón Zallo con datos de la Contabilidad Nacional, el Informe de la Fundación Autor y otros.(2002)

En este trabajo llegan a la conclusión de que en Asturias el sector cultural y de ocio genera una riqueza cercana a un 2% del PIB a precio de mercado regional y con una aportación al empleo del 5,5%. Estos datos se obtienen en el ámbito de la iniciativa privada a través de la información recogida en los datos fiscales de las liquidaciones del IVA presentadas por los contribuyentes ante la Hacienda Pública y diferenciándolos según los epígrafes del IAE que se considere, y en el ámbito de las administraciones públicas por el gasto público clasificado en la función 4.5, Cultura, dentro de la "Producción de bienes públicos de carácter social".

Sin embargo estas cifras parecen muy pequeñas teniendo en cuenta que se limitan a la actividad desarrollada por trabajadores autónomos y empresas de unos epígrafes del IAE muy delimitados, pudiendo incorporarse a la lista de empresas culturales otras muchas no recogidas en dichos epígrafes. No se debe de olvidar que muchas asociaciones culturales no disponen de IAE y tampoco de la industria auxiliar que opera dentro del campo cultural, que en realidad es una escisión de la misma, que se incorpora a través de la subcontratación. Si a este sector cultural añadimos todo el sector del ocio con contenido cultural, a buen seguro que las cifras que aparecen en el estudio antes citado aumentarían considerablemente. No obstante, nos ofrece datos interesantes, como por ejemplo que las ventas de la industria de la cultura y el ocio han aumentado en Asturias entre 1993 y 1997 a una tasa anual del 14% y el VAB a pm generado por esta industria ha crecido en los mismos años a una tasa de media del 16% anual.

SEGUNDO LIBRO.qxp 16/04/2004 17:31 PÆgina 30

Radiografía Social de España (por Comunidades Autónomas)
Fuente: Elaboración de Documenta a partir de datos del Anuario Social de La Caixa (2003)

Comunidades Autonomas	A	B	C	D	E	F	G	H	I	J
Andalucía	3	2	4	3	3	3	6	5	6	6
Asturias	5	4	7	6	3	5	5	4	7	7
Canarias	7	4	6	5	6	9	8	3	5	9
Cast. León	6	5	7	6	4	6	4	8	7	3
Extremadura	4	1	3	4	4	8	4	8	6	5
Galicia	4	4	5	2	5	5	6	4	7	8
Murcia	6	3	5	4	7	9	8	7	5	5
Total España	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5

A.- Bienestar
B.- Renta
C.- Nivel de educación
D.- Oferta de Cultura y Ocio
E.- Nivel de empleo
F.- Condiciones de trabajo
G.- Accesibilidad Economico - Comercial
H.- Convivencia y Participación Social
I.- Seguridad y Medio Ambiente
J.- Entorno y Clima

En cuanto a la evolución del gasto público en cultura por Comunidades Autónomas, en el citado período de 1993 a 1997 ha aumentado en Asturias a una tasa media del 10,5% anual.

Si analizamos la realidad sociocultural de los distintos territorios, y utilizando tan solo la información relacionada con las siete comunidades autónomas que participan en el proyecto Cultur@Civitas, los datos son los siguientes.

A partir de la información aportada por los diez indicadores seleccionados en la tabla inmediatamente superior podemos identificar algunas dinámicas:

Número de indicadores locales por debajo de la media nacional:

- La comunidad autónoma andaluza y la extremeña, ambas con seis, se sitúan a la cabeza. Le siguen: Galicia, con cuatro indicadores por debajo de la media nacional, Asturias y Castilla León, ámbas con tres indicadores; y finalmente se situarían Canarias y Murcia con dos cada una.

Si analizamos los indicadores más directamente relacionados con el proyecto Cultur@Civitas, obtenemos los siguientes datos:

SEGUNDO LIBRO.qxp 16/04/2004 17:31 PÆgina 31

Apartado c (Nivel de educación)

Solo dos comunidades permanecen por debajo de la media nacional en éste apartado: Extremadura (3) y Andalucía (4), en la media (5) estarían Galicia y Murcia, y por encima Canarias (6), Asturias (7) y Castilla - León (7).

Apartado e (Nivel de empleo)

Cuatro comunidades permanecen por debajo de la media nacional: Andalucía y Asturias (ambas con 3), Extremadura y Castilla León (ambas con 4); En la media (5) se sitúa Galicia, y por encima encontraríamos a Canarias (6) y Murcia (7).

Apartado d (Oferta de cultura y ocio)

Cuatro comunidades permanecen por debajo de la media nacional: Galicia (2), Andalucía (3), Extremadura (4) y Murcia (4); En la media (5) está Canarias, y por encima Asturias (6) y Castilla - León (6).

Apartado h (Convivencia y participación social)

Tres comunidades se sitúan por debajo de la media nacional: Canarias (3) además de Galicia y Asturias (ambas con 4); En la media (5) encontramos a Andalucía, y por encima se sitúan Murcia (7) , Extremadura (8), y Castilla León (8).

3.2. La iniciativa cultural pública en la ciudad

3.2.1. La demanda cultural ciudadana: nuevos retos de la gestión cultural

En nuestro país, los cambios en los estilos de vida y tendencias de consumo de la ciudadanía han provocado la disminución del gasto dedicado a bienes relacionados con la alimentación y a productos de primera necesidad, y un aumento de la proporción del destinado a bienes relacionados con el ocio y la cultura. Este hecho se constata de forma clara en el siguiente cuadro de evolución:

Tipo de gasto	1998	2000	% variación
Gasto total (millones de euros)	5.564,1	6.765,8	21,6
Gasto medio por persona (euros)	142,3	171,0	20,2
- En libros	16,0	18,6	16,4
- En prensa	36,6	40,9	11,7
- En servicios culturales	35,0	48,1	37,4
- En informática e Internet	18,6	21,7	16,7
- En otros bienes culturales	36,1	41,8	15,8

Evolución del gasto de los hogares españoles en Cultura (1998 / 2000)
Fuente: "Cifras y Estadísticas de la Cultura en España. Ministerio de Educación y Cultura" (2002)

SEGUNDO LIBRO.qxp 16/04/2004 17:31 PÆgina 32

El hogar, y el equipamiento cultural disponible en él, tienen un protagonismo creciente en el consumo y en la práctica cultural de los españoles, protagonismo que está aumentando a medida que Internet y las nuevas aplicaciones tecnológicas se generalizan socialmente, favoreciendo la expansión de los productos culturales mediáticos, (Internet de banda ancha, televisión por cable...).

En cuanto a la importancia cualitativa del consumo cultural doméstico, las principales prácticas desarrolladas en el hogar son ver la televisión, escuchar música y oír la radio, mientras que la lectura depende sobre todo del nivel de estudios y de la edad.

Fuera del hogar, las actividades realizadas están estrechamente correlacionadas con la oferta cultural disponible. La biblioteca es el equipamiento más extendido y el que se ha beneficiado de una mayor transformación en los últimos años. Museos y patrimonio han visto también incrementar notablemente sus visitantes, no sólo gracias a la explosión del turismo cultural, sino también al aumento progresivo de la motivación de los residentes. En cuanto a los espectáculos en vivo, el aumento de la oferta y la facilidad para comprar entradas a través del teléfono o de los cajeros automáticos, ha impulsado un incremento de la demanda. Sin embargo, la actividad cultural más extendida fuera del ámbito doméstico, en competencia abierta con la televisión y el vídeo, es la exhibición cinematográfica.

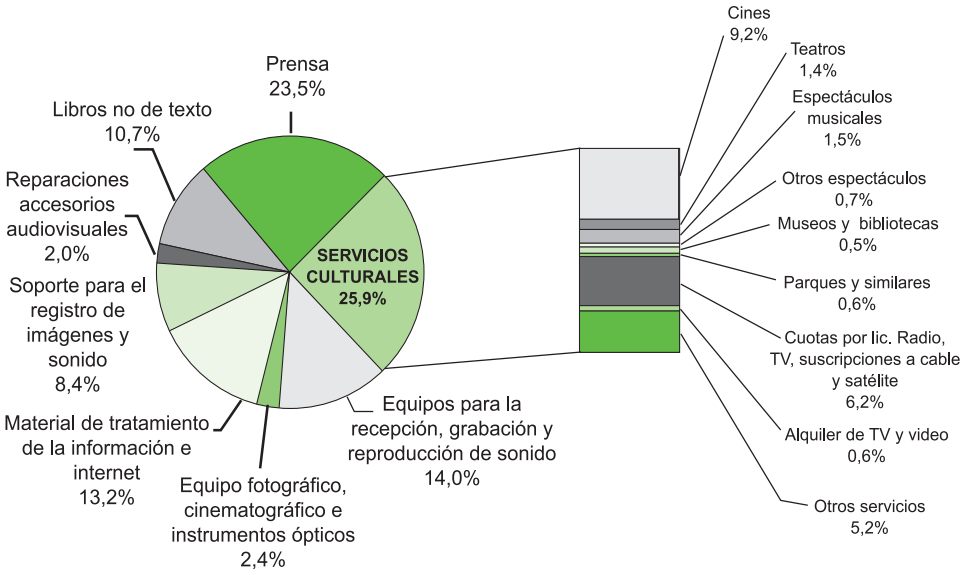
Junto a esta realidad es importante tener en cuenta la entrada en juego de otros actores: los grandes centros comerciales, que están diseñando potentes ofertas de actividades que aúnan comercio y ocio, y que atraen a cada vez mayor número de ciudadanos, convirtiéndose en una fuerte competencia para los equipamientos culturales públicos creados en los últimos años (casa de cultura, mediatecas, salas de exposiciones, teatros...) a los cuales disputan de manera cada vez más explícita sus potenciales usuarios.

Finalmente, y en cuanto a la participación activa en prácticas artísticas y culturales de los ciudadanos, ésta se centra fundamentalmente en la realización de cursos y talleres para el desarrollo de habilidades y aficiones, lo cual es importante por cuanto, además del enriquecimiento que representa para la persona la práctica amateur, hay que sumarle una mucho más alta predisposición al consumo de productos y la asistencia a actividades culturales.

Esta dinámica, tal y como se puede ver con claridad en los datos extraídos del último informe del Ministerio de Cultura, están modificando profundamente el gasto de los hogares españoles destinado a bienes y servicios culturales.

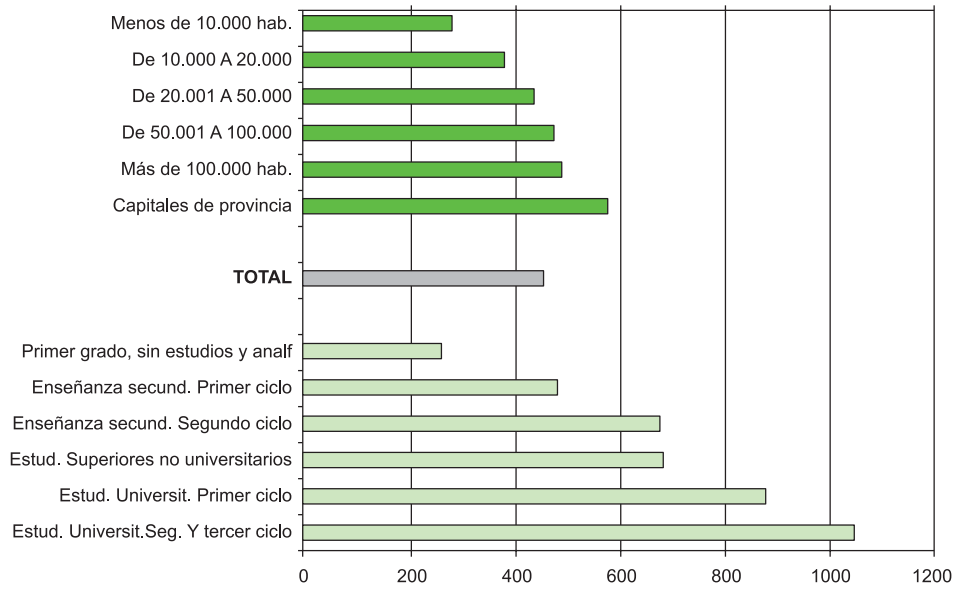
Dichos gastos muestran un creciente aumento del consumo doméstico de carácter privado y de equipamientos tecnológicos, en detrimento de los servicios culturales de ámbito público.

SEGUNDO LIBRO.qxp 16/04/2004 17:31 PÆgina 33



Distribución porcentual del gasto de los hogares en bienes y servicios culturales. Año 1999
Fuente: "Cifras y Estadísticas de la Cultura en España. Ministerio de Educación y Cultura" (2002)

Ese mismo Informe indica también que el gasto medio en bienes y servicios culturales en España está muy condicionado por dos variables: el tamaño del municipio en el que se viva, y el nivel de formación del consumidor. Así, los mayores gastos en bienes y servicios culturales los genera una persona con formación universitaria o estudios medios, habitante de una capital de provincia o ciudad de más de 50.000 habitantes. Por el contrario, el nivel de gasto en bienes culturales de las personas con estudios básicos o secundarios de primer ciclo o de aquellos residentes en localidades de menos de 20.000 habitantes se reduce de forma notable.



Gasto medio por hogar en bienes y servicios culturales, según tamaño del municipio de ubicación del hogar y según nivel de estudios del sustentador principal del hogar. Año 1999
Fuente: "Cifras y Estadísticas de la Cultura en España. Ministerio de Educación y Cultura" (2002)

SEGUNDO LIBRO.qxp 16/04/2004 17:31 PÆgina 34

3.2.2. La proyección externa de la ciudad. Ejemplos y casos españoles

La inversión cultural forma parte de las estrategias de desarrollo socioeconómico, al convertirse en un importante factor de localización de actividades. La atracción de inversiones a una ciudad depende cada vez más de su mano de obra cualificada, la calidad medioambiental de su entorno, su patrimonio, equipamientos artísticos y culturales, su dinamismo económico y comercial, sus festivales y espectáculos, etc.; factores todos ellos que dependen sobremanera de decisiones políticas tomadas a escala local.

El sector cultural se concibe ya como un ámbito directamente productivo, pero también como un escaparate de atracción de inversiones en un determinado espacio económico. Así, en un contexto de creciente competitividad entre regiones y municipios, se han multiplicado las iniciativas de marketing de la ciudad: "Vender ciudad" se ha convertido en la consigna clave, tal y como veremos en varios ejemplos españoles.

Como expresión de uno de los ejemplos más claros de mercantilización de la cultura, los responsables regionales están utilizando la dotación patrimonial de las ciudades, así como el propio desarrollo de nuevas ofertas culturales, para mejorar o modificar la imagen externa de la ciudad o la región. Los objetivos que persiguen con ello van, desde la localización de nuevas inversiones económicas y actividades empresariales, hasta la simple atracción de nuevos residentes.

La imagen de un lugar ocupa un papel primordial en las decisiones de inversión o residencia de los distintos agentes económicos y, aún cuando esta imagen debe estar relacionada con la realidad existente, muchas veces se forman estereotipos mentales distintos a lo que verdaderamente existe y que tienen una gran influencia sobre la configuración de las decisiones externas como las que antes hemos aludido (Eizaguirre, 1996). Esta es la razón por la que los responsables políticos han encontrado en los usos y dotaciones culturales un medio para mejorar o modificar la imagen de un lugar y competir con otras ciudades o regiones a través de un proceso de diferenciación cultural. En este sentido, se ha venido desarrollando todo un cuerpo científico moderno como es el Marketing Regional (Kotler, 1994 y Eizaguirre, 1996), que consiste en aplicar las estrategias empresariales de Mercadotecnia a la mejora y desarrollo de los atributos de las ciudades y las regiones. En cualquier caso, estas estrategias de marketing territorial no sólo tienen una orientación externa, hacia las decisiones de inversión y/o residencia foráneas, sino también interna, es decir, hacia las propias ciudades y empresas localizadas en la ciudad. En este sentido, el impulso de la imagen y los valores culturales de la localidad, permitirían y favorecerían, entre otros aspectos, un enriquecimiento del clima social y psicológico de las ciudades, que, a su vez, pueden favorecer la creación de nuevos productos y empresas, la estimulación de la calidad de vida mediante una ralentización de las

SEGUNDO LIBRO.qxp 16/04/2004 17:31 PÆgina 35

tensiones y la mejora de la autoconfianza y la identidad cultural de los ciudadanos.

Barcelona resulta un claro ejemplo de esta estrategia de revalorización de la ciudad como entorno cultural. La experiencia de las Olimpiadas significó un "saber hacer" en todos los sectores de su actividad. Una competencia adquirida por el territorio con efectos socioeconómicos inmediatos, pero, sobremanera, efectos para el medio y largo plazo ya que ha permitido reposicionar a la ciudad como asiento de actividades terciarias avanzadas, por una parte, y como centro de referencia de congresos, ferias profesionales y eventos de la zona del Mediterráneo por otra. Todo ello sustentado sobre una amplia oferta de infraestructuras y equipamientos culturales, de ocio, comercio y restauración de calidad.

Esta apuesta supone que en la actualidad, Barcelona se haya convertido durante el año 2002 en el (sorprendente) primer destino turístico nacional, por encima de lugares como Canarias o las Islas Baleares.

Otro ejemplo muy cercano de esta dinámica lo encontramos en Bilbao y toda la operación vertebrada en torno a una estrategia cultural como la construcción del museo Guggenheim, pieza clave de una ambiciosa apuesta política realizada a comienzos de los 90 con el fin de contrarrestar la sensación colectiva de decadencia socio-política causada por la quiebra del sector siderometalúrgico, uno de los pilares económicos sobre los que descansaba la actividad del gran Bilbao. Desde su inauguración en 1997 hasta el pasado 2002, el museo ha generado una riqueza de 654 millones de euros; atraído a casi cinco millones de visitantes, y aportado a la Hacienda vasca 117,5 millones de euros; lo cual hace que esta apuesta cultural suponga ya en estos momentos en torno al 0,6 % del PIB vasco.

El museo Guggenheim (que, por otro lado, ya se autofinancia en casi un 73%) ha sido la pieza básica de una estrategia más global fundamentada en la creación o rehabilitación de una red de infraestructuras y equipamientos que contribuyen al reposicionamento de la imagen exterior y de la actividad económica de la ciudad como el nuevo Centro de Congresos y Exposiciones, o las obras de remodelación, ampliación y modernización del Museo de Bellas Artes; el cual, nueve meses después de su reinauguración, había recibido 200.000 visitantes, número que duplicaba la media de los cinco años anteriores, aún cuando se decidió cobrar entrada al museo y que sus actividades dejasen de ser gratuitas (medida que pone en tela de juicio muchos de los argumentos a favor de la defensa a ultranza de la gratuidad de los servicios culturales de carácter público).

Valencia es una de las ciudades españolas que ha realizado una mayor apuesta para resituar su imagen exterior a partir de una proyección sustentada sobre una oferta de ocio y cultura bajo la denominación de "Ciudad de las Artes y las Ciencias". Su estrategia se basa en una red de

SEGUNDO LIBRO.qxp 16/04/2004 17:31 PÆgina 36

equipamientos de carácter emblemático como el Instituto Valenciano de Arte Moderno (IVAM), el Palacio de las Artes, L'Hemisféric, el Museo de las Ciencias "Principe Felipe" y El Oceanográfico, el mayor parque acuático de Europa. Valencia actúa en este momento como un contrapeso en el eje mediterráneo al dinamismo socioeconómico y cultural de Barcelona.

Las capitales europeas de la Cultura en España. Los casos de Santiago de Compostela y Salamanca

La oportunidad brindada por la consecución del estatuto de "capital cultural" por ciudades españolas de tamaño medio como Santiago de Compostela en el año 2000 o Salamanca en el 2002, son también ejemplos de cómo los eventos vinculados a la cultura suponen una posibilidad para la renovación de las infraestructuras públicas y su regeneración socioeconómica a partir de la concertación público / privada.

Santiago de Compostela, aprovechó la "capitalidad" para mejorar sus infraestructuras culturales y sus servicios complementarios. El ejemplo de colaboración público privada y de la concertación estratégica supuso que, de los 18 millones de euros de presupuesto para actividades programadas, casi 12 procedían de patrocinios comerciales privados. Además, las administraciones implicadas reforzaron su cooperación, produciéndose una apuesta firme de continuidad, reflejada en la actual construcción de la Ciudad de las Artes y la Cultura como elemento de referencia básica en cuanto a que se trata del mayor equipamiento cultural previsto en la Cornisa Cantábrica.

Salamanca 2002 contó con un presupuesto total para programación de 30 millones de euros, aportados al 50% por instituciones públicas y privadas. La fundación constituida para la gestión de los eventos previstos, consiguió una asistencia media del 90% de los aforos, y más de 3 millones de visitantes a la ciudad. El impacto sobre la renovación de las infraestructuras y equipamientos culturales ha sido completo. Salamanca cuenta, a partir de su estatuto de capital cultural, con la mejora o entrada en funcionamiento del Teatro Liceo, el Centro de Arte de Salamanca, el Centro de Artes Escénicas, la sala de exposiciones Santo Domingo y el Museo de Historia de la Automoción, así como el Pabellón Multiusos Sánchez Paraíso, lo cual ha supuesto una inversión pública que superó los 66 millones de euros.

Además, la afluencia turística generada ha significado un enorme impacto sobre la infraestructura turística y de servicios de la ciudad que apostó por una renovación total mediante una inversión aproximada de 60 millones de euros, que se han empleado, entre otras cosas, para construir una docena de nuevos hoteles.

Los Parques y los Centros y Museos temáticos

La irrupción del fenómeno de los parques temáticos vinculados al ocio y la cultura, ha propiciado que se disparen las perspectivas turísticas de numerosos puntos geográficos en España.

SEGUNDO LIBRO.qxp 16/04/2004 17:31 PÆgina 37

"Terra Mítica" en la Comunidad Valenciana, "Port Aventura" en Cataluña, "Warner" en Madrid o "Isla Mágica" en Sevilla son grandes equipamientos que actúan como reclamo para la atracción de visitantes y turistas a las respetivas comunidades o regiones; se vinculan con estrategias en pro de la diversificación turística centradas en el grupo familiar como público objetivo. Pese a que la inversión pública resulta importante para su desarrollo inicial, su puesta en marcha se confía generalmente a compañías multinacionales lideres en el sector del ocio y el entretenimiento.

Con respecto a los Centros y Museos Temáticos, su diferencia principal con los grandes parques temáticos es su menor inversión y su localización en ciudades y destinos más periféricos. Son muchas las ciudades que se han apuntado a contar con museos de ciencias. En general, se trata de centros interactivos que promueven la participación del visitante; con unos contenidos muy centrados en el aprovechamiento didáctico, y que invitan a jugar y aprender mientras uno experimenta y se divierte. Para ello utilizan reclamos publicitarios como “Prohibido no tocar”. Son, además, espacios donde estudiantes, profesores, familias y curiosos pueden familiarizarse con los hallazgos científicos y tecnológicos y las líneas de investigación más recientes. En algunos casos han sido promovidos directamente por las administraciones públicas locales y regionales y en otros por iniciativas privadas.

Ejemplos de este modelo serían los siguientes:

El recientemente inaugurado Museo del Mar de Galicia, ubicado en Vigo con una programación de exposiciones ligadas a la pesca, la historia marítima y la mar como fuente de recursos de Galicia.

Dinópolis en Teruel; el Primer Parque Paleontológico del Mundo, y en el que se han introducido las últimas tecnologías que sirven para recrear ambientes, reproducir fósiles únicos en el mundo, dar vida a animales extinguidos y diseñar actividades interactivas.

El Museo del Jurásico (MUJA) de Asturias inaugurado en el mes de abril con el que se abre en Asturias una nueva etapa cultural y turística.

Museo del Automóvil de Salamanca, un centro temático que tiene como objetivo ampliar el conocimiento de la historia de la automoción, así como la conservación del patrimonio automovilístico nacional.

"Cosmocaixa" Museo de la Ciencia de la Fundación La Caixa en Alcobendas (Madrid). Con diversas salas de exposiciones temporales que tratan temas científicos de actualidad y un amplio programa de actividades destinadas los niños y jóvenes.

La Domus o casa del Hombre, está ubicada en La Coruña (Galicia) y busca un tratamiento lúdico e interactivo de los principales aspectos científicos y culturales que tienen relación directa con el ser humano como individuo y como especie. Se

SEGUNDO LIBRO.qxp 16/04/2004 17:31 PÆgina 38

trata del primer centro en nuestro país que liga la ciencia con el arte, la cultura de letras con la cultura de ciencias, en torno a un solo centro de interés temático: El hombre.

Por su lado, los museos "tradicionales" están desarrollando estrategias para adaptarse a las nuevas necesidades de la demanda: apertura por la noche; diseño de actividades, talleres y visitas especialmente enfocadas para los niños, con objeto de engancharlos al mundo del arte; diseño y edición de productos de merchadising; etc. Sería el caso de espacios como el Museo de las Ciencias de Castilla La Mancha ubicado en Cuenca, o del Museo Arqueológico de Alicante. En otros casos, infraestructuras ya obsoletas se remodelan por completo y se adaptan a los nuevos tiempos con una vertiente más lúdica de cara al espectador (por ejemplo el antiguo Museo Marítimo de San Sebastián, asociado al nuevo Aquarium) o se crean nuevos equipamientos de carácter temático / divulgativo como el Museo y Neocueva de Altamira en Santillana del Mar (Cantabria). Otra tendencia constatada es la proliferación de pequeños museos con un carácter local en torno a un contenido monográfico y especializado: Museo del Vidrio (Segovia), Casa Lis, Museo de Art Nouveau y Art Déco (Salamanca), Museo del Calzado (Alicante), Museo del Azafrán (Monreal del Campo, Teruel).

Eventos

Podríamos hablar de muchas otras ciudades pequeñas y medianas implicadas en estrategias de desarrollo local y promoción del territorio en torno a eventos culturales; entre las que estarían: Logroño con su programa Actual; Gijón con su Semana Negra; Santiago de Compostela en torno a su red de Museos y equipamientos expositivos; Vitoria, Getxo o San Sebastián en torno a eventos jazzísticos y cinematográficos, etc., etc.

Museos y Auditorios

La apertura y construcción de nuevos auditorios y Museos de arte parece ser en los últimos años una de las vía más aceptadas para realizar "marketing cultural de la ciudad". Estos espacios vienen a cubrir una necesidad en materia cultural evidente, pero, como ya hemos visto, contribuyen sobre todo a proyectar una imagen atractiva del lugar en que se ubican.

En el caso de los Museos, y tras la estela de equipamientos tan emblemáticos como el Reina Sofía en Madrid; el Macba en Barcelona, el IVAM en Valencia o el Guggenheim en Bilbao han surgido otros en los últimos tiempos en Vigo, Sevilla, Vitoria, Extremadura, Castellón, Canarias... a los cuales se sumarán en fechas próximas otros en Málaga, Palma, Castilla León y Huesca.

3.3. El peso económico y nivel de empleo del sector cultural español

Además del informe "Las cifras de la cultura española. Estadística e indicadores 2002" elaborado por el

SEGUNDO LIBRO.qxp 16/04/2004 17:31 PÆgina 39

Ministerio de Cultura y que supone un paso importante por parte de la administración central por cuanto reconoce su necesidad de operar con datos e indicadores precisos; el principal esfuerzo realizado durante estos últimos años para conocer de forma rigurosa el tamaño, evolución y perspectivas del sector cultural español ha sido impulsado por la Sociedad General de Autores (SGAE) a través de su Fundación Autor. Su informe: "La industria de la Cultura y el Ocio en España. Su aportación al PIB (1993-1997)" coordinado por la profesora María Isabel García Gracia al frente de un amplio equipo de investigadores, se ha servido de las fuentes fiscales, lo cual ha permitido un alto grado de desagregación.

Este último Informe diferencia entre "actividades directas"; es decir, aquellas relacionadas de manera directa con los procesos de creación y producción cultural, y que comprenden todas aquellas susceptibles de generar derechos de propiedad intelectual, así como las productoras de ocio y entretenimiento (y que a partir de ahora denominaremos de tipo I); y "actividades indirectas", cuyo objetivo es, en un caso, ser medio o soporte para el uso y la divulgación de las producciones culturales y de ocio (a las que llamaremos de tipo II) y en otro, actividades que pueden estar más o menos próximas a las actividades productivas originales y que constituyen las referidas a la fabricación de elementos indispensables como vehículos de transmisión de los bienes culturales y de ocio, (actividades de tipo III).

Las tres tablas siguientes desagregan estos 3 grupos de actividades.

Actividades de tipo I

Código IAE	Actividad
1474	Artes gráficas (impresión gráfica)
1476	Edición.
1964	Servicios de radiodifusión, TV. y Enlace y Transmisión de TV.
1844	Servicios de publicidad, relaciones públicas y similares.
1961	Producción y servicios relacionados con el sector cinematográfico.
1965	Espectáculos (excepto cine y deportes)
1966	Bibliotecas, archivos, museos, jardines botánicos y zoológicos.
1968	Espectáculos deportivos.
1969	Otros servicios recreativos no clasificados en otras partidas.
1981	Parques de recreo o de atracciones.
1983	Agencias de colocación de artistas.
1989	Otras actividades del espectáculo y turismo: Organización de Congresos, recintos feriales.
2751	Profesionales de la publicidad, relaciones públicas y similares.

SEGUNDO LIBRO.qxp 16/04/2004 17:31 PÆgina 40

Actividades de tipo I (Continuación)

Código IAE	Actividad
2851	Representantes técnicos del espectáculo.
2853	Agentes de colocación de artistas.
2861	Pintores, escultores, ceramistas, artesanos, grabadores y artistas plásticos y literarios.
2862	Restauradores de obras de arte y patrimonio.
3011	Directores de cine y teatro.
3012	Ayudantes de dirección.
3013	Actores de cine y teatro.
3014	Extras especializados, dobles, comparsas y meritorios.
3015	Operadores de cámara, cine, televisión y vídeo.
3016	Humoristas, caricatos, etc.
3017	Apuntadores y regidores.
3018	Artistas de circo.
3019	Otras actividades relacionadas con el cine, el teatro y el circo.
3021	Directores coreográficos.
3022	Bailarines.
3031	Maestros directores de música.
3032	Intérpretes de instrumentos musicales.
3033	Cantantes.

Actividades de tipo II

Código IAE	Actividad
1475	Actividades anexas a las artes gráficas.
1493	Laboratorios fotográficos y cinematográficos.
1769	Otros servicios de telecomunicación.
1973	Servicios fotográficos, máquinas automáticas, fotográficas y servicios de fotocopias.
1962	Distribución de películas cinematográficas y vídeos.
1963	Exhibición de películas cinematográficas y vídeos.
1967	Instalaciones deportivas escuelas y servicios de perfeccionamiento del deporte.
1982	Tómbolas y espectáculos de ferias, apuestas, loterías y otros.

SEGUNDO LIBRO.qxp 16/04/2004 17:31 PÆgina 41

Código IAE	Actividad
1393	Fabricación de instrumentos ópticos y material fotográfico y cinematográfico.
1351	Fabricación de aparatos y equipos de telecomunicación.
1355	Fabricación de reproductores, recepción y registro de sonido e imagen.
1471	Fabricación de pasta papelera.
1472	Fabricación de papel y cartón.
1473	Transformación de papel y cartón.
1494	Fabricación de juegos, juguetes y artículos de deporte.
1492	Fabricación de Instrumentos de música.

3.3.1. Análisis de los datos

A partir del análisis de los datos aportados por los dos informes ya referidos (y que se deben tomar con cierta precaución al no haber trabajos posteriores), a continuación se aportan diversas informaciones de interés para este estudio, entre ellas: el Valor Añadido Bruto del sector cultural español; el nivel y tipo de empleo que generan las empresas culturales existentes; el número de dichas empresas y su volumen de ventas; el volumen de intercambios de productos y servicios culturales y, por ultimo, una comparación de tamaño con otros sectores económicos y productivos nacionales.

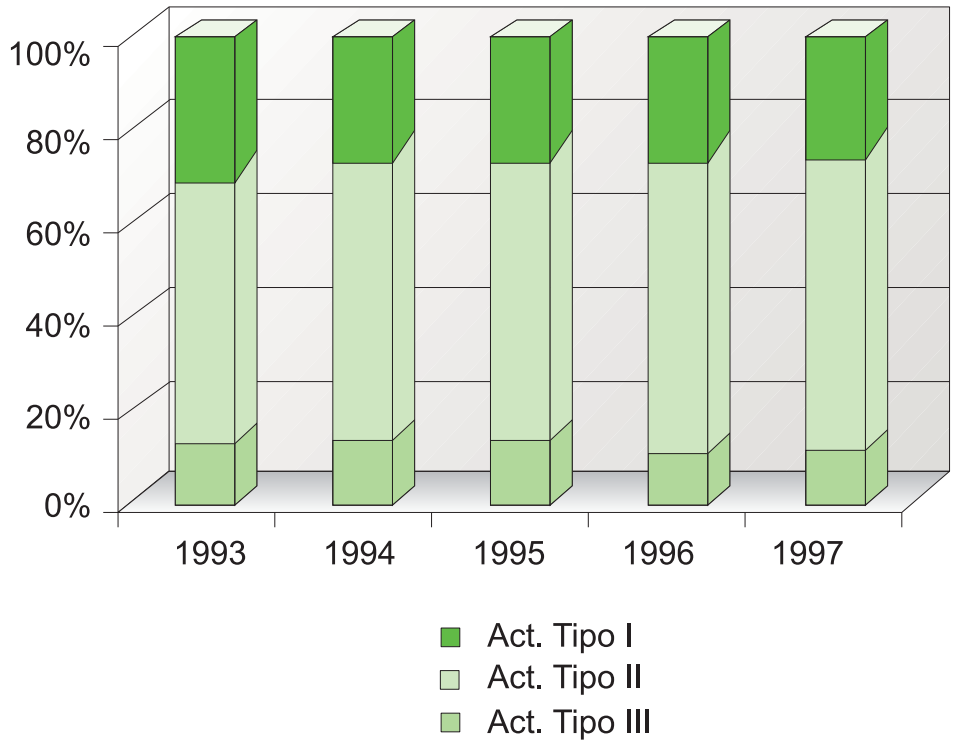
- **El Valor Añadido Bruto** generado por la Industria de la Cultura y el Ocio en España alcanza en 1997 más de 19.000 millones de euros (unos 11.000 millones en términos constantes). Es preciso destacar la participación del sector privado en la creación de ese valor añadido bruto total ya que alcanza un 92%, frente al 8% que genera el sector público.

La contribución de la Industria de la Cultura y el Ocio al Producto Interior Bruto de la economía española presenta una evolución creciente y sostenida en el periodo analizado. En 1997, esta contribución al PIB a pm asciende al 4,5%.

Centrándonos en el ámbito privado, para el año 1997, las actividades directas relacionadas fundamentalmente con los procesos generadores de derechos de propiedad intelectual (tipo I) alcanzan el 27% del VAB a pm generado por este sector; las indirectas relacionadas con el uso y distribución de estos bienes y servicios (tipo II) que se trata, recordamos, de las actividades relacionadas con la difusión y distribución de bienes y servicios culturales y de ocio, representan el 63%, y por último, las indirectas relacionadas con la fabricación de los medios físicos necesarios para la materialización de las actividades culturales y del ocio (tipo III) suponen el 9,7%.

SEGUNDO LIBRO.qxp 16/04/2004 17:31 PÆgina 42

Participación por actividades en el VAB a pm del sector cultural (en %)



Respecto al VAB a pm generado por el sector público, los dos sectores que lo constituyen presentan unas participaciones respectivas que suponen el 16% para la Administración Central y un 84% para la Administración Territorial. Esto confirma el fuerte crecimiento experimentado en los últimos años por los servicios culturales de carácter público en las administraciones más cercanas a los ciudadanos.

- **Nivel de empleo cultural**. El número de asalariados en el período considerado, ha pasado de 516.569 trabajadores en el 92, hasta los 705.156 en el 97, de los cuales 648.802 se encuentran empleados en el sector privado y 56.354 en el sector público; es decir: un 92, 1 % frente a un 7,9%, lo cual viene a desmentir la generalizada opinión de que la mayor parte del empleo cultural en nuestro país se genera desde las administraciones públicas.

Con respecto a la distribución territorial del empleo cultural, y sirviéndonos de los datos procedentes del trabajo coordinado por Enrique Bustamante sobre seis comunidades autónomas, se pueden observar algunas dinámicas:

Respecto al porcentaje de asalariados del campo cultural sobre el total de la media nacional, resulta clara la pujanza de Madrid (29,8%) y Barcelona (24,2%), que supone un 21,2% y un 12, 6% respectivamente sobre la media nacional, cifrada en un 8,6 %.

SEGUNDO LIBRO.qxp 16/04/2004 17:31 PÆgina 43

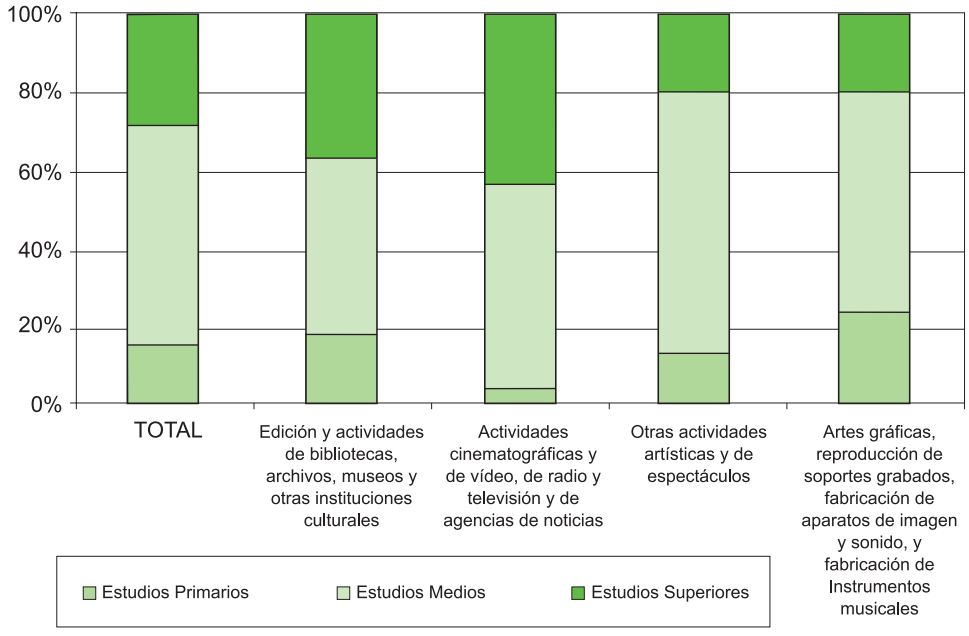
Por otro lado, hay dos comunidades autónomas que son Valencia (8,0 %) y Andalucía (8,3%) que se sitúan o están a punto de alcanzar dicha media nacional.

La distribución de los ocupados en actividades culturales, por nivel de estudios era, para el año 1999, según el Ministerio de Cultura la siguiente: aproximadamente el 72 % de los trabajadores y trabajadoras del sector tenía, o estudios primarios (18%) o estudios medios (54%), y un 28 % contaba con estudios superiores.

Desagregado por grupos profesionales, nos encontramos con que el mayor porcentaje con estudios universitarios está en el sector de actividades cinematográficas, audiovisuales y medios de comunicación en general (un 42%), y el menor (un 19 %) en los grupos de artes gráficas, reproducción, grabación y fabricación, así como en el apartado en el que se integran "otras actividades artísticas y de espectáculos".

- **Número de empresas culturales**. En nuestro país han experimentado un crecimiento próximo al 38%, (crecimiento interanual medio del 6,7 %), pasando de 67.166 empresas registradas en 1992 hasta las 92.642 del 1997. A diferencia de las macro magnitudes previamente consideradas, la evolución de las empresas por tipos de actividades muestran un crecimiento significativo de las actividades directas (las de tipo I) en detrimento de las relacionadas con el uso y distribución (la de tipo II y III). Pese a ello, estas dos últimos grupos siguen concentrando el mayor número de empresas del sector.

- **Las ventas de productos y servicios culturales**. El sector cultural privado español realizó en 1997 ventas que superaron los 54.000 millones de euros, (33.000 millones en términos



Distribución porcentual de los ocupados en actividades culturales, por nivel de estudios. Año 1999

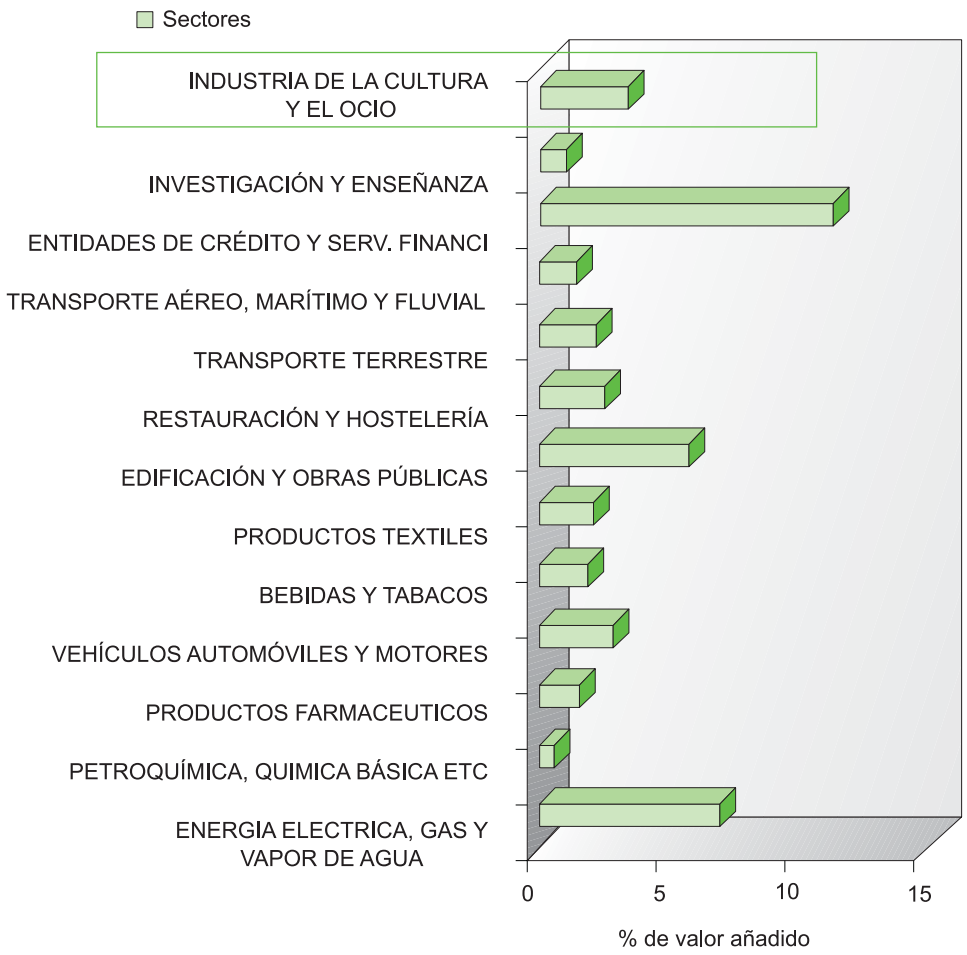
SEGUNDO LIBRO.qxp 16/04/2004 17:31 PÆgina 44

constantes) experimentando un crecimiento del 83,1% en euros corrientes (55,3% en constantes) desde 1992 hasta 1997. Con relación a la estructura de participación de las ventas por tipos de actividades, destaca la primacía de las actividades indirectas relacionadas con el uso y distribución (tipoII).

- **Los intercambios comerciales de bienes y servicios culturales y de ocio con el exterior,** importaciones y exportaciones. Presentan valores crecientes desde 1993 hasta 1997, con un diferencial positivo a favor de las exportaciones. El sector con mayor potencial exportador es el editorial, con una enorme pujanza en los mercados latinoamericanos, francés y norteamericano. Apreciándose un saldo marcadamente negativo en las actividades relacionadas con el sector audiovisual. Se constata también un significativo incremento del número de empresas culturales exportadoras, ya que en cuatro años se han multiplicado por 1.9, pasando de 3.271 en el 93, a 6.219 en el 97.

- **Comparación por sectores.** La importancia relativa de la Industria de la Cultura y el Ocio debe contrastarse comparando su aportación al PIB a pm con las que realizan otros sectores o industrias relevantes de la actividad económica. Así, de acuerdo con los datos de la Contabilidad Nacional, para el último año publicado por el Instituto Nacional de Estadística, (1995), se constata que el sector cultural ocupa la sexta posición, habiendo superado en este año sectores económicos tan significativos como la producción de energía eléctrica y los productos petrolíferos. Hay que resaltar que esta comparación es solo una aproximación, ya que la contribución de la cultura al PIB a pm se ha estimado a través de fuentes fiscales por no estar recogido su VAB a pm en la Contabilidad Nacional, a diferencia del resto de los sectores considerados. Esto implica que el colectivo empresarial comparado no es homogéneo siendo inferior en el caso de la cultura, con lo que resulta así minimizada su aportación respecto al resto de los sectores considerados por la CNE. Por tanto, utilizando las fuentes fiscales publicadas por el Instituto de Estudios Fiscales para todos los sectores, se puede constatar que la posición que ocupa la Industria de la Cultura y el Ocio española mejora notablemente, pasando a ocupar la cuarta posición. En cualquier caso, en ambas comparaciones la Industria de la Cultura y el Ocio supera otros sectores relevantes de la economía, además de los anteriormente indicados, como son: transportes, productos textiles, productos químicos y vehículos entre otros.

SEGUNDO LIBRO.qxp 16/04/2004 17:31 PÆgina 45



% de Valor Añadido por Sectores.
Fuente: Elaboración propia (2003)

	1992	1993	1994	1995	1996	1997
Empresas	67.166	80.929	84.854	85.709	89.871	92.642
Asalariados	516.569	527.333	573.075	608.452	642.139	702.156
Empresas exportadoras	N.D.	3.271	3.776	4.982	5.691	6.219
Contribución al P.I.B.	3,10 %	2,43 %	2,58 %	2,94 %	3,27 %	4,46 %
Contribución al empleo	6,20 %	6,60 %	7,18 %	7,34 %	7,47 %	7,81 %

Resumen de la evolución de algunas variables relevantes del sector cultural privado español.
Fuente: Elaboración propia (2003)

SEGUNDO LIBRO.qxp 16/04/2004 17:31 PÆgina 46

CAPÍTULO 3

SEGUNDO LIBRO.qxp 16/04/2004 17:31 PÆgina 47

EL SECTOR DE LA CULTURA Y EL OCIO EN GIJÓN

4.1. El contexto territorial del municipio de Gijón

Desde el punto de vista geográfico Gijón es un municipio situado en la zona central de la costa asturiana. Es el más poblado de la región pues con sus algo más de 278.000 habitantes concentra en sus 181 Km^2, un cuarto de la población asturiana. Aproximadamente un 10% de la población gijonesa vive en la zona rural, mientras que el resto vive en la zona urbana. Durante los años 90 la ciudad ha moderado su ritmo de crecimiento aunque ha continuado siendo un polo de atracción demográfico.

Uno de los aspectos que caracterizan a Gijón, es el de ser un centro económico y cultural de primer orden a nivel regional, que sin abandonar su vocación industrial, se está especializando cada vez más en los servicios y las nuevas tecnologías, dedicándose aproximadamente el 67% de sus trabajadores al sector terciario.

La orografía del concejo es, dentro de los parámetros habituales del norte de España, poco accidentada comprendiendo un 59,7% del territorio por debajo del 20% de pendiente, lo que propicia una alta densidad demográfica y de actividades económicas.

La ciudad, desde el punto de vista logístico, es una referencia en la Cornisa Cantábrica, dispone de una posición muy destacada para el transporte marítimo con uno de los enclaves portuarios internacionales de mayor calado. Está situada en el eje de la Autovía del Cantábrico, se comunica con el sur de España y Portugal a través de la "Ruta de la Plata" y entronca con la ruta norte del Camino de Santiago. Es centro geográfico del Arco Atlántico, un mercado de gran afinidad económica y cultural formado por 57 millones de europeos. Con una superficie equivalente al 21 por ciento de la Union Europea el Arco Atlántico está integrado por 30 regiones de España, Portugal, Francia, Inglaterra e Irlanda.

Otro aspecto que caracteriza al municipio frente a otros lugares es que se trata de una ciudad participativa con alta vocación asociativa, actualmente existen más de 1.200 asociaciones, destacando las culturales y deportivas, especialmente. Se trata por lo tanto de una ciudad muy dinámica en comparación a otras ciudades de la región o de características semejantes.

La ciudad dispone de una amplia red de equipamientos comerciales, educativos, culturales y de ocio, administrativos y sanitarios actuando como referente en la región, principalmente en las actividades comerciales, culturales y de ocio. Respecto a la actividad cultural y al ocio, la ciudad constituye un foco de atracción para toda la región por su amplia oferta y su intensa actividad cultural.

Dentro de los presupuestos municipales del año 2003, la cultura ha sido uno de los ejes estratégicos de la política municipal destinándose el 17 %

SEGUNDO LIBRO.qxp 16/04/2004 17:31 PÆgina 48

del presupuesto total junto a educación, deportes y protección social.

En Gijón, si bien la iniciativa privada empresarial es aún escasa, desde el ámbito público la oferta cultural es amplia, variada y está programada durante todo el año. La escasez de iniciativa empresarial privada se debe a diferentes factores: por una parte el enorme crecimiento de los programas desarrollados por el ayuntamiento a través de diversas entidades y organismos (Fundación Municipal de Cultura, Educación y Universidad Popular, Sociedad Mixta de Turismo, Teatro Jovellanos…) y los de otras entidades (Ej. Obra Social y Cultural de Cajastur), que en ocasiones ha contribuido a la desaparición de programas desarrollados por entidades privadas que no han podido sobrevivir a la competencia en calidad y al precio gratuito de los programas.

Se hace necesario potenciar infraestructuras que faciliten el fomento de la creatividad y el desarrollo de la industria cultural en el municipio. Esta problemática va ligada con la escasez de oportunidades que recibe la industria cultural para su desarrollo, siendo escasas las entidades de iniciativa privada que fomentan la actividad cultural y artística en la ciudad. Por tal motivo, es una buena oportunidad potenciar la creación y el desarrollo de empresas de servicios culturales, aprovechando la cada vez mayor implantación de las nuevas tecnologías en el mundo de la creación y difusión cultural.

En su mayor parte, los programas culturales, deportivos y turísticos, desarrollados en el municipio son realizados por el Ayuntamiento, mediante gestión indirecta (Fundación Municipal de Cultura, Educación y Universidad Popular, Patronato Deportivo Municipal y Sociedades Mixtas), o mediante subvenciones a entidades culturales sin ánimo de lucro para la realización de la actividad. La gestión indirecta ha generado la aparición de diversas empresas pequeñas, no más de cinco empleados como término medio, que contribuyen, bajo la denominación de empresas de servicios culturales, o dedicadas a un ámbito en concreto (teatro, diseño gráfico, etc.) al desarrollo de los programas.

Cada año, Gijón elabora una cuidada programación artística, musical y deportiva, en la que sobresalen encuentros de transcendencia nacional e internacional como el Festival Internacional de Cine, la Semana Negra, el Salón del Libro Iberoamericano, la Feria Internacional de Muestras de Asturias, el Festival Folclórico y el Concurso Hípico, entre otras.

Esta oferta está orientada a todos los públicos: desde conciertos de música clásica hasta música alternativa, pasando por una amplia variedad de obras de teatro, danza, etc. Con esta variedad de actividades se intenta abarcar tanto al público mayoritario como al público minoritario.

A pesar de los puntos débiles, Gijón es una ciudad que se puede considerar como referente cultural en toda la región. Hay que destacar el papel representado por la Fundación

SEGUNDO LIBRO.qxp 16/04/2004 17:31 PÆgina 49

Municipal de Cultura, Educación y Universidad Popular como impulsora de la cultura en nuestro municipio. Del mismo modo, la Empresa Municipal Teatro Jovellanos realiza una labor destacada ofertando una gran variedad de actividades y espectáculos para todo tipo de público, atrayendo a un amplio número de personas, tanto de municipios asturianos como de otras comunidades autónomas del norte de España. Ambas instituciones se empeñan en fomentar el interés de la infancia y la juventud por el teatro y la música con ofertas como la de FETEN o MÚSICA MAESTRO, entre otras.

Es importante destacar las sinergias que se establecen entre la programación cultural y la oferta turística. El sector turístico es uno de los sectores donde la ciudad ha experimentado un importante despegue en los últimos años, y en el que las previsiones de desarrollo son positivas. Gijón es una importante ciudad de veraneo, tanto de asturianos como, de manera creciente, de visitantes del resto de España. En relación con el turismo, existe consenso respecto a los tres ejes sobre los que gira este sector en Gijón: la oferta cultural y de tiempo libre, la gastronomía y el paisaje.

La procedencia de la población visitante de Gijón en los meses de verano es marcadamente nacional, puesto que menos del 10% reside habitualmente fuera de España. En el ámbito estatal, hay cuatro comunidades autónomas que agrupan la mayor parte del total de visitantes españoles: Madrid, Castilla y León, Cataluña y Andalucía.

Desde esta perspectiva, uno de los principales retos de la ciudad es paliar la relativa estacionalidad del turismo, más centrado en las épocas de verano y Semana Santa. En este sentido, la futura reforma de la Universidad Laboral potenciará la actividad cultural en la ciudad y la posición de Gijón como un referente a nivel nacional. Sin olvidar el enorme potencial que se puede obtener de una acción más coordinada con el resto de los municipios asturianos, fundamentalmente Oviedo, Avilés y las Cuencas por la gran conurbación que representan.

La oferta cultural de la ciudad se complementa con el potencial desarrollo futuro del sector turístico en Gijón, con proyectos como el Acuario, el Centro de Talasoterapia y el Plan de Usos de la Universidad Laboral, con el que se pretende integrar usos educativos, culturales y terciarios. Estos proyectos de futuro próximo potenciarán la oferta cultural y de ocio de Gijón y su imagen de su ciudad, como está ocurriendo desde hace unos meses con la inauguración del Jardín Botánico Atlántico.

El municipio ofrece a sus ciudadanos un modelo descentralizado de servicios culturales, creando una red de equipamientos municipales por todos los barrios, con el objetivo de aproximar y facilitar el acceso a la información y a la cultura a los ciudadanos de Gijón. En la actualidad el municipio cuenta con una amplia red de centros municipales, concretamente once.

SEGUNDO LIBRO.qxp 16/04/2004 17:31 PÆgina 50

En los últimos años, la ciudad ha recuperado dos importantes edificios para acoger diversas actividades y que son el estandarte de los equipamientos culturales de la ciudad: el Teatro Jovellanos y el Centro de Cultura Antiguo Instituto, gestionados en ambos casos por el Ayuntamiento de Gijón. Pese a la recuperación de estos equipamientos, la población gijonesa demanda más infraestructuras culturales que sirvan de complemento del Teatro Jovellanos. La anunciada reforma que va a sufrir la Universidad Laboral, contemplada en su Plan de Usos, paliará este déficit de infraestructuras de gran tamaño.

4.2. Recursos culturales y de ocio del municipio

4.2.1. Recursos públicos

Inicialmente, se plasman los recursos culturales y de ocio puestos a disposición de los ciudadanos por la Administración Local.

La Fundación Municipal de Cultura, Educación y Universidad Popular, es la institución que presta los servicios y programas culturales y educativos en Gijón. Se estructura en seis departamentos: Universidad Popular; Programas Educativos; Museos y Exposiciones; Difusión y Producción Artística; Centros Municipales y Bibliotecas; Juventud.

La Universidad Popular ofrece los programas de formación de la Fundación dirigidos a adultos (mayores de dieciséis años), y contempla un área de formación cultural y para el ocio, desde la que se organizan actividades de formación y difusión en ámbitos como las artes, la artesanía, la cultura popular, etc. con el objeto de proporcionar conocimientos y habilidades para su ejercicio como actividad cultural o de ocio. Los ámbitos temáticos son variados, destacando las formaciones artísticas y artesanales (música, teatro, danza, fotografía, dibujo, pintura, cerámica, encuadernación, etc.), asi como la naturaleza y la divulgación de la cultura tradicional de nuestra región. En los veinte años de existencia han pasado por sus aulas más de 60.000 alumnos distribuidos entre los, aproximadamente, cuatro mil cursos impartidos.

El Departamento de Programas Educativos es el servicio municipal que propone una importante acción renovadora de los modos y contenidos culturales y educativos que en forma de programas y actividades se ofrecen cada año a la comunidad educativa de Gijón. Las actividades programadas están relacionadas con las artes pláticas y el patrimonio, el teatro, la danza, la imagen, la creación literaria y la música.

Otro de los objetivos de la Fundación es complementar el programa de difusión de los Museos y Exposiciones para hacer partícipes al mayor número posible de ciudadanos del conocimiento y disfrute del arte y del patrimonio histórico. Actualmente en el municipio existen

SEGUNDO LIBRO.qxp 16/04/2004 17:31 PÆgina 51

ocho museos de propiedad pública que presentan cada año un conjunto de exposiciones temporales a través de las cuales se difunde su patrimonio. La relación de museos es la siguiente:

El Parque Arqueológico y Natural de la Campa Torres está situado en el Cabo Torres. Ocupa una superficie de 50.000 m^2 en la que se encuentran los restos de un poblado de época prerromana que fue posteriormente romanizado. Ofrece programas de difusión pedagógica para el público infantil, profesorado y público en general.

Las Termas Romanas de Campo Valdés. Museo in situ sobre unas termas romanas de época altoimperial, consideradas como uno de los yacimientos romanos más importantes del Norte de España.

La Torre del Reloj se reedificó en 1989 sobre una antigua torre del siglo XVI. Está concebida como un mirador sobre la ciudad. Cada planta presenta restos arqueológicos y piezas históricas que permiten al visitante recorrer la historia de la ciudad.

El Museo Casa Natal de Jovellanos está ubicado en una casa palacio construida entre finales del siglo XIV y principios del siglo XVI, donde nació Gaspar Melchor de Jovellanos. La colección del museo reúne más de 2.000 obras entre pinturas, esculturas, fotografías y piezas arqueológicas. Ofrece servicios de programas de difusión pedagógica para el público infantil, profesorado y público en general, venta de publicaciones y un centro de documentación y archivo hemerográfico.

El Museo Nicanor Piñole está concebido como una casa-museo, presentando el entorno histórico, social, económico y cultural del artista (Gijón, 1878-1978). El museo dispone de programas de difusión pedagógica, venta de publicaciones y un centro de documentación y archivo hemerográfico.

El Museo del Pueblo de Asturias tiene como finalidad conservar la memoria histórica del pueblo asturiano. Tiene unos amplios fondos de etnografía, instrumentos musicales populares, fotografía antigua, artes gráficas, memorias orales, documentos personales y comerciales. El museo trabaja en la conservación, investigación, documentación y difusión de la etnografía y la historia de Asturias. En sus instalaciones se encuentra la Fototeca de Asturias que posee los archivos en imágenes más importantes de la región. El museo también dispone de una biblioteca especializada, así como de un archivo de la memoria oral y de la música tradicional asturiana.

El Museo de la Gaita presenta una exposición permanente de gaitas procedentes de las áreas geográficas que utilizan o han utilizado este instrumento, tanto a nivel nacional como en el ámbito internacional. Existen programas de difusión pedagógica.

El Museo del Ferrocarril se crea con el objetivo de conservar, investigar y difundir la historia del ferrocarril en

SEGUNDO LIBRO.qxp 16/04/2004 17:31 PÆgina 52

Asturias. Constituye una herramienta básica en las políticas de conservación y difusión del patrimonio industrial de la ciudad. Existen al igual que en otros muchos museos programas de difusión pedagógica.



La oferta pública de museos de la red municipal, se completa con el Museo Barjola que es gestionado por la Consejería de Educación y Cultura del Principado de Asturias. En sus instalaciones se realiza una exposición permanente de la obra pictórica de Juan Barjola, así como otras exposiciones temporales. Dispone de biblioteca/hemeroteca especializada en arte contemporáneo.

El Departamento de Producción y Difusión Artística de la Fundación Municipal de Cultura, Educación y Universidad Popular, potencia los programas de apoyo a la creación y producción artística mediante subvenciones, premios y becas, oferta de formación especializada, y la difusión de artistas a través de exposiciones, espectáculos y otras actividades que les den a conocer entre el público de Gijón, mediante la oferta de espacios y talleres disponibles en los distintos equipamientos dependientes de la Fundación, y por medio de la adquisición de obra o la contratación para espectáculos y otras actividades. En Gijón no existe un espacio acondicionado para la creación cultural privada-vivero de empresas culturales, si bien el Centro Municipal de Empresas tiene como misión favorecer nuevas iniciativas empresariales, ofreciendo locales para oficinas y talleres, dotados del equipamiento e instalaciones suficientes para facilitar el inicio y posterior desarrollo de la actividad empresarial, independientemente del sector en el que se desarrollen.

El Departamento de Centros Municipales está configurado como una red de equipamientos socio-culturales en los que se integra la red municipal de bibliotecas. Estos equipamientos sirven como instrumento para la promoción y difusión de la cultura, a la vez que permite la descentralización de servicios municipales, culturales, educativos, administrativos y otros, además de dotar a los barrios y zona rural de una infraestructura esencial en la potenciación de la participación ciudadana y el apoyo al movimiento asociativo. En Gijón actualmente existen once centros municipales: Centro de Cultura Antiguo Instituto; Ateneo de la Calzada; El Coto; Roces; El Llano; La Arena; Polígono de Pumarín; Vega-La Camocha; Contrueces; El Natahoyo y Gijón Sur.

Desde estos Centros se ofrecen servicios de biblioteca y mediateca, conferencias, encuentros, sesiones de vídeo y cine, representaciones teatra-

SEGUNDO LIBRO.qxp 16/04/2004 17:31 PÆgina 53

les, exposiciones, conciertos, cursos, talleres, actividades para niños, espacios para encuentro de vecinos y muy variada información cultural y de tiempo libre.

En estos momentos existe una red de once Bibliotecas Municipales y cinco centros de lectura, que con casi 250.000 volúmenes constituyen uno de los servicios culturales más importantes y más utilizados por la población. La red de bibliotecas va ampliando sus servicios mediante la creación de mediatecas que ofrecen el acceso a las nuevas tecnologías de la información y la comunicación. En la actualidad se dispone de nueve mediatecas repartidas por todo el municipio, con alrededor de 100 puestos disponibles. En el año 2002 hubo 751.393 usuarios de los diferentes servicios prestados por las bibliotecas municipales, un 37,6% más que el año anterior.

Esta oferta se completa con la Biblioteca Pública 'Jovellanos', cuyo titular es el Principado de Asturias, que aporta 154.943 volúmenes a la oferta existente.

Por otro lado, el Archivo Municipal de Gijón es un centro pensado para facilitar el acceso a sus fondos a la propia institución municipal, al ciudadano y al investigador. Existe, a petición del usuario que así lo solicite, un servicio especial de envío a reembolso de copias de documentos e informes. Sus fondos se clasifican en archivísticos (15), bibliográficos (5), especiales (8), no documentales (5) y archivo de imágenes (11).

Por último, el Departamento de Juventud se ocupa de fomentar y apoyar la participación social de los jóvenes diseñando programas de colaboración con el mundo asociativo. Dentro de los diferentes servicios que ofrece, destaca el Centro de Recursos para jóvenes y asociaciones juveniles, desde el que dedican una serie de recursos y prestaciones como un hotel de asociaciones, sala de exposiciones, aulas y espacios para talleres.

El Teatro Municipal Jovellanos es la sociedad municipal creada por el Ayuntamiento para la programación y desarrollo de actividades culturales y festivas de toda índole, especialmente musicales, escénicas y populares. Las actividades del Teatro Jovellanos se desarrollan principalmente en el coliseo municipal, aunque para determinados acontecimientos de mayor aforo o por cualquier otra característica singular también se utilizan otros recintos de la ciudad (Plaza de Toros, Palacio de los Deportes, Hipódromo de las Mestas...). En el apartado de fiestas populares, desde el 1 de enero del año 2000, el Ayuntamiento ha encomendado al Teatro Jovellanos la realización de los festejos en la ciudad, por lo que desde esa fecha, se organizan todos los acontecimientos relacionados con actividades lúdicas y gratuitas de la ciudad. Dentro de las fiestas populares, se incluyen también las subvenciones a barrios y parroquias para la organización de sus propios festejos, la organización de conciertos de pequeños grupos, bandas de música y actuaciones de grupos folklóricos. El Teatro

SEGUNDO LIBRO.qxp 16/04/2004 17:31 PÆgina 54

Jovellanos colabora de manera habitual con otras empresas y fundaciones municipales en la organización y desarrollo de actividades culturales. La cifra total de personas que asistieron en 2001 a las actividades desarrolladas por la entidad asciende a 239.927, un 3,8% más que en la temporada precedente.

Gijón ha desarrollado una vida social altamente participativa donde el deporte tiene gran notoriedad. Claros ejemplos de implicación ciudadana son las sociedades deportivas Grupo Covadonga, con más de 30.000 socios, o el Club Santa Olaya, que sobrepasa los 15.000 abonados. Entre sus numerosas instalaciones la ciudad posee un Puerto Deportivo en pleno centro urbano, con 657 plazas de atraque.

El Patronato Deportivo Municipal es el organismo autónomo dependiente del Ayuntamiento, encargado de la organización y prestación de los servicios relacionados con el deporte, así como de la gestión de las instalaciones deportivas municipales. Desde el mismo se desarrolla una amplia gama de programas deportivos (escuelas deportivas, cursos, actividades, mantenimiento y preparación física, competiciones, etc.), disponiendo de un centro de medicina deportiva y un servicio de asesoramiento y documentación. El Ayuntamiento de Gijón ha realizado una fuerte inversión en la construcción de instalaciones deportivas y así en pocos años, se ha pasado de un único pabellón de deportes a una amplia infraestructura deportiva, que se especifica a continuación.

Palacio de Deportes. Esta moderna instalación con 14.000 m^2 construidos, se ha convertido en el equipamiento deportivo estrella, lo que ha permitido albergar en su interior importantes competiciones y espectáculos deportivos y culturales. A ello hay que añadir el intenso uso diario por parte de deportistas federados aficionados de todas las categorías, que encuentran en su polivalente dotación los locales adecuados para la práctica deportiva.

Complejos Deportivos. Una de las tendencias actuales y que busca una mejora en la gestión, es la de integrar servicios y ofertas con lo que se logra una óptima rentabilidad de los equipamientos y del personal encargado de su control. Estas mismas ideas se persiguen con los complejos deportivos, al integrar en uno varios equipamientos. Actualmente están en funcionamiento seis complejos deportivos en Gijón.

Piscinas climatizadas de titularidad municipal. En estos momentos existen seis piscinas ubicadas en diferentes zonas del municipio.

Un claro ejemplo de cómo, con promociones acertadas, se pueden popularizar deportes, que apenas hace unos años, parecían reservados a pequeños grupos sociales, lo constituyen los dos Campos de Golf municipales.

Existen más de cuarenta Campos de Fútbol, en los que trabajan cientos de jóvenes. El desarrollo urbanístico de la ciudad, ha obligado al traslado de estos equipamientos y a la construc-

SEGUNDO LIBRO.qxp 16/04/2004 17:31 PÆgina 55

ción de nuevos campos. Razones de una mejor utilización y mantenimiento aconsejan la incorporación de nuevos materiales como "la hierba sintética".

En los últimos años se han ido desarrollando nuevas modalidades deportivas como el squash, el padel y el badminton, que se unen a los ya tradicionales como el tenis y la pelota. Ello ha llevado a la construcción y puesta en servicio de siete instalaciones específicas, donde los aficionados puedan practicar su modalidad favorita.

Hay un total de diez Instalaciones Deportivas al Aire Libre, que permiten tanto una utilización específica por parte de los deportistas federados en dichas modalidades y aptas para la alta competición, pista de atletismo, hipódromo, etc., como por todos aquellos aficionados que desean realizar una actividad física de ocio o esparcimiento.

El crecimiento de la red municipal de Instalaciones Deportivas ha permitido dar respuesta a aquellos deportes que por sus características técnicas necesiten espacios específicos y así, modalidades como el billar, la esgrima, etc. encuentran lugares donde ser practicados en óptimas condiciones. En total son nueve las instalaciones que ofertan este tipo de salas especializadas.

Por último, la treintena de Pistas Polideportivas existentes cumplen un papel esencial en la práctica deportiva de base, especialmente en las zonas rurales más alejados del centro. Se han realizado importantes trabajos de reacondicionamiento y se viene desarrollando un ambicioso programa para cubrir las situadas en los centros escolares (un total de veintidós), del que no solo se benefician los alumnos de los centros, sino el resto de los usuarios que acceden a las mismas una vez finalizado el horario escolar.

4.2.2. Recursos procedentes del ámbito privado

En Gijón también existen Recursos Culturales y de Ocio Procedentes del Ámbito Privado. Un buen ejemplo de ello es la Obra Social y Cultural de Cajastur, que en los últimos años se ha convertido en uno de los principales agentes socioculturales de Asturias, invirtiendo millones de euros en programas de investigación, de promoción cultural y de apoyo social. En el año 2002 el presupuesto de la entidad alcanzó los dieciocho millones de euros. En 2001, el 59% de la distribución de gastos de la Obra Social y Cultural de Cajastur correspondió al área cultural.

Ya en el mundo empresarial gijonés los recursos existentes abarcan muy diversos campos culturales y de ocio. No se trata de hacer a continuación un inventario exhaustivo, sino de enumerar brevemente aquellos recursos más representativos que completan la oferta que se ha analizado hasta el momento. A continuación se enumeran las entidades y su tipología.

- Cuatro multicines, con un total de 29 salas, y un autocine.

SEGUNDO LIBRO.qxp 16/04/2004 17:31 PÆgina 56

- Dos museos. El Museo Evaristo Valle ofrece un servicio de exposición de los fondos del museo de la obra del artista, así como exposiciones temporales, biblioteca, conciertos de música clásica y esculturas al aire libre. El Palacio Revillagigedo, propiedad de Cajastur, presenta exposiciones temporales de Arte Contemporáneo y programa exposiciones, ciclos de música, teatro, danza, mesas redondas y conferencias. También ofrece centro documental y sala de lectura.

- La Sala Cultural Monte de Piedad es una sala polivalente de la Obra Social y Cultural de Cajastur en la que se desarrollan exposiciones, teatro, cursos, conferencias…

- Galerías de arte; centros de exposiciones.

- Ludotecas infantiles.

- Cibercafés y cibertecas.

- Locales en los que se combina el servicio de hostelería con una oferta cultural polivalente (exposiciones, conciertos, etc.)

- Una amplia variedad de librerías.

- Agencias de espectáculos.

- Empresas de diseño gráfico.

- Empresas de servicios culturales.

- Servicios de radiodifusión.

- Estudios de imagen y comunicación.

- Empresas de vídeo y televisión.

- Agencias de publicidad.

- Empresas de edición en multimedia.

- Empresas de restauración de edificios.

- Restauración de obras de arte y antigüedades.

- Un campo de golf privado.

- Clubes deportivos privados.

4.2.3. Patrimonio Cultural Local

En cuanto al Patrimonio Cultural Local, Gijón cuenta con 13 edificios monumentales catalogados, 144 de protección integral y 705 de protección arquitectónica. En la actualidad existe un gran proyecto para la revitalización y puesta en valor de uno de los edificios más emblemáticos de Gijón, como es la Universidad Laboral. El Plan Estratégico de la Universidad Laboral es un gran proyecto cultural, educativo y turístico, que pretende lograr afluencia de público todos los días del año con la creación de un espacio de convivencia multicultural. Las instalaciones de las que va a disponer, son las siguientes: Centro de Arte y Creación Industrial; sala de Teatro; Biblioteca multimedia; Hotel; Restaurante; Residencia de estudiantes…Este tema se aborda con mayor profundidad en el apartado de 'Revalorización de espacios públicos' dentro del análisis de los subsectores, del presente documento.

Al atractivo de su entorno, se añade la existencia de más de 50 esculturas al aire libre que decoran plazas y

SEGUNDO LIBRO.qxp 16/04/2004 17:31 PÆgina 57

rutas costeras, entre las que destaca el 'Elogio del Horizonte', de Eduardo Chillida, convertido en uno de los símbolos de la ciudad. Así mismo el municipio cuenta con 29 elementos catalogados bajo el epígrafe de arqueología industrial, entre los que destacan la Fábrica de Tabacos, el Edificio Cristasa, el Cuartel de Simancas, algún elemento de la Mina de la Camocha…

En cuanto a los recursos patrimoniales arquitectónicos, en el concejo existen 3 Castros de origen prerromano, y 34 Túmulos, entre los que destaca el conjunto de 30 restos de este tipo de enterramiento prehistórico en el Monte Deva.

También se constata la existencia de una Muralla romana del siglo III-IV d.c., seis Torres/Torreones, un Castillo, veintinueve Casas, Casonas y Quintas catalogadas y ubicadas en la zona rural, ocho Palacios o Palacetes en la zona rural, y siete Construcciones Indianas. Entre los recursos patrimoniales etnográficos, destacan veinte Hórreos y sesenta y tres Paneras, en diferentes estados de conservación, así como dos Molinos de más de cien años, Llagares (se carece de un inventario), y ocho lavaderos de ropa en buen estado de conservación, si bien se trata de un número muy reducido si se tiene en cuenta que existen 745 puntos de agua en el concejo de Gijón.

Uno de los elementos diferenciales de Gijón es su acogedor entorno rural, que proporciona un amplio Patrimonio Natural recuperado para el ocio y la práctica del deporte de sus ciudadanos. Destacan las dos Carbayeras centenarias pendientes de declaración formal de monumento natural y las diez playas del municipio, siendo dos de ellas urbanas, dos semiurbanas y el resto rurales. En 1996 el Ayuntamiento de Gijón inició un proyecto de recuperación de espacios naturales que ha propiciado que actualmente existan 17 kilómetros de sendas que unen muchas de las parroquias del concejo. Este aspecto se trata más ampliamente en el apartado 3.2. Análisis de la oferta, sección turismo, del presente documento.



Uno de los grandes proyectos de recuperación de espacios naturales lo constituye el Jardín Botánico Atlántico de Gijón, que abrió sus puertas en abril de 2003. Con una superficie aproximada de 25 hectáreas, el Jardín es el único en todo el norte de España y recrea en sus instalaciones seis microclimas diferentes en los que se recoge la flora que se reparte en el hemisferio norte.

SEGUNDO LIBRO.qxp 16/04/2004 17:31 PÆgina 58

4.3. Análisis del sector cultural

4.3.1. Subsectores

Nuevas tecnologías de la información y de la comunicación: La difusión de las Nuevas Tecnologías en el sector cultural permite que un gran número de personas puedan realizar actividades multimedia educativas, didácticas, de ocio y en general, acceder a todo tipo de información de interés.

Las políticas municipales en este subsector se circunscriben al ámbito formativo y a favorecer el acceso a las nuevas tecnologías a determinados grupos de población que tienen mayores dificultades para acceder a ellas.

Existe una amplia oferta pública, como veremos más adelante, complementada por la oferta prestada desde la iniciativa privada, que en muchas ocasiones colabora con la Administración local y regional para prestar sus servicios.

En relación con la gestión municipal se plantea la necesidad de promover la formación y la aplicación de las nuevas tecnologías a la creación artística y cultural. La sinergia entre el arte y las nuevas tecnologías determinará notablemente el futuro del sector cultural. En este sentido sería de interés la creación de un Centro Cultural Virtual, y/o la creación de equipos de artistas que difundan su discurso mediante herramientas informáticas y favorezcan la interactividad con los espectadores.

Revalorización de espacios públicos urbanos: En 1988 comenzó la rehabilitación de Cimadevilla, casco histórico de Gijón. Posteriormente, en 1999 el Ayuntamiento de Gijón y el Gobierno del Principado firmaron un acuerdo que se traduce en la creación del ARI (Área de Rehabilitación Integral) de Cimadevilla para completar su reurbanización y rehabilitación. En cumplimiento de este convenio, en los tres años transcurridos desde su firma se reurbanizaron completamente once calles y se rehabilitaron y pintaron unas cien fachadas de viviendas.

Por otra parte, en los últimos años han sido rehabilitados edificios y entornos de especial relevancia que son punto de referencia en la ciudad, por su historia o por su singularidad arquitectónica. Como ejemplo se puede recoger algunas de las rehabilitaciones efectuadas.

La antigua fábrica de Cristasa en el barrio de La Calzada, fue rehabilitada y transformada en herramienta del Ayuntamiento de Gijón para la promoción económica de la ciudad, al convertirse en 1992 en el Centro Municipal de Empresas.

El antiguo Cuartel San Nicolás, en El Coto se comenzó a construir en 1900. Desde 1998 se ha reconvertido para usos civiles, después de transformarse en uno de los mayores centros municipales de Gijón.

El edificio del Antiguo Instituto Jovellanos, desde sus orígenes en 1798 para dar cabida al Real Instituto de Náutica y Mineralogía de la mano

SEGUNDO LIBRO.qxp 16/04/2004 17:32 PÆgina 59

de Jovellanos, ha tenido varios usos y remodelaciones. La última de ellas finalizó en 1994 con la rehabilitación del exterior y la adecuación del interior para su uso como edificio cultural y sede de la Fundación Municipal de Cultura, Educación y Universidad Popular.

Coincidiendo con el centenario de la plaza de toros, declarada en 1992 "Bien de Interés Cultural", se acometió su rehabilitación para facilitar la realización de diversos actos en ella, más allá de los meramente taurinos.

La Antigua Pescadería Municipal se construyó en 1928 para albergar el mercado de pescado. Tras un prolongado período de inactividad y de deterioro del edificio, en 1995 el Ayuntamiento afrontó su rehabilitación, convirtiéndola en un moderno centro administrativo.

El Palacio de San Andrés de Cornellana, que data de finales del siglo XVII, fue abierto al público en 1996 como Albergue Juvenil tras una profunda remodelación, conservando los aspectos más singulares del edificio.

Aprovechando la infraestructura de la antigua Estación del Norte, se creó el Museo del Ferrocarril, para el cual como complemento se construyó en 1998 además un edificio polivalente.

Más recientemente, en octubre de 2002 fue reinaugurada la vieja Casa Consistorial, tras una rehabilitación que ha durado año y medio, cuya construcción data de 1865. Tras las obras, el Ayuntamiento se ha convertido en un equipamiento moderno, accesible, adaptado a las nuevas tecnologías y acorde con las necesidades que demanda hoy en día la ciudad.

En la primavera pasada finalizó la rehabilitación otro monumento arquitectónico de la ciudad, el edificio de la "Gota de Leche" construido en la década de los años 20 y tuvo como primer ocupante al Instituto de Puericultura. Actualmente acoge las dependencias de la Fundación Municipal de Servicios Sociales y la Sociedad Internacional de Bioética.

Igualmente, en el pasado mes de abril se inauguró la primera fase del Jardín Botánico Atlántico de Gijón que supuso, entre otras acciones, la rehabilitación del molín de Rionda y de la Finca de La Isla.

Por otra parte, está en marcha el Plan Estratégico de la Universidad Laboral, un gran proyecto cultural, educativo y turístico y que se espera que permita "lograr la presencia de ciudadanos y usuarios a cualquier hora del día y todos los días del año, mediante actividades que convoquen a la creación de un espacio de convivencia multicultural". La Universidad Laboral está entre las grandes obras de la arquitectura española del siglo XX, además de ser uno de los más notables emblemas de Gijón. Con la realización de este proyecto se constituirá también en un atractivo nacional de primer orden, acorde con su importancia histórica y artística. Este plan reinterpretará los usos de la Universidad Laboral, y dispondrá de diversas áreas para la creación como las que se detallan a continuación, en tre otros fines que se le puedan asignar:

SEGUNDO LIBRO.qxp 16/04/2004 17:32 PÆgina 60

- El denominado inicialmente Centro de Arte Actual y Creación Industrial. Es el proyecto estrella y se calcula que su apertura tendrá lugar a finales de 2005 o comienzos de 2006. El Arte Actual es un concepto diferente al de arte contemporáneo, considerado éste último como el correspondiente a las vanguardias que recorren todo el siglo XX y cuyas creaciones están depositadas en museos y galerías. La constatación de que buen número de artistas están al margen de los espacios oficiales lleva a las autoridades a explorar nuevas fórmulas. Se atenderán casi todas las áreas de las artes visuales (pintura, escultura, fotografía, arte tecnológico, vídeo, láser, holografía, la música electrónica, el cine experimental, las literaturas y el pensamiento contemporáneo, danza y teatro actuales). Pero el distintivo del centro será, y de ahí su referencia a la Creación Industrial, el unir creadores de calidad y reconocimiento internacional con los materiales fabricados en Asturias, es decir, una combinación "arte e industria" con productos que las grandes empresas asturianas fabrican (acero, cinc, vidrio, fibra, etc.) y con los que trabajan y crean los artistas globales que marcan tendencia en el mundo.

- Se habilitarán nuevos espacios en el teatro que lo hagan más apto para las artes escénicas y tras ello el teatro - auditorio pasará a ser el mejor de Gijón tanto por su capacidad, 1.500 personas, como por su excepcionalidad acústica y de diseño.

- Se habilitará una gran biblioteca multimedia ubicada en el lugar originariamente previsto para la biblioteca de la Universidad Laboral que nunca llegó a ejecutarse.

- El antiguo convento de clausura y la Iglesia central del patio se reutilizarán como espacios para usos múltiples.

- Además el edificio contará con otros usos: un hotel; una galería comercial; se puede acceder de nuevo a la torre; restaurantes; un ala para enseñanzas universitarias; espacios para los alumnos de ESO, Bachillerato y Formación Profesional; residencia de jóvenes y los grandes jardines y espacios deportivos.

Puesta en valor del patrimonio cultural: La restauración del patrimonio cultural del municipio ha corrido a cargo en algunos de los casos de Escuelas Taller (Museo del Ferrocarril, Jardín Botánico, Tragamón), lo cual ha significado, aparte de la rehabilitación y recuperación de emplazamientos de especial relevancia, la formación de personas en profesiones artesanas muchas ellas en riesgo de desaparecer. Este instrumento que combina formación y empleo y dirigido a jóvenes con escasa formación académica, permite de manera simultánea aprender un oficio y trabajar en el mismo.

La creación de centros y equipamientos culturales ha logrado incrementar el número de personas que acceden al mercado laboral desde una

SEGUNDO LIBRO.qxp 16/04/2004 17:32 PÆgina 61

formación humanística, bien sea en las bibliotecas, como conservadores de museos, gestores de los centros municipales, etc.

Algo similar sucede a la hora de difundir la cultura y de crear rutas culturales, para lo cual se destinan becas de investigación cultural y etnográficas, se contrata personal para realizar visitas guiadas -con una sólida preparación a la hora de "vender" la ciudad - o se editan estudios acerca del patrimonio cultural de Gijón.

En lo relacionado con la arqueología industrial, Gijón posee un considerable patrimonio industrial que proviene, básicamente, de la reconversión de las actividades relacionadas con la siderometalurgia. La desaparición de las funciones para las que fueron concebidas numerosas instalaciones industriales pone en evidencia ese valor patrimonial. El valor de este patrimonio presenta dos vertientes. La primera como fuente de conocimiento histórico; ese es su valor cultural, como medio para interpretar la transformación que la revolución industrial impuso al modo de vida de las sociedades. La otra es la económica y se refiere, fundamentalmente, a su uso en la actividad museística, sin olvidar otras posibilidades de reutilización. Gijón es rica en patrimonio siderometalúrgico, pero si bien en otras localidades se optó por un modelo conservacionista para compaginar los requerimientos productivos con los propios de la arqueología industrial, en Gijón se sustituyeron las viejas fábricas, sin dejar apenas vestigio de su existencia, para dar cabida a polígonos industriales, a viviendas o servicios.

Sector audiovisual. Las actividades profesionales ligadas con la producción y distribución de películas en el municipio de Gijón son escasas, ya que apenas se limitan a la distribución de películas realizadas por cines y vídeo clubes.

Existe en Gijón una productora de televisión, la cual nutre exclusivamente a la televisión local de Gijón. La intención de crear una productora de tamaño medio en el municipio se quedó de momento paralizada, quizás a la espera de la creación a lo largo del año 2004 de la televisión autonómica.

Las actividades de producción de vídeos multimedia comerciales está algo más arraigada en la ciudad, porque cada vez en mayor número las instituciones culturales de la ciudad se preocupan por introducirse en las nuevas tecnologías y beneficiarse de sus ventajas, como puede ser el llegar a un mayor número de personas y presentar de manera más atractiva sus actividades, sus obras, etc. También son más las empresas que editan en algún formato multimedia productos culturales para beneficio de la sociedad en general o de clientes en particular.

Desarrollo cultural local. Es muy destacado por la población gijonesa el papel representado por la Fundación Municipal de Cultura, Educación y Universidad Popular como impulso-

SEGUNDO LIBRO.qxp 16/04/2004 17:32 PÆgina 62

ra y referente de la cultura en nuestro municipio. Igualmente, la Empresa Municipal Teatro Jovellanos realiza una labor destacada ofertando una gran variedad de actividades y espectáculos (musicales, teatrales, etc.) para todo tipo de público. Estas dos entidades públicas diseñan y gestionan la gran mayoría de los eventos culturales de la ciudad, ya que la iniciativa privada es escasa y en todo caso gestiona la realización de eventos culturales de tamaño reducido.

Es destacable la labor de investigación que de manera sistemática se desarrolla desde los museos de la ciudad. Éstos están dotados de valiosos centros de documentación que permiten realizar exposiciones, apoyar la realización de tesis doctorales y/o publicaciones sobre la historia y el patrimonio histórico de Gijón y de Asturias.

Además se intenta recuperar la artesanía local tradicional organizando periódicamente un mercado ecológico y artesano, que sirve no sólo para conocer la artesanía y la calidad de los productos autóctonos, sino también para profundizar en la historia de Gijón, gracias a las visitas guiadas organizadas por el Servicio de Información Turística Infogijón.



El sector editorial, junto al diseño gráfico, son actividades consolidadas en la ciudad; no ocurre lo mismo con el sector discográfico, que pasa por un período crítico en todos sus ámbitos (estudios de grabación, edición y distribución de discos, etc.).

Formación, Documentación e Investigación. En la producción artística de tipo musical se detectan problemas de falta de espacios. El número de grupos musicales de la ciudad y la intensidad de sus actividades contrastaba con la escasez de lugares de ensayo y su frecuente precariedad, aunque para atajar esta deficiencia recientemente se han inaugurado unas instalaciones musicales en un antiguo colegio adaptado para este nuevo uso. De este modo los grupos musicales de la ciudad ya disponen de unos locales para ensayar, adecuados a sus necesidades.

Los abundantes intereses musicales de la juventud gijonesa chocan con las carencias de formación de base de la mayoría de los jóvenes. La formación que tiene lugar en el Conservatorio de Música está orientada hacia la profesionalización. Desde la enseñanza no reglada en Gijón la Fundación Municipal de Cultura y Universidad Popular desarrolla programas y actuaciones muy interesantes que buscan el acercamiento de la ciudadanía a la música.

Diferentes entidades y asociaciones de la ciudad imparten cursos para formar agentes y animadores socioculturales. Dado el amplio nivel de asociacionismo que caracteriza a Gijón es una actividad que se

SEGUNDO LIBRO.qxp 16/04/2004 17:32 PÆgina 63

encuentra bien cubierta y que se ha convertido en un nuevo yacimiento de empleo, como ocurre, por ejemplo, con la asociación "Abierto hasta el Amanecer", que cuenta con un considerable número de personas contratadas como animadores socioculturales.

Desde hace tiempo en nuestra ciudad se imparte formación reglada en teatro y artes escénicas en el Centro Superior de Arte Dramático. Este centro tiene la iniciativa de establecer actividades conjuntas con las escuelas de música para que éstas incorporen el arte dramático y la danza.

En cuanto a la educación en artes plásticas, y realizando un rápido diagnóstico, en el ámbito escolar se detecta un desequilibrio importante entre las enseñanzas artísticas en la escuela en relación con otras materias. Las actividades realizadas en colaboración con la Fundación Municipal de Cultura intentan paliar este lastre. La creación del Centro de Arte Contemporáneo citado con anterioridad podría contribuir a acercar a la población al mundo de la creación artística, y en especial del público adolescente, haciendo que el arte se convierte en algo cotidiano en la ciudad. Se percibe que en la adolescencia hay una desvinculación de la creación cultural y artística porque no se logra crear en ellos una necesidad de lo artístico. Y esto está influido por varios factores. Por una parte, por la falta de apoyo al profesorado especializado en educación artística -existen profesionales susceptibles de especializarse en esta materia -, por otra parte, la creación artística no tiene un apoyo social ni familiar como en otros países.

A pesar del déficit formativo, sí hay producción artística y cultural a través del uso de la informática y muchos artistas han introducido sus obras en la red, aunque en su mayoría son obras físicas que no han sido creadas para Internet.

Sector turístico. Desde hace más de una década, Gijón ha desarrollado un intenso trabajo para sacar partido del turismo, una industria que puede suplir en parte la pérdida o atenuación de otras que fueron dominantes en Asturias durante la mayor parte del pasado siglo. El primer plan estratégico de la ciudad orientó ya en esa dirección muchas de las actuaciones que la transformaron en los años 90. El espectacular cambio de todo el litoral, con las nuevas playas del oeste, el flamante puerto deportivo o las renovadas sendas peatonales en la costa oriental; los equipamientos museísticos y deportivos, los espectáculos y eventos culturales, y el incremento en la oferta de servicios comerciales, hoteleros y hosteleros fueron los más notables frutos de aquel empeño. Gijón ha multiplicado así su capacidad de atracción y su potencia turística, perfilándose como un destino maduro en el mercado nacional e internacional.

Ha sido esa "puesta a punto" y su maduración como objetivo para los viajes de descanso y culturales lo que ha permitido a Gijón conseguir su primer Plan de Excelencia Turística, una herramienta para mejorar y extremar la calidad en cuanto afecta a

SEGUNDO LIBRO.qxp 16/04/2004 17:32 PÆgina 64

la oferta de la ciudad hacia los visitantes. La puesta en práctica del Plan, unida al desarrollo de proyectos con impacto turístico tan importantes como el Jardín Botánico Atlántico, el acuario de Poniente, la transformación de la Universidad Laboral o el Centro de Talasoterapia, abre decisivamente el futuro del sector y de la economía gijonesa. Un brillante futuro turístico hacia el que vamos de la mano con el conjunto de la región asturiana.

En términos generales, el Plan que finalizó en diciembre de 2003, trazó como objetivos el aumento de la calidad de los servicios turísticos y de todos los servicios públicos, la diversificación y el incremento de la oferta complementaria, la creación de nuevos productos, la mejora de los espacios de uso público del medio urbano y natural del municipio, la puesta en valor de todos los recursos turísticos, y la implantación del conjunto de la población local y de las entidades directamente concernidas en una cultura de calidad. Las actuaciones específicas incluyeron el diseño y difusión de itinerarios en la zona rural y en el casco urbano de Gijón, el impulso de una feria específica el sector turístico y comercial (TURICOM), la informatización del servicio municipal de información turística Infogijón, la creación de centros de recepción al visitante, la ejecución de un plan de mejoras tecnológicas en el Palacio de Congresos, la potenciación de la Oficina de Congresos y el Club de Empresas, el proyecto de Estación Náutica Gijón Costa Verde, etc.

Protección y mantenimiento de las zonas naturales: En 1994 comenzaron a realizarse mejoras medioambientales en el concejo con la ayuda económica de la Unión Europa a través del Programa Operativo de Medio Ambiente Local (POMAL). Estas acciones se centraron en tres ámbitos: recuperación de la costa; mejora del medio urbano y saneamiento. Dado el éxito alcanzado por estas actuaciones se amplió la apuesta por la recuperación de las zonas naturales de Gijón y recientemente el Ayuntamiento inició un proceso para reordenar buena parte de su patrimonio rural con el fin de mejorar su calidad y conservación e incrementar su valor y ofrecerlo al disfrute del público. Este proyecto se denomina "Arco Medioambiental" y pretende favorecer la restauración medioambiental y paisajística, reforestar la zona rural con especies autóctonas y crear una red de espacios que permita acoger actividades culturales, educativas, deportivas y recreativas, en definitiva, promocionar actividades de ocio sostenible. De manera paralela se continua recuperando rutas verdes que permiten tanto a los gijoneses como a los foráneos conocer rincones del concejo que en muchos casos eran prácticamente desconocidos.

4.3.2. Análisis de la oferta

Oferta Cultural Pública

Nuevas Tecnologías de la Información y de la Comunicación. El Ayuntamiento de Gijón apuesta por favorecer el acceso a las nuevas tecnologías de todos los ciudadanos,

SEGUNDO LIBRO.qxp 16/04/2004 17:32 PÆgina 65

tengan o no ordenador en casa. Los gijoneses cuentan con diez lugares públicos en los que sus vecinos pueden acceder a Internet. La relación la integran las mediatecas de La Camocha, Gijón-Sur, Contrueces, El Natahoyo, Polígono de Pumarín, El Llano, El Coto, La Arena y La Calzada, además del telecentro de La Camocha. En total, los ciudadanos tienen a su disposición alrededor de 100 ordenadores con acceso gratuito a Internet de banda ancha.

El Ayuntamiento puso en marcha en el año 2002 un curso de Alfabetización Digital a través de Internet dirigido a 3.000 vecinos. La puesta en marcha de esta iniciativa no es casual, ya que se viene apostando desde hace varios años porque los ciudadanos de Gijón se incorporen plenamente a la denominada Sociedad de la Información. El Programa de Alfabetización Digital es una continuación de otros muchos cursos y jornadas de orientación y formación para colectivos beneficiarios de planes de empleo, usuarios de mediatecas municipales o ciudadanos que participan en los cursos y talleres de la Universidad Popular. Precisamente la Universidad Popular oferta desde el año 2001 cursos a través de internet.

La oferta existente está diseñada y adaptada a los diferentes grupos de demanda, ya que por ejemplo el Programa de Alfabetización Digital tiene una duración de 25 horas ajustada al ritmo de aprendizaje y disponibilidades de tiempo y horario de los alumnos. Además durante el desarrollo del seminario los participantes pueden recibir también los consejos y las aclaraciones de un teletutor. Ese Programa atiende a las necesidades de personas que no tenían conocimiento de esta herramienta.

Existen otros programas para atender las necesidades de otros grupos sociales, como ocurre con la escuela. Recientemente se ha presentado un proyecto de teleformación integral para los colegios de la ciudad. Consiste en la creación de un Aula Virtual, novedoso sistema de comunicación a través de Internet que ofrece a los profesores y padres la posibilidad de compartir plenamente las labores de formación de los alumnos. De este modo los padres colaborarán activamente desde su domicilio con los profesores para ayudar a sus hijos en el proceso de aprendizaje. Este servicio está en marcha en un colegio público de la ciudad y se espera que en un corto espacio de tiempo esté disponible en más centros educativos. Este proyecto es fruto de la colaboración entre la administración autonómica, la local, la Universidad de Oviedo y la iniciativa privada.

También las empresas culturales se pueden beneficiar de los servicios municipales existentes para el conocimiento y la difusión de las Nuevas Tecnologías entre las PYMES. En concreto el servicio SAT, que ofrece de manera gratuita demostraciones generales sobre un conjunto de Servicios Avanzados de Tecnologías, demostraciones personalizadas preparadas y dirigidas para una PYME específica, demostraciones sectoria-

SEGUNDO LIBRO.qxp 16/04/2004 17:32 PÆgina 66

les abordando la problemática común a un conjunto de empresas afines, jornadas de difusión, asesoramientos técnicos, seminarios, banco de pruebas y escaparate de productos.

Por otra parte, la Comisión Municipal de Gobierno aprobó a finales del año 2002 las bases de una iniciativa que pretende acercar el uso de la red a unos 500 hogares de la denominada Zona URBAN, integrada por los barrios de Jove, Tremañes parte de La Calzada y El Natahoyo. La iniciativa contempla la posibilidad de que los vecinos de esta zona de Gijón, en la que viven unas 10.000 familias, puedan recibir una ayuda de 240 euros para conectarse a Internet desde su propio domicilio. El programa se denomina "URBAN- Internet para todos".

La página web del Ayuntamiento de Gijón ofrece muchas posibilidades a los internautas gijoneses, ya que permite la realización de diversos trámites administrativos sin necesidad de moverse de casa.

Las nuevas tecnologías de la información y la comunicación acercan también nuestra ciudad a cualquier lugar del mundo, a través de la página web de la Sociedad Mixta de Turismo.

Revalorización de espacios Públicos Urbanos. La rehabilitación del casco antiguo permite ofertar a los vecinos y visitantes el barrio de Cimadevilla como escenario, de manera periódica, de eventos tanto comerciales - recuperación del mercado ecológico y artesano - como culturales - organización de eventos culturales que incluyen exposiciones, música y charlas de diferente índole.

La recuperación de muchos edificios y entornos de especial relevancia amplia la oferta cultural y de ocio - como ocurre con el Antiguo Instituto Jovellanos, el Centro Municipal de El Coto, el Museo del Ferrocarril o la Plaza de Toros -, facilita la realización de trámites administrativos - Edificio Administrativo de la Antigua Pescadería o el propio Centro Municipal de El Coto -, sirve como vivero de empresas - Centro Municipal de Empresas -, o como residencia para jóvenes - Albergue Juvenil de San Andrés de Cornellana. A esto se añadirán en un futuro todas las actividades culturales que se ofertarán desde la rehabilitada Universidad Laboral.

Asimismo, la rehabilitación de entornos de especial relevancia contempla la instalación de esculturas, lo que sirve para acercar aún más la oferta cultural pública a los ciudadanos.

Puesta en valor del Patrimonio Cultural. La oferta en este ámbito está aumentando paulatinamente, debido al impulso que desde el ámbito público se le está dando a la valorización del patrimonio cultural. Las Escuelas Taller, Casas de Oficios y Talleres de Empleo permiten formar a desempleados en profesiones que tiene elevada demanda y que es difícil encontrar en la actual oferta laboral. Asimismo, estas acciones sirven para recuperar edificios de relevancia para la ciudad y mejorar y mantener también la zona medioambiental del municipio.

SEGUNDO LIBRO.qxp 16/04/2004 17:32 PÆgina 67

Por otra parte, el incremento de equipamientos culturales implica necesariamente un aumento en el empleo relacionado con la programación, gestión y conservación de estas instalaciones.

La oferta de arqueología industrial es limitada, ya que gran parte del patrimonio industrial fue derribado, y en el resto de casos fue rehabilitado totalmente para destinarlo a otros usos como ocurrió con:

- El edificio de Cristasa, empresa que producía vidrio y cristal, hasta los años sesenta y que a principios de los noventa se reconvirtió en Centro Municipal de Empresas.

- Los edificios de oficinas de Gijón Fabril, otra industria de la rama del vidrio clausurada, que se rehabilitaron recientemente para convertirlos en centro de formación a disposición de las principales organizaciones sindicales de la comarca.

- En otros casos, el patrimonio rehabilitado sirve no sólo para mantener fresca la memoria histórica-industrial de la ciudad y de la región, sino también para desarrollar en las antiguas instalaciones rehabilitadas labores formativas. La rehabilitación de la antigua estación del Norte, convertida en Museo del Ferrocarril, y de Litografía Viña, que alberga en la actualidad el Centro de Estampación Artística Litografía Viña, son dos ejemplos perfectos de recuperación de patrimonio industrial en la ciudad.

- La chimenea de una fábrica de fluoruro amónico conservada tras haber desmantelado la empresa ubicada en la actual playa de Poniente y el castillete del pozo nº 1 de la Mina de la Camocha se consideran igualmente elementos de arqueología industrial.

- La fábrica de tabacos de Gijón, recientemente cerrada, es otro caso de patrimonio industrial, si bien atípico ya que desde el punto de vista formal no tiene nada que ver con la promoción industrial originada desde mediados del siglo XIX, al ser originariamente un convento de las religiosas agustinas construido en 1670. En este momento se está decidiendo entre la Administración central y el Ayuntamiento de Gijón cual será su futura utilización.

Sector Audiovisual: La próxima creación de la televisión autonómica supondrá un considerable impulso para este sector, que no cuenta en la actualidad con mucho apoyo, especialmente la producción en las actividades de producción de películas y programas de televisión. La oferta de producciones comerciales (presentación de instituciones, lugares, productos culturales) es más amplia, causado principalmente por la demanda del Ayuntamiento y de la administración autonómica que precisan de estos medios para ofertar los servicios que prestan y las acciones que desarrollan.

Desarrollo Cultural Local. La oferta cultural pública es amplia, variada y está programada a lo largo de todo el

SEGUNDO LIBRO.qxp 16/04/2004 17:32 PÆgina 68

Principales acontecimientos culturales de colaboración público - privado celebrados en el año 2002
Fuente: Memorias de Teatro Jovellanos y Sociedad Mixta de Turismo. Año 2002

Fecha	Nombre
Febrero	Antroxu
Febrero - Marzo	FETEN (Feria Europea de teatro para Niños y Jóvenes)
Marzo	Fiesta de las lenguas
Semana Santa	Mercáu Astur
Mayo	Salón del Libro Iberoamericano de Gijón
Junio	Semana del Mar: San Xuan y San Pedro
Junio, julio y agosto	Arte en la calle
Julio	Escuela de Verano Rosario Acuña
Julio	Semana Negra
Julio	Phonótica
Julio	Encuentro internacional de fotoperiodismo
Julio	Magistralia
Julio	Semana de Música Antigua
Julio	Festival Folclórico Internacional
Julio - Agosto	Euro yé - yé weekend
Julio - Agosto	Concurso de Tonada Asturiana
Agosto	Día de Asturias en Gijón
Agosto	Semana Grande
Agosto	Feria Taurina de Gijón
Agosto	Fiesta de la Sidra Natural
Septiembre	Encuentros Internacionales de Juventud de Cabueñes
Octubre	Festival de Danza de Gijón
Octubre - Noviembre	Salón Internacional del Cómic
Noviembre	Festival Internacional de Cine de Gijón
Diciembre	Festival de Gospel
Navidad	Gijón en el país de los títeres
Navidad	Mercaplana: la ciudad del arte

año, buscando con ello desestacionalizar los eventos culturales de todo tipo. Prueba de ello es el elevado número de eventos culturales que se celebran, como se puede apreciar en la tabla siguiente que plasma la actividad cultural celebrada durante el año 2002, fruto de la colaboración con asociaciones de vecinos y diversas entidades públicas y privadas.

Gijón destaca por ofrecer a sus ciudadanos un modelo descentralizado de servicios culturales, creando una red

SEGUNDO LIBRO.qxp 16/04/2004 17:32 PÆgina 69

de equipamientos culturales municipales por todos los barrios, con el objetivo de aproximar y facilitar el acceso a la información y a la cultura. Estos equipamientos permiten acercar al ciudadano actividades culturales de diversa índole sin tener que desplazarse hasta el centro de la ciudad. También se encuentran repartidos por la ciudad siete museos municipales que alternan exposiciones permanentes con otras temporales, más la sala de exposiciones del Centro de Cultura Antiguo Instituto, que oferta únicamente exposiciones temporales. En el análisis de la demanda se recoge el número de usuarios que acoge cada centro.

Dada la similitud de las políticas públicas llevadas a cabo, recogemos también la oferta pública de actividades y espectáculos de ocio que intenta abarcar tanto al público mayoritario como al minoritario: desde conciertos de música clásica hasta música alternativa, pasando por una amplia variedad de obras de teatro, danza, etc. Estos eventos tienen al Teatro Jovellanos, de gestión pública, como principal infraestructura. Los indicadores de asistencia a estos eventos se recogen en el apartado de análisis de la demanda.

La oferta se amplia a fiestas y celebraciones muchas de ellas con un fuerte arraigo popular y cultural, al ser una herramienta de transmisión y conservación de la cultura tradicional local y regional: Antroxu, Semana de la mar, San Xuan, etc. Mención aparte merece la recuperación del mercado ecológico y artesano que con carácter mensual se celebra en el barrio antiguo de Gijón, Cimadevilla. Gijón es hoy por hoy una ciudad en la que se encuentran continuas referencias ejemplares de artesanía tradicional y popular. Artesanos y artesanas del textil, azabache, cuero, instrumentos musicales, joyería, cerámica, aparejos de pesca, bambú, bronce fundido, cartería, cristal, encuadernación, flor seca, grabado, estampación y restauración continúan trabajando al viejo estilo, combinado también con las nuevas ideas. Los puestos de artesanía, alimentos o comercio justo, que también están representados, serán complementados por música en directo y la ambientación típica de lo que siempre fue un mercado tradicional asturiano.

La Fundación Municipal de Cultura, Educación y Universidad Popular diseña y adapta la oferta cultural a diferentes grupos de demanda. Asimismo atiende a las necesidades de los diferentes grupos de edad. De manera resumida analizaremos algunas de estas ofertas servidas desde la Fundación.

Para los mayores de 65 años, existen diversas ofertas culturales, como son las rutas para la convivencia - para mayores que viven en residencias privadas, a los que se les ofrece la posibilidad de participar en seis rutas vinculadas al patrimonio cultural, artístico y natural del concejo de Gijón -; el programa "Cultura para mayores" contempla actividades en torno a la cultura tradicional asturiana, aulas de salud, talleres de música

SEGUNDO LIBRO.qxp 16/04/2004 17:32 PÆgina 70

tradicional asturiana y coral, teatro costumbrista y exposiciones vinculadas a las tradiciones y la cultura de la región; dentro de este programa están incluidos los proyectos "aulas de tercera edad", que trata de captar a mayores que deseen participar como voluntarios en los museos de la ciudad, y "cultura para mayores de la zona rural", que intenta acercar a los mayores del entorno verde de Gijón actividades culturales en los centros sociales.

En los meses de julio y agosto se desarrollan varios talleres en los centros municipales de la ciudad en los cuales los niños pueden disfrutar de la música, los juegos, la magia, la plástica, los cuentos o la pintura durante el programa "Vacaciones en la ciudad". Los niños tienen durante el curso escolar la posibilidad de asistir a numerosas actividades culturales diseñados para ellos en colaboración con los colegios de la ciudad, a través de las cuales se les ofrece formas diferentes y divertidas de acceder a los libros y al arte.

Formación, Documentación, Investigación. La atención que desde la escuela se presta a la enseñanza de la música es insuficiente, ya que tan sólo se le dedica una hora semanal en la etapa de primaria y dos en secundaria. Otra problemática a añadir es que con frecuencia el proceso de adaptación y reciclaje profesional de una parte del profesorado encargado de estas materias no se ha producido adecuadamente, lo que redunda en detrimento de la calidad de la enseñanza y contribuye a aumentar el desinterés que el alumnado siente por la música.

La formación que tiene lugar en el Conservatorio de Música está orientada hacia la profesionalización. Los niños suelen iniciar estos estudios aproximadamente a los ocho años, a esta edad, en la que el aprendizaje debe de desarrollarse principalmente a través del juego, es muy difícil que sigan con éxito un programa tan duro y exigente como el que se imparte en estos centros, lo que provoca un elevado abandono de los estudios.

Desde la enseñanza no reglada en Gijón la Fundación Municipal de Cultura y la Universidad Popular desarrollan programas y actuaciones muy interesantes que buscan el acercamiento de la ciudadanía a la música. Así por ejemplo, tiene un programa de iniciación a la música pop y rock, el "Taller de músicos", que tiene muy buena acogida entre el público. En otra línea, con el programa "Música maestro" que se lleva a cabo en coordinación con las escuelas, trata de iniciar el alumnado en la música a través de la asistencia a conciertos. Fuera del horario lectivo se pretende que la animación musical vaya dirigida a las familias, a través de la oferta que pueda cubrirse en el barrio a través de los centros municipales. La oferta musical del Teatro Jovellanos está limitada por su capacidad y su estructura, de manera que en ocasiones no permite satisfacer todas las demandas.

Desde 1982, la Universidad Popular (UP) desarrolla en nuestra ciudad

SEGUNDO LIBRO.qxp 16/04/2004 17:32 PÆgina 71

actividades educativas y culturales para mayores de 16 años sin que necesiten requisitos previos. Se trata de un proyecto abierto, permanente y continuo que intenta adaptarse a los cambios sociales y ajustar la oferta cultura y educativa a esos intereses. Así, a los tradicionales cursos y talleres de historia, literatura, arte, dibujo o pintura, se le han ido uniendo cursos sobre la salud en la alimentación, la prevención de riesgos laborales, acceso a Internet, etc. Una media de 230 profesores al año imparten los cursos.

La ciudad cuenta con un Centro Superior de Arte Dramático, ITAE, desde donde se establecen actividades conjuntas con las escuelas de música para que éstas incorporen el arte dramático y la danza. Junto a este Centro, propuestas como FETEN, la Feria Europea de Teatro para niños y niñas, los programas "Gijón en el país de los títeres" y "teatro en la escuela", junto con la oferta continuada de teatro infantil, han desarrollado en la ciudad un núcleo importante de aprendizaje y difusión del teatro, convirtiéndose en un referente nacional del teatro infantil.

En cuanto a la oferta de centros de documentación, se cuenta con tres archivos o fondos documentales públicos. Uno de ellos es el Archivo Municipal de Gijón que se ubica en la Torre del Reloj, reedificada en 1989 sobre una antigua torre del siglo XVI. Dividido en 25 secciones reúne el mayor conjunto de documentos referido al concejo y a la ciudad de Gijón y se encuentra en permanente ampliación desde hace quinientos años. La Biblioteca del Padre Patac fue creada por este religioso asturiano y él mismo la cedió al Ayuntamiento de Gijón hace unos años para que esta importante colección de documentos sobre Gijón y Asturias estuviera al alcance de todas las personas interesadas. Por último, la Hemeroteca pública posee más de 600 colecciones de publicaciones periódicas sobre temas económicos y empresariales y otros de carácter general.

Sector turístico. Las sendas y vías verdes recuperadas y las diferentes actuaciones realizadas para adecentar las parroquias de Gijón hacen de la zona rural un atractivo para los visitantes, además de para los propios gijoneses.

No existe una amplia tradición de turismo cultural en la ciudad, pese a disponer de un entorno cultural de amplio espectro, que abarca tanto actividades culturales, ya recogidas, como recursos culturales: recursos patrimoniales arquitectónicos, recursos patrimoniales etnográficos, esculturas, museos, elementos de arqueología industrial, termas romanas, asentamientos romanos y medievales, etc.

Sería preciso incrementar la conciencia del importante potencial que tiene el sector turístico, y el cultural en concreto, sobre el desarrollo económico local. La reciente inauguración del Jardín Botánico Atlántico de Gijón es un espléndido inicio del relanzamiento del turismo cultural.

SEGUNDO LIBRO.qxp 16/04/2004 17:32 PÆgina 72

Tanto desde el Patronato Deportivo Municipal como desde la Sociedad Mixta de Turismo, se ofertan actividades deportivas que consiguen atraer turismo. Un ejemplo es la consecución a finales de 2001, de la marca "Estación Náutica" que otorga Turespaña. Una estación náutica es una asociación de empresas del mundo del turismo que ofrecen de forma conjunta una oferta basada en las actividades náuticas. Esto incluye, por ejemplo, excursiones en velero, buceo, alojamientos, restauración o alquileres de materiales. Gijón fue admitida al demostrar que es una ciudad adecuada para ofertar actividades náuticas, desde el punto de vista turístico. En definitiva, la "Estación Náutica Gijón-Costa Verde" permite a nuestra ciudad presentar una oferta turística relacionada con el mar basada en la variedad, el atractivo, la competitividad en precios y la calidad, incrementando la actividad turística fuera de la temporada de verano, lo que es muy importante para ciudades como Gijón.

A esta oferta se le suma los diferentes torneos deportivos que consiguen atraer a numerosos visitantes como los de voley-playa, baloncesto, etc. Destaca sobre ellos el Concurso Hípico de Gijón que se celebra desde 1942 y tiene la categoría de internacional desde 1960. Un gran número de personas vienen a nuestra ciudad atraídos por el alto nivel de la competición.

El concejo cuenta con 17 kilómetros de sendas que aglutinan en la actualidad la vía verde de La Camocha, el sendero del río Peñafrancia, el sendero litoral de Peñarrubia y la senda de La Ñora, que se ampliarán hasta 34 en los próximos meses con la puesta en servicio del itinerario del antiguo ferrocarril que unía San Martín del Rey Aurelio, Lieres y Gijón; así como el sendero litoral de la costa este, que acercará aún más el parque de La Providencia a la playa de La Ñora. En ese momento, las sendas verdes llegarán a unir muchas de las parroquias del concejo, un proyecto que comenzó a gestarse por parte del Ayuntamiento de Gijón en el año 1996 con la inauguración de la senda del Cervigón. Recorrer el municipio, a pie o a bicicleta, es un buen reclamo tanto para los vecinos de la ciudad, como para aquellos que nos visitan.

Adolece actualmente la ciudad de atractivas ofertas turísticas de tercera edad y para el cuidado de la salud, aunque se espera un cambio radical de esta situación en el momento en el que esté en funcionamiento el Centro de Talasoterapia. Este Centro contribuirá a potenciar la calidad de la oferta turística de Gijón y extenderla durante todo el año, ayudando al mismo tiempo a ofrecer terapias naturales a aquellas personas que padezcan problemas de salud, principalmente de tipo óseo y de circulación sanguínea.

Una solución a la relativa estacionalidad del turismo en nuestra ciudad, se centra en potenciar las ofertas turísticas especializadas, entre las que destaca el turismo relacionado con la organización de actividades y eventos como segmento con grandes posibilidades de crecimiento. Para ello es

SEGUNDO LIBRO.qxp 16/04/2004 17:32 PÆgina 73

necesario contar con infraestructuras y servicios atractivos para el público potencial, y aprovechar los recursos existentes como la Oficina de Congresos de Gijón, que es un medio permanente de captación, promoción y fomento de esta línea de negocio. Dentro del Plan de Excelencia Turística, impulsado por el Ministerio de Economía, el Principado de Asturias y el Ayuntamiento de Gijón, se ejecutó un plan de mejoras tecnológicas en el Palacio de Congresos y se potenció la Oficina de Congresos y el Club de Empresas, que explicaremos en el apartado destinado a la oferta privada.

Protección y mantenimiento de las zonas naturales. Gijón lleva recibiendo en los últimos años, el premio "Bandera Verde-Ciudad Sostenible", un galardón que reconoce las políticas que se llevan a cabo en la ciudad para la preservación del medio ambiente. La Federación de Usuarios-Consumidores Independientes valoró, especialmente, "la gestión que se realiza en la ciudad coincidente con la búsqueda de un desarrollo sostenible para el municipio". Gijón es el único concejo asturiano que ha recibido este galardón, que cuenta con el respaldo del Ministerio de Sanidad y Consumo, a través del Instituto Nacional de Consumo. La concesión de este premio de manera consecutiva no hace sino refrendar las actuaciones públicas realizadas en materia de estudios medioambientales, la recuperación de recorridos y antiguas vías pecuarias y rutas verdes.

Se ha iniciado en breves fechas un ambicioso proyecto que pretende recuperar, poner en valor y ofrecer a los ciudadanos, a lo largo de 30 años, el patrimonio rural de titularidad municipal dispersado por todo el concejo.

Dentro de las acciones desarrolladas por el Ayuntamiento para el aprovechamiento de fincas rústicas municipales, se encuentra la de destinar parcelas al cultivo de huertos por los ciudadanos del municipio que hayan finalizado su vida laboral. Noventa huertos ya han sido repartidos como medio de ocio activo, terapéutico y sostenible entre los jubilados de la ciudad.

En otro orden de cosas, el Centro de Interpretación de la Naturaleza de Deva que contempla el Parque Natural del Monte Deva, un espacio rico en atractivos naturales y lleno de historia, ya que el Monte Deva ofrece las huellas de los más antiguos pobladores de nuestro concejo, incluyendo un cementerio prehistórico, reconocible en los túmulos funerarios conservados.

Relacionada con la protección y el mantenimiento de zonas naturales, tenemos el observatorio de aves de San Andrés de los Tacones, construida por el Ayuntamiento con el objetivo de incluir al humedal de San Andrés dentro de la zona especial de protección para las aves. El observatorio está destinado fundamentalmente a las visitas escolares, si bien también puede ser utilizado por personas amantes de las aves acuáticas que abundan en este entorno.

SEGUNDO LIBRO.qxp 16/04/2004 17:32 PÆgina 74

Oferta cultural privada

El "Informe sobre la industria cultural en el municipio de Gijón" realizado por la Universidad de Oviedo, concretamente por los investigadores Rosa I. Aza Conejo, Luis Valdés Peláez y Mª Eugenia Suárez Serrano, con la colaboración de Manuel A. Valdés Peláez y Eduardo A. Oviedo García, nos permite desarrollar algunos aspectos que caracterizan a la oferta cultural privada asturiana y gijonesa.

Como punto de inicio del citado estudio se procedió a consultar múltiples fuentes que fueran de interés para la elaboración del estudio. Se empleó fuentes, tanto públicas - Ministerio de Economía, Ministerio de Hacienda, Agencia Estatal de Administración Tributaria, Instituto de Estudios Fiscales, SADEI y el Instituto Nacional de Estadística -, como privadas - Banco Herrero, Fundación La Caixa, Banco Bilbao Vizcaya Argentaria y Publicación Fuentes Estadísticas -. Como resultado de esta búsqueda se indica en el estudio que no existen datos a la fecha de terminación del estudio que hayan podido ser utilizados para la realización del mismo.

Los resultados obtenidos en la búsqueda de información concuerdan con la apreciación realizada por la Comisión Europea en el documento de trabajo "Cultura, industrias culturales y empleo" (1998) sobre los escasos análisis cuantitativos existentes en la Unión Europea. De la misma forma, tanto la OCDE como la UNESCO y la UE vienen insistiendo en la penuria de datos básicos así como en su falta de sistematización.

En los últimos años han aumentado significativamente los trabajos de investigación que realizan análisis cualitativos, pero la dificultad de cuantificación y delimitación de esta rama de actividad hace que la localización de fuentes de información sea una tarea casi imposible y en mayor medida aún si el espacio físico al que se circunscriben es limitado.

En los siguientes puntos quedan reflejados de manera resumida los resultados más destacados que se han obtenido en el estudio y que ayuda a realizar un análisis de la industria cultural local.

- El número de empresas culturales y de ocio ha crecido en la región, pero con un incremento medio interanual inferior al alcanzado por el número total de empresas. El porcentaje de asalariados sobre el total es del 4,9%, y en el sector privado alcanza el 4,7%. En 1997 el tamaño medio de las empresas asturianas es de 4,8 trabajadores, inferior a la media española que es de 5,8 asalariados.

- En el ámbito nacional, el tamaño de las empresas asturianas del sector de la cultura y el ocio es superior al de otras regiones como Extremadura (3,3), La Rioja (4,5), Castilla la Mancha (3,9), Cantabria (4,7) y Andalucía (4,7).

- Asturias se sitúa por debajo de los valores medios nacionales (4,2%) en términos de VAB a pm de la industria cultural y de ocio (2,1% del PIB regional en 1997). En el total nacional seis comunidades tienen una aportación al PIB

SEGUNDO LIBRO.qxp 16/04/2004 17:32 PÆgina 75

regional por esta actividad superior a la asturiana.

- En el año 2000 la actividad cultural generaba en la región 4.271 empleos (Fuente: SADEI), con un crecimiento del 24,6% desde 1995, lo que supone el 1,3% del empleo total de Asturias.

- Con el estudio llevado a cabo, parece que la cultura genera empleo o produce desarrollo económico de dos formas:

    - Creando puestos de trabajo directamente relacionados con la industria cultural o en el sector del Patrimonio cultural.

    - Potenciando el interés de los turistas por un territorio, lo que resulta un elemento positivo para la atracción de inversiones en servicios locales relacionados con la cultura.

- En general muchas de las empresas privadas del sector son proveedoras de las Administraciones Públicas, motivo por el que trabajan más por encargo que por iniciativa propia. En cuanto al tamaño de la empresa, se observan diferentes comportamientos en la generación de empleo, así las empresas de mayor facturación son las que generan más empleo y de mayor calidad y tienden a contratar servicios especializados. Las empresas medianas utilizan en mayor medida fórmulas de subcontratación, siendo más propensas a demandar personal de apoyo. Por último, las microempresas son las que más subvenciones reclaman de la Administración. Si se tiene en cuenta el tipo de actividad que desarrollan, las empresas "integrales" son de tamaño medio y grande, subcontratan en menor medida servicios de apoyo y generan más contratos con el sector privado. Las empresas "sectoriales" tienden a trabajar por encargo porque su ámbito de actuación es más restringido y dependen en mayor medida de subvenciones públicas. Por último, las empresas de "consultoría" utilizan mucho la fórmula de la subcontratación y tienen mayor iniciativa a la hora de realizar proyectos.

Dicho Informe realizado por la Universidad de Oviedo ha realizado un análisis empírico basándose en una muestra de empresas representativas del sector en el municipio de Gijón, así como de asociaciones que por su naturaleza fueran susceptibles de ser consultadas por llevar a cabo actividades de tipo cultural en el municipio.

- Han sido analizadas 46 empresas y profesionales de Gijón, con actividades variadas: dos son agencias de publicidad; uno representante de orquestas; dos consultores culturales; tres se dedican al diseño gráfico; nueve son editoriales o se dedican a las artes gráficas; cinco son salas de exposiciones; ocho grupos de teatro; cuatro ofrecen servicios culturales generales; uno de transporte; una de reparación de pianos; otro es la obra social y

SEGUNDO LIBRO.qxp 16/04/2004 17:32 PÆgina 76

cultural de una entidad financiera; hay una empresa de catering; una de grabación de conciertos; tres de alquiler de equipos; dos de venta y distribución de libros; una empresa se dedica a la exhibición de películas al aire libre; otra a la formación y, por último, un encuestado se dedica a la realización de producciones audiovisuales.

- La media del número de trabajadores con los que cuentan estas empresas es aproximadamente de seis personas, la fecha de inicio de la actividad es dispar, pero en general bastante reciente, ya que más del 60% de las empresas analizadas en este estudio fueron creadas entre 1990 y 1999.

- El régimen jurídico de las empresas es mayoritariamente sociedad limitada; el 70% de las empresas de la industria cultural tienen esta forma jurídica, mientras que un 11% son personas físicas. El número de empresas que tienen otro régimen jurídico es reducido. Por otra parte, el número de socios se sitúa en una media de tres personas.

- En lo que se refiere al ámbito geográfico de actuación de estas empresas, el 8,9% actúan en el ámbito local, el 46,7% lo hacen a nivel regional, el 36,9% a nivel nacional y, por último, el 7,5% a nivel internacional. Estos datos demuestran que las empresas compiten básicamente en nuestro mercado.

- En cuanto a los clientes, un 80% indican contratar tanto con entes públicos como privados; más del 97% de los que declaran contratar con entes públicos lo hace con ayuntamientos, un 75% con el Principado de Asturias, el 56% con la Universidad y un 62% con otros entres públicos, como fundaciones, por ejemplo.

- En el estudio se han introducido unas variables de opinión sobre ciertos aspectos del sector con el fin de conocer el parecer de los encuestados. Así, en líneas generales, se puede afirmar que la evolución de las empresas ha sido positiva en el tiempo, tal y como lo declara el 80% de los encuestados. Muy pocos se encuentran en mala situación o han tenido una trayectoria decreciente, en concreto el 6%. El 14% no valora su evolución. Por lo que respecta a las perspectivas de futuro de las actividades de los encuestados, la mayoría, en concreto, un 80%, son optimistas y están realizando o van a realizar inversiones para mejorar y ampliar sus instalaciones. En cuanto a la industria cultural en general, el futuro es visto de forma optimista por el 60% - creen que la sociedad tiende a valorar sus trabajos y su actividad

- Otro 13% no prevé un futuro tan halagüeño y el 27% no aventura el futuro de la industria.

- También han sido estudiadas 8 asociaciones, que realizan actividades de tipo cultural y que operan sin ánimo de lucro. De ellas: una realiza actividades teatrales,

SEGUNDO LIBRO.qxp 16/04/2004 17:32 PÆgina 77

tiene taller de poesía y tertulia literaria; cuatro se dedican a la música coral; dos se dedican a promocionar el folclore astur; una es asociación vecinal y organiza diversas actividades. Sus presupuestos oscilan entre los 5.000 € y los 150.253 € , ascendiendo el presupuesto medio para el conjunto de asociaciones a 46.650 €. El presupuesto total que destinan a la realización de actividades culturales es de 203.050 €. Algo más del 70% contratan con las Administraciones Públicas, siendo mayoritariamente las contrataciones con el Ayuntamiento de Gijón.

Junto a las características señaladas en el informe presentado por la Universidad de Oviedo, existen otros aspectos de la oferta cultural privada importantes para completar el análisis de la industria cultural.

La apuesta pública por facilitar el acceso a las nuevas tecnologías de la información y la comunicación se encuentra complementada con la oferta privada, al contar la ciudad con un amplio número de cibercafés.

Continuando con este sector de las NTIC, una actividad en desarrollo emergente es la elaboración de paquetes formativos con contenidos culturales. Existen algunas microempresas enmarcadas dentro de las NTIC que ya están nutriendo de contenidos cursos formativos a través de internet, si bien este campo aún no está plenamente cubierto.

Gijón cuenta con cuatro cines, los cuales a su vez cuentan con 29 salas de proyecciones. El número aproximado de butacas es de 8.150 butacas. Tras haber asistido en los últimos años al cierre de cines y teatros históricos, el número de salas ha aumentado considerablemente en los últimos años, gracias a la instalación de tres cines dentro de centros comerciales. A la oferta de cine se le puede sumar el autocine ubicado en las afueras de la ciudad y que ya está en funcionamiento desde hace varios años. La Sala Quiquilimón, con una larga trayectoria en la ciudad, completa la oferta de teatro en la ciudad.

En Asturias existe una veintena de editoriales, que editan anualmente cerca de 200 publicaciones. El mercado editorial de la región crece, aunque sus cifras no son suficientes para hacer de él un negocio boyante. El gran objetivo de las editoriales asturianas es ampliar el mercado, eliminando así la limitación que les causa el mercado regional.

La oferta de librerías es amplia, encontrándose librerías clásicas, y que cuentan con reconocido prestigio en la ciudad, junto con otras de más reciente creación y que apuestan por acciones innovadoras, intentando convertir a las librerías en una zona de encuentro cultural y no sólo en un espacio para la compra de libros; por tal motivo se realizan presentaciones de libros, mesas redondas, exposiciones de cuadros y esculturas, etc.

Por otra parte, en la ciudad existen galerías de arte, centros de exposiciones y salas privadas de conciertos que componen la oferta privada en el ámbito del arte y la música.

SEGUNDO LIBRO.qxp 16/04/2004 17:32 PÆgina 78



Además de los museos incluidos en la red municipal existe otro museo de gran arraigo en la ciudad, como es el caso del Museo Evaristo Valle, enclavado en un entorno privilegiado y rodeado de bellos jardines, en los cuales se ofrecen además conciertos de música clásica.

Cuando se analizó la oferta existente en relación con la organización de actividades y eventos, hemos mencionado al Palacio de Congresos, pero sin llegar a profundizar más en sus acciones, dado que su gestión es privada, en concreto de la Oficina de Congresos perteneciente a la Cámara de Comercio, Industria y Navegación de Gijón.

Junto a las mejoras efectuadas en el Palacio de Congresos dentro del marco del Plan Excelencia Turística, se constituyó la Asociación Club de Empresas de la Oficina de Congresos de Gijón. Este proyecto responde tanto a una propuesta del Plan de Excelencia Turística de Gijón como al interés y las expectativas de las empresas privadas ante el desarrollo de este subsector turístico. Uno de los ejes conductores de dicho plan recoge la voluntad y decisión de fomentar la cooperación público-privada y de involucrar, aún más, a los subsectores de actividad empresarial vinculados a la industria turística así como de crear una herramienta comercial y de cooperación empresarial. Las empresas que actualmente forman parte de esta asociación representan a diversas actividades: hoteles, restaurantes y catering, agencias de viaje, autocaristas, servicios a congresos, etc.

Además de las iniciativas culturales con carácter lucrativo, otros actores participan activamente en la realización de actividades culturales en al ámbito local. Destacamos las siguientes: Obra Social y Cultural de Cajastur, que organiza diversas exposiciones - principalmente en el Centro Cultural Cajastur Palacio Revillagigedo, que data del siglo XVIII -; la Obra Social de Caja Rural de Gijón, que organiza actividades culturales destinadas mayoritariamente a agricultores y ganaderos; los periódicos locales "El Comercio" y "La Nueva España" organizan aulas culturales; la Biblioteca Pública "Jovellanos" programa encuentros culturales en sus instalaciones y una conocida cafetería de la ciudad coordina una tertulia que está ya arraiga entre los ámbitos culturales de la ciudad. Debemos sumar a estos actores, las diversas asociaciones culturales presentes en la ciudad - muy rica asociativamente hablando -, las cuales desarrollan actividades culturales de interés.

Por su relevante acción de mecenazgo abordamos de manera más amplia la actividad desarrollado por la Obra Social y Cultural de Cajastur en el municipio de Gijón durante el año 2001. La actividad cultural desarrollada en el Centro Cultural Cajastur

SEGUNDO LIBRO.qxp 16/04/2004 17:32 PÆgina 79

Palacio Revillagigedo constituyó un referente en la vida artística gijonesa y asturiana, comenzando su programación de 2001 con la ya tradicional cita con el Salón Internacional de Fotografía que, en esta su 48ª edición, mostró cuatro colecciones que constituyeron un notabilísimo éxito de público y crítica. Se continuó con el programa de dar a conocer a los escolares la atracción, las posibilidades y la que ofrecen los Centros Culturales de Cajastur así como la historia de los edificios que albergan estos Centros. Dada la demanda que sobre temas asturianos existe en el resto de España, la Obra Social y Cultural de Cajastur decidió itinerar durante el año 2001 la exposición "1998-1999 Una Experiencia Litográfica" que recoge una serie de Litografías editadas entre 1998 y 1999, en el Taller de Litografía Viña de Gijón, realizada por un grupo de once artistas asturianos vinculados a las artes gráficas.

Con unos pocos años de vida, "Intersecciones" es ya un referente para la cultura joven alternativa, una propuesta en la que brillan el cine, la música, la danza, el arte y las charlas con una amplia variedad de géneros y estilos de Asturias y de Europa. El Centro Cultural de Cajastur Palacio de Revillagigedo ha acogido algunas de las actividades enmarcadas dentro de este programa. Siguiendo con la oferta musical, no podemos olvidarnos del ciclo Música del siglo XX; los conciertos de la Ronda por Asturias; los conciertos de la Orquesta Sinfónica del Principado; las denominadas Noches de Jazz celebradas en el Teatro Jovellanos de Gijón; los Conciertos didácticos coincidiendo con la festividad de Santa Cecilia en los que se fomenta la afición por la música entre los niños; la colaboración de Cajastur con la Asociación de Intérpretes de Canción Asturiana, realizando en el Centro de Pensionista de la ciudad actuaciones que alegraron a los mayores con tonadas, teatro costumbrista, gaitas y tamboriles.

Además de las grandes exposiciones celebradas en el Centro Cultural Cajastur de Gijón, se realizaron otras muestras de carácter itinerante en el Centro Cultural Monte de Piedad de Gijón. Son muestras que reúnen todo tipo de tendencias, jóvenes promesas y figuras consolidadas, autores nativos y nacionales, el pasado y el futuro…

La Obra Social y Cultural sigue siendo fiel a las demandas de los amantes del séptimo arte y de los que encuentran un vacío en las carteleras comerciales. Por tal motivo organizan y patrocinan ciclos de cine en versión original.

Por otra parte, el Centro Cultural Colegiata San Juan Bautista de Gijón se ha convertido en una de las salas más deseadas por las compañías de danza de todo el mundo.

No se pude cerrar el resumen de la apuesta cultural de Cajastur sin señalar los encuentros de teatro alternativo celebrados en Asturias y en los que Gijón es una de las localidades en las que se representan estas obras.

SEGUNDO LIBRO.qxp 16/04/2004 17:32 PÆgina 80

Usuarios por Centros Municipales. Año 2002 [1]
Fuente: Fundación Municipal de Cultura, Educación y U.P.

Centro	Usuarios
Ateneo de la Calzada	115.819
C.M. de Rozes	4.638
C.M. Polígono de Pumarín	13.223
C.M. de El Llano	48.460
C.M. de El Coto	53.297
C.M. de Vega - Camocha	13.110
C.M. de Contrueces	18.019
C.M. de La Arena	26.387
C.M. de El Natahoyo	18.072
C.M. Pumarín "Gijón Sur"	22.144
Total	**333.169**

[1]*Excluyendo usuarios de bibliotecas*

4.3.3. Análisis de la demanda

Prueba del éxito de la política pública de acercamiento a la cultura es el elevado número de usuarios que tienen los diferentes centros municipales, destacando especialmente el Ateneo de la Calzada, que atrae al 35% del total de usuarios en todos los centros, como se expone en la tabla que se muestra a continuación.

De igual manera, el número de usuarios de las bibliotecas municipales se incrementa paulatinamente año tras año al incrementar el número de bibliotecas distribuidas por los barrios de la ciudad.

El total de préstamos de libros en el conjunto de bibliotecas municipales asciende a 180.652, el de préstamos de discos a 57.916, el número de

Usuarios de Bibliotecas Municipales Año 2002
Fuente: Fundación Municipal de Cultura, Educación y U.P.

Biblioteca	Usuarios
Arena	211.752
Calzada	108.503
Camocha	19.437
Contrueces	35.402
Coto	97.062
Llano	114.636
Monteana	5.651
Natahoyo	21.418
Polígono Pumarín	80.105
Pumarín "Gijón Sur"	48.362
Roces	9.065
Total	**751.393**

SEGUNDO LIBRO.qxp 16/04/2004 17:32 PÆgina 81

préstamos de CDRoms ha sido de 11.137, el de revistas suma 5.598 y los préstamos de vídeos alcanzan la cifra de 10.605.

La biblioteca pública "Jovellanos", cuya titularidad es del Principado de Asturias, es otro equipamiento cultural con una elevada demanda, que se refleja en los 51.502 socios que tenía en el año 2001.

Por lo que respecta a los museos municipales, en la siguiente tabla se recoge el número de visitas que han recibido a lo largo del año 2002 los museos pertenecientes a la red municipal.

Por su parte, los museos no incluidos dentro de la red municipal, museo Evaristo Valle y museo Barjola, recibieron 14.577 y 12.747 visitantes respectivamente (datos del año 2001).

Durante el año 2002, el teatro Jovellanos recibió 158.694 espectadores en un total de 305 representa-

Museo / Centro	Visitantes
Parque arqueológico y natural de la Campa Torres	30.822
Termas Romanas	35.513
Torre del Reloj	9.039
Museo del Pueblo de Asturias / Gaita	63.019
Museo Jovellanos	46.755
Museo Nicanor Piñole	13.451
Centro Cultura Antiguo Instituto (salas exposiciones)	28.686
Museo del Ferrocarril	37.226
Total	**264.511**

Visitantes de Museos y Centros Municipales. Año 2002
Fuente: Fundación Municipal de Cultura, Educación y U.P.

Género	Nº	Nº asistentes
Danza	19	9.364
Teatro	76	43.746
Varios	35	22.845
Clásica	73	35.248
Música	30	14.879
Cine	59	25.693
Lírica	1	402
Musical	12	6.517
Total Teatro Jovellanos	**305**	**158.694**
Música otros aforos	12	58.408
Festival de Cine: otros aforos	169	22.825
Total anual	**486**	**239.927**

Actividades representadas según género. Año 2002.
Fuente: Sociedad Municipal Teatro Jovellanos

SEGUNDO LIBRO.qxp 16/04/2004 17:32 PÆgina 82

ciones de diferentes géneros. A estas cifras hay que añadirle otras 58.408 personas que acudieron a alguno de los 12 conciertos organizados por el teatro en diferentes aforos, así como los 22.825 espectadores que asistieron al Festival Internacional de Cine. En suma, la cifra total de personas que han asistido a lo largo del año 2002 a las actividades de pago ha sido de 239.927. A continuación se recoge en una tabla las actividades representadas según género.

En el año 2001, Gijón fue la sede de celebración de 64 eventos colectivos, de los que las jornadas supusieron un 58% y los congresos un 23% del total. En la tabla adjunta se presenta de manera desagregada el número de eventos celebrados en ese año.

Reuniones celebradas en el año 2001
Fuente: Oficina de Congresos de Gijón

Tipo de eventos	Nº eventos
Convenciones	4
Congresos	15
Jornadas	37
Otros	8
Total	**64**

El barómetro de lectura y compra de libros en Asturias del año 2001, encargado por la Consejería de Educación y Cultura del Principado de Asturias, aporta valiosa información acerca de la demanda de lectura de los asturianos. Según este estudio, los asturianos leen, por término medio, once libros al año, si bien el 55% ha leído menos de nueve libros al año. El 60% de las personas compran los libros en librerías, muy por encima de las compras de libros en grandes almacenes, quioscos o mediante clubes del libro o venta por correo.

Se consulta la opinión de la ciudadanía con respecto a la política cultural, aunque no de forma sistemática. Es preciso destacar que se ha recabado de forma estructurada la opinión de los ciudadanos en la elaboración del Plan Estratégico de Gijón y en dos de sus líneas transversales, en concreto el Proyecto Educativo de Ciudad y el Plan Integral de Juventud. El Plan Estratégico consta de cuatro ejes, uno de los cuales, calidad de vida, contempla de manera amplia el ámbito de la cultura. Para la elaboración del diagnóstico y la propuesta de objetivos y medidas de futuro, se complementaron estudios de campo - por medio de entrevistas a expertos- con las aportaciones de los ciudadanos mediante mesas de trabajo, aportaciones por escrito, por correo electrónico y en comisiones ciudadanas.

Para la redacción del Proyecto Educativo de Ciudad también se emplearon mesas de trabajo con expertos, planteándose en algunas de ellas la relación de la cultura con la sociedad local.

En definitiva, si bien no de manera sistemática, sí se consulta a los ciudadanos sus opiniones de cara a programar las grandes actuaciones públicas, incluidas por supuesto, las políticas culturales.

Por su parte, el Plan Integral de Juventud utilizó tanto una metodología cuantitativa como cualitativa para su elaboración. Este Plan

SEGUNDO LIBRO.qxp 16/04/2004 17:32 PÆgina 83

Integral contempla las políticas culturales como un factor de especial relevancia para favorecer el desarrollo sostenible, el proceso de inserción social de los jóvenes, la igualdad de oportunidades y cuantos elementos contribuyan a la mejora de la calidad de vida de la población, en especial de los jóvenes.

La elaboración de estos tres ambiciosos proyectos ha permitido detectar algunas demandas que recogemos a continuación.

En líneas generales, destaca positivamente el papel representado por la Fundación Municipal de Cultura, Educación y Universidad Popular como motor de referencia de la cultura en nuestro ciudad, así como la labor realizada desde la Empresa Municipal Teatro Jovellanos. Pero aún estando a la vanguardia en muchas ofertas culturales, aún quedan aspectos por mejorar.

En el contexto escolar se detecta un desequilibrio importante entre las enseñanzas artísticas en la escuela en relación con otras materias, de manera que hay que hablar incluso de una carencia formativa en la didáctica de las artes plásticas y muy especialmente con todo lo relacionado con el arte contemporáneo en las aulas.

La iniciación en la creación artística debe tener lugar en la infancia y realizarse de forma ininterrumpida. Esta educación es aún más necesaria en un país como el nuestro en el que el ambiente familiar y social no es muy favorable a estos aspectos y limita las inclinaciones creadoras que los niños puedan tener.

Es interesante, en este sentido, analizar el caso de la promoción del deporte en la educación como ejemplo del fuerte calado que ha tenido entre la población en las últimas décadas. La faceta lúdica tan presente en actividades como el deporte, existe igualmente en la actividad artística y debe desarrollarse para conseguir hacer del arte una actividad accesible y un medio de comunicación y desarrollo.

La creación de un Centro de Arte Actual podría contribuir a acercar a la población al mundo de la creación artística, y en especial del público adolescente, haciendo que el arte se convierta en algo cotidiano en la ciudad.

Es importante señalar la falta de recursos formativos adecuados para satisfacer las necesidades de la población al margen de las vías de formación reglada; un lugar donde las personas interesadas en las artes plásticas puedan practicar su afición, recibiendo una formación intermedia entre la formación reglada y las Escuelas de artes y oficios. Una situación similar ocurre con la música. El hecho de que el Conservatorio de Música sea un centro de educación reglada donde el acceso es preferente para los más jóvenes, le impide constituirse en el foro que requieren los adolescentes y las personas adultas. El programa de iniciación a la música pop y rock, el "Taller de músicos" tiene muy buena acogida entre el público con una demanda en alza.

SEGUNDO LIBRO.qxp 16/04/2004 17:32 PÆgina 84

La situación actual en cuanto a posibilidades de aprendizaje musical nos permite afirmar que en Gijón debe potenciarse mucho más la enseñanza de la música. La alternativa de las academias musicales privadas es cara y supone un gasto que muchas familias no pueden afrontar. En una ciudad como Gijón, que se ha comprometido tan seriamente por facilitar el acceso de la población a la cultura y la creación desde facetas muy diferentes, debería de articularse en un proyecto de formación musical flexible y versátil para los diferentes tipos de público.

En cuanto a los museos de la ciudad se percibe una limitación no sólo en la capacidad para albergar obras de arte, sino también de otros servicios como espacios dedicados a la realización de charlas o talleres, así como más personal que pueda desarrollar esos servicios y actividades.

Se plantea la posibilidad de buscar fórmulas que permitan desarrollar proyectos en común entre lo público y lo privado, dos ámbitos que en el caso de coordinarse podrían conseguir una optimización de los recursos. En esta línea se plantea la necesidad de poner en marcha un Centro de Arte que dinamice la ciudad. Es muy interesante y atractivo el proyecto propuesto para la Universidad Laboral, entendiendo que el diseño de este equipamiento debe de satisfacer y contemplar las demandas y necesidades de la ciudadanía, partiendo de la premisa de respetar al máximo el edificio.

Respecto al teatro y a las artes escénicas en general se percibe que la gente joven se siente muy desvinculada del teatro y parece que existe una falta de identificación de la juventud con la producción teatral, ya que se hace un teatro poco alternativo que muchas veces no responde a lo que la población quiere ver. Ante la influencia de otros medios como son el cine o actividades deportivas que cada vez encuentran un mayor apoyo, el teatro tiene menos opciones. La mayor parte de los colegios e institutos y de los centros municipales disponen de un espacio que se puede utilizar. Además, en el teatro es posible la participación a lo largo de todo el proceso y supone una herramienta de socialización que la sociedad no puede desaprovechar. Es un valioso medio de lograr un ocio colectivo frente a los nuevos usos cada vez más individualizados.

La ciudad debería disponer de más espacios para que los y las artistas jóvenes puedan trabajar, crear, desarrollarse profesionalmente en el ámbito cultural. Las iniciativas que posibiliten el uso de la ciudad, de lo público, de los espacios urbanos como medio de exposición de la producción artística debe de reforzarse.

Se plantea la necesidad de promover la formación y la aplicación de las nuevas tecnologías a la creación artística y cultural. Existe una producción artística y cultural a través del uso de la informática y existen artistas que han introducido sus obras en la red, pero en su gran mayoría son obras físicas que no han sido creadas para Internet.

SEGUNDO LIBRO.qxp 16/04/2004 17:32 PÆgina 85

En los centros municipales debería de trabajarse más el tema de artes plásticas, aunque se hacen exposiciones y talleres puntuales. Una forma de ayudar a la creación de hábitos culturales y artísticos sería diseñar programas para la infancia en las que se comprometa a los padres y madres. Así, las actividades en museos dirigidas a la población infantil se ofertan generalmente a los colegios y son pocas las que se diseñan pensando en el tiempo libre. Se trataría de poner en marcha programas que garanticen una continuidad y que fomenten la implicación de la familias.

La política seguida por el gobierno municipal de descentralizar y acercar la cultura no significa que se abandonen los grandes centros de referencia para la cultura y el espectáculo. En los últimos años la ciudad ha recuperado dos nobles edificios que pueden acoger diversas actividades y que son el estandarte de los equipamientos culturales de la ciudad: el Teatro Jovellanos y el Centro de Cultura Antiguo Instituto, gestionados en ambos casos por el Ayuntamiento de Gijón. Pese a la recuperación de estos equipamientos, la población gijonesa demanda más infraestructuras culturales que sirvan de complemento del Teatro Jovellanos y que permitan desarrollar y fomentar una potente industria cultural en el municipio. El Plan de Usos de la Universidad Laboral, que hemos explicado cuando analizamos la recuperación de espacios públicos, paliará este déficit de infraestructuras de gran tamaño. Se espera que la antigua Universidad Laboral se convierta en el equipamiento cultural de referencia de la ciudad y en el motor de la industria cultural local.

Se demandan medidas que favorezcan el incremento de la participación activa de los jóvenes en programas culturales. Se aprecia necesario el desarrollo y fomento de la producción artística, mediante la implantación de acciones que permitan reforzar los equipamientos específicos de apoyo a la producción artística existentes (musical, vídeo, teatro, fotografía, grabado, talleres de artes plásticas, etc.); la creación de talleres para artistas plásticos dotados de equipamiento informático y acceso a Internet; un plan para la proyección y la mejora del Taller de Músicos como centro de formación especializada, difusión y producción musical.

En relación con los mecanismos de creación del empleo en el ámbito cultural, se demanda el apoyo y la promoción de nuevos yacimientos de empleo en este sector, por ejemplo, promocionando Escuelas Taller sobre oficios relativos a la cultura y la creación multimedia, vídeo, fotografía, informática, televisión, etc. De igual manera se contempla necesario el favorecer planes y programas de formación relacionados con el empleo en el ámbito cultural, montaje escénico, coreografía, audiovisuales, técnicos de grabación, etc. También se precisa conveniente para fomentar la industria cultural, la potenciación de ferias y mercados vinculados a la difusión y producción artística y cultural.

SEGUNDO LIBRO.qxp 16/04/2004 17:32 PÆgina 86

Es importante reflejar las necesidades que demandan las propias empresas de la industria cultural. Para ello nos servimos de nuevo del estudio realizado por la Universidad de Oviedo, "Informe sobre la Industria Cultural en el municipio de Gijón", en el cual se recogen los aspectos que las empresas vinculadas a este sector señalan como mejorables de cara al desarrollo del sector. De manera notable -el 70% de las empresas encuestadas- se demanda la necesidad de mejorar la formación. Esta formación se aprecia necesario tanto para la población en general, para que sea capaz de entender y admirar la parte cultural de la oferta de estas empresa, como para los profesionales del sector. En el caso particular de las empresas de artes gráficas, todos coinciden en la falta de profesionales bien formados en las especialidades relacionadas con esa actividad, como linotipia, maquinistas, preimpresión, etc. Las compañías de teatro, por su parte, indican la falta de especialistas escenográficos, iluminadores, diseñadores, maquilladores, etc.

El 56% de las empresas analizadas reclama ayudas directas públicas -subvenciones -, aunque opinan que deben estar destinadas a conseguir que las empresas puedan consolidarse. Mientras, apenas el 26% apuesta por la inversión pública, mediante la creación de empresas, como solución para mejorar el desarrollo de la industria cultural.

En el punto del estudio de la Universidad en el que se permite a las empresas y profesionales encuestados señalar qué otro tipo de iniciativas creen convenientes para mejorar el desarrollo del sector, ha sido utilizado prácticamente en exclusiva por las compañías de teatro. Éstas coinciden en indicar que es realmente importante que por parte de la Administración regional se cree un circuito de teatro con instalaciones apropiadas en diversos enclaves, de forma que las compañías dispongan de la posibilidad de elaborar una programación amplia.

Asimismo, la mayoría de los encuestados opina que la Administración debe impulsar, ayudar y promocionar el sector, pero no intervenir directamente.

4.3.4. Participación de la mujer en el sector empresarial cultural de Gijón

En un reciente estudio elaborado para el Ayuntamiento de Gijón sobre la evolución socioeconómica del municipio entre 1991 y 2001, se realiza un análisis de las opiniones expresadas por expertos/as y empresarios/as acerca de las perspectivas y posibilidades que otorgan a los distintos sectores y ramas de actividad en relación a la creación de empleo, concretando también aquellos sectores emergentes que están siendo propicios para la ocupación femenina, tanto a través del empleo por cuenta ajena, como para proyectos de autoempleo.

En el mencionado estudio se señala que el sector servicios se percibe como el más apropiado para la inserción laboral de mujeres, de una parte por el propio dinamismo que

SEGUNDO LIBRO.qxp 16/04/2004 17:32 PÆgina 87

demuestra el sector servicios que es el que crea más empleo y brinda más margen para actividades innovadoras y, por otra, porque el colectivo de mujeres está en realidad mejor posicionado debido sobre todo a que han adquirido niveles más altos de formación.

Dentro del sector terciario, los servicios de ayuda a personas y a la comunidad serán unos de los que absorba más mano de obra femenina en el futuro. Aunque existan factores que, a priori, favorezcan la incorporación de la mujer a determinadas ramas de actividad, la excesiva feminización de estas ramas resulta contraproducente y es algo que debe ser combatido mediante políticas activas de igualdad. En caso contrario, se generarán parcelas o compartimentos estancos que previsiblemente derivarán en unas condiciones de trabajo abusivas para las trabajadoras.

Se pueden citar también, como generadores de empleo en los próximos años, los servicios culturales y de ocio, las nuevas tecnologías de la información, el área de marketing y comunicación, el medio ambiente, la artesanía, el diseño, la decoración, el turismo y el pequeño comercio y hostelería. Con relación al turismo se señala específicamente el turismo ecológico.

En cualquier caso, parece que las mayores posibilidades para las mujeres se sitúan en torno a las nuevas profesiones, aquellas que surgen en los sectores emergentes y que precisamente por su carácter más novedoso, no llevan marcado el rol de género. Por tanto, en todos ellos podrán existir oportunidades de empleo para las mujeres.

La incorporación de Internet también es un factor que abre interesantes posibilidades para el trabajo de la mujer. Es de prever que surjan empleos más flexibles que permitan desarrollar total o parcialmente la jornada de trabajo desde el domicilio. Esto favorecerá la conciliación de la vida familiar y laboral y muchas personas podrán incorporarse al mercado laboral aprovechando precisamente esta ventaja.

Lo que se ha comentado en el párrafo anterior es aplicable igualmente al caso de creación de empresas (autoempleo). Se hace especial hincapié en el hecho de que, al estar hablando del sector servicios, las inversiones iniciales son relativamente pequeñas. Por otra parte, dentro del sector servicios existen más posibilidades de trabajar bajo la hipótesis de horarios flexibles, jornadas parciales o incluso teletrabajo. En todo caso, estamos hablando de fórmulas de trabajo que posibilitan a priori una mayor conciliación de la vida familiar y laboral.

La experiencia del Servicio de Asesoramiento y Formación de Emprendedores (SAFE), dependiente del departamento de Promoción y Desarrollo Empresarial de la Agencia Local de Promoción Económica y Empleo, confirma que en general existen pocas iniciativas emprendedoras ligadas al sector cultural (en ambos sexos) si bien, cuando se da esta circunstancia, en la mayor parte de los casos es una mujer la que cons-

SEGUNDO LIBRO.qxp 16/04/2004 17:32 PÆgina 88

ta como promotora de la idea. El subsector que presenta mayor número de emprendedoras es el del comercio, seguido de hostelería aunque con mayor paridad entre los dos sexos. Algunos ejemplos de las iniciativas empresariales femeninas del sector cultural que se han registrado en el SAFE son las siguientes: Galería de Arte, Animación sociocultural para fiestas y celebraciones, Enseñanza de música y/o danza y Promoción de espectáculos (Teatro y Coros)

4.4. Modelos de Política Cultural Local

Gijón es una ciudad dinámica y con una interesante vida cultural y participativa estimulada en buena medida por la Administración Local, quien ha desarrollado en las últimas décadas una política basada en la recuperación del patrimonio y de la identidad cultural, con la creación de servicios descentralizados para acercarlos a todos los ciudadanos independientemente del barrio donde vivan. Se pretende así el fomento del intercambio y del consumo de bienes culturales. La red de centros culturales y bibliotecas procura el desarrollo de una cultura de base, generando a su alrededor impulsos e iniciativas.

El apoyo a la producción y la creación artísticas, la formación, y la programación cultural, continúa buscando nuevos objetivos mejorando y adaptándose a los nuevos tiempos, para que Gijón sea una ciudad con una gran proyección externa en lo que a aspectos culturales se refiere.

La cultura ha venido siendo una de las preocupaciones de mayor importancia del Ayuntamiento de la ciudad desde la reinstauración de la democracia en la corporación local. La importancia concedida a este asunto no solo desde los poderes públicos si no también desde la sociedad y la comunidad educativa, unidos al tradicional dinamismo asociativo y cultural local, ha configurado un panorama rico y variado, muy superior al de la media de ciudades similares, que no esta exento de problemas y contradicciones.

La demanda de actividades de ocio, entendiéndolo como conjunto de actividades satisfactorias y gratificantes, que posibilita el tiempo libre, con el objeto de divertirse entretenerse y desarrollarse a uno mismo, como derecho y como medio para la mejora de la calidad de vida, es cubierta en buena medida por la iniciativa pública en el municipio de Gijón. Las actividades educativas, deportivas, culturales y recreativas, suponen una clara mejora de la calidad de vida de los ciudadanos y por lo tanto han sido asumidas en buena medida por las autoridades municipales, apoyando con ello una serie de estilos de vida saludables.

La demanda de ocio y servicios culturales, se cubre a través de una combinación de las iniciativas publica y privada, aplicando reglas y criterios diferentes con formulas de colaboración en determinados casos, para

SEGUNDO LIBRO.qxp 16/04/2004 17:32 PÆgina 89

proporcionar a los ciudadanos un abanico más amplio de elección.

Se intenta desde la iniciativa pública, mantener un equilibrio entre la creación de condiciones favorables y el respeto de la autonomía de los colectivos que desean expresar con libertad sus propias tendencias creativas.

La ciudad da una imagen muy participativa, si atendemos al alto número de asociaciones que posee, pero muchas muestran un nivel bajo de participación. La vida asociativa así como la cultural, goza de dinamismo aunque podría aumentarse.

Hay muchas personas que por diferentes motivos no han tenido acceso a unos hábitos de ocio ligados a un ocio vinculado a iniciativas culturales y educativas y dedican una buena parte del mismo a las actividades que pueden desarrollarse en los grandes centros de consumo. Se han estudiado iniciativas de tipo cultural en esos ámbitos que podría acercar a esos públicos al consumo de otros servicios que incorporen un mayor componente cultural. Tampoco se han explotado aún totalmente las grandes oportunidades, que para la implementación de iniciativas emprendedoras dentro del ámbito cultural, puede ofrecer la zona rural del municipio, donde se han realizado grandes inversiones en la creación de espacios de ocio, como zonas de recreo y rutas de senderismo, paseos y aulas de naturaleza etc. De igual manera una serie de eventos como el Festival de Cine o la Semana Negra, que han alcanzado un importante éxito y repercusión fuera de la ciudad, no dejan de ser propuestas puntuales, echándose de menos actividades de mayor continuidad a lo largo del año.

La relación entre oferta pública y privada de ocio y cultura en la ciudad es desigual. Este aspecto fue debatido durante el proceso de diagnóstico del Proyecto Educativo de Ciudad, llegándose a la conclusión de que la amplia oferta pública existente de actividades de cultura y ocio se contrapone a una oferta privada muy limitada. Se señalaron como posibles causas, que el amplio número de ofertas públicas subvencionadas pudieran estar constriñendo a la oferta privada, creándole graves dificultades para competir. La iniciativa pública está llamada a suplir la falta de iniciativa privada en la producción de bienes y servicios culturales, sin embargo se ha visto la posibilidad de que la amplitud de la oferta pública pueda ser un freno para la promoción privada. Por tanto entre las recomendaciones realizadas en ese diagnóstico se encuentra la de un aumento de la oferta privada de ocio y cultura.

Una consecuencia negativa del estado de cosas actuales, es que una buena parte del público se ha habituado a no pagar por muchos de los servicios culturales, acostumbrando así tanto a consumidores como productores a depender del Ayuntamiento. Se da la paradoja de que la propuesta que cabe hacer, va en la línea de que han de ser las propias instituciones las que deben ayudar a promocionarse a la iniciativa privada, para limitar las expectativas

SEGUNDO LIBRO.qxp 16/04/2004 17:32 PÆgina 90

de que toda la producción recaiga sobre la iniciativa pública. Una forma es el análisis para detectar las carencias que tienen las instituciones públicas, generando en esos huecos campos de actuación para la iniciativa privada. Huecos no solo temáticos, sino también temporales (apertura de centros en fines de semana etc.).

Otra de las necesidades que han sido detectadas durante la fase de diagnostico del Proyecto Educativo de Ciudad, es la existencia en el municipio de espacios susceptibles de ser utilizados para fines culturales y que por diversos motivos no están disponibles. Se ha propuesto la realización de inventarios y una gestión sistémica y profesional de ellos que bajo la formula de la cogestión o con figuras de contratación a tiempo parcial pudiesen servir de incentivo de las iniciativas de producción de bienes y servicios culturales.

Se ha detectado escasez en cuanto a espacios para la producción artística, especialmente en el terreno musical. También se han detectado limitaciones en los museos de la ciudad en lo tocante a los servicios de realización de actividades complementarias y al personal que podría realizar estas funciones, planteándose la necesidad de crear formulas de cooperación entre lo público y lo privado, obteniendo así mismo una optimización de los recursos. Se trata de proveer a la población de medios de expresión y que de forma espontánea pueda aprender a convivir con el arte y la cultura.

Las nuevas tecnologías de la información y la comunicación, tienen un enorme peso en la sociedad actual, pero al ser tecnologías muy recientes y de gran penetración en la sociedad no se pueden dejar al albur del mercado pues esto podría crear nuevas desigualdades sociales en un futuro. Desde la administración local se ha venido implementando una decidida política de potenciación de su uso por todos los ciudadanos, creando espacios públicos donde todos los colectivos puedan disponer gratuitamente de todos los equipamientos y la formación necesarios para un aprovechamiento adecuado de los mismos.

4.5. Buenas Prácticas Culturales de Referencia

A continuación se van a enumerar y resumir las distintas incitativas susceptibles de ser calificadas como buenas prácticas culturales en Gijón.

Universidad Popular. La Fundación Municipal de Cultura, Educación y Universidad Popular organiza a través del departamento de Universidad Popular todos sus programas dirigidos a la población adulta desde hace más de dos décadas. Las actividades a desarrollar están organizadas en 3 áreas prioritarias: formación de carácter ocupacional, mejorando la cualificación profesional, atención de necesidades educativas específicas y formación cultural para el ocio, en

SEGUNDO LIBRO.qxp 16/04/2004 17:32 PÆgina 91

ámbitos como la artesanía, cultura popular, artes, etc.

Semana Negra. Certamen literario especializado en novela negra. El libro es el eje fundamental de un certamen que nació entorno a la literatura policiaca en 1988 y que con el tiempo ha ido abriendo sus puertas a otros géneros literarios y a otras artes como el cine, la fotografía o el cómic, sin que la novela negra haya perdido su protagonismo como reina indiscutible del encuentro. Se trata de más de una semana de intensa actividad cultural, que incluye la presentación de libros, exposiciones, conferencias y mesas redondas. Así mismo se editan libros, y se instala un ferial donde no solo se vende, sino que también se cambian y pueden donar libros, al tiempo que se fallan premios literarios. Como actividades paralelas destacan los conciertos y otras actividades lúdicas como circo, concentraciones y concursos, en un ambiente festivo que atrae a miles de personas de dentro y fuera de la región.

Fiesta de las Lenguas. Su objetivo es favorecer el desarrollo de la realidad europea e internacional promoviendo un enfoque dinámico del aprendizaje y de la práctica de las lenguas. La Fiesta de las Lenguas de Gijón se celebra desde 1999 y está inscrita en un programa europeo de animación coordinado por el centre d'Animation en Langues de Bélgica y el Centro de Animación en Lenguas de Gijón en el que participaron más de 25.000 personas en toda Europa en la edición del 2000. Abierta al público en general, se pretende proporcionar a todas aquellas personas que aprenden una lengua extranjera la oportunidad de ponerla en práctica en un marco de comunicación real, dinámico y estimulante. Se ponen de relieve no solo la riqueza de las diferencias, la riqueza de la diversidad y el desarrollo de la capacidad de acogida y de comunicación, sino también una serie de instrumentos culturales presentes en la vida cotidiana que permiten vivir las lenguas de manera activa, demostrando que el aprendizaje de una lengua no es un proceso desagradable ni complicado sino un proceso enriquecedor. Ha obtenido el Label Europeo de las Lenguas, sello de calidad europeo de las lenguas otorgado por la Comisión Europea para valorizar las actividades innovadoras en el campo de la enseñanza de las lenguas.

Vacaciones Deportivas. Programa que pone a disposición de gijoneses y visitantes, sin límites de edad, un amplio abanico de actividades diferentes y deportes nuevos, para disfrutar del verano en contacto con el medioambiente y la naturaleza asturiana. El programa de Vacaciones Deportivas es una iniciativa del Patronato Deportivo Municipal que se viene desarrollando desde el año 1984. Desde entonces, cada año se ha ido ampliando y mejorando la oferta de este programa con cursos, actividades y campamentos. Cada verano participan más de 8.000 personas procedentes, no solo de Gijón, sino también de otras comunidades autónomas que programan sus vacaciones veraniegas en función de estas actividades. Con ello se consigue

SEGUNDO LIBRO.qxp 16/04/2004 17:32 PÆgina 92

facilitar a todas las personas interesadas el acercamiento a sus prácticas deportivas favoritas, de difícil acceso durante el periodo invernal.

Escuelas Deportivas. El Patronato Deportivo Municipal, una vez finalizado el programa de "Vacaciones Deportivas", ofrece a los escolares gijoneses la posibilidad de practicar el deporte que más les guste de forma gratuita. Mayoritariamente se trata de disciplinas deportivas que se practican en espacios cerrados, aunque no se descartan actividades de aire libre, dirigidas a niños y jóvenes en edad escolar que quieran iniciarse en la práctica deportiva. Los cursos son trimestrales y se imparten en horario de mañana, tarde y noche. Las actividades son gratuitas y se desarrollan en los propios centros escolares, fuera del horario lectivo, bajo la supervisión de monitores titulados. Los deportes que se pueden practicar en los colegios superan la veintena. En las instalaciones municipales se pueden practicar más de quince modalidades deportivas. Cada año participan alrededor de 8.000 niños y jóvenes del municipio. Las Escuelas Deportivas se vienen desarrollando en Gijón desde principios de los 90, ampliando su oferta de cursos y actividades cada año. La duración de programación deportiva comprende el periodo de duración del curso escolar (octubre a junio).

Salón del Libro Iberoamericano. Durante una semana la ciudad se llena de escritores, editores, libreros y traductores de habla hispana y portuguesa, como una propuesta de respeto y de dialogo, mirando la realidad cultural y social. El Salón es un lugar abierto a todos, donde los encuentros y mesas redondas alternan con las presentaciones de libros, recitales de poesía, proyecciones cinematográficas, actuaciones musicales y exposiciones. Encuentros de traductores dan la ocasión de saber cómo se enfrentan las variedades del español de uno y otro lado del Atlántico. Además de fallo de premios, homenajes y firma de libros, entre otros, los escritores acuden a los institutos de la ciudad, haciendo que la literatura entre en las aulas.

Abierto hasta el Amanecer. Es un proyecto en el que trabajan jóvenes que diseñan actividades para los propios jóvenes, utilizando equipamientos públicos en horarios en los que habitualmente están cerrados, fundamentalmente por la noche y fines de semana. A través de diferentes alternativas deportivas, lúdicas y culturales, se ofrece una alternativa sana de ocio para los fines de semana, con la que se trata de prevenir el consumo abusivo de alcohol entre los jóvenes. Abierto hasta el Amanecer nació en el seno de Juventud Obrera Cristiana de Asturias (JOCA), una asociación juvenil de La Calzada que decidió en 1997 dar forma a un proyecto de ocio alternativo. Desde sus comienzos el proyecto está vinculado a los jóvenes desde su propia organización, de hecho, es la asociación denominada Abierto hasta el Amanecer la que gestiona el programa, siendo los propios jóvenes los que deciden qué hacer con su tiempo libre. Desde marzo de 2000, Abierto hasta el Amanecer

SEGUNDO LIBRO.qxp 16/04/2004 17:32 PÆgina 93

ofrece un carnet juvenil que permite, a las personas de 14 a 30 años, tener descuentos en diversas tiendas de la ciudad y participar en sorteos. Miles de jóvenes disponen ya del carnet y son más de 100 los establecimientos que hacen descuentos a los socios de este programa. En marzo de 2001 la asociación Abierto hasta el Amanecer firmó un convenio con el Centro Trama para permitir la participación de jóvenes en proceso de reinserción en los talleres de ocio nocturno como apoyo a los monitores. En las diferentes ediciones realizadas hasta el momento han participado 300.000 personas. El programa "Abierto" se ha exportado a otras comunidades autónomas, como es el caso de Andalucía, Extremadura, Madrid, Castilla y León, etc., así como a países como Alemania y Portugal. La asociación gijonesa a la que pertenece la paternidad de la idea asesora e informa a las personas que quieran desarrollar la iniciativa en otras ciudades. En el año 2000 Abierto hasta el Amanecer recibió el premio Portapaz, que otorga el Seminario Gallego de Educación para la Paz. En marzo del mismo año, la Reina Doña Sofía entregó a la asociación juvenil gijonesa el galardón de la Cruz Roja, que lleva su nombre, por la labor del programa en la prevención de la lucha contra las drogas.

La Feria Europea de Teatro para Niños y Niñas, FETEN. Espacio que promueve los intercambios y la cooperación entre los distintos sectores de creación y distribución teatral. La importancia y el realce adquirido por el Teatro para niños/as en España y en, prácticamente, toda Europa, hace surgir la necesidad de un lugar o espacio donde conjugar, intercambiar, compartir y posibilitar intereses, experiencias, conocimientos y vínculos directos entre programadores, compañías y profesionales del medio; tratando entre todos de elevar y dignificar una, cada vez mayor, calidad del teatro hecho para y por los niños. Protagonistas, sin duda, de todo lo anteriormente mencionado. Los esfuerzos han dado como fruto la consolidación de la ciudad de Gijón como sede de un acontecimiento teatral tan importante como es FETEN, siendo la única feria de estas características en el Estado español y de las pocas que se realizan en Europa. En todas las ediciones de FETEN se mantiene una estructura fundamental. Es decir, un carácter de Feria, que reúne programadores, distribuidores... de nuestro país y de Europa, con lo que ello significa de potenciación del mercado; pero también, la exhibición de espectáculos, foro de debates, presentación de libros, exposiciones, etc., que contribuyen a realzar y enriquecer todo lo que tiene que ver con este aspecto de la cultura. Desde la primera edición, en 1991, y dentro de su programación, se vienen celebrando una serie de debates y encuentros con el firme propósito de aunar el hecho educativo con el teatral, puesto que el teatro es un cauce fundamental de expresión y comunicación entre el individuo, la sociedad y la cultura. Propuestas de destacados especialistas en el ámbito del teatro infantil y juvenil desde diferentes puntos de vista, contribuyen a hacer de estos debates un foro dinámico

SEGUNDO LIBRO.qxp 16/04/2004 17:32 PÆgina 94

para el acercamiento a la problemática del hecho teatral dirigido a los niños y adolescentes. Todo esto lleva a que FETEN tenga, no solo, el aspecto de mercado (exhibición de propuestas teatrales y su contratación por parte de promotores y programadores), sino también un marco de debate permanente y continuo. Se fomenta así entre los profesionales del teatro infantil y juvenil el intercambio de proyectos, actividades, experiencias y conocimientos de su profesión, provocando el encuentro entre programadores y compañías aportando una base para instrumentalizar el circuito del teatro para niños/as y jóvenes en Europa. Con todo ello, se pretende que Gijón sea caja de resonancia y se abran canales de comunicación e información de todo lo que ocurre en el teatro para niños y jóvenes en España y en Europa sirviendo de centro de referencia especializado que desarrolle todas estas tareas y que favorezca el crecimiento de esta profesión en Asturias, en España y en el resto de Europa.



Plan de Igualdad. Apuesta por la transversalidad de la perspectiva de género en el desarrollo de los objetivos de sus siete áreas de actuación en todos los servicios municipales. Es un instrumento para la construcción de una relación entre hombres y mujeres, donde unos y otros participen plenamente en igualdad en todos los ámbitos: sociales, culturales, políticos, económicos, etc.

El III Plan de Igualdad de Oportunidades del Concejo de Gijón aprobado en marzo de 2001 y con vigencia hasta el 2005, afecta a los campos de la formación y el empleo; la educación y la cultura, los servicios sociales y la salud; la violencia y la seguridad, el asociacionismo y la participación, los transportes y la accesibilidad y los deportes y el ocio. Para ello, el Plan se elabora desde la participación de las mujeres, correspondiendo al Ayuntamiento el compromiso y la responsabilidad de ejecutar las actuaciones políticas necesarias para el cumplimiento del Plan en nuestro Concejo. Es importante desvelar el papel activo y fundamental que las mujeres tienen en el desarrollo cultural, histórico y artístico de nuestro entorno y, por tanto, romper con la invisibilidad a la que las mujeres han estado abocadas.

Plan Integral de Juventud. Se estructura en torno a tres ideas clave, el fomento de la participación juvenil mediante programas de colaboración con el mundo asociativo, la inversión en equipamientos juveniles que consoliden los programas de juventud, y las medidas de discriminación positi-

SEGUNDO LIBRO.qxp 16/04/2004 17:32 PÆgina 95

va para los jóvenes en los programas municipales de empleo, vivienda, salud, cultura o tiempo libre. La existencia de una Concejalía específica de Juventud en 1999, ratifica el compromiso del Ayuntamiento con los jóvenes de la ciudad, en los que se concentran muchos de los problemas de la sociedad actual, fundamentalmente el desempleo y la vivienda.

La elaboración y puesta en marcha de un primer Plan Integral de juventud en el año 2000 fomenta la participación de los jóvenes en la vida diaria del municipio.

Ya en el ámbito cultural privado, Gijón ha aportado al Banco de Casos de Buenas Prácticas del proyecto Cultur@Civitas once iniciativas empresariales puestas en marcha mayoritariamente por mujeres.

El objetivo de esta recogida de experiencias concretas y reales de empresas es proporcionar casos de estudio sobre las claves para la creación y desarrollo de iniciativas empresariales en el sector cultural.

Las iniciativas empresariales aportados desde Gijón han sido las siguientes:

Nombre de la empresa	Usuarios
Algama	Servicios culturales
Alicia García	Restauración de obras de arte
Arqueología L'Azagaya	Servicios arqueológicos y socioculturales
Asturservicios La Productora	Servicios culturales
Dicampus	Formación a distancia en el ámbito cultural
Huber y Ana animación	Animación sociocultural y gestión de proyectos culturales
Kalatos	Servicios culturales
Kapitel	Vidrieras emplomadas, restauraciones, arte religioso, fusing
Restaurastur mayca	Conservación y restauración de bienes culturales
Taller escuela Nezcla	Artesanía textil destinada a decoración y complementos de moda
Vezos y Costumes	Taller artesano dedicado a confección de trajes tradicionales asturianos y elaboración de instrumentos musicales tradicionales y de folk

SEGUNDO LIBRO.qxp 16/04/2004 17:32 PÆgina 96

CAPÍTULO 4

SEGUNDO LIBRO.qxp 16/04/2004 17:32 PÆgina 97

MEDIDAS DE APOYO PARA LA ESTRUCTURACIÓN DE LA OFERTA Y LA DEMANDA DE LOS SERVICIOS CULTURALES Y DE OCIO

5.1. El apoyo a la oferta cultural

Gijón cuenta con uno de los programas de promoción económica y empresarial más completos de España. Las políticas locales que se vienen desarrollando desde hace años, impulsadas desde la Agencia Local de Promoción Económica y Empleo del Ayuntamiento, han situado a la ciudad a la vanguardia en esta área. Como resultado de todas las actuaciones y proyectos que se llevan a cabo, se puede decir que el municipio se ha convertido en un referente a nivel nacional en este ámbito. La mayor parte de los instrumentos de apoyo que se exponen en este apartado no se han diseñado exclusivamente para ser aplicados en el ámbito cultural, sino que tienen un carácter generalista con objeto de dar cabida a las iniciativas provenientes de todos los sectores económicos.



En general se puede hablar de dos áreas de actuación municipal en promoción económica: la creación de empresas o servicio a emprendedores y el servicio de asistencia a las empresas constituidas.

En el Área de Creación de Empresas o Servicio a Emprendedores, se cuenta con las siguientes medidas de apoyo:

Servicio de Asesoramiento y Formación de Emprendedores (SAFE), cuyo objetivo es fomentar la cultura emprendedora para impulsar la creación de empresas y la generación de nuevos empleos en la ciudad, tanto por cuenta propia como ajena, a través de la creación y desarrollo de PYMES.

Taller de Iniciativas Empresariales, con el que se pretende facilitar a los/as emprendedores/as el asesoramiento y formación necesarios para el lanzamiento de sus proyectos empresariales.

Subvenciones Municipales para la Promoción Empresarial, consistente en ayudas para facilitar la consolidación y el desarrollo de las empresas locales. De forma genérica estas ayudas cubren un porcentaje de los gastos iniciales de los proyectos, aunque para determinadas actividades y promotores existen ayudas más específicas.

SEGUNDO LIBRO.qxp 16/04/2004 17:32 PÆgina 98

Residencia empresarial del Centro Municipal de Empresas y del Parque Científico Tecnológico de Gijón. Facilitan el lanzamiento, desarrollo y consolidación de proyectos empresariales, tanto en áreas genéricas de negocio como en nuevas tecnologías, investigación y desarrollo.

Stand 'Emprender en Gijón', espacio gratuito en las ferias organizadas por la Cámara de Comercio, donde nuevos proyectos empresariales tienen la oportunidad de mostrar sus ideas de negocio, captar clientes…

Encuentro Profesional 'i-negozi@' es una actuación que sirve para el lanzamiento de nuevas ideas, que encuentran de esta forma la financiación y colaboración necesaria para su consolidación.

En lo que respecta al Área de Asistencia a las Empresas ya constituidas, las medidas de apoyo municipales son las siguientes:

Servicio de Asesoramiento a Empresas (SAE) proporciona información y asesoramiento personalizado a las empresas durante su constitución y en la etapa de seguimiento.

Ayudas a la Contratación por Cuenta Ajena, facilitan el desarrollo de las empresas locales fomentando la inserción de la población desempleada y la consolidación de puestos de trabajo existentes.

Programa de Entidades Sin Ánimo de Lucro beneficia a aquellas asociaciones y entidades sin ánimo de lucro que presenten proyectos de interés público relacionadas con Nuevos Yacimientos de Empleo. Existe una línea de ayudas específica para subvencionar contrataciones de duración variable (hasta un año), para desarrollar actuaciones diversas de interés colectivo que no constituyan la actividad ordinaria de la entidad ('Ayudas a entidades sin ánimo de lucro').

Centro Municipal de Empresas y el Parque Científico Tecnológico de Gijón, también facilitan infraestructuras para el mantenimiento de la actividad empresarial mediante suelo industrial, naves, locales de alquiler, etc.

Servicio Avanzado de Tecnología (SAT) tiene como objetivo difundir, promocionar y dar soporte a las pymes a través de demostraciones prácticas, seminarios y asesoramientos de los diferentes servicios en tecnología.

Desde el Departamento de 'Difusión y Producción Artística' de la Fundación Municipal de Cultura, se vienen desarrollando diversos programas cuyo objetivo primordial es el apoyo a los creadores que inician su trabajo en distintos ámbitos de la creación. Así se establecen tres líneas básicas de actuación:

1. Organización de programas de formación en distintas disciplinas artísticas (música, imagen, artes escénicas, artes plásticas, multimedia…) mediante la realización

SEGUNDO LIBRO.qxp 16/04/2004 17:32 PÆgina 99

de cursos, seminarios, y talleres dirigidos a postgraduados y personas interesadas.

2. Apoyo a la creación y producción artística mediante la programación de actividades destinadas a dar a conocer las producciones musicales, visuales y artísticas de nuestros jóvenes creadores e interpretes mediante la programación de conciertos, representaciones teatrales y danza que tienen difícil cabida en los circuitos comerciales existentes.

3. Difusión de la creación artística mediante la convocatoria de un programa de becas y ayudas que se concreta en:

    - Convocatoria de ayudas a la producción en música y vídeo.

    - Convocatoria de apoyo a la producción de proyectos artísticos en pintura, escultura, multimedia, creaciones digitales, etc.

    - Convocatoria de ayudas a la producción en artes escénicas.

    - Convenios con entidades y asociaciones dedicadas al apoyo de jóvenes intérpretes y a la difusión musical y escénica.

Asimismo, cabe mencionar la iniciativa Premio Literario de Novela Café Gijón concedido por el Ayuntamiento de Gijón, a través de la Fundación Municipal de Cultura, Educación y Universidad Popular, siguiendo la tradición literaria iniciada por el Café Gijón de Madrid y convocado conjuntamente con éste, con objeto de alentar la nueva y plural expresión de los escritores de habla hispana.

Por último, no debemos dejar sin mencionar las acciones del proyecto Cultur@Civitas, perteneciente a la Iniciativa Comunitaria EQUAL, orientadas a ampliar la oferta cultural local a través de las siguientes fases:

- Fase 1. Diagnóstico del sector cultural en Gijón. Identificación de oportunidades para la creación de empleo y empresas en el sector cultural mediante el análisis de la situación local y el estudio sobre cultura y creación de empleo.

- Fase 2. Sensibilización. Sensibilización y captación de potenciales emprendedores/as por medio de: elaboración de un Banco de Casos; Seminarios de sensibilización empresarial; Conferencias.

- Fase 3. Formación para la creación de empresas en el sector cultural. Formación para 40 personas (75% mujeres), tanto presencial como a distancia.

- Fase 4. Apoyo a la puesta en marcha de las iniciativas empresariales. Apoyo técnico; incentivos económicos; intercambios transnacionales con los socios europeos.

SEGUNDO LIBRO.qxp 16/04/2004 17:32 PÆgina 100

5.2. El apoyo a la demanda cultural

La mayor apuesta municipal por apoyar la demanda cultural la constituye la Red de Centros Municipales. Con este entramado se pretende incrementar y potenciar la participación activa de los ciudadanos y ciudadanas en la vida cultural del municipio, mediante el apoyo al movimiento asociativo y el incremento de la programación de los equipamientos culturales. La descentralización de los centros permite el acceso a la programación cultural de todos los habitantes de Gijón.

Otra línea de apoyo a la demanda es la ampliación de la oferta de colaboración con las asociaciones, lo que permite el desarrollo de programas y actividades conjuntas, mejorando la línea de subvenciones culturales y estructurando las actividades en torno a programas continuados.

A continuación se exponen algunas propuestas de cara a completar el apoyo a la demanda cultural en Gijón:

- Realización de campañas de concienciación ciudadana para favorecer y fomentar el consumo cultural, con objeto de captar el interés del público en la oferta cultural local.

- Formalización de un estudio con objeto de buscar un sistema que favorezca el consumo de cultura y ocio, desde la infancia.

- Reforzamiento y consolidación del "tercer sector" como factor determinante en la configuración de servicios culturales integrados.

- Revalorización y estímulo de prácticas sociales, como las actividades artísticas aficionadas, al constituirse en un potencial impulso participativo.

- Promoción de la cultura desde los niveles más básicos de la educación, y fomento del consumo cultural y de ocio en familia.

- Establecimiento de un sistema que facilite el intercambio de propuestas artísticas desde la ciudadanía



SEGUNDO LIBRO.qxp 16/04/2004 17:32 PÆgina 101

MODELOS DE SISTEMAS DE GESTIÓN CULTURAL DE LA POLÍTICA CULTURAL EN GIJÓN

A continuación pasamos a realizar un análisis del modelo de los sistemas de gestión de la política cultural local. La gestión cultural en el municipio de Gijón está llevada a cabo por las concejalías de Cultura y de Festejos, de forma directa, a través de la Fundación Municipal de Cultura, Educación y Universidad Popular y la Entidad Mercantil Artístico-Musical "Teatro Municipal Jovellanos de Gijón, S.A."; y de forma indirecta por la Agencia Local de Promoción Económica y Empleo, la Sociedad Mixta de Turismo de Gijón, S.A., el Patronato Deportivo Municipal, la Concejalía de Juventud y la Concejalía de la Mujer.

1) Fundación Municipal de Cultura, Educación y Universidad Popular

Según marcan sus estatutos, se constituye como organismo autónomo de carácter administrativo al amparo del artículo 85 de la Ley Reguladora de las Bases de Régimen Local, como Fundación Pública de Servicios, tiene personalidad jurídica propia y autonomía financiera y funcional dependiendo del Ayuntamiento de Gijón.

La Fundación tiene por objeto la organización y prestación de servicios encomendados por el Ayuntamiento de Gijón en las diferentes áreas del saber, la cultura y la educación, financiada por medios públicos y aquellos otros recursos que la propia Fundación pueda obtener en beneficio de los ciudadanos del concejo que deseen ampliar su participación en la acción formativa, cultural y educativa, tanto individual como colectivamente.

Sus principales líneas de actuación son:

a) Estudio global de las necesidades y recursos culturales y educativos del municipio.

b) Promoción de la creación cultural y educativa, y difusión y gestión de la misma.

c) Planificación y programación de los servicios necesarios.

d) Gestión de los centros y Servicios que dependan de la Fundación.

e) Relación y cooperación con todas las entidades existentes en el municipio con el fin de potenciar el desarrollo del área Cultural y educativa.

2) Entidad Mercantil Artístico-Musical "Teatro Municipal Jovellanos de Gijón, S.A."

El Teatro Municipal Jovellanos de Gijón, S.A. que se rige por sus estatutos, y los preceptos de la Ley y Reglamento de Sociedades Anónimas y demás disposiciones que le son aplicables en especial la legislación en materia de régimen local, es la sociedad municipal creada por el Ayuntamiento para la programación y desarrollo de actividades culturales y festivas de toda índole, especialmente musicales, escénicas y populares.

Las actividades del Teatro Jovellanos se desarrollan principalmente en el coliseo municipal, aunque para determinados acontecimientos de

SEGUNDO LIBRO.qxp 16/04/2004 17:32 PÆgina 102

mayor aforo o por cualquier otra característica singular también se utilizan otros recintos de la ciudad.

En el apartado de fiestas populares, hasta el 1 de enero del año 2000 dependían de la Sociedad Mixta de Turismo y Festejos de Gijón, S.A., fecha en la que el Ayuntamiento ha encomendado a la Entidad Mercantil Artístico Musical Teatro Jovellanos la realización de los festejos en la ciudad.

Las fechas más significativas que marca el calendario, como la Navidad, el Antroxu, o la Semana Grande, entre otros, se combinan con programas atemporales. Dentro de las fiestas populares, se incluyen también las subvenciones a barrios y parroquias para la organización de sus propios festejos, la organización de conciertos de pequeños grupos, bandas de música y actuaciones de grupos folklóricos.

El Teatro Jovellanos colabora de manera habitual con otras empresas y fundaciones municipales en la organización y desarrollo de actividades culturales como la Feria Europea de Teatro para Niños (FETEN), el programa de Gijón en el país de los títeres, organización del Festival Internacional de Cine....

3) Agencia Local de Promoción Económica y Empleo

Creada en 1996, es la estructura que agrupa y coordina a los órganos municipales dedicados a las áreas de Promoción Económica y Empleo. A partir de un núcleo de gestión, basado en el Servicio de Formación y Desarrollo Local, la Agencia ha pasado a aglutinar al Centro Municipal de Empresas, Sociedad Mixta de Turismo y Parque Científico Tecnológico de Gijón.

La Agencia ejerce las funciones de coordinación y seguimiento de las áreas siguientes:

- Servicio de Formación y Desarrollo Local, en el que se incluye:
    - Promoción y Desarrollo Empresarial (Servicio de Asesoramiento a Empresas, Servicio de Asesoramiento y Formación de Emprendedores; Acciones de Orientación Profesional para el Empleo por Cuenta Ajena)
    - Ayudas a la Contratación de Empresas y Entidades no lucrativas, entre las que destacamos las facilitadas a diversas entidades para el desarrollo de actividades culturales
    - Formación. El Plan Local de Formación tiene como finalidad el fomento de la formación financiando las acciones formativas tanto de los trabajadores/as en activo, persiguiendo la actualización de los conocimientos a las nuevas tecnologías y competencias profesionales, como los que están en situación de desempleo

SEGUNDO LIBRO.qxp 16/04/2004 17:32 PÆgina 103

- Escuelas Taller y Casas de Oficios
- Departamento de Nuevos Proyectos

- Plan PILES
- Centro Municipal de Empresas
- Parque Científico y Tecnológico
- Sociedad Mixta de Turismo

La Agencia se caracteriza por una relación habitual de colaboración con los empresarios, sindicatos, organizaciones políticas, Universidad, Administraciones Públicas, expertos en diversos campos y asociaciones profesionales y otras agrupaciones cívicas de jóvenes, mujeres, culturales, etc.

4) Sociedad Mixta de Turismo de Gijón, S.A.

Promovida y participada por el Ayuntamiento de Gijón, junto con otros organismos, se constituye una Sociedad Mercantil Anónima con sus propios estatutos y, por los preceptos de la Ley de Sociedades Anónimas y demás disposiciones que le sean aplicables en especial el Decreto de 17 de junio de 1955 por el que se aprueba el Reglamento de Servicios de las Corporaciones Locales.

Como principales funciones están la promoción turística de la ciudad, la promoción y captación de congresos, la edición de publicaciones turísticas y la promoción de todas aquellas actuaciones que potencien el desarrollo turístico.

Los objetivos o fines de la Sociedad relacionados con el ámbito de la cultura son los siguientes:

- Organizar y coordinar todo tipo de actividades culturales, artísticas, deportivas y recreativas, bien en forma directa, bien colaborando con las llevadas a efecto por otras entidades, organismos o personas.
- Promoción de Congresos, mediante la captación, organización directa o en colaboración con otros entes.
- Gestionar, proponer y realizar cualquier otra acción que pueda contribuir al fomento turístico y cultural de Gijón, especialmente a través de la creación de nuevos recursos turísticos.
- Contribuir a atender a la conservación y defensa del paisaje, a la arquitectura local y a la pureza, salubridad y belleza del medio ambiente.
- Colaborar con otros organismos de índole turística y cultural.

Dentro de los objetivos señalados en el apartado anterior, las actividades se orientan en tres grandes áreas: programación de Congresos y Convenciones; publicaciones e imagen de la ciudad; programación de actividades culturales y espectáculos que tengan una relación directa con la promoción turística de la ciudad e intercambio, hermanamiento y relaciones externas que contribuyan a la potenciación turístico-comercial de la ciudad.

SEGUNDO LIBRO.qxp 16/04/2004 17:32 PÆgina 104

Cada área funciona con una cierta autonomía, aunque sometidas a una programación y criterios administrativos comunes. En cada área se crearán Comisiones Asesoras que procurarán que estén dispuestas a contribuir a la consecución de los objetivos señalados y también a beneficiarse en sus actividades profesionales de los programas que se desarrollen. También la Sociedad podrá llegar a acuerdos específicos de gestión para algunas de las áreas o actividades que se desarrollen.

Las áreas relacionadas con el ámbito de la cultura son:

- Departamento de Desarrollo y Estrategia Turística: Promoción Turística de Gijón, Plan de Excelencia Turística, programas de apoyo a la comercialización del producto turístico local, cursos de formación en materia turística, participación, presencia y promoción de la ciudad en ferias monográficas, generales y especializadas, servicio permanente de publicaciones de utilidad turística.

- Oficina de Congresos (Gijón Convention Bureau): fomento de la realización de congresos, ferias y exposiciones en la ciudad.

5) Patronato Deportivo Municipal

Se constituye en 1982, como organismo autónomo de carácter administrativo al amparo del artículo 85 de la Ley Reguladora de las Bases de Régimen Local, como Fundación Pública de Servicios, creándose con personalidad jurídica propia y autonomía financiera y funcional dependiente del Ayuntamiento de Gijón.

El Patronato tiene por objeto la organización y prestación de servicios encomendados por el Ayuntamiento de Gijón en las diferentes áreas deportivas, financiada por medios públicos y aquellos otros recursos que el propio Patronato pueda obtener en beneficio de los ciudadanos del concejo que deseen ampliar su participación en la acción deportiva tanto individual como colectivamente.

Para conseguir sus objetivos, el Patronato dirige primordialmente su actuación a la ejecución de planes y actividades en materia de:

- Estudio global de las necesidades y recursos deportivos del municipio.

- Promoción de la difusión y gestión de las actividades deportivas.

- Planificación y programación de los servicios necesarios.

- Gestión de las instalaciones que dependan del Patronato.

- Relación y cooperación con todas las entidades existentes en el municipio con el fin de potenciar el desarrollo del área deportiva.

Desde el Patronato Deportivo Municipal se desarrollan una amplia gama de programas deportivos (escuelas deportivas, cursos, actividades, mantenimiento y preparación física, competiciones, etc.). El Ayuntamiento de Gijón ha realizado una fuerte inversión en la construc-

SEGUNDO LIBRO.qxp 16/04/2004 17:32 PÆgina 105

ción de instalaciones deportivas y así en pocos años, se ha pasado de un único pabellón de deportes a una amplia infraestructura deportiva que comprende entre otras, nuevos pabellones en barrios, campos de golf, un palacio de deportes, piscinas climatizadas, campos de fútbol, rocódromo, campos de hockey, de béisbol, rugby, multitud de pistas polideportivas en barrios, sin olvidarse de los deportes autóctonos, así como de cubrir las pistas polideportivas en centros escolares.

A todo ello hay que añadir la gran cantidad de acontecimientos deportivos que se desarrollan en la ciudad durante todo el año y que son generadores de actividad económica y oportunidades de empleo, tanto público como privado.

Desde el Patronato Deportivo Municipal se desarrollan una serie de programas, manteniendo como norma fundamental el acercar el deporte a todos, desde los niños a los mayores, desde las mujeres a hombres, inculcando la idea de una práctica deportiva que llene el ocio y contribuya a mejorar las condiciones de vida de los ciudadanos y ciudadanas. Para tales fines existen diversos programas en funcionamiento:

- Las Escuelas Deportivas, desarrollan una actividad totalmente gratuita que se desarrolla en los centros (colegios e institutos) fuera de horario escolar, con entrenadores o monitores titulados en los diferentes deportes y bajo la supervisión técnica del Patronato Deportivo Municipal. Los diferentes deportes que se ofertan tienen una edad de comienzo que trata de adaptarse a las condiciones de desarrollo del niño. A través de los colegios, se desarrolla también Plan Escolar de Natación, un programa gratuito de iniciación a este deporte.

- Los cursos deportivos, están ya dirigidos a los niños, jóvenes y adultos, que deseen iniciarse en alguna de las modalidades deportivas que se ofertan. Se desarrollan básicamente en las instalaciones deportivas municipales, en horarios extra escolares.

- Actividades deportivas dirigidas a personas de todas las edades, que deseen iniciarse en la práctica deportiva sin que ello suponga en la mayoría de los casos el aprendizaje de unas normas y técnicas específicas de un determinado deporte. Son de destacar las actividades para discapacitados físicos y psíquicos.

- Actividades físicas para adultos: dirigidas a personas, de edades comprendidas entre los 16 y los 64 años, que deseen mantener y mejorar su condición física general, realizar una actividad deportiva no competitiva y conocer a otras personas, haciendo una pausa en las ocupaciones diarias. La actividad se realiza en convenio con diferentes entidades deportivas de la ciudad por periodos trimestrales, en polideportivos municipales y centros concertados.

SEGUNDO LIBRO.qxp 16/04/2004 17:32 PÆgina 106

- Destacan las actividades a partir de 65 años. Con ellas se pretende retrasar el proceso de envejecimiento.

Entre la obligaciones que asume el Ayuntamiento de Gijón, está la de fomentar las actividades deportivas, tanto en su vertiente de "deporte para todos" como en la de competición. Por ello se articulan convocatorias de subvenciones destinadas a entidades que desarrollan su actividad en Gijón, para el desarrollo de diferentes actuaciones y programas deportivos.

6) Concejalía de Juventud

La Oficina Municipal de Juventud incluye las siguientes áreas de actividad: información juvenil, participación, tiempo libre, formación y estudios. Dentro de estas áreas se estructuras los diferentes programas: Oficinas de Información Juvenil, Subvenciones a Asociaciones Juveniles, Convenio de colaboración con el Consejo Local de Juventud, Centro de Recursos para Asociaciones Juveniles, Centro de Iniciativas Juveniles de La Calzada, Albergue Juvenil, Encuentros Internacionales de Juventud de Cabueñes y Plan Integral de Juventud.

La Concejalía de Juventud ha impulsado el I Plan Integral de Juventud consolidando la apuesta que se ha desarrollado en Gijón en los últimos años en materia de juventud, con la puesta en marcha de distintos servicios y programas dirigidos específicamente a este sector de la población.

El Plan incluye más de cien propuestas en materia de juventud que afectan a áreas como el empleo, la formación, las nuevas tecnologías, la cultura, el deporte, la participación, la cooperación internacional, el transporte y la prevención de las drogodependencias.

El Plan se estructura en torno a tres ideas clave: el fomento de la participación juvenil mediante programas de colaboración con el mundo asociativo, la inversión en equipamientos juveniles que consoliden los programas de juventud, y las medidas de discriminación positiva para los jóvenes en los programas municipales de empleo, vivienda, salud, cultura o tiempo libre.

El Ayuntamiento de Gijón tanto a través de los servicios específicos de Juventud como del resto de la estructura municipal y sus empresas y patronatos está desarrollando distintos programas dirigidos a jóvenes. En este sentido la intervención municipal en materia de juventud y cultura se ha caracterizado por:

- La recuperación de la cultura participativa y popular
- Recuperación, proyección y fomento de la identidad local
- Restauración conservación y difusión del patrimonio histórico-artístico
- Creación de redes culturales: Red municipal de museos, Red municipal de centros culturales y Red municipal de bibliotecas
- Potenciación de la formación cultural

SEGUNDO LIBRO.qxp 16/04/2004 17:32 PÆgina 107

- Apoyo a la creación artística
- Planificación de la política cultural con servicios profesionales especializados y ejecución de estudios y prospecciones
- Educación, ciencia y tecnología. Desarrollo del nuevo Campus Universitario en Viesques con facultades y escuelas universitarias en el ámbito de la ciencia y la tecnología
- Apoyo al asociacionismo y la participación sociocultural
- Difusión cultural
- Cooperación e intercambio internacional

La Fundación Municipal de Cultura, Educación y Universidad Popular, en su labor de fomento y apoyo a la producción artística, presta, junto con los servicios de asesoramiento e información al público en general, otros específicamente orientados a artistas y creadores, tanto individual como colectivamente. Entre estos últimos cabe mencionar un programa de becas y ayudas a la creación en las especialidades de plástica, música, vídeo y fotografía, convocado anualmente.

- Apoyo a la creación y producción en artes plásticas, vídeo, creación, cinematografía y proyectos interdisciplinares y multimedia
- Convocatoria anual de subvenciones
- Selección de jóvenes artistas plásticos contemporáneos y montaje de exposiciones
- Programas de formación especializada, cursos de verano, etc.
- Cesión de talleres y otros espacios de producción. Taller de grabado, Centro de Imagen, Taller de Músicos, etc.

7) Concejalía de Mujer

La Concejalía de la Mujer ha impulsado el III Plan de Igualdad de Oportunidades entre Mujeres y Hombres (2001-2005) que integra las medidas y propuestas aportadas en la Carta de las Mujeres de Gijón.

Las áreas que componen el III Plan son: Formación y Empleo, Transporte, Urbanismo y Barreras Arquitectónicas; Servicios Sociales y Salud; Violencia y Seguridad; Cultura y Educación; Asociacionismo y Participación; Deportes; Investigación y Formación en Igualdad.

Entre los servicios que ofrece la Concejalía de la Mujer se encuentran los de la Oficina Municipal de la Mujer, dividida en dos áreas:

La primera destinada a los Servicios de Información y Asesoramiento para las mujeres (Asesoría Jurídica). Es un instrumento para la información y asesoramiento de carácter confidencial y gratuito. Su función es resolver cualquier duda de carácter legal que se plantee a las mujeres y que afecte a sus derechos fundamentales. Los servicios que ofrece son:

- Información y asesoramiento en temas jurídicos
- Apertura de cauces de comunica-

SEGUNDO LIBRO.qxp 16/04/2004 17:32 PÆgina 108

ción con otros organismos e instituciones públicas o privadas

- Atención personalizada de los problemas

- Apoyo jurídico directo en los casos en que, al no ser preceptiva la intervención del abogado, no les es nombrado uno de oficio

La segunda, denominada Casa de Encuentros de las Mujeres, es un espacio concebido para favorecer el diálogo, la información y la solidaridad.

Organiza, coordina, fomenta y apoya programas que ayudan a la consolidación de acciones positivas y de los avances hacia la igualdad entre los géneros, desarrollando e informando de los programas diseñados desde la Concejalía de la Mujer.

Sus servicios son:

- Información sobre asuntos relativos a la mujer: asociaciones, empleo, recursos existentes en otros servicios.

- Sede de asociaciones de mujeres y del Consejo de Mujeres de Gijón

- Organización de todo tipo de actividades para fomentar la igualdad

- Programas en colaboración con la Fundación Municipal de Cultura, Educación y Universidad Popular

- Colaboración con asociaciones de mujeres en la organización de actividades

Entre las actividades que se desarrollan a través de la Oficina Municipal de la Mujeres cabe destacar:

- El "Programa Femenino y Plural" dirigido al desarrollo de acciones formativas, talleres de sensibilización, actividades culturales y de ocio para las mujeres de los barrios de la ciudad, fomentando la participación de las mujeres en la toma de decisiones y el asociacionismo.

- La Escuela de Verano "Rosario Acuña" cuyo objetivo es incidir en el conocimiento de la historia de las mujeres así como analizar la situación de las mujeres desde un enfoque de género, la investigación feminista y de género permite visibilizar un aspecto de la realidad que durante siglos ha sido ignorado.

- El Centro de Documentación es un servicio público destinado a todos las investigadoras, estudiosas y personas con interés en las publicaciones con perspectiva de género.

- Se organizan Jornadas, Congresos y Seminarios donde diferentes expertos/as debatan temas de actualidad que afectan de manera específica a las mujeres y desde los que se pretende concienciar y avanzar en el equilibrio social entre mujeres y hombres.

- Convocatoria anual Becas de investigación y subvenciones a actividades de asociaciones y

SEGUNDO LIBRO.qxp 16/04/2004 17:32 PÆgina 109

vocalías de la mujer que desarrollen estudios y acciones puntuales en la dirección del avance por la igualdad.

- Es de destacar la creación de la Unidad de Investigación y Formación en Políticas de Igualdad "Sara Suárez Solís" como instrumento que mide, evalúa, y eleva propuestas respecto al grado de cumplimiento de las medidas contempladas en el III Plan de Igualdad que afectan de forma transversal a la Administración Local y a los Agente Sociales.

SEGUNDO LIBRO.qxp 16/04/2004 17:32 PÆgina 110

CAPÍTULO 6

SEGUNDO LIBRO.qxp 16/04/2004 17:32 PÆgina 111

POTENCIAL DE CREACIÓN DE EMPLEO. OBSTÁCULOS ACTUALES Y PROPUESTAS PARA LA SUPERACIÓN DE LOS OBSTÁCULOS

Para la realización de este capítulo, se consideró conveniente desarrollar dos mesas de trabajo invitando a participar a técnicos y técnicas en diferentes áreas culturales y de promoción económica con el objetivo de conseguir sus acertadas reflexiones.

Sus aportaciones se reflejan a continuación:

- Gijón es un referente cultural y turístico en toda la región. Como referente cultural su ámbito de acción es aún mayor, siendo una de las ciudades de España donde más esfuerzos se están realizando, principalmente desde el sector público, tanto en presupuestos como en aplicación de recursos humanos, así como en creación de infraestructuras.

- Este enorme esfuerzo por parte de la Administración, local sobre todo, no se ha visto correspondido en la misma manera por el sector privado; este hecho se debe a varios factores: por una parte al crecimiento de los programas desarrollados por el Ayuntamiento a través de diversas entidades y organismos (Fundación Municipal de Educación, Cultura y Universidad Popular, Sociedad Mixta de Turismo, Teatro Jovellanos...) y los de otras entidades (Obra Social y Cultural de Cajastur,....) que en ocasiones ha contribuido a dificultar la realización de programas desarrollados por entidades privadas que han tenido problemas para sobrevivir a la competencia existente.

- La amplitud de los programas desarrollados ha generado distorsiones en el mercado de la oferta y la demanda contribuyendo, por ejemplo, a la creación rápida de empresas que se dedican a suministrar de continuo empleados para determinados programas, pero que tienen una capacidad empresarial muy baja; encontrándonos con una saturación de oferta en el periodo en que la mayoría de las personas están trabajando y una falta de ofertas en sábado y domingo, debido a la falta de personal.

- En su mayor parte, los programas culturales, deportivos y turísticos, desarrollados en el municipio son realizados por el Ayuntamiento, mediante gestión indirecta (Fundación Municipal de Educación, Cultura y Universidad Popular, Patronato Deportivo y Sociedades Mixtas), o mediante subvenciones a entidades culturales sin ánimo de lucro para la realización de la actividad.

- La gestión indirecta ha generado la aparición de diversas empresas pequeñas, no más de cinco empleados como término medio, que contribuyen, bajo la denominación de empresas de servicios culturales, o dedicadas a un ámbito en concreto (teatro, diseño gráfico, etc..) al desarrollo de los programas. Sin embargo, la subvención a entidades sin ánimo de lucro, no genera empleo, y si lo hace es de una forma muy precaria.

SEGUNDO LIBRO.qxp 16/04/2004 17:32 PÆgina 112

- Junto a los obstáculos de carácter legislativo, los más importantes son los derivados de los sistemas de organización e intervención de las administraciones en el sector cultural como es la falta de un conocimiento exhaustivo de los planes de la Administración, no pudiendo por tanto las empresas generar los productos que interesa ofertar. Algunas veces se da una competencia desleal existiendo una falta de control por parte de la Administración estatal y autonómica sobre el cumplimiento de los requisitos empresariales, lo que genera toda una economía sumergida.

- A la hora de reflexionar sobre la industria cultural en Gijón, destaca la carencia de estudios sobre la realidad del sector, lo cual se ve agravado por la indefinición del mismo. Este estado de cosas está motivado porque la cultura se ha considerado tradicionalmente como un gasto y no como una inversión. Se ha tendido a ver al sector cultural como una ocupación de ocio y diversión y no como un factor de desarrollo y creación de empleo. El principal problema con el que se encuentra la promoción de esta industria, tanto en Gijón como en el conjunto de Asturias, es precisamente esta mentalidad. Junto a esto, nuestra región nunca se ha caracterizado por un apoyo total a la creación artística local prefiriendo en ocasiones lo foráneo a lo propio.

- Como propuestas de solución la administración pública debe de seguir potenciando el apoyo a la creación artística.

- Otra política a desarrollar desde la administración pública, sería la tendente a establecer nuevos mercados para la industria cultural. Los intercambios con otras ciudades y otras Comunidades Autónomas son necesarios para potenciar el desarrollo de la industria cultural.

- Las oportunidades de mercado en el sector cultural y de ocio en Gijón, se centran en la creación de pequeñas empresas que desarrollen proyectos específicos. Tal como está estructurada la oferta y la demanda cultural local, la actividad laboral con mayores posibilidades de desarrollo es la de profesionales autónomos con un buen nivel de cualificación y de conocimiento del medio.

En las mesas de trabajo realizadas, las personas participantes citaron algunos campos de actuación y de actividades profesionales no cubiertos por la iniciativa empresarial/emprendedora local, que tendrían posibilidades de desarrollo. En concreto, los huecos de mercado identificados por áreas temáticas, son los siguientes:

<u>Ámbito de actuación: Nuevas Tecnologías de la Información y la Comunicación</u>

- Diseño de programación asistida para formación on-line.

- Gestión y elaboración de conteni-

SEGUNDO LIBRO.qxp 16/04/2004 17:32 PÆgina 113

dos informativos y formativos para Internet. Formación a través de la Red con contenidos estructurados sobre temas patrimoniales, historia local, naturaleza, medio ambiente…

- Acercamiento de la cultura a las personas mayores a través de Internet.

- Creación de un Centro Virtual Cultural que permita el acercamiento de la población al mundo de la creación artística.

Ámbito de actuación: Revalorización de espacios públicos urbanos

- Rehabilitación de espacios industriales en desuso para transformarlos en centros de creación artística y/o en viveros de empresas culturales y artísticas.

- Utilización de medianeras, cierres de edificios emblemáticos en obras, carpas y toldos de exposiciones en la ciudad, como espacio de creación artística mediante murales, pinturas, trampantojo…

Ámbito de actuación: Puesta en valor del patrimonio cultural

- Técnicos de animación escénica especializada o roled-play en espacios urbanos de interés turístico.

- Gestión de espacios culturales para ensayos y presentaciones.

Ámbito de actuación: Sector audiovisual

- Estudios de grabación.

- Productoras de vídeo.

- Producción audiovisual principalmente en el campo de la publicidad.

- Servicios de traducción y subtitulación de películas (posibilidad de proyectar versiones originales y de acercamiento al público con discapacidades auditivas).

- Agentes de localización para realizaciones cinematográficas sobre fondos de imágenes, con servicio de acogida y estancia.

- Servicios auxiliares al amparo de la creación del Ente de Comunicación Pública que comenzará a emitir este año 2004.

Ámbito de actuación: Desarrollo de la cultura local

- Diseño de espacios escénicos.

- Diseño de vestuario.

- Tramoyistas.

- Montaje de escenarios.

- Diseño y gestión de programas culturales y artísticos.

- Gestión global de producciones teatrales y de cine.

- Encuadernación.

- Corrección de pruebas y maquetación.

- Programación y ejecución de actividades de ocio y cultura para preadolescentes (12 - 15 años). Talleres de radio, diseño por ordenador, fotografía, elaboración de cómic; Rutas turísticas específicas; Cursos de teatro; Conciertos adaptados…

SEGUNDO LIBRO.qxp 16/04/2004 17:32 PÆgina 114

- Programación y ejecución de actividades de ocio y cultura para niños donde se involucre también a los padres y madres de forma que sean en un futuro potenciales consumidores de cultura y arte.
- Programación de actividades lúdicas para niños hospitalizados.
- Musicoterapia, danza y otras actividades culturales para niños y jóvenes con deficiencias psíquicas.
- Elaboración de proyectos de ocio dirigidos a la tercera edad.
- Gestión de actividades formativas de ocio y tiempo libre orientadas a la oferta que hacen asociaciones de vecinos, mujeres…

Ámbito de actuación: Formación, Documentación e Investigación

- Elaboración de estudios de prospectiva del sector cultural y de ocio a escala local.
- Gestión de archivos y documentación/centro de documentalistas.
- Banco de archivos (gestión, mantenimiento y almacenamiento de archivos).
- Oferta privada formativa en artes plásticas y música (horarios flexibles y cursos versátiles).

Ámbito de actuación: Sector turístico

- Organización de eventos culturales como oferta turística.
- Programación de actividades culturales y de ocio para desarrollar los fines de semana.
- Agencias con oferta de viajes culturales para grupos de estudiantes, tercera edad, etc.
- Recepción de visitantes y organización/guía de la estancia.

Ámbito de actuación: Protección y mantenimiento de las zonas naturales

- Utilización y acondicionamiento de un espacio verde en el que se puedan desarrollar actividades de equipo, ya sean competitivas o estrictamente lúdicas, y en el que se fomente la agilidad, la estrategia, la habilidad, la superación de obstáculos…



SEGUNDO LIBRO.qxp 16/04/2004 17:32 PÆgina 115

CONCLUSIONES GENERALES

- Gijón es un referente cultural y turístico en toda la región, contando con una gran cantidad de recursos culturales y de ocio que permiten realizar cada año una cuidada programación artística, musical y deportiva. Como referente cultural su ámbito de acción es aún mayor, siendo una de las ciudades de España donde más esfuerzos se están realizando principalmente, desde el sector público, tanto en presupuestos como en aplicación de recursos humanos, y en creación de infraestructuras.

- En su mayor parte, los programas culturales, deportivos y turísticos, desarrollados en el municipio son realizados por el Ayuntamiento, mediante gestión indirecta -Fundación Municipal de Cultura, Educación y Universidad Popular, Patronato Deportivo Municipal y Sociedades Mixtas -, o mediante subvenciones a entidades culturales sin ánimo de lucro para la realización de la actividad.

- Tras el análisis realizado de la industria cultural se puede afirmar, en líneas generales, que la cultura es una potencial fuente generadora de empleo y de desarrollo económico.

- La expansión de la oferta pública de actividades culturales que se ha producido en la ciudad desde hace aproximadamente veinte años ha llevado a que se detecte como problema la escasez de iniciativas privadas en este sector. La industria cultural gijonesa es, en general, pequeña y subsidiaria de la Administración Pública.

- Pese a que la amplitud de la oferta pública puede llegar a frenar la promoción privada en determinados ámbitos de actuación, existen otros en los cuales las posibilidades de creación de empleo y generación de empresas son altas. Por ejemplo, en el sector audiovisual, en las nuevas tecnologías de la información y de la comunicación, en la valorización del patrimonio cultural, etc.

- El turismo también es, junto a los proyectos de diversificación industrial y el impulso a las empresas vinculadas con la innovación y las nuevas tecnologías, uno de los elementos de progreso y creación de empleo más importante del municipio.

- En Gijón existe una gran cantidad de apoyos a la oferta cultural local, algunos son específicos del sector y otros son medidas generales de promoción económica y empresarial.

- Con objeto de implementar las medidas de apoyo procedentes del área de promoción empresarial, sería necesario hacer un análisis en profundidad de la situación de las empresas privadas dedicadas al sector cultural y de ocio.

- El conocimiento de las características del sector es difícil, puesto que en muchas ocasiones las estadísticas oficiales no proporcionan datos específicos del ámbito cultural y, cuando lo hacen, no existe desagregación por localidad, sexo…

- El municipio de Gijón realiza un creciente esfuerzo por establecer

SEGUNDO LIBRO.qxp 16/04/2004 17:32 PÆgina 116

políticas de igualdad, así como medidas concretas de conciliación de la vida familiar y laboral. Sus iniciativas a favor de la igualdad están a la vanguardia en lo que se refiere a políticas municipales.

- A pesar de todo, la mujer continúa asumiendo más responsabilidades en la esfera doméstica y de esto se derivan mayores dificultades para la conciliación de la vida familiar y laboral. A la postre la mujer se sitúa en una posición de desventaja a la hora de lograr la inserción en el mercado de trabajo.

- El sector servicios se percibe como el más apropiado para la inserción laboral de las mujeres, en concreto los servicios de ayuda a personas y a la comunidad serán unos de los que absorban más mano de obra femenina en el futuro, además de los servicios culturales y de ocio, las nuevas tecnologías de la información, el área de marketing y comunicación, el medio ambiente, la artesanía, el diseño, la decoración, el turismo y el pequeño comercio y la hostelería.

SEGUNDO LIBRO.qxp 16/04/2004 17:32 PÆgina 117

FUENTES BIBLIOGRÁFICAS

- Agencia Local de Promoción Económica y Empleo del Ayuntamiento de Gijón (2003). Boletines "Gijón Empresarial".

- Ayuntamiento de Gijón (2001) III Plan de Igualdad de Oportunidades.

- Ayuntamiento de Gijón (2002 - 2003). Gacetas de Gijón.

- Ayuntamiento de Gijón (2002) Guía para la Igualdad de Oportunidades en el ámbito laboral.

- Aza Conejo, R.; Valdés Peláez, L. y Suárez Serrano, Mª E. (Investigadores principales) (2002). Informe sobre la industria cultural en el municipio de Gijón. Universidad de Oviedo (inédito)

- Biancchini. F. (1990). Política cultural y desarrollo urbano: La experiencia de las ciudades europeas occidentales.

- Bustamante, Enrique (2002). Comunicación y cultura en la era digital. Industrias, mercados y diversidad en España.

- Cajastur (2001). Informe Anual 2001.

- Comisión Europea (1993). Libro Blanco. Crecimiento, Competitividad, Empleo. Retos y Pistas para entrar en el siglo XXI.

- Comunicación de la Comisión Europea al Consejo, al Parlamento Europeo, al Comité Económico y Social y al Comité de las Regiones (1996). Política de Cohesión y Cultura. Una contribución al empleo.

- Concejalía de Juventud del Ayuntamiento de Gijón (2001). Plan Integral de Juventud.

- Consejería de Educación y Cultura (2001). Barómetro de lectura y compra de libros en Asturias.

- Consejo de Europa (1996). In from the Margins. Dossier Europeo para el Informe Mundial sobre Cultura y Desarrollo.

- Cubelles, X (2000) Políticas culturales y el proceso de mundialización de las industrias culturales. Materiales del Seminario "Nuevos retos y estrategias de las Políticas Culturales frente a la Globalización". Departamento de Cultura de la Generalitat de Cataluña.

- Economists Incorporated (1999). Copyright Industries in the U.S. Economy.

- Elea Gestión y Formación Integral (2002). Evaluación de la situación laboral en Gijón 1991-2001: análisis del género; oportunidades de negocio y nuevos perfiles profesionales.

- Fundación La Caixa (2003). Anuario Social de España 2003.

- Fundación Municipal de Cultura, Educación y Universidad Popular. Ayuntamiento de Gijón (2003). Guía de Servicios y Programas Culturales.

SEGUNDO LIBRO.qxp 16/04/2004 17:32 PÆgina 118

- Fundación Municipal de Cultura, Educación y Universidad Popular. Ayuntamiento de Gijón (2002). Memoria de la Fundación Municipal de Cultura, Educación y Universidad Popular.

- Fundación Municipal de Cultura, Educación y Universidad Popular. Ayuntamiento de Gijón (2002). Proyecto Educativo de Ciudad.

- García Gracia, Mª I.; Fernández Fernández, Y. y Zofío Prieto, J.L. (2000). La Industria de la Cultura y el Ocio en España. Su aportación al PIB (1993-1997).

- Instituto Nacional de Estadística (2001). Encuesta de Población Activa.

- MKW Wirtschaftsforschung GmbH, Munich (2001). Exploitation and development of the job potential in the cultural sector.

- Muñoz, F. y Fernández, A. (2001). Los Parques y los Jardines en el concejo de Gijón como recurso turístico.

- SADEI (Diversos años). Estadísticas Laborales.

- Sociedad Mixta de Turismo de Gijón (2002). Inventario de Recursos Turísticos.

- Teatro Municipal Jovellanos de Gijón (2002). Memoria de la Sociedad Municipal Teatro Jovellanos.

- Web del Ayuntamiento de Gijón

SEGUNDO LIBRO.qxp 16/04/2004 17:32 PÆgina 119

ANEXO I

Queremos mostrar nuestro agradecimiento a las personas que han participado en las mesas de trabajo del proyecto Cultur@Civitas, por todas sus aportaciones realizadas que han enriquecido el presente estudio.

- Dulce Gallego Canteli. Concejala Delegada de Medio Ambiente y Políticas de Igualdad. En el momento de realizar este diagnóstico era Concejala Delegada de Empleo, Formación y Mujer del Ayuntamiento de Gijón.
- Mercedes Álvarez González. Concejala Delegada de Cultura del Ayuntamiento de Gijón.
- Gonzalo González Espina. Director de la Agencia Local de Promoción Económica y Empleo del Ayuntamiento de Gijón.
- Julián Jiménez López. Director de la Fundación Municipal de Cultura, Educación y Universidad Popular.
- Carmen Veiga. Gerente de la Sociedad Municipal Teatro Jovellanos de Gijón S.A.
- Carlos González Espina. Editor.
- Jose Luis Paraja. Director del Centro Municipal de El Llano.
- Marcelino Martínez González. Jefe del Dpto. de Centros Municipales de la Fundación Municipal de Cultura, Educación y Universidad Popular.
- Cristina Jareño. Técnica del Teatro Jovellanos de Gijón.
- Joaquín Miranda Cortina. Gerente de la Sociedad Mixta de Turismo. En el momento de realizar este diagnóstico era jefe del Dpto. de Promoción y Desarrollo Empresarial de la Agencia Local de Promoción Económica y Empleo del Ayuntamiento de Gijón.
- Isabel de la Huerga Iglesias. Técnica del Dpto. de Promoción y Desarrollo Empresarial de la Agencia Local de Promoción Económica y Empleo del Ayuntamiento de Gijón.
- Rosa I. Aza Conejo. Directora de la Escuela Universitaria de Empresariales de Gijón.
- Teresa del Valle Vilaró. Agente de Igualdad de Oportunidades del Ayuntamiento de Gijón.
- Julia Martín Guerrero. Instituto del Teatro y de las Artes Escénicas (ITAE).
- Esperanza Ibáñez Aldecoa. Directora del Taller de Empleo Monte Areo (Ayto. Carreño).
- María del Mar Pérez García. Asociación de Técnicos Gestores de Cultura.
- Carmen Gallo. Escuela Taller de Técnicas del Espectáculo (Ayuntamiento de Avilés).
- Avelino Alonso Rodríguez. Director del Ateneo de la Calzada.
- Equipo técnico del Dpto. de Nuevos Proyectos de la Agencia Local de Promoción Económica y Empleo del Ayuntamiento de Gijón.

SEGUNDO LIBRO.qxp 16/04/2004 17:32 PÆgina 120