

# PLAN CANARIO DE CULTURA



Gobierno  
de Canarias

## **Gobierno de Canarias**

Milagros Luis Brito. Consejera de Educación, Universidades, Cultura y Deportes

Alberto Delgado Prieto. Viceconsejero de Cultura y Deportes

María Aránzazu Gutiérrez Ávila. Directora General de Cooperación y Patrimonio Cultural

### **Coordinación técnica**

Jerónimo Cabrera Romero. Dirección de los trabajos

María del Carmen Naranjo Santana

## **UTE Culturalink Consultores - ICC Consultores Culturales**

### **Metodología y contenidos**

#### **Dirección**

Tony R. Murphy

Xavier Fina Ribó

#### **Coordinación**

Carlos Spà Novellas

#### **Equipo técnico**

Viviana Bonillo Taboada

Martí Comas Soler

Marta Domènech Gutiérrez

Eulàlia Formiguera Vila

Catherine Hernández García

Fernando Macías Trinidad

#### **Asesores externos**

Ramón Zallo Elguezabal

Lluís Bonet Agustí

# Órganos del Plan Canario de Cultura

## Consejo Rector

### Presidente

Sr. D. Alberto Delgado Prieto, Viceconsejero de Cultura y Deportes del Gobierno de Canarias

### Vicepresidente

Sr. D. José Luis Cudós Weyler, Director Ejecutivo de Canarias Cultura en Red, S.A.

### Secretaría

Sra. D<sup>ª</sup>. María del Carmen Naranjo Santana, Técnico de Canarias Cultura en Red, S.A.

### Vocales

Sr. D. Cristóbal de la Rosa Croissier, Coordinador General del Área de Cultura, Patrimonio Histórico y Museos Excmo. Cabildo de Tenerife

Sr. D. José Miguel León Quintero, Consejero de Educación, Cultura, Juventud y Deportes Excmo. Cabildo de El Hierro

Sr. D. Primitivo Jerónimo Pérez, Consejero de Cultura, Educación y Patrimonio Histórico Excmo. Cabildo de La Palma

Sr. D. Juan Alonso Herrera, Consejero de Cultura, Deportes y Patrimonio Excmo. Cabildo de La Gomera

Sra. D<sup>ª</sup>. Luz Caballero Rodríguez, Consejera de Cultura y Patrimonio Histórico y Cultural. Excmo. Cabildo de Gran Canaria

Sra. D<sup>ª</sup>. Genara Ruiz Urquía, Consejera de Cultura y Patrimonio Histórico del Excmo. Cabildo de Fuerteventura

Sr. D. Francisco Cabrera García, Consejero de Educación y Cultura. Excmo. Cabildo de Lanzarote

Sr. D. José Luis Rivero Ceballos, Catedrático de Economía Aplicada de la ULL y Presidente de la Fundación Pedro García Cabrera

Sr. D. José Luis Rivero Plasencia, Director de Programación del Auditorio de Tenerife

Sr. D. Marcelino Martín Encinosa, Gerente de Cultura del Excmo. Ayuntamiento de Puerto de la Cruz

Sra. D<sup>ª</sup>. Isabel Delgado Corujo, Gestora Cultural

Sr. D. Mario Vega Ramírez, Director de *Una Hora Menos Producciones*

Sra. D<sup>ª</sup>. Carmen Gloria Rodríguez Santana, Conservadora del Museo Parque Arqueológico de la Cueva Pintada

Sra. D<sup>ª</sup>. Elena Acosta Guerrero, Directora de la Casa Colón

Sr. D. Horacio Umpiérrez Sánchez, Director del Centro de Arte Juan Ismael

Sra. D<sup>ª</sup>. María Antonia Perera Betancort, Jefa del Servicio de Patrimonio Histórico del Cabildo de Lanzarote

Sr. D. Jorge Pais Pais, Doctor en Arqueología

Sra. D<sup>ª</sup>. Natalia Medina Santana, Directora de *MASDANZA* (Festival Internacional de Danza Contemporánea de Canarias)

*Invitada por Presidencia:*

Sra. D<sup>ª</sup>. Patricia González-Cámpora Lorenzo. Directora del Plan Canario Audiovisual

## Comisión Técnica

Jerónimo Cabrera Romero. Canarias Cultura en Red

Xavier Fina Ribó. UTE Culturalink Consultores - ICC Consultores Culturales

María del Carmen Naranjo Santana. Canarias Cultura en Red

Tony R. Murphy. UTE Culturalink Consultores - ICC Consultores Culturales

# ÍNDICE

<b>I. INTRODUCCIÓN .....</b>	<b>5</b>
1. Un compromiso con la cultura .....	5
2. Una nueva herramienta para la cultura canaria .....	9
3. Un proceso de reflexión compartido .....	11
4. Arquitectura del plan .....	15
<b>II. SÍNTESIS DEL DIAGNÓSTICO .....</b>	<b>18</b>
1. Elementos dominantes de carácter externo .....	18
2. Elementos dominantes de carácter interno .....	21
<b>III. ESTRATEGIA .....</b>	<b>24</b>
1. Principios del Plan .....	24
2. Ejes estratégicos .....	26
Eje estratégico 1. La cultura y sus sectores .....	27
Eje estratégico 2. La cultura y la cohesión.....	40
Eje estratégico 3. La cultural y la transversalidad.....	46
Eje estratégico 4. La cultura y la proyección .....	54
<b>IV. CONDICIONES PARA EL DESARROLLO DEL PLAN .....</b>	<b>60</b>
Relación de participantes.....	63

# I. INTRODUCCIÓN

## 1. UN COMPROMISO CON LA CULTURA

“Los derechos culturales son parte integrante de los derechos humanos, que son universales, indisociables e interdependientes. El desarrollo de una diversidad creativa exige la plena realización de los derechos culturales, tal como los define el Artículo 27 de la Declaración Universal de los Derechos Humanos y los Artículos 13 y 15 del Pacto Internacional de Derechos Económicos, Sociales y Culturales. Toda persona debe, así, poder expresarse, crear y difundir sus obras en la lengua que desee y en particular en su lengua materna; toda persona tiene derecho a una educación y una formación de calidad que respete plenamente su identidad cultural; toda persona debe poder participar en la vida cultural que elija y ejercer sus propias prácticas culturales, dentro de los límites que impone el respeto de los derechos humanos y de las libertades fundamentales.”

Artículo 5. Declaración Universal de la UNESCO sobre la Diversidad Cultural

Desde la aprobación de la Declaración Universal de los Derechos Humanos la cultura debe entenderse como un derecho fundamental de carácter universal. De ello deriva la indispensable asociación del concepto de ciudadanía con la garantía de los derechos culturales. En este sentido, las importantes transformaciones sociales del siglo XX e inicio del XXI han dado lugar a un nuevo concepto de ciudadanía vinculada a una perspectiva global y han puesto aún más de manifiesto la capacidad de la cultura como articuladora de nuevos marcos de desarrollo social y económico y de dinámicas de relación entre territorios y colectivos humanos.

De hecho, la importancia de la cultura, recogida en la declaración, es anterior a ella y proviene de su papel histórico como articulador del propio concepto de identidad, individual y colectiva, es decir, de la construcción de significado, y como herramienta de gestión de los cambios sociales. En efecto, cultura es un concepto amplio que se puede interpretar tanto desde una perspectiva antropológica –modo de vida e identidad espiritual, en definitiva, capital simbólico– como desde una dimensión acotada a las expresiones artísticas. En cualquier caso, desde cualquier perspectiva, la cultura juega en la actualidad y lo ha hecho históricamente, un papel central en la definición de la civilización y en el desarrollo social. Y, desde este reconocimiento, los nuevos modelos de gestión y planificación de los territorios incorporan la

cultura junto a innovación, sostenibilidad y participación en la definición de ciudades, regiones o países inteligentes y conectados.

Así pues, en un mundo globalizado, la diversidad cultural emerge como valor a proteger y así se recoge en la Declaración Universal de la UNESCO sobre la Diversidad Cultural, y es responsabilidad de los gobiernos e instituciones públicas su preservación y valorización.

El reconocimiento a través de las declaraciones permite visibilizar el espacio de centralidad que siempre ha ocupado la cultura. Un espacio que se reconoce y que cada vez se impulsa con mayor fuerza desde distintas instituciones. De hecho, esta creciente centralidad también se ha recogido por parte del Consejo de Europa, que considera la cultura como “el alma de la democracia” (la plataforma de consejo *Culture Watch Europe* así lo defiende).

Precisamente, el proceso de otorgamiento de mayor centralidad para la cultura en los planteamientos políticos y conceptuales de los últimos tiempos se ha visto acompañado por un refuerzo de su consideración como una dimensión fundamentalmente económica. Una visión que conlleva la definición de los productos y servicios culturales como bienes preferentes en tanto las sociedades estiman que su provisión debe ser garantizada por el Estado en función de la importancia que se les reconoce. Esta importancia deriva de distintas consideraciones: el acceso a la cultura genera economías externas que producen bienestar social, tiene efectos positivos sobre la equidad y mejora la eficiencia en la asignación de recursos.

Esta consideración económica de la cultura como bien preferente se refiere a su valor social como elemento fundamental que supera al valor de mercado de los bienes culturales. Evidentemente, su aportación a la riqueza económica, en su dimensión de mercado, puede ser importante en cualquier economía, aún así, la riqueza que produce el desarrollo cultural es muy superior: tiene traducciones en la calidad de vida, en la capacidad crítica de la ciudadanía y en el desarrollo personal y colectivo. No en vano, la cultura ha sido definida por diversas organizaciones multilaterales como el cuarto pilar del desarrollo sostenible, al mismo nivel que el crecimiento económico, la inclusión social y el equilibrio medioambiental.

Por todo ello, la cultura, en sus múltiples dimensiones, debe ser objeto de potenciación por parte de los poderes públicos. Así se recoge también en el articulado de la Constitución Española en materia de derechos y deberes fundamentales, en su Capítulo Tercero, de los

Principios Rectores de la política social y económica disponiendo que “los poderes públicos promoverán y tutelarán el acceso a la cultura, a la que todos tienen derecho”.

Así mismo, el Estatuto de Autonomía de Canarias, en su Título Preliminar, artículo 5 (apartado 2.b) hace referencia a que los poderes públicos canarios, en el marco de sus competencias, asumen, entre otros, como principio rector de su política, la defensa de la identidad, de los valores e intereses del pueblo canario.

Ante esta responsabilidad pública en relación a la cultura y a los derechos de ciudadanía asociados a ella se pueden articular distintos modelos de política cultural que acentúen aspectos y respondan a distintas finalidades o justificaciones que definen los objetivos de su desarrollo. Entre estos modelos y acentos se podría distinguir las siguientes tendencias: políticas identitarias, orientadas a la preservación y difusión de la cultura vinculada a un territorio; políticas de democratización de la cultura, que tienen como objetivo el acceso a la cultura de toda la población; políticas de democracia cultural, que tienen como objetivo fomentar la capacidad o la expresividad creativa de la ciudadanía; políticas de excelencia, orientadas a la promoción de productos culturales de calidad y con vocación de proyección; políticas con externalidades, que atribuyen centralidad a la política cultural y capacidad de respuesta a retos que superan a los de carácter sectorial y, por lo tanto, tienen repercusiones en ámbitos como la economía o la cohesión social.

La existencia de distintos modelos y tendencias en la aplicación de las políticas culturales lleva a una conclusión: no se trata de políticas de concepción neutra sino que persiguen objetivos concretos y responden determinadas intenciones. Por su propia definición, los modelos expuestos no son excluyentes entre sí, sino que pueden ser perfectamente complementarios entre ellos.

La responsabilidad en la política cultural en Canarias forma parte de las atribuciones del Gobierno de Canarias según se establece en el artículo 30.9 del Estatuto de Autonomía de Canarias con competencia exclusiva en materia de cultura, sin perjuicio de las competencias de la Administración General del Estado en dicha materia. Posteriormente, las competencias insulares se transfirieron del Gobierno de Canarias a los Cabildos mediante el Decreto 152/1994, 21 de julio, quedando reservadas para el gobierno las que conciernen a todo el territorio canario. Por lo tanto, el marco de actuación se define como un espacio de

responsabilidad compartida y con la necesidad de coordinación entre administraciones. A estos dos niveles de la Administración se le debe añadir el local que, con pocas competencias –y obligaciones- reconocidas legalmente, asume una parte importante de la política cultural y, en todo caso, la más cercana a la ciudadanía y, por tanto, la más vinculada a políticas de acceso a la cultura.

Pero más allá de la responsabilidad pública en las políticas culturales, por la propia lógica y valor de lo cultural, es necesario hablar de un sistema de gobernabilidad en el cual tiene también un papel central el tercer sector y el sector privado de la cultura. En efecto, una política cultural correctamente desarrollada no puede planificarse ni ejecutarse de espaldas al mundo asociativo y a los sectores de la cultura. Los límites entre lo público y privado son de difícil definición en un ámbito como el cultural, en el que, por un lado, el interés general no es una prerrogativa exclusiva del sector público, ni, por el otro, la capacidad de autofinanciación es un rasgo necesariamente característico del sector privado. Por lo tanto, el concierto entre todos los agentes que conforman el sistema cultural se presenta como una condición necesaria para el desarrollo de políticas culturales con capacidad de transformación.

De hecho, la transformación y el progreso de la sociedad se pueden entender como el fin último de estas políticas. Si la cultura, tanto desde la perspectiva del conocimiento como de la creatividad, tiene un valor en las sociedades actuales es por su capacidad de ejercer de motor de desarrollo hacia sociedades más justas y democráticas.

Este es el contexto, y bajo el marco conceptual que ofrecen las distintas declaraciones y documentos referidos, en el que se elabora el Plan Canario de Cultura. Un plan que responde a la voluntad, por un lado, de ejercer la responsabilidad pública en relación a la cultura y, por el otro, de concertar con los agentes implicados un modelo de desarrollo compartido. En definitiva, es la expresión de un compromiso con la cultura.



## 2. UNA NUEVA HERRAMIENTA PARA LA CULTURA CANARIA

El Plan Canario de la Cultura se plantea con el objetivo de convertirse en un plan de acción para el conjunto del sector cultural canario hasta el año 2020 (en un proceso continuo de evaluación, revisión y adaptación). Se ha elaborado desde una vocación integradora y de consenso para convertirse en un instrumento útil para todos los niveles de la administración pública de Canarias y para el sector privado de la cultura, aunque partiendo de que el nivel de responsabilidades en su futura aplicación es diverso. Su marco de análisis y estrategia trasciende la lógica de actuación de la Viceconsejería de Cultura y Deportes del Gobierno de Canarias, incorporando ámbitos diversos y atendiendo a la heterogeneidad de agentes, más allá de la esfera gubernamental. En este sentido, aunque su elaboración se impulsa desde la Viceconsejería de Cultura y Deportes, el Plan implica a diferentes áreas gubernamentales que también tendrán responsabilidades en su aplicación.

Este es el primer proceso de estas características desarrollado en Canarias y, como tal, tiene la responsabilidad de definir caminos para la cultura canaria que, si bien han sido definidos de forma sectorializada a través de otros planes o de marcos legislativos específicos, ahora forman parte de una concepción amplia y global de la acción cultural en las islas.

Uno de los caminos que abre el Plan Canario de Cultura es el de la generación de un marco estable de actuación. Seguramente esta es una de las principales virtudes de un proceso como este: la estabilidad. Por su propia naturaleza y por el proceso de participación que ha albergado su elaboración, se trata de un Plan de autoría múltiple resultado de la suma de subjetividades, discursos y posicionamientos en relación a la cultura existentes en Canarias contrastados con elementos de carácter objetivo y cuantificable. Con lo cual, se ha conseguido un documento que nace del debate y la aportación propositiva y crítica de buena parte de los agentes culturales de las islas y que persigue el máximo consenso posible. Porque, en definitiva, el consenso que produce es la mejor garantía de su estabilidad en el tiempo. Pero la estabilidad no debe confundirse con la rigidez. El Plan Canario de Cultura no es un instrumento rígido elaborado desde una perspectiva cerrada sino que debe concebirse de forma flexible y adaptable al cambio. La realidad cambia de forma acelerada y, por lo tanto, la planificación se debe realizar atendiendo a este dinamismo.

En paralelo a la virtud de la estabilidad el Plan Canario de Cultura ofrece un marco de planificación estratégica. Planificar hace referencia a la definición de los cauces de actuación dispuestos para conseguir unos objetivos determinados. La estrategia da respuesta a la necesidad de priorizar líneas de actuación que se sitúen como motores de un determinado modelo de desarrollo cultural. Así, la elaboración del Plan Canario de Cultura ha permitido introducir una mirada que supera la lógica de las urgencias cotidianas, definiendo los objetivos y prioridades en materia cultural. Se apuesta así, por una determinada forma de trabajo, unas reglas del juego, que establecen que el sistema de decisión no se base en la inercia y la improvisación. Esto supone disponer de una guía, de unos compromisos que permitirán gestionar el presente y proyectarse hacia el futuro.

El punto de partida del Plan Canario de Cultura es la necesidad de otorgar mayor centralidad a la cultura como ámbito de respuesta a los retos presentes y futuros de las islas. En este sentido, el refuerzo de la centralidad de las políticas culturales debería tener efecto sobre el propio nivel cultural de las Islas y como elemento fundamental del modelo de desarrollo económico y social canario. De hecho, el desarrollo y la puesta en marcha del Plan Canario de Cultura no pueden desvincularse de la actual situación de crisis global. Este contexto plantea un reto al sector cultural en tanto que debe reivindicarse como un eje central en las políticas de desarrollo de Canarias. Así pues, el sector de la cultura tiene la oportunidad de reposicionarse como uno de los sectores estratégicos en un momento en el que la planificación se muestra como la mejor forma de racionalizar la situación para superarla.

En resumen, con el Plan Canario de Cultura, Canarias se dota de una nueva herramienta que, desde una concepción amplia de la cultura, define un horizonte y un camino a seguir para acercarse a él. Una herramienta capaz de generar complicidades y mecanismos de cooperación y de coordinación entre el sector. Por ello, es necesario que el Plan sea aceptado y compartido por el conjunto de los agentes que configuran la realidad cultural del archipiélago.

### 3. UN PROCESO DE REFLEXIÓN COMPARTIDO

El Plan es el fruto de un largo periodo de trabajo que ha implicado a un importante y representativo número de agentes culturales y administraciones. El proceso desarrollado para su elaboración tiene valor en sí mismo: el intercambio de ideas, la profundización de la reflexión y, especialmente, la construcción de miradas coincidentes, que los distintos espacios de debate (físico y virtual) creados en el marco del Plan han hecho realidad.

Los antecedentes de este largo, participado y riguroso proceso de elaboración, se encuentran en la Declaración de Fuencaliente, aprobada el año 2008 en el marco del encuentro “Desafíos de la cultura en el siglo 21” que evidenció la necesidad de impulsar un ejercicio colectivo de reflexión y definición estratégica para el conjunto del sector cultural canario.

Desde entonces, el Gobierno de Canarias asumió el firme compromiso de convertir en realidad este marco de planificación participativa compartida, mediante el impulso del Plan Canario de Cultura, que se ha construido a lo largo de más de un año de duración a partir de las distintas voces y discursos existentes en las Islas.

El Plan, cuyo inicio de trabajo se sitúa en el verano de 2009, se ha elaborado en dos grandes fases: durante la primera se ha realizado un diagnóstico exhaustivo y analítico de la realidad cultural canaria (cuya síntesis se presenta en el siguiente punto de este documento); en la segunda fase se ha definido la estrategia de futuro (que se presenta en el tercer apartado).

Para la elaboración del diagnóstico, además del análisis de fuentes estadísticas y documentales se impulsó un amplio proceso participativo con el ánimo de recoger una gran diversidad de visiones sobre la realidad canaria.

Durante la primera aproximación al diagnóstico se convocaron 6 *focus group*, abiertos tanto en su concepción como en su nivel de convocatoria y se realizó una encuesta *online*. Ambos instrumentos permitieron detectar los primeros elementos dominantes sobre la percepción compartida de la situación de la cultura canaria y evaluar la importancia de determinados factores en el desarrollo cultural de las Islas.

La primera aproximación permitió encauzar una segunda más específica, intencionada y menos abierta. Se organizaron para ello 17 mesas de trabajo con la participación de expertos y

representantes del sector y otros sectores, con el objetivo de profundizar el análisis de la situación actual del sector cultural en las Islas e incorporar en el diagnóstico una triple mirada: sectorial, transversal y territorial.

Durante este proceso se invitó a expertos, agentes sociales y culturales de cada ámbito a participar en distintas sesiones de debate específico, que permitieron incorporar nuevas visiones al diagnóstico. En este sentido, y para captar las distintas miradas existentes maximizando las posibilidades de participación se organizaron tres tipos de mesas de trabajo: sectoriales, cuyo debate se centró en la situación actual de cada uno de los sectores de la cultura analizados (artes escénicas, música, patrimonio, artes visuales, libro y audiovisual); transversales, ampliando la mirada en ámbitos colindantes del sector cultural (turismo, cohesión social, economía y comunicación); y territoriales, con el objetivo de incorporar una mirada intencionada sobre la realidad cultural de cada isla para extraer sus características, carencias y potencialidades.

Para alimentar el proceso de reflexión, los resultados de las mesas celebradas fueron puestos a disposición de los participantes, que tuvieron la oportunidad de incorporar nuevas reflexiones o puntos de vista al debate mediante foros virtuales de participación que se habilitaron en la web del Plan.

Finalmente, a partir de un exhaustivo análisis estadístico y documental y de las reflexiones recogidas en los distintos espacios de debate y participación se elaboró el documento *Retos para la cultura en Canarias*, que identifica las necesidades básicas y los desafíos más importantes a los que debía responder la estrategia del Plan. Las conclusiones del diagnóstico fueron presentadas públicamente en junio de 2010 en dos actos celebrados en Las Palmas de Gran Canaria y en La Laguna y el documento se puso a disposición de la ciudadanía en la web del Plan.

La fase de definición estratégica se inició en julio de 2010 con la presentación de la *Orientación para la definición de la estrategia del Plan*, que a partir de los desafíos y potencialidades de futuro detectados durante la fase de diagnóstico apuntó de forma preliminar, algunas líneas de futuro para el desarrollo de programas específicos de estrategia.

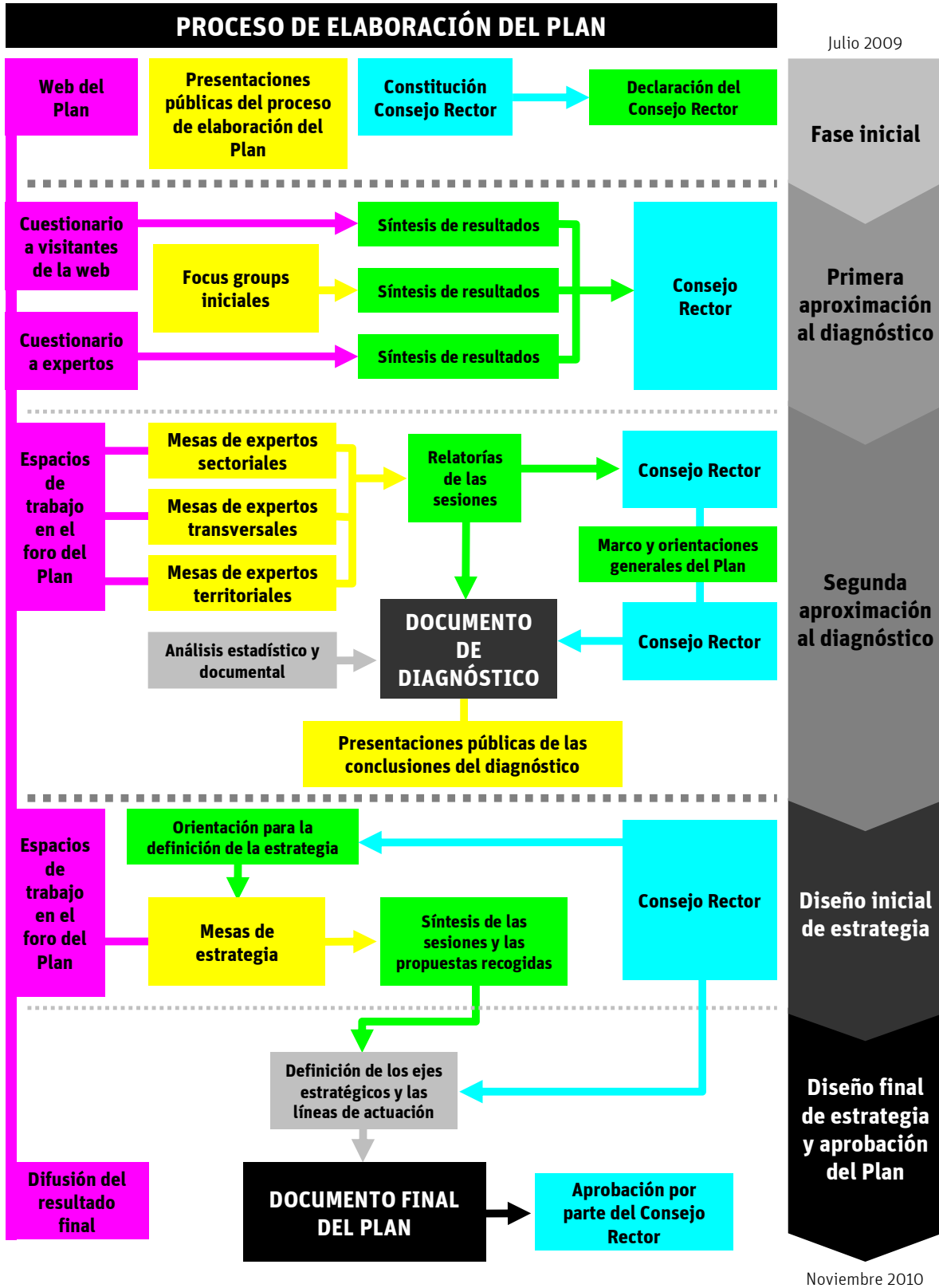
A partir de este documento, y continuando con la vocación participativa de la metodología del Plan, se convocaron 6 mesas de trabajo que abordaron 6 ejes de debate estratégico para definir marcos programáticos de actuación. En las 12 sesiones de trabajo realizadas, las reflexiones de los expertos y agentes culturales participantes permitieron avanzar en la concreción de la estrategia final del Plan, introduciendo nuevos ámbitos y propuestas de actuación.

Las sesiones de trabajo presencial se complementaron, como en las mesas de diagnóstico, mediante la apertura de espacios virtuales de debate en el foro del Plan, que permitieron realizar un retorno de las aportaciones recibidas a los participantes de las mesas y, al mismo tiempo, incorporar nuevos enfoques y reflexiones.

A lo largo de todo el proceso, y de forma paralela a los espacios participativos de tipo presencial, la web del Plan se ha consolidado como la principal herramienta de relación con la ciudadanía. Además de la información sobre la evolución del propio proceso de elaboración, la web ha puesto a disposición de sus visitantes un foro participativo y los distintos documentos generados en cada una de las fases.

Finalmente, el Consejo Rector del Plan, integrado por una decena de profesionales del sector cultural y por los responsables de cultura de los siete cabildos insulares, ha desarrollado un papel central en todo el proceso de elaboración. Ha coordinado el calendario de las distintas etapas del proceso y ha validado los distintos documentos generados aportando reflexión, discurso y nuevos contenidos que han enriquecido claramente tanto el análisis como la definición estratégica del Plan.

En conjunto, durante el proceso participativo de elaboración del Plan se han celebrado 43 sesiones de trabajo y debate en las que han participado aproximadamente 300 personas de diferentes ámbitos, sectores y territorios.



## 4. ARQUITECTURA DEL PLAN

El Plan Canario de Cultura tiene su punto de partida en un diagnóstico de la realidad cultural canaria, para a partir del conocimiento exhaustivo y el análisis de esta realidad proponer una estrategia de futuro para la cultura canaria.

El diagnóstico parte de un enfoque amplio e inclusivo de lo que se puede considerar cultura, efectuando una mirada intencionada sobre la realidad cultural canaria para extraer sus características, carencias y potencialidades. El objetivo de este análisis se centra en conseguir una fotografía que incluya tanto elementos descriptivos como de carácter valorativo en relación a la realidad cultural del archipiélago desde diferentes miradas: la económica, por la importancia del sector y su aportación a la riqueza de las Islas; la territorial, atendiendo a las distintas realidades de las islas; la sectorial, teniendo en cuenta la diversidad de subsectores culturales y la social, otorgando a la cultura un papel central en la cohesión social y el respeto a la diversidad cultural.

El documento de diagnóstico se estructura en dos grandes apartados: el primero hace referencia a los elementos de contexto que tienen claras repercusiones sobre la realidad cultural canaria. El segundo se encarga de analizar de forma amplia el sistema cultural del archipiélago, mediante un repaso a los elementos que configuran la política cultural, una mirada a cada uno de los sectores culturales, un análisis de la realidad de cada isla y una aproximación a las relaciones entre la dimensión cultural y la económica, turística, social e identitaria, entre otras.

La definición de la estrategia cultural de Canarias está claramente determinada por el resultado del diagnóstico aunque su vocación es la de superar la realidad actual realizando un planteamiento que permita visualizar tanto los horizontes de futuro como el plan de acción a seguir. Por lo tanto, la reflexión estratégica se realiza desde una doble perspectiva: mejorar la realidad actual por un lado (a partir de la corrección de los déficits detectados) y proyectar la realidad futura, por el otro (con un claro ejercicio de expresión de voluntad y compromiso). El acento del Plan se ha situado en la segunda de las perspectivas ya que el horizonte que se dibuja lleva implícito la corrección de debilidades actuales.

La estrategia del Plan Canario de Cultura se ha concebido como un marco de actuación futuro que, desde la amplitud conceptual, permita incorporar actuaciones que concreten las líneas

marcadas por el proyecto. Para conseguirlo se ha dibujado una arquitectura que, por un lado, permite jerarquizar por su importancia estratégica los elementos que la definen y, por el otro, propone una estructura que en el futuro sea revisable y adaptable a los posibles cambios de contexto.

La estrategia parte de unos principios que impregnan todo su desarrollo posterior y que se deben leer como una manifestación clara de voluntad y como una forma de entender la cultura y la política cultural. Un punto de partida que sitúa los conceptos centrales de la definición de la estrategia.

Los ejes estratégicos estructuran la estrategia definiendo las principales dimensiones del desarrollo cultural. No deben entenderse únicamente como una clasificación que permite ordenar la estrategia sino que su propio contenido y definición determina en gran medida la propia estrategia.

Para cada uno de los ejes estratégicos se establecen unos objetivos de carácter general a los cuales se da respuesta con las líneas de actuación propuestas. En las líneas de actuación se recogen una serie de objetivos operativos que deben orientar las actuaciones futuras. También, para cada uno de los ejes se definen proyectos estratégicos que tienen un mayor grado de concreción y que deben entenderse como proyectos motores de la estrategia propuesta.

Finalmente, el Plan también determina una serie de condiciones que son necesarias para su desarrollo, tanto vinculadas a los sistemas de evaluación y seguimiento como a la necesidad de realizar un salto cualitativo en la gestión cultural de las islas y en sus sistemas de coordinación política, institucional y sectorial.



# PLAN CANARIO DE CULTURA

## DIAGNÓSTICO

Contexto

Sistema cultural canario

## ESTRATEGIA

Principios

Ejes estratégicos

Objetivos

Líneas de actuación

Proyectos estratégicos

Objetivos operativos

## II. SÍNTESIS DEL DIAGNÓSTICO

El diagnóstico resultante de la primera fase de elaboración del Plan Canario de Cultura permite establecer los principales elementos descriptivos y valorativos de la realidad cultural canaria, las necesidades de futuro y los retos a los que se enfrenta la cultura canaria. De forma previa a la exposición de la estrategia es necesario recordar, de forma sintética, algunos de los elementos dominantes de dicho diagnóstico<sup>1</sup>. Entre éstos, se aprecian elementos de distinta naturaleza: los de carácter externo, vinculados al contexto y no específicamente derivados de la realidad cultural pero con consecuencias en ella y los de carácter interno, que mantienen relación directa con la situación del sector cultural (público y privado) y sus características, aportando una imagen del sistema cultural canario.

### 1. ELEMENTOS DOMINANTES DE CARÁCTER EXTERNO

#### Situación geoestratégica

La situación de Canarias es especialmente estratégica para el establecimiento de relaciones culturales intercontinentales (América Latina, África y Europa). Una situación que debe interpretarse como una potencialidad de futuro y un marco de trabajo sobre el que elaborar las estrategias de proyección y conectividad de la cultura canaria con el exterior. Así mismo, vinculado a la situación geográfica, la consideración de Canarias como Región Ultraperiférica por parte de la Unión Europea conlleva múltiples oportunidades de desarrollo y de asunción de un liderazgo dentro del ámbito de las RUP. Pero más allá de las oportunidades que surgen de la ubicación geográfica, también existen elementos desfavorables vinculados a ella y que limitan el desarrollo cultural como la lejanía respecto a los centros de producción cultural nacionales y europeos.

#### Crisis económica

La crisis económica es una importante dificultad para el desarrollo cultural ya que tiene repercusiones directas tanto en las iniciativas privadas como en los presupuestos públicos. Además, la crisis económica está afectando especialmente a Canarias traduciéndose en altos índices de desempleo. Igualmente, las respuestas se encuentran con dificultades por la alta dependencia en relación al turismo, que también arrastra una crisis de carácter sectorial. Aún así, esta situación también puede y debe ser leída

---

<sup>1</sup> Se puede consultar el documento completo y los anexos en la web del Plan [www.planculturacanarias.net](http://www.planculturacanarias.net)

como una oportunidad para la cultura. En cierta medida, algunas de las respuestas a la crisis pueden venir de la apuesta por un nuevo modelo económico. La creatividad, la excelencia, la innovación y el alto valor añadido son conceptos que se están situando a distintos niveles de reflexión económica y política como aspectos a reforzar para que la salida a la situación actual de crisis económica a nivel global tenga fundamentos sólidos para el progreso económico futuro. Y la cultura aparece claramente ligada a cada uno de ellos.

### **Diversidad territorial**

La diversidad territorial (siete islas, realidades urbanas y rurales, concentración y dispersión poblacional...) plantea importantes retos que desde el respeto a las distintas singularidades, deben encontrar respuestas concretas en el modelo de desarrollo cultural. Es necesario conseguir un mayor nivel de equilibrio en la oferta y en las posibilidades de acceso a la cultura y superar el déficit de infraestructuras culturales de proximidad en algunos de los territorios canarios y la excesiva concentración de oferta en las capitales. Un déficit que dificulta la estructuración de circuitos escénicos y musicales de calidad en el archipiélago.

### **Diversidad social**

La diversidad caracteriza la sociedad canaria. Una diversidad derivada de la multiplicidad de situaciones sociales e individuales que conllevan necesidades culturales distintas. Esta diversidad se traduce en retos importantes para el acceso a la cultura y la aportación de la política cultural a la cohesión social pero también en un claro potencial de riqueza cultural y expresiva de la sociedad canaria. La propia historia y composición social de las islas, caracterizadas por la diversidad y el cosmopolitismo han generado un entorno social único con gran riqueza de matices. Poner en valor esta riqueza propia de Canarias, sus gentes y sus formas de expresarse culturalmente es un reto importante. Como también lo es avanzar hacia una sociedad más cohesionada, igualitaria y justa. En este sentido, el reto se traduce en la necesidad de aumentar la cualificación del mercado laboral –y esto tiene que ver con el capital cultural- de las islas, hacer frente a los indicadores de bajo nivel formativo de la población canaria con la apuesta por el conocimiento y la cultura como respuesta. En definitiva, la cultura debe de ejercer una mayor responsabilidad en la consecución de un modelo social cohesionado e integrador.

## **Régimen Económico y Fiscal**

La singularidad de contar con un Régimen Económico y Fiscal propio puede favorecer el desarrollo de sectores culturales con mayor grado de industrialización. La Zona Especial Canaria, aprobada en la Ley 19/1994, con las ventajas fiscales que aporta en relación a otros territorios, aplicables desde 2004 al sector audiovisual y la Reserva de Inversiones en Canarias (RIC), aparecen como un marco de posicionamiento estratégico potencialmente ventajoso para el sector, aunque no suficientemente aprovechado. Ciertamente, el proceso de reforma de la REF iniciado a principios de este año supone una oportunidad para que el sector cultural plantee propuestas que mejoren el impacto del sistema fiscal canario en el desarrollo del sector cultural de las Islas.

## **Mercado reducido**

El mercado interno canario es un mercado reducido, para cualquier sector y, por tanto, también para el cultural. Esta realidad se presenta como un factor limitativo del desarrollo de una mayor producción cultural al que se añade el bajo nivel de consumo cultural (en relación a la media nacional) que señalan las estadísticas al respecto. A esto hay que sumar la inexistencia de circuitos de difusión y exhibición privados estables que puedan enriquecer la oferta pública (aunque existen destacadas excepciones en el ámbito de las artes visuales, espacios que gozan de proyección nacional). En el mismo sentido, la dimensión del mercado tampoco encuentra respuestas en una proyección e internacionalización suficiente de los productos culturales.

## **Explosión digital**

Las potencialidades que ofrece la explosión digital para el desarrollo de los distintos sectores culturales y patrimoniales son especialmente beneficiosas para entornos e industrias de menor dimensión como la canaria. Aún así, se aprecia poca penetración de las nuevas tecnologías en los procesos creativos, de producción, difusión y conservación de las artes y el patrimonio.

## 2. ELEMENTOS DOMINANTES DE CARÁCTER INTERNO

### Política cultural

El presupuesto en cultura del Gobierno de Canarias ha experimentado un crecimiento significativo en los últimos años, así como la aportación que realizan los distintos cabildos en gasto público, a los que se debe sumar el esfuerzo realizado desde muchos municipios. Sin embargo, el actual contexto económico de crisis ha obligado a realizar un esfuerzo de contención durante los últimos ejercicios. Pero más allá de la dotación de recursos, se ha avanzado significativamente en la asunción de responsabilidades compartidas (Gobierno, Cabildos, Ayuntamientos) de la gestión cultural en Canarias aunque aparecen dificultades de gestión derivadas del traspaso competencial entre Gobierno y Cabildos, hecho que va acompañado de la inexistencia de marcos comunes que faciliten la coordinación interinstitucional.

### Cultura canaria

Una de las singularidades de la realidad cultural canaria es que no existen acuerdos amplios de carácter conceptual que permitan una definición clara de aquello que es la cultura canaria. De alguna forma, se puede hablar de la falta de un canon, de una norma, una producción académica suficiente, unos referentes compartidos... que permita un imaginario común cuando se habla de cultura canaria. No se trata de renunciar a la diversidad de realidades culturales y riqueza patrimonial que caracterizan la cultura canaria, sino que a partir de ello no se han desarrollado marcos conceptuales compartidos suficientemente clarificadores que permitan puntos de partida axiomáticos aceptados por todas las sensibilidades. En este sentido, la falta de producción legislativa en relación a la cultura y de instrumentos de información y observación cultural, dificultan aún más la construcción de esta norma.

### Sectores de la cultura

Los retos del sector vienen determinados por la necesidad de aumentar y consolidar un grado de madurez homologable al de los entornos con mayor desarrollo cultural del mundo. Por talento, historia y capacidad, Canarias está en situación de progresar hacia los mayores estándares de producción y consumo cultural. Ahora bien, para dar

respuesta a este reto se hace imprescindible en primer lugar, compensar las debilidades existentes en algunos de los estadios de la cadena de valor cultural y aprovechar todas las potencialidades que el propio sector de la cultura ofrece actualmente

Los distintos sectores de la cultura en Canarias cuentan hoy en día con grados de estructuración y articulación heterogéneos, que provocan una excesiva dependencia de la iniciativa pública. Sin embargo, en ciertos sectores como el las artes escénicas, el patrimonio o el audiovisual existen agentes que actúan como motor y generan proyectos de referencia. La mejora de la articulación intersectorial e intrasectorial de los agentes culturales constituye el principal reto para aprovechar las potencialidades existentes. En este sentido, la apuesta por el audiovisual como sector estratégico –materializada en el Plan Canario Audiovisual- ha permitido estructurar el futuro del sector y dotarlo de herramientas para su crecimiento.

Otra de las características que definen el sector cultural canario es la poca presencia de creación emergente e innovadora, vinculada a los nuevos lenguajes artísticos. En este sentido, la red de infraestructuras culturales de Canarias dispone hoy en día de equipamientos públicos de referencia en los ámbitos de las artes escénicas, la música y las artes visuales, pero no existen suficientes espacios para la creación y la producción contemporánea. De igual manera, la oferta formativa superior en el ámbito de las artes no es suficiente y precisa una diversificación y estructuración que permita desarrollar una mayor profesionalización de los agentes.

La industria cultural y creativa canaria se encuentra todavía en un estado embrionario y cuenta con una base industrial débil. Un hecho al que se le suma la inexistencia de empresas-tractor que actúen liderando y aportando visibilidad al sector, junto con la situación de crisis que viven ciertas industrias culturales especialmente influidas por el impacto de las nuevas tecnologías. Sin embargo, existen algunas incipientes iniciativas sectoriales destacables y claras potencialidades futuras para los tejidos empresariales culturales que sean capaces de apostar por una mayor interrelación con otros sectores económicos y por la formación e innovación como base de desarrollo.

### **Transversalidad de la cultura**

La cultura canaria puede encontrar fuera del ámbito estricto del sector cultural, nuevas oportunidades de desarrollo competitivo. La dimensión turística es un buen ejemplo de

ello, puesto que las Islas disponen de una riqueza patrimonial amplia y singular, que le aporta un potencial de posicionamiento ventajoso frente a otros destinos. No obstante, la trayectoria de relación entre turismo y cultura todavía es incipiente y precisa del establecimiento de sinergias y estrategias compartidas entre ambos sectores. La conservación y difusión del patrimonio existente y los festivales tienen claras potencialidades para convertirse en elementos de refuerzo del rol estratégico de la actividad cultural del archipiélago en su posicionamiento exterior y geoestratégico.

De la misma forma, Canarias dispone de una estructura universitaria pública suficiente, pero sin embargo existe poca vinculación entre la oferta universitaria y las necesidades del sector cultural, condicionando las oportunidades de profesionalización y de desarrollo competitivo del mismo. La apuesta por la intensificación de lazos de relación educación-cultura y por políticas de innovación como base de desarrollo social y económico de las Islas se muestra como el principal reto en este sentido.

## III. ESTRATEGIA

### 1. PRINCIPIOS DEL PLAN

Un proceso de planificación estratégica como el que plantea el Plan Canario de Cultura deba partir de unos principios básicos desde los cuales es posible concretar unas líneas de futuro. Principios suficientemente generales como para que sean puntos de encuentro pero con unos contenidos claros que eviten unas opciones neutras y vacías de contenido.

Los principios representan el punto de partida conceptual e ideológico del Plan y como tal, dan el tono y tiñen las propuestas de un determinado modo de actuar.

#### **IDENTIDAD**

La cultura canaria es una herencia a cuidar y un resultado reconocible y colectivo en permanente estado de cambio.

#### **PARTICIPACIÓN**

La sociedad canaria es la titular de la cultura con derecho a gestionarla de forma participativa.

#### **CONECTIVIDAD**

La cultura es un agente de conectividad social, territorial y simbólica. Genera flujos y relaciones que permiten la interactividad en un sistema cultural complejo.

#### **CREATIVIDAD**

La creatividad como elemento de generación de riqueza económica y social en un entorno en que se apueste por la innovación, el conocimiento y la educación.

#### **EXCELENCIA**

La excelencia entendida como un modo de actuar basado en el rigor y en la calidad. Esto incluye tanto cuestiones referidas a los procesos como a los



resultados, tanto al compromiso como al talento, tanto al ámbito profesional como al amateur.

### **PROXIMIDAD**

La cultura debe mostrarse cercana y accesible a toda la ciudadanía, sea cual sea su condición o lugar de residencia.

## 2. EJES ESTRATÉGICOS

La estrategia del Plan Canario de Cultura se estructura a partir de cuatro ejes que, a su vez, responden a cuatro ámbitos de actuación diferenciados con algún campo de intersección.

El primero corresponde a los sectores culturales. Se sitúan de esta forma como agentes nucleares de la estrategia cultural canaria entendiendo que su desarrollo constituye una condición básica del modelo cultural de futuro. Los sectores se entienden tanto desde la perspectiva de toda la cadena de valor como desde la perspectiva de los distintos ámbitos creativos.

El segundo eje estratégico sitúa a la cultura como un elemento fundamental para alcanzar mayores grados de cohesión social y territorial en las islas. El tercero hace referencia a los elementos de carácter transversal de la política cultural y su relación con otros sectores.

Finalmente, el cuarto define la cultura como un elemento de proyección de Canarias hacia el exterior desde una doble perspectiva: aportación a la diversidad cultural del mundo y la necesidad de actuar en un mercado globalizado.

Eje estratégico		Línea de actuación	
1	La cultura y sus sectores	1.1.	Impulso a la creatividad
		1.2.	Consolidación de la industria cultural
		1.3.	Valorización de la memoria
2	La cultura y la cohesión	2.1.	Fomento del equilibrio y la cohesión territorial
		2.2.	Refuerzo de la cohesión social
3	La cultural y la transversalidad	3.1.	Apuesta por la innovación
		3.2.	Vinculación educación y cultura
		3.3.	Estrechamiento de lazos entre turismo y cultura
4	La cultura y la proyección	4.1.	Internacionalización de la cultura canaria
		4.2.	Apertura de mercados

## EJE ESTRATÉGICO 1. LA CULTURA Y SUS SECTORES

Los sectores de la cultura son los protagonistas del desarrollo cultural de Canarias y en la consecución de los objetivos sectoriales están situadas, en gran medida, las expectativas de una mayor madurez y nivel cultural en las Islas. Pero el desarrollo de los sectores no debe entenderse como un fin en sí mismo sino que es uno de los vehículos esenciales para que la cultura se acerque aún más a toda la ciudadanía. El sentido último del apoyo a los sectores en una política cultural que sitúa al ciudadano en el centro de su función es precisamente éste.

Hay una realidad compartida por parte de todos los sectores y unas especificidades que singularizan la situación de cada uno de ellos. Por este motivo se plantea un doble tratamiento que responda a cada una de estas dos lógicas.

Un aspecto sobre el que se debe trabajar es en la toma de una conciencia sectorial que posibilite una mayor estructuración desde una perspectiva inclusiva e integradora. A su vez esto repercutiría en la generación de discursos sectoriales más identificables e influyentes en la realidad cultural canaria. Es un trabajo a realizar por los propios sectores de la cultura (con el apoyo de la administración) para poner en valor su función cultural y social.

Por otro lado, los sectores de la cultura se muestran excesivamente aislados entre ellos con pocos espacios de comunicación común y con otros sectores con los que se podrían establecer mayores dinámicas de relación.

Son este fortalecimiento y la consecución de un mayor grado de madurez los aspectos que fundamentan el presente eje estratégico. Desde esta perspectiva las actuaciones a realizar en el futuro deben orientarse a la promoción sectorial con la mirada puesta en la dimensión social y económica de su progreso. Porque, por un lado, las sociedades más avanzadas gozan de sectores de la cultura que tienen un claro protagonismo en la transformación social liderando desde la expresión artística e intelectual los discursos y el cuestionamiento constante de la realidad. Y, por el otro, los sectores de la cultura están en disposición de desarrollar propuestas económicas e industrializadoras de largo alcance y de valor añadido.

La dimensión industrial de la cultura no debería ser objeto de cuestionamiento en aras a una cultura únicamente basada en el valor de la emoción producida por la obra artística. La

industrialización de la cultura debe entenderse como una condición para el desarrollo cultural del territorio y para el avance hacia modelos innovadores de crecimiento económico. La industria cultural es una industria de lo intangible y por ello necesita que cada vez más se genere un discurso propicio a la valoración de su aportación a la economía y a la riqueza de un territorio.

Precisamente, uno de los paradigmas del valor de lo intangible se concreta en el ámbito de la memoria. La memoria, el patrimonio, la historia y las manifestaciones de cultura tradicional forman una parte nuclear y singular del sustrato cultural canario y una base sobre la que construir proyectos de futuro.

Esta triple perspectiva de cadena de valor cultural, de industrialización y de valorización de la memoria es la que orienta los objetivos del eje estratégico:

- Equilibrar la cadena de valor cultural en todos los sectores asegurando su continuidad (completando los vacíos actuales) y facilitando que tanto los proyectos culturales como las inquietudes culturales y capacidad creativa personales o colectivas encuentren cauces adecuados para su desarrollo.
- Conseguir una mayor profesionalización del sector cultural a partir de la formación de profesionales, la modernización de las estructuras de gestión y la empleabilidad.
- Desarrollar una política industrial dirigida a todo el sector cultural basada en el apoyo a los emprendedores, la concentración y los clúster potenciando las sinergías con otros sectores como el turismo, el diseño y la comunicación.
- Valorizar la memoria como un valor contemporáneo que ofrece respuestas a la sociedad canaria actual tanto por su capacidad de generar una identidad colectiva como por su condición de factor de desarrollo futuro. Se trata de pasar de una concepción conservacionista de la memoria, considerada únicamente como legado, a una que la sitúe como un activo para el progreso cultural.

## **PROYECTOS ESTRATÉGICOS DEL EJE**

### **Red de centros de creación canarios**

Articulación de una red de Centros de Creación por todo el archipiélago tanto especializados como multidisciplinares (definiendo un equilibrio entre ambos tipos y entre sectores) que permita el desarrollo de los proyectos creativos de los artistas canarios, facilite el intercambio entre ellos y con el exterior y dote a los sectores de los instrumentos necesarios para conseguir un mayor desarrollo. La estructuración de la red debe partir de las infraestructuras actuales pero también proyectar nuevos espacios de creación (estudiando experiencias en otros territorios como las fábricas de creación) teniendo en cuenta el equilibrio territorial (con una clara necesidad de concertación con el mundo local) y sectorial.

### **Portal de la Cultura Canaria**

Creación de un portal en internet que recoja la oferta cultural en Canarias, sus agentes y los principales proyectos que desarrollan. En la definición del portal y de sus contenidos se debe tener en cuenta la necesaria discriminación de la oferta por tipologías, dimensión, usuarios a los que se dirige y debe permitir al usuario la suscripción gratuita a noticias e informaciones segmentadas. Por otra parte, el portal debe poder actuar como paraguas que aloje distintos espacios web que ya están en funcionamiento o que se crearan de nuevo. Igualmente, el diseño del portal debe facilitar el acceso a contenidos específicamente dirigidos a visitantes de las islas aprovechando el potencial público turista para las actividades culturales. Finalmente el portal debe ser un espacio en el que se refleje la oferta local y posibilite una visión global de la actividad cultural de las Islas.

### **Articulación de un nuevo modelo de apoyo público a los sectores y la industria**

El diseño de un nuevo modelo de apoyo a la cultura debe atender a una doble realidad: por un lado, al valor simbólico y la aportación al desarrollo social que se realiza desde el sector cultural y, por el otro, al valor económico y las posibilidades de diversificación que aporta la industria cultural canaria. En este sentido se deberían diferenciar dos tipos de apoyo público:

- Las aportaciones económicas a fondo perdido para proyectos y organizaciones atendiendo a su valor cultural. En este campo el trabajo a realizar requiere una mejor coordinación interadministrativa y una mejor explicitación de criterios.
- El apoyo, con distintos mecanismos de financiación, de la actividad de las industrias culturales. Dicho apoyo se debe realizar desde un marco de actuación en el que instituciones y entidades financieras definan productos específicos para la obtención de crédito a muy bajo coste (o coste cero) atendiendo a las necesidades de inversión, tesorería y de aval.

## LÍNEA DE ACTUACIÓN 1.1. **IMPULSO A LA CREATIVIDAD**

El talento en las sociedades contemporáneas se sitúa, cada vez más, como un factor determinante del modelo de desarrollo. Ahora bien, para que el talento aflore se necesitan unas estructuras que permitan tanto la formación y capacitación de las personas como unos espacios dónde la creatividad se pueda desarrollar con todas sus potencialidades. Pero una vez el talento aflora hay que tener, también, la capacidad de retenerlo como motor para la formación de nuevo talento en una dinámica multiplicativa.

La existencia de capacidad y talento en las distintas disciplinas creativas en Canarias, no deja lugar a duda. Pero las dificultades de un entorno de dimensión reducida, la falta de infraestructuras culturales para la creación y de plataformas de profesionalización, limitan en muchos casos su progresión. Para compensar estas dificultades las estrategias a seguir tienen que llevar a una mayor capacidad para albergar proyectos creativos y a la vez fomentar la movilidad de artistas y productos culturales tanto entre las islas como fuera de ellas (procurando siempre un retorno).

Es cierto que cada uno de los sectores de la cultura muestra dinámicas propias que los diferencian de los otros y requieren un trabajo específico. Pero esto no es contradictorio con el establecimiento de un marco de desarrollo estratégico común que permita su evolución en igualdad de condiciones. Es por esto que la estrategia planteada se realiza primero desde la perspectiva de lo común, entendiendo que su desarrollo debe concretarse a partir de las distintas realidades sectoriales. Y, en segundo lugar se apuntan objetivos vinculados a cada uno de los sectores.

### **Objetivos operativos de carácter general**

- Generar un marco normativo – legislativo de carácter sectorial que permita encauzar las acciones de fomento al desarrollo de cada uno de los sectores.
- Establecer estructuras formativas que permitan la extensión de los instrumentos necesarios para que aflore el talento a través de un plan específico de la formación artística en Canarias que se base en un equilibrio de oferta entre territorios, niveles formativos (del elemental al superior) y disciplinas artísticas. En este plan debe

coordinarse entre todos los niveles administrativos evitando duplicidades de oferta y aprovechando todas las estructuras que ya están creadas.

- Aumentar el soporte a la creación canaria para favorecer el talento creativo, la innovación y su aportación al desarrollo cultural a partir de un replanteamiento de las ayudas actuales para conseguir mayor estabilidad, retorno social y coordinación entre instituciones.
- Retener el talento a partir de la oferta de posibilidades de trabajo suficientes que superen las limitaciones actuales del mercado canario. Crear becas a la formación y la creación que posibiliten la formación del talento y permitan su desarrollo tanto en el ámbito local como en el exterior, introduciendo el criterio de retroalimentación a la hora de otorgar las ayudas.
- Estudiar la posibilidad de implementar medios de protección para asegurar liderazgos y evitar la fuga de creadores e intérpretes canarios, estableciendo cuotas a la creación local como condicionantes de subvenciones públicas.
- Generar estructuras que rompan el aislamiento sectorial aprovechando las posibilidades que ofrecen las nuevas tecnologías para el trabajo en red.
- Conseguir una mejor ordenación de los festivales de todas las disciplinas para trabajar en tres sentidos: mayor proyección de las ofertas, menor duplicidad en las propuestas y coordinación general.
- Crear estructuras de segundo nivel (por ejemplo, una federación) en el ámbito asociativo cultural que permita organizar, articular y conectar la importante riqueza asociativa existente y ofrecer servicios y formación.

## **Objetivos operativos de carácter específico**

### **Audiovisual**

- Conseguir que la Televisión Canaria asuma un mayor liderazgo en la producción audiovisual de Canarias.
- Estructurar a través de acuerdos con distintos distribuidores y programadores la distribución del producto audiovisual canario, y establecer mecanismos de



formación a los productores sobre sistemas de publicidad y distribución innovadores.

- Avanzar en la digitalización de las salas cinematográficas de Canarias y consolidar una red para la programación no convencional y no comercial.
- Apoyar a los festivales que aportan singularidad al mapa de festivales estatal e internacional con propuestas innovadoras y que tejen puentes entre culturas.
- Conseguir la oferta de estudios superiores en audiovisual en Canarias y desarrollar programas de especialización atractivos dirigidos a estudiantes de las islas y del exterior.
- Relanzar la Canarias Film Commission, que se encargue de coordinar a las diferentes Film Commissions y de fomentar la creación de una red de agencias u oficinas de carácter local (tipo Film Office) por todo el archipiélago.
- Integrar el audiovisual canario en redes internacionales para conseguir mayor apoyo exterior al audiovisual y promover sinergías con otras regiones europeas, para la coproducción e intercambio cultural.
- Conectar el mundo profesional con el amateur y con el que se está formando para realizar intercambios, prácticas profesionales y proyectos conjuntos.

### Artes escénicas

- Conseguir una mayor descentralización de la oferta cultural a través tanto de la mejor dotación en infraestructuras como de la estructuración de circuitos escénicos que permitan, además, una mayor estabilidad y capacidad de explotación de los sectores.
- Desarrollar un Plan de Fomento de la Danza para normalizar su presencia en las programaciones, conseguir una formación adecuada (atendiendo a los niveles medios y superiores) e incentivar la creación de compañías profesionales.

- Favorecer la presencia de los lenguajes escénicos emergentes en las programaciones a través de circuitos específicos que permitan mayor grado de riesgo en las propuestas.
- Extender la formación escénica a todo el territorio con una red de centros atendiendo tanto a la formación de base como a la de carácter profesionalizador.
- Poner en valor la autoría escénica canaria con la recuperación de textos y autores, así como con la promoción de la creación contemporánea.
- Elaborar unos estándares mínimos de calidad para dotaciones de recursos técnicos y profesionales de los equipamientos.
- Promover la creación de espacios para la experimentación, laboratorios de creación.
- Estudiar sistemas de bonificaciones para producciones/iniciativas que favorezcan la creación de equipos/elencos canarios.

### Artes visuales

- Estructurar una red de espacios expositivos que funcione con un alto nivel de coordinación a partir de un liderazgo claro de los principales centros expositivos de las islas. Una red que debe tener debe garantizar la actividad expositiva en todo el archipiélago que incluya tanto la iniciativa pública como privada, sea de carácter local o supra-local.
- Suprimir las importantes barreras para la importación y exportación de obras para conseguir un mayor flujo y romper aislamientos.
- Fomentar la creación a partir de la estructuración de una red de espacios que lo permitan.
- Apoyar a los creadores con recursos y formación en el ámbito de las nuevas tecnologías y nuevos formatos creativos.

### Música

- Realizar una apuesta por la singularidad situando Canarias como territorio referente de puente musical intercontinental.
- Estructurar un circuito de salas (públicas y privadas) que permitan el desarrollo la profesional de los músicos y la extensión de la oferta.
- Racionalizar y equilibrar el gasto entre los distintos estilos musicales, festivales y territorios.
- Fomentar y formar a los productores musicales en el uso de las nuevas tecnologías y nuevos modelos de comercialización de los productos musicales.

### Libro

- Fomentar la creación literaria generando un registro de premios y becas que sistematice la información para los creadores.
- Impulsar la Red de Bibliotecas Canarias como motor del fomento de la lectura y de relación entre creadores y lectores, mejorando la dotación en infraestructuras y nivel de actividad. La Red de Bibliotecas Canarias debe funcionar como ejemplo del acuerdo e implicación de los distintos niveles administrativos (Gobierno, cabildos y ayuntamientos).
- Conseguir una mayor madurez en la industria editorial a partir del crecimiento de las estructuras empresariales actuales.

### Comunicación

- Reconocer al sector de la comunicación como un sector cultural en la medida que se inscribe en una función de producción simbólica, informativa y de generación de conocimiento.
- Favorecer la presencia de la crítica artística y la reflexión cultural en los medios de comunicación canarios.
- Establecer un mayor contacto entre el resto de sectores de la cultura y el de la comunicación para fomentar el conocimiento mutuo y el trabajo conjunto.

## LÍNEA DE ACTUACIÓN 1.2. CONSOLIDACIÓN DE LA INDUSTRIA CULTURAL

La incorporación del sector cultural en las estrategias de desarrollo económico de Canarias es una oportunidad tanto para el propio sector como para la economía de las Islas. Una oportunidad para que Canarias se incorpore a la economía de la creatividad y dé el impulso necesario a una industria cultural aún excesivamente débil, pero que muestra posibilidades de futuro y espacio de trabajo para la innovación. Una economía de la creatividad que debe plantearse la valoración de lo propio.

En este sentido, hay que remarcar la importancia estratégica que tiene el sector del audiovisual, sin olvidar las potencialidades de otros sectores en la generación de una estructura económica de alto valor añadido. Así mismo, los espacios de cooperación industrial con otros sectores también se deben considerar como elementos para reforzar el desarrollo de la industria cultural.

### Objetivos operativos

- Fomentar la inversión privada o mixta en los proyectos culturales de carácter industrial y, explorar y difundir todas las posibilidades que ofrecen los instrumentos del Régimen Económico Fiscal (Reserva de Inversiones Canarias, Zona Especial Canaria) para la financiación de proyectos.
- Mejorar la gestión de ayudas provenientes de administraciones superiores para que beneficien en mayor medida a los proyectos surgidos de Canarias.
- Promover la concentración industrial y las estrategias de fomento de grupos empresariales que integren al sector de la comunicación con el audiovisual, editorial u otros.
- Establecer sistemas de asesoramiento especializado a las empresas culturales en colaboración entre servicios públicos y otros agentes (como Cámaras de Comercio) que den información sobre subvenciones, sobre cómo crear una empresa cultural, sobre incentivos fiscales y asesoramiento para preparación de proyectos para subvenciones europeas.
- Reforzar el papel estratégico del audiovisual a partir de la apuesta por incrementar su dimensión industrial y posicionarlo en lenguajes audiovisuales innovadores, de

riesgo y valor añadido altamente tecnificados. La Televisión Canaria debe tener un papel central en este fortalecimiento del sector. Por otro lado, los canales de TDT con concesión pública poseen un papel nada desdeñable en la contribución a la consecución de este objetivo.

- Fomentar la creación de Agrupaciones Empresariales Innovadoras (AEI) y de clusters que permitan generar centros de referencia para la industria cultural.
- Potenciar la creación de una red de espacios como centros de empresas o viveros, vinculados a la industria creativa.
- Realizar planes sectoriales para la industrialización de cada uno de los sectores atendiendo a su situación actual, sus potencialidades y necesidades específicas.
- Conseguir un mayor reconocimiento a empresas culturales a través de premios u otros mecanismos para fortalecer liderazgos y modelos a seguir.
- Fomentar el asociacionismo empresarial en el ámbito cultural.
- Tomar en consideración las singularidades del sector cultural (empresas, inversiones, empleo,...) en los trabajos de reforma del REF.
- Apoyar el desarrollo tecnológico y la innovación de procesos de gestión de las empresas culturales.

### **LÍNEA DE ACTUACIÓN 1.3. VALORIZACIÓN DE LA MEMORIA**

Uno de los principales exponentes de la cultura canaria es su importante riqueza patrimonial. Una riqueza que debe entenderse como el fundamento sobre el que se construye la realidad cultural y social de la actualidad y que explica la contemporaneidad. En efecto, memoria e identidad deben entenderse como elementos que ejercen un papel fundamental en la cohesión social ya que aportan elementos simbólicos de conocimiento y reconocimiento que refuerzan el sentimiento de grupo y la posibilidad de definir un proyecto común.

La valorización de la memoria se debe realizar desde la contemporaneidad trabajando en su reinterpretación constante. Contemporaneidad y memoria son conceptos (y también políticas) que deben aparecer de forma conjunta reforzando sus posibilidades. El nexo entre memoria y contemporaneidad, entendido de esta forma, reduce el riesgo de reduccionismo trivial (de la cultura tradicional) y de banalización (de las expresiones culturales contemporáneas).

El trabajo de valorización del patrimonio y la memoria canaria se debe realizar a distintos niveles con el fin último de conseguir una mayor valoración. Potenciar el valor afectivo de las personas en relación al patrimonio a partir de su conocimiento disfrute y valoración requiere estrategias complejas. El patrimonio tiene que entenderse como un bien público y colectivo, y la propia sociedad debe garantizar su conservación. Por ello es necesario el apoyo a las iniciativas ciudadanas y asociativas de fomento de la conservación y divulgación patrimonial.

#### **Objetivos operativos**

- Establecer un marco legislativo para el patrimonio y la memoria desde una perspectiva integral que plantee instrumentos en relación a: el patrimonio inmueble, el patrimonio mueble, el plan de Museos, plan de Archivos, el plan de conservación y divulgación del patrimonio etnográfico, el patrimonio visual y sonoro, el patrimonio intangible.
- Mantener, y si cabe, mejorar el nivel de conservación del patrimonio inmueble canario.
- Establecer marcos de diálogo entre memoria y contemporaneidad, para valorar y reinterpretar la cultura del pasado como cimiento de la creación presente.

- Planificar en base a unos estándares de calidad la oferta museística y centros patrimoniales de Canarias estableciendo un mapa equilibrado que garantice la calidad y el interés patrimonial de las infraestructuras.
- Actuar de forma urgente en aquellos ámbitos patrimoniales que muestran mayores debilidades y posibilidades de pérdida o destrucción.
- Mejorar las condiciones de preservación del patrimonio documental a través de la mejora de las infraestructuras existentes y de la digitalización de contenidos que faciliten su divulgación.
- Potenciar la Fimoteca de Canarias como institución que garantice la preservación y divulgación del patrimonio audiovisual de las islas, con una dotación de infraestructura suficiente y con la apuesta por la conservación y difusión digital.
- Establecer programas de formación para gestores del ámbito del patrimonio con el objetivo de mejorar su capacitación y dotarlos de instrumentos de gestión que permitan una mejor presentación del patrimonio a la sociedad y un mayor trabajo con los agentes culturales.
- Reforzar el papel educativo de todos los equipamientos patrimoniales para acercar la importancia del patrimonio a todos los ciudadanos.
- Apoyar las expresiones de cultura tradicional y popular apostando por la mejora constante de su calidad y valorándolas como generadoras de cohesión.

## EJE ESTRATÉGICO 2. LA CULTURA Y LA COHESIÓN

La cultura puede y debe dar respuesta al reto de la cohesión social en Canarias. Son múltiples los mecanismos a partir de los cuales la cultura contribuye a este reto derivado de la diversidad social canaria. Mecanismos que tienen que ver con la cultura de proximidad y con su aportación al desarrollo de redes sociales sólidas e inclusivas. En este sentido, el desarrollo cultural está estrechamente vinculado al desarrollo social, ya que una sociedad que da un papel central a la cultura es una sociedad con unas bases más sólidas para establecer mecanismos para el crecimiento de una ciudadanía crítica, activa y cohesionada. Por ello, se debe establecer como eje de trabajo el derecho a la cultura, a su acceso igualitario y posibilitar el desarrollo pleno de la capacidad expresiva de la ciudadanía.

Por otra parte, la cohesión social tiene una relación directa con la identidad colectiva y el arraigo y, en este ámbito, desde la política patrimonial hasta las manifestaciones de cultura tradicional y popular, y su vinculación con las fiestas, existe un amplio camino por recorrer.

La cohesión social está estrechamente vinculada a la cohesión territorial y la cultura debe ocupar una posición mayor en su papel de generadora de reequilibrio territorial. Para ello es necesario una concepción del acceso a la cultura y a la expresividad como derecho de los habitantes de Canarias, sea cual sea su lugar de residencia. En este sentido, se deben establecer unos estándares mínimos de dotación de recursos culturales en todo el territorio (también desde una mirada local), no con el objetivo de la homogeneización cultural, sino para, a partir de las singularidades territoriales, garantizar al mismo nivel estos derechos. Las realidades territoriales son actualmente, y serán en el futuro, distintas y el esfuerzo se debe centrar en la reducción de desigualdades y el respeto a la diversidad.

Para fomentar la cohesión social y territorial desde la cultura los objetivos a alcanzar son:

- Situar la cultura como elemento de cohesión social de Canarias aprovechando toda su capacidad para la generación de identidad colectiva, de lazos sociales de relación, de formación y capacitación personal, de entornos sociales igualitarios y compartidos y de redes asociativas de carácter inclusivo.
- Garantizar las mismas posibilidades de acceso a la cultura en todo el territorio canario a través de las infraestructuras, la definición de circuitos culturales, el



aprovechamiento de las posibilidades de las nuevas tecnologías y las potencialidades que las singularidades de cada territorio expresa.

## PROYECTOS ESTRATÉGICOS DEL EJE

### Mapa de Equipamientos Culturales de Canarias

Elaborar un Mapa de Equipamientos Culturales de Canarias que establezca los estándares mínimos de dotación de infraestructura cultural en relación a diversas variables (población, capitalidad, situación en relación a otros núcleos...). Este mapa permitiría detectar el déficit actual y establecer un marco de actuación común para municipios, cabildos y Gobierno en materia de infraestructuras. Los estándares básicos deberán hacer mención a la dotación en: archivos, bibliotecas, espacios escénicos y musicales, espacios expositivos, espacios de creación, espacios de carácter polivalente y red patrimonial (atendiendo a las singulares patrimoniales de cada territorio). El Mapa de Equipamientos Culturales debe ser un marco de referencia para la inversión en equipamientos, la planificación y la priorización de las actuaciones (que recoja marcos legales actuales y otros ya elaborados) a partir del cual contemplar las singularidades de cada realidad territorial.

### Impulso concertado de la demanda cultural

A diferencia de otros ámbitos, el cultural tiene una cierta tendencia a olvidar la demanda como eje básico de su actividad. La demanda de cultura precisa un mejor tratamiento tanto desde una perspectiva operativa como de reconocimiento (la consideración de que es central en relación al conjunto del sistema cultural). Por ello se propone crear una Agrupación de entidades para el impulso de la demanda cultural. Este dispositivo implica distintos niveles de la Administración y debe contar con la participación del sector privado para la comercialización y comunicación de la oferta cultural sobre la demanda real y potencial (mejorando su identificación y necesidades), al tiempo que se plantea como prioritario la ampliación de la demanda y de los públicos de la cultura. Responde a una doble necesidad: relegitimación social (derecho de acceso a la cultura) y racionalización del gasto cultural (eficiencia y eficacia). El dispositivo debería establecer estrategias de comercialización de productos que los hagan más accesibles y apetecibles (oferta por segmentación de públicos) a los potenciales consumidores de cultura. La agrupación, además de ser una forma de acercar la oferta al

público, tiene especiales potencialidades para la gestión cultural ya que conforma una base informativa que, teniendo siempre presente la legislación sobre protección de datos, debe permitir un mayor contacto con el público cultural y un mayor conocimiento de sus necesidades (y por lo tanto, realizar ofertas más adecuadas). El proyecto de la Agrupación de entidades debe desarrollarse desde un acuerdo muy amplio entre todos los agentes que realizan oferta cultural y estructurarse con un alto nivel de coordinación. Igualmente, con la Agrupación de entidades se han de desarrollar estrategias de comunicación cultural integrales y conjuntas. En la oferta de programaciones y servicios que albergue se deberán asegurar unos estándares mínimos de calidad. En definitiva, la Agrupación de entidades debe dar respuesta a la demanda real y potencial, pero también debe trabajar para la ampliación de dicha demanda desde una perspectiva educativa.

## LÍNEA DE ACTUACIÓN 2.1. FOMENTO DEL EQUILIBRIO Y LA COHESIÓN TERRITORIAL

La estructura territorial de Canarias conlleva distintos desequilibrios que se traducen en la dotación de equipamientos y recursos culturales entre islas. Igualmente, en el interior de las islas se reproducen los desequilibrios con concertaciones importantes de la oferta en determinados entornos (áreas metropolitanas y ciudades de mayor dimensión). El trabajo a realizar en esta línea tiene que ver tanto con la dotación de infraestructuras de proximidad como con las de centralidad y atracción. Así mismo, la consolidación de circuitos, las mejoras de las facilidades de acceso, el refuerzo de los elementos singulares propios también son elementos importantes. Un equilibrio territorial que respete la diversidad de cada realidad es la idea central de esta isla.

En la consecución de un mayor equilibrio territorial se hace necesario que se produzca un fortalecimiento del trabajo interdepartamental e interadministrativo que garantice programas adecuados a la realidad de cada territorio dentro de un marco general de planificación. Por otro lado, un marco que debe ser sensible a los discursos y diferentes realidades municipales.

### Objetivos operativos

- Valorar las singularidades de las islas tanto desde el punto de vista patrimonial como de expresión cultural como muestra de la diversidad y riqueza cultural canaria.
- Consolidar circuitos culturales entre las islas que se definan tanto desde la circulación de productos culturales como de públicos.
- Mejorar la coordinación política mediante la generación de estructuras estables.
- Aprovechar los recursos existentes, mejorar la racionalidad y la sostenibilidad de las inversiones y la modificación de las estrategias de difusión y comunicación.
- Revisar en clave de necesidades culturales los sistemas de transporte y tarifas para fomentar una mayor circulación de públicos.
- Fomentar la programación cultural en espacios itinerantes.
- Potenciar el trabajo en red liderado por los equipamientos de capitalidad con los del resto del territorio atendiendo, también, a una perspectiva local.

## LÍNEA DE ACTUACIÓN 2.2. REFUERZO DE LA COHESIÓN SOCIAL

La cultura es un factor clave para la cohesión social y la política cultural un instrumento necesario para alcanzarla. Una cohesión social vinculada al sentido de arraigo y pertenencia asociado a un espacio físico, social y simbólico.

Ahora bien, la apuesta por la cohesión social requiere un cambio de paradigma en la forma en que se mide y valora el éxito o fracaso de las propuestas culturales. En efecto, en términos de cohesión se debe romper el falso dilema entre programación transformadora y de calidad por un lado (con una demanda relativamente reducida) y programación “fácil” y comercial por el otro (con resultados cuantitativamente importantes en términos de público). Más allá de la simplificación que supone esta descripción, el nuevo paradigma rompe la dialéctica tradicional y se marca como reto la “conquista” de nuevos públicos sin renunciar a una programación exigente y de calidad. Para ello, es necesario desarrollar estrategias específicas de acercamiento de la oferta que suelen ser costosas y tienen un reducido impacto en las estadísticas de volumen de público pero importante en las de diversidad.

Por otro lado, toda la oferta cultural debe entenderse y valorarse como potencialmente generadora de cohesión social (los espacios para la cultura, el asociacionismo, las estructuras amateurs, las programaciones...) ya que es sólo hecho de compartir experiencias culturales es un factor que genera vínculos y redes sociales. Pero esta función generadora de cohesión puede presentar distintos grados de concreción y si se quiere potenciar hay que acentuar esta función con proyectos concretos. Un acento que se debe producir en un marco normalizado de la oferta común y no segregada.

### Objetivos operativos

- Impulsar el acercamiento de la cultura a todos los estratos de la sociedad dando respuesta a las necesidades específicas de los colectivos para su acceso consiguiendo una mayor diversidad de públicos para la cultura. Esto se debe realizar tanto desde la mejora de la oferta actual como desde el desarrollo de programas específicos pero desde una atención normalizada
- Establecer mecanismos de diálogo entre el sector profesional y el mundo amateur como elemento de enriquecimiento mutuo, desde una visión de complementariedad.

- Situar el patrimonio y la tradición como agente de cohesión social con estrategias de divulgación y promoción de la memoria entre la población a distintos niveles y consiguiendo un mayor protagonismo de la sociedad en su conservación y divulgación.
- Reforzar el asociacionismo cultural como agente de cohesión social mediante una mayor apertura a la diversidad social y valorizando su aportación a la construcción de un tejido social cohesionado.
- Visibilizar los espacios de creación y acción cultural más informales vinculados al desarrollo de procesos sociales organizativos de diversa índole.
- Fomentar un mayor uso del espacio público para la programación cultural, superando estructuras y rompiendo formatos.
- Favorecer con políticas culturales la inclusión de personas mayores y el intercambio intergeneracional de conocimientos.
- Fomentar el uso de las nuevas tecnologías entre el mundo asociativo a través de la capacitación de sus responsables y de la estructuración de redes estables.

### EJE ESTRATÉGICO 3. LA CULTURA Y LA TRANSVERSALIDAD

Como consecuencia de la centralidad que adquiere la cultura en la definición del Plan se acentúa la necesidad de definir una estrategia de carácter transversal. La adquisición de centralidad se ha de traducir en la ruptura del aislamiento del sector cultural en relación a otros sectores con los que convergen intereses y se pueden establecer dinámicas de relación y trabajo conjunto con proyectos compartidos.

La transversalidad no sólo es una estrategia: es una forma de entender la cultura como un concepto amplio con múltiples vinculaciones y una alta capacidad de influencia en distintos ámbitos del desarrollo social y económico. Desde esta perspectiva transversal la mejora del nivel cultural de Canarias debe producir externalidades en otros sectores e igualmente, el de la cultura, puede evolucionar aprovechando la capacidad de éstos.

La transversalidad es una metodología complementaria de trabajo presente en toda la acción cultural a desarrollar. Sin que ello suponga descartar ningún otro ámbito de confluencia, tres espacios prioritarios a reforzar en el futuro son los binomios cultura-innovación, cultura-turismo y cultura-educación. Objetivos del eje:

- Hacer de la cultura y la creatividad el motor de transformación de Canarias en un territorio innovador, que apuesta por el talento, el riesgo y los sectores de alto valor añadido.
- Establecer estrategias conjuntas entre turismo y cultura para reforzar el valor cultural de Canarias en su comercialización exterior como destino turístico con valor añadido y aprovechar el potencial económico del turismo como motor de desarrollo cultural.
- Reforzar el binomio educación-cultura a partir de una mayor penetración de los contenidos culturales en el ámbito educativo y de una mayor visión educativa de los servicios culturales.

## PROYECTOS ESTRATÉGICOS DEL EJE

### Creación de un Grupo de Trabajo Cultura-Educación

Creación de una estructura de trabajo que durante un período determinado realice un análisis pormenorizado de la situación actual de la relación y el trabajo tanto intradministrativo como interadministrativo entre cultura y educación. Las conclusiones de este grupo de trabajo deben ser la referencia de aplicación de un nuevo modelo de planificación conjunta y de fijación de objetivos comunes entre cultura y educación. Desde el Gobierno de Canarias se debe aportar un marco de trabajo y una orientación clara de cómo se lleva a la práctica el refuerzo de este binomio. Un marco útil para el resto de administraciones (cabildos, municipios...) y también para los distintos agentes de ambos campos. Por lo tanto, con el Grupo de Trabajo se hace un paso decisivo en la asunción del liderazgo en la consecución práctica del discurso conceptual que une educación y cultura.

### Contrato programa de Cultura con la Agencia Canaria Investigación, Innovación y Sociedad de la Información (ACIISI)

Establecer una relación estable entre el sector cultural (representado por el CCAC) y la ACIISI que permita definir proyectos y objetivos comunes a fin de conseguir una mayor incorporación del sector cultural y su aportación de talento y creatividad en las políticas de innovación de Canarias, de modo que el sector cultural aproveche las potencialidades, experiencia y capacidad de la ACIISI. En este sentido, la singularidad del sector cultural requiere que los mecanismos de apoyo y fomento de la innovación se adapten a unas necesidades muy específicas. Por otro lado, la aportación de la cultura y de la industria cultural a la generación de un entorno innovador y las posibilidades de colaborar aportando creatividad a otros sectores deben ser explorados.

### Comisión de trabajo Turismo-Cultura

Establecer una comisión de trabajo interadministrativa y con los patronatos o empresas públicas de turismo vinculadas a los Cabildos para coordinar políticas conjuntas que fortalezcan los lazos entre cultura y turismo. El impulso por parte de la administración

pública y la coordinación que se establezca es una condición necesaria para conseguir un marco de actuación favorable a la creación de puentes entre ambos sectores.

Unos puentes que conceptualmente pueden ser claramente identificables pero que no encuentran hasta el momento una clara aplicación práctica. Desde el ámbito cultural la aportación al turismo tanto en destino (experiencia) como en el momento de elegir destino (valor añadido y diferenciación) puede ser muy importante y claramente estratégica en el reposicionamiento competitivo de Canarias en el mercado turístico internacional.



### LÍNEA DE ACTUACIÓN 3.1. APUESTA POR LA INNOVACIÓN

Cultura e innovación son dos conceptos que aceptan tres tipos de analogías o de relación: cultura de la innovación, innovación cultural y cultura innovadora. El primero suele asociarse a modelos económicos y empresariales que apuestan por la innovación para su desarrollo. El segundo y el tercero tienen una vinculación más directa con el concepto de cultura objeto de las políticas culturales. La innovación cultural, entendida como un espacio de investigación y producción de conocimiento, abona la idea de establecer estrategias futuras de largo plazo. Finalmente, el concepto de cultura innovadora se debe relacionar con la producción de un valor diferencial sobre productos culturales con mayor trayectoria o tiempo de circulación.

En esta relación entre cultura e innovación se encuentra una base sobre la cuál trabajar en la generación de nuevos discursos sobre la aportación de la cultura al desarrollo económico y social de Canarias. La innovación debe ser un valor a explorar para el avance cultural de las islas a través de estrategias que superen las tradicionales y permitan mayores riesgos tanto conceptuales como prácticos.

#### Objetivos operativos

- Vincular la producción cultural a la tradición científica de Canarias estableciendo puentes de trabajo estables entre expresión artística y cultura científica.
- Trabajar desde la cultura con agentes que fomenten la innovación (como la Agencia de Investigación, Innovación y Sociedad de la Información) para apoyar programas que favorezcan la innovación tecnológica, de procesos y de contenidos en el sector cultural.
- Apoyar la I-D+i Cultural con estrategias de una mayor vinculación entre el sector cultural y la universidad
- Incluir en las estrategias de desarrollo cultural a sectores o subsectores tradicionalmente olvidados como el del diseño o el de la publicidad incorporándolos a la estrategia común y generando sinergías entre sectores.
- Usar la cultura y las expresiones artísticas en estrategias de innovación social asociadas al desarrollo comunitario y a necesidades sociales que no encuentran respuestas en las estructuras convencionales.

## LÍNEA DE ACTUACIÓN 3.2. VINCULACIÓN EDUCACIÓN Y CULTURA

En buena medida se puede afirmar que la educación posibilita el acercamiento de las expresiones culturales a toda la ciudadanía. Precisamente, el nivel educativo de las personas es la principal barrera de acceso a la cultura según se desprende de las estadísticas de hábitos y prácticas culturales. Igualmente, sin capacitación las personas no adquieren las habilidades necesarias para el desarrollo de todo su potencial creativo. Apostar por la educación desde la cultura requiere que las propuestas culturales contengan un fuerte componente pedagógico y formativo, para evitar efectos contrarios a los deseados. La cultura se debe ofrecer de forma inteligible (y adaptada a las características y capacidades de los distintos públicos) y, para ello, es necesario que las propuestas culturales puedan ofrecer, desde la máxima calidad, niveles de lectura complementarios.

Los sectores de la cultura y de la educación tienen, en la actualidad, pocos puentes de contacto y las estructuras sectoriales no han desarrollado espacios de intersección e intercambio estable. El refuerzo del binomio cultura – educación necesita de una apuesta que supere el discurso conceptual (está claro que cultura y educación son conceptos indisolubles) y se concrete en espacios de trabajo y en proyectos.

La educación debe dejar de ser el valor añadido de algunos proyectos culturales para pasar a tener un peso central y transversal en la estrategia futura.

### Objetivos operativos

- Desarrollar la vocación educativa de los equipamientos culturales y, en concreto, impulsar los servicios educativos en los principales equipamientos culturales de Canarias para que se constituyan en motor de un acercamiento pedagógico a las propuestas culturales, sin renunciar a la calidad y la excelencia.
- Vincular cultura y universidad con la creación de una comisión de trabajo entre sectores que permita solidificar relaciones y establecer un mayor trasvase de conocimientos, talento y capacidades entre ambos. En este sentido, los ámbitos de trabajo sobre los que establecer esta relación pueden ser, de forma inicial: oferta formativa de titulación superior en disciplinas artístico-culturales, enseñanza superior de comunicación audiovisual, vinculación entre sectores en investigación, fomento de las industrias

culturales y creativas (a través de *spin-off* u otros proyectos). El Consejo Canario de las Artes y la Cultura (CCAC) debería tener un papel de interlocutor con las universidades.

- Apoyar especialmente a las iniciativas públicas y privadas que tengan como objetivo la educación en sus propuestas culturales.
- Potenciar y estructurar los contenidos culturales dentro de la enseñanza obligatoria, capacitando a los agentes formadores, extendiendo los servicios educativos de las instituciones culturales y generando recursos y contenidos actualizados a disposición de la comunidad educativa con la finalidad de crear nuevos públicos.
- Rellenar vacíos en los recorridos formativos de la educación reglada en disciplinas que actualmente están ausentes (por ejemplo, la danza).
- Garantizar la estabilidad de las actividades culturales en las escuelas, mediante recursos y planificación de las actividades.
- Potenciar y estructurar la educación en materia de patrimonio, capacitando a los agentes formadores y generando recursos y contenidos actualizados a disposición de la comunidad educativa.
- Apostar por una política universitaria que persiga una mayor implicación de la universidad en el campo de la investigación en los distintos ámbitos de la cultura y asegure una mayor presencia de “contenidos canarios” en los recorridos formativos.
- Impulsar programas de aproximación cultural para familias y favorecer la interrelación y coordinación entre la enseñanza reglada y no reglada como vía para la detección e impulso del talento creativo.

### **LÍNEA DE ACTUACIÓN 3.3. POTENCIACIÓN DE LAZOS ENTRE TURISMO Y CULTURA**

El hecho de contar con una industria turística que ejerce de principal motor económico y de actividad de Canarias expresa importantes potencialidades para el sector cultural si se consiguen establecer estrategias conjuntas entre sectores: el peso económico que supone el turismo aparece como una oportunidad de desarrollo del sector cultural e, igualmente, desde el sector cultural se puede aportar valor añadido al turístico. Se debe partir de una mirada realista: se trata de dos sectores de dimensiones muy diferentes con elementos de intersección y de influencia mutua (desde el punto de vista conceptual) aunque con capacidades de impacto proporcionales a las dimensiones sectoriales (desde el punto de vista práctico).

Desde la perspectiva del sector turístico la principal aportación que puede realizar el sector cultural tiene que ver con el reposicionamiento competitivo de Canarias en el mercado mundial. La aportación no viene de un cambio radical del modelo, sino que debe partir del modelo actual para proponer mejoras que hagan más atractiva Canarias frente a otros competidores directos. En este sentido, la experiencia del visitante de Canarias, además de cumplir expectativas en los elementos nucleares de la elección del destino (oferta alojativa, clima, paisaje, playas, relación calidad-precio...) se puede ver complementada de forma importante por una oferta cultural de calidad. En gran medida, se puede afirmar que la cultura puede ofrecer al turismo un plus de calidad (asociado directamente a la oferta pero también a la una imagen de entorno cultural desarrollado – por lo tanto, seguro – y con una gran diversidad de productos complementarios).

Desde la perspectiva del sector cultural, el turismo ofrece posibilidades de desarrollo de un mayor nivel de actividad. Por un lado ofrece público y, por el otro, si se dan mejores condiciones de trabajo conjunto entre sectores, ofrece posibilidades de mayor estabilidad y desarrollo empresarial.

#### **Objetivos operativos**

- Incluir la cultura como un valor añadido y diferenciador de Canarias como destino turístico en las estrategias de comunicación exterior.
- Adaptar la oferta cultural, o una parte específica de ella, a las necesidades del público turista de forma que se dinamice el consumo cultural de los turistas a partir de programas que lo faciliten.

- Superar la dinámica tradicional de la relación entre el sector turístico y el cultural excesivamente marcada por celos e incomprensiones para llevar a cabo una estrategia conjunta de mejor aprovechamiento de las sinergías. Contar con estructuras estables que tengan una perspectiva turístico-cultural es algo esencial para romper con el desconocimiento mutuo y establecer actuaciones de colaboración que beneficien a ambos sectores.
- Acercar la oferta cultural a los turistas a través de instrumentos, planes, programas y estrategias de comunicación que permitan una lectura clara y discriminada de todas las posibilidades.
- Aprovechar las posibilidades del turismo cultural y con interés por el patrimonio natural a través de una mejor estructuración de la oferta en packs, itinerarios en las islas y con estrategias de comunicación segmentada por tipología de visitante adecuando la oferta a la demanda. Propiciar la creación de tour operadores culturales.
- Formar a los mediadores turísticos para que tengan un mejor conocimiento de la calidad de la oferta cultural de las islas.
- Estimular al sector cultural privado para que diseñe productos y servicios para los distintos segmentos del mercado turístico.
- Aprovechar la proyección del territorio generado por las producciones culturales como herramienta de promoción turística.

## EJE ESTRATÉGICO 4. LA CULTURA Y LA PROYECCIÓN

El planteamiento de una estrategia vinculada a la proyección exterior no se debe entender exclusivamente como una opción de imagen sino como un espacio de trabajo que tiene claras implicaciones sobre la realidad cultural interna. No se trata pues, de proyectar para aparentar sino al contrario: de ser para proyectar y proyectar para ser cada vez más. En efecto, esta línea recoge las potencialidades que derivan de una situación geoestratégica como la de Canarias, claramente explotables así como su consideración de RUP. Dos elementos que determinan la necesidad de proyectar una imagen exterior asociada a la modernidad, a la creatividad, a la investigación, a la innovación, al vanguardismo... y que sepa poner en valor las singularidades - pasadas y presentes- de la cultura canaria.

Evidentemente, en un mundo cada vez más globalizado donde los flujos culturales tienen una dimensión internacional es necesario establecer estrategias de posicionamiento en las redes existentes para aprovechar dinámicas y realizar las aportaciones posibles. En este sentido, un aspecto trascendental del refuerzo de la posición geoestratégica de Canarias como nexo de unión entre Europa, América y África es la iniciativa que reclama que los aeropuertos canarios sean dotados de la denominada quinta libertad de tal forma que se equipararían con los puertos en las posibilidades de tránsito.

Igualmente, una de las dificultades de desarrollo tanto de los sectores culturales como de la industria cultural es la reducida dimensión del mercado canario. Por este motivo, es especialmente importante reforzar los lazos con el exterior, con el resto de España y a nivel internacional.

Los objetivos del eje de proyección exterior son:

- Situar Canarias como puente cultural entre África, América y Europa con proyectos concretos y estructuras estables de intercambio y cooperación.
- Aprovechar el reconocimiento de la condición de Canarias como RUP para desarrollar proyectos culturales avanzados e innovadores.
- Renovar y reforzar la imagen exterior canaria asociándola a la contemporaneidad, la innovación y al vanguardismo valorizando su entorno cultural y conectando la realidad cultural canaria con otras realidades.

- Abrir mercados para la producción cultural canaria tanto en los principales centros de producción como con el establecimiento de lazos multilaterales con mercados culturales con intereses compartidos.

## **PROYECTO ESTRATÉGICO DEL EJE**

### **Proyección exterior de la Cultura Canaria**

Fomento de una estructura de referencia que, mediante el aprovechamiento de recursos existentes, tenga como objetivos impulsar y coordinar la política de proyección exterior de la cultura canaria. Con este impulso se debe conseguir que la creación canaria obtenga mayores flujos y mayor conectividad con la creación exterior y, sobre todo, el desarrollo de proyectos de internacionalización de carácter comercial.

El fomento de una estructura de referencia debe posibilitar mejoras en la interlocución de la cultura canaria con el exterior y el establecimiento de alianzas con instituciones similares de otros territorios asegurando un flujo continuo de intercambios culturales. Un trabajo centrado preferentemente en las estrategias que se plantean en el presente eje pero con capacidad para aprovechar los marcos de actuación que existen a nivel nacional e internacional.

## **LÍNEA DE ACTUACIÓN 4.1. INTERNACIONALIZACIÓN DE LA CULTURA CANARIA**

La proyección es una aportación de la cultura canaria al mundo (desde una identidad canaria que bebe del pasado pero que está en un estado continuo de transformación) y como una apuesta por conectarla con otras realidades culturales. En un mundo en el que las redes y las relaciones de intercambio, las alianzas y el trabajo colaborativo tienden a reforzarse y consolidarse, la cultura se muestra como un ámbito natural de conectividad e internacionalización. Desde esta perspectiva, la cooperación se presenta como el mejor método para la internacionalización (pacto con otros territorios, entre sectores, entre agentes...).

La proyección exterior implica e incide en la valorización del producto cultural canario, con repercusiones tanto en el mercado interno como en el externo. La proyección exige la búsqueda de alianzas tanto comerciales y no comerciales creando vínculos estratégicos con los distintos agentes y el aprovechamiento de plataformas de cooperación existentes. El sector público tiene un papel central en las estrategias de internacionalización en colaboración con el privado y el tejido asociativo.

Las estrategias de internacionalización en el ámbito cultural deben coordinarse con otras estrategias que ya se desarrollan en Canarias en ámbitos como el turístico o el industrial para un mejor aprovechamiento del camino realizado por cada sector y para ofrecer una imagen externa coherente.

### **Objetivos operativos**

- Establecer lazos de cooperación cultural estables con América Latina y África a través de la creación de agencias especializadas. Igualmente, generar nuevas estructuras y redes estables bajo el liderazgo canario en entornos de influencia (Macaronesia, RUP, países contemplados por la Política de Gran Vecindad).
- Conseguir una mayor presencia en el exterior de los creadores y productos culturales canarios.
- Establecer estrategias de colaboración con agentes, festivales, núcleos de creación y producción del exterior.



- Establecer contratos- programas con estructuras transnacionales para tener una mayor presencia en estas estructuras y aprovechar los marcos de actuación existentes.
- Mejorar la formación para la internacionalización del sector cultural. Dar a conocer las herramientas o vías existentes o potenciales mediante las cuales el sector puede beneficiarse.
- Reforzar la consolidación del patrimonio cultural canario como condición para la oferta de un producto cultural propio e identificable.

## LÍNEA DE ACTUACIÓN 4.2. APERTURA DE MERCADOS

Existe la necesidad de abrir mercados en el exterior para superar las dificultades del limitado mercado interior y, por lo tanto, como elemento de desarrollo de la estructura de la industria cultural canaria. La apertura de mercados persigue la definición de mayores recorridos para la producción cultural canaria para conseguir por un lado, mayor rentabilidad o sostenibilidad económica y, por el otro, mayor reconocimiento simbólico internacional. Pero, entre las estrategias a seguir se debe tener en cuenta que la lógica de mercado no siempre coincide (aunque tampoco es contradictoria) con la lógica cultural. En este sentido, la lógica de mercado que orienta esta línea de actuación exige priorizar recursos y especializar ofertas para que la apertura de mercados sea posible a través de una mayor competitividad.

La apertura de mercados debe realizarse atendiendo a distintas posibilidades. En primer lugar, se deben explorar todas las que ofrece el mercado español en el cual la presencia de productos culturales canarios es excesivamente reducida. Esto se debe hacer a partir de estrategias vinculadas a la innovación y singularidad y, por tanto, a la no competencia directa con los principales centros de producción, sin que esto implique renunciar a mejorar posiciones.

Desde la perspectiva de la apertura internacional, además de aprovechar la situación geoestratégica canaria como nexo tricontinental, se deben tener en cuenta la capacidad de penetración de los lenguajes. En este sentido, mientras la música o la danza son lenguajes claramente universales, la literatura o el teatro tienen mayores dificultades y, por lo tanto, hay que definir estrategias concretas en cada caso.

### Objetivos operativos

- Mejorar la balanza comercial de productos culturales, lo que requiere una revisión de las barreras a la importación y exportación.
- Aprovechar las potencialidades del REF para mejorar la posición competitiva de la industria cultural canaria.
- Apoyo a la internacionalización de las empresas culturales con presencia en ferias, programas de formación y misiones comerciales.

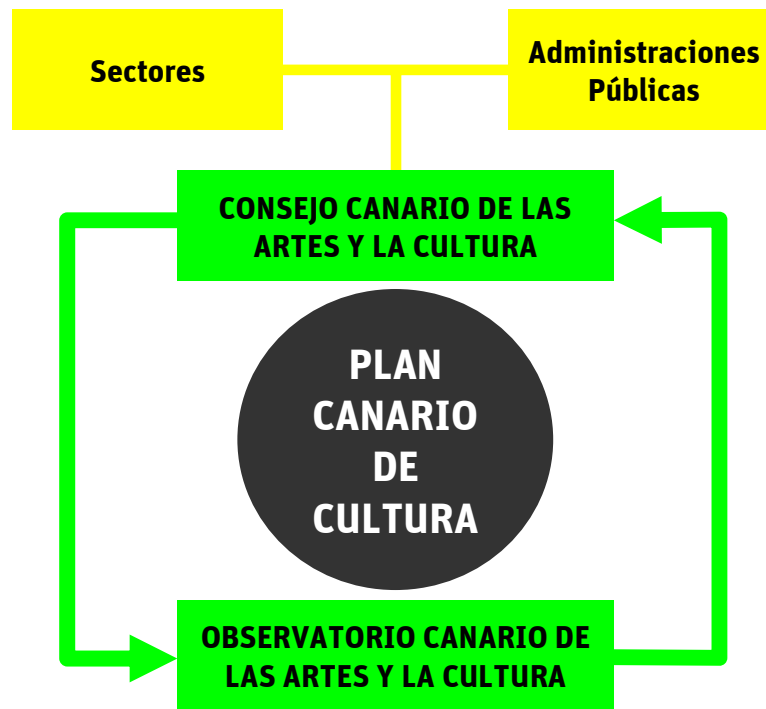
- Establecer sistemas de garantía de la calidad de la producción cultural canaria frente a mercados exteriores.
- Desarrollar estrategias de visibilidad en los grandes centros de producción cultural del mundo.
- Incluir al sector cultural en las agencias de promoción exterior.

## IV. CONDICIONES PARA EL DESARROLLO DEL PLAN

El desarrollo del sector cultural canario requiere la dotación de nuevos instrumentos que permitan avanzar hacia la consolidación de estructuras estables que aporten reflexión e información continua para la toma de decisiones y que amplíen los espacios de participación, codecisión, legitimación y profundización democrática. En gran medida, se puede afirmar que algunos de estos instrumentos deben de tener una repercusión directa y transversal en todas las líneas del presente Plan. Por lo tanto, el impulso del sector, al que se da respuesta con la propia elaboración del Plan, requerirá que la creación de estas estructuras e instrumentos le den continuidad. En este sentido los objetivos a alcanzar son:

- Dotar al sector cultural y a los responsables de las políticas culturales de un sistema de información estable que permita un seguimiento y conocimiento constante de la realidad cultural canaria.
- Crear espacios de reflexión cultural compartida intersectorial e intrasectoriales que permitan una mayor cohesión y el establecimiento, revisión y actualización de las estrategias culturales generales y sectoriales.
- Establecer mecanismos de coordinación interinstitucional e interdepartamental, adecuando los modelos de cooperación tanto a través de acuerdos estratégicos como de marcos jurídicos suficientes.
- Desarrollar los marcos legislativos y normativos del sector cultural que impulsen a los sectores culturales, establezcan criterios de intervención comunes y promuevan los derechos de autor.
- Mejorar los estándares de calidad y de excelencia de la gestión cultural tanto pública como privada a partir de una mayor capacitación profesional del sector y de un incremento de la exigencia en los proyectos subvencionados con fondos públicos, junto con su adecuación a las estrategias de desarrollo cultural de las Islas.

Para dar respuesta a estos objetivos y, por lo tanto, generar un sistema estable que permita el seguimiento y evaluación del Plan Canario de Cultura se crearan dos estructuras: el Consejo Canario de las Artes y la Cultura y el Observatorio Canario de la Cultura.



**Consejo Canario de las Artes y la Cultura** (CCAC) se concibe como un espacio de reflexión, confluencia y coordinación del sector cultural de Canarias. En él debe de estar representada la diversidad de agentes y administraciones que protagonizan la vida cultural canaria para que recoja discursos y sensibilidades distintas. Sus funciones serán:

- Órgano de asesoramiento y consulta de la Consejería de Educación, Universidades, Cultura y Deportes en los asuntos relacionados con el sector de la cultura y las políticas culturales.
- Velar por el fomento de la actividad cultural de las islas y elevar propuestas y recomendaciones al respeto.
- Elaborar un informe anual del estado de la cultura en Canarias que se elevará a la presidencia del Gobierno de Canarias para que sea presentado ante el Parlamento.
- Realizar el seguimiento de la implantación del Plan Canario de Cultura y proponer revisiones y actualizaciones cuando sea oportuno.

El **Observatorio Canario de la Cultura** (OCC) debe permitir realizar una sistematización de la información cultural de Canarias y desarrollar análisis al respecto para que se tengan en consideración por parte del CCAC y de los responsables de las distintas administraciones y el conjunto de los agentes culturales de las islas.

El OCC deberá trabajar con una base informativa amplia que abarque tanto aproximaciones cuantitativas como cualitativas que permitan avanzar en el conocimiento y análisis de la realidad cultural canaria de forma constante.

El OCC establecerá un sistema de indicadores que permitan un seguimiento constante del nivel de desarrollo cultural y de la aplicación del Plan Canario de Cultura.

Con todo ello, el OCC garantizará la difusión de la información sobre la que trabaja.

# RELACIÓN DE PARTICIPANTES

## FOCUS GROUPS INICIALES

- **Focus group 1:** Tomás Afonso, Francisco Almeida, Ángeles Alonso, Luis Balbuena, David Baute, Helena Berthelius, Rogelio Botanz, Oswaldo Brito, Ricardo Del Castillo, Carmen Del Puerto, Juan Luis Felipe, Patricia González-Cámpora, Cándido Hernández, Miguel Hernández, Fernando Hidalgo, Juan Antonio Jorge, Alejandro Krawietz, Juan Manuel Palerm, Marta Pérez de Guzmán, Fernando Rodríguez, Rosa Suárez, Antonio Vizcaya.
- **Focus group 2:** Carlos Belda, Miguel Ángel Fernández, Francisco García, Santiago Gutiérrez, Ana Hardisson, José Pedro Hernández, Jairo López, Marcelino Martín, Alberto Omar, Fernando Ordóñez, Martín Padrón, José Luis Rivero Ceballos, Carlos Roca, César Rodríguez, Enrique Rodríguez, Helena Romero, Natalia Ruiz, Leopoldo Santos, Sergio Toledo, Néstor Yanes.
- **Focus group 3:** Elena Acosta, Cipriano Almeida, Sergio Alonso, Víctor Batista, Antonio Becerra, José Ignacio Brea, Federico Castro, Orlando Franco, Franck González, Rosario Hernández, María del Carmen Martín, Hilda Mauricio, Marta Monzón, Antonio Morales, Manuel Ojeda, José Parrilla, Tuto Parrilla, Ángeles Pérez, Miguel Ramírez, Miguel Rodríguez, Juan Salán, María Sánchez-Fernaud, Anatol Yanowsky.
- **Focus group 4:** Alejandro Aguilar, Eduardo Araujo, Ana Armas, Odesa Campos, Mariano De Santa Ana, Andrea Farah, Tony Gallardo, María Jesús Hernández, Luis León, Francisco Medina, Sergio Morales, José Orive, Rafael Pérez, Carlos Rodríguez, Rafael Rodríguez, Javier Santana, Horacio Umpiérrez, Claudio Utrera, Rosario Valcárcel, Fernando Vecino, Laura Vega, Alejandro Vitaubet.
- **Focus group 5:** Adrián Abelardo, Manuel Abrante, Nicolás Díaz, Javier Doreste, Jesús García, Juana Hernández, Carmelo León, Maena Marrero, Magaly Miranda, Juan Montero, Chedey Reyes, Israel Reyes, Luis Roca, Christian Santana.
- **Focus group 6:** Juan Afonso, Juan Belda, Juan Bordes, Javier Caballero, Maribel Cabrera, Gerardo Carreras, Carlos Elías, Carlota Gaviño, Yaiza M<sup>a</sup> Hernández, Pedro

Hernández, Andrés Koppel, Aida Luque, María Teresa Mariz, José Miguel Martín, Sabas Martín, Víctor Moreno, Agustín Ramos, Natalia Simó, Hugo Westerdahl.

## MESAS DE **DIAGNÓSTICO**

### MESAS DE EXPERTOS **SECTORIALES**

- **Música:** Sergio Alonso, Enrique Mateu, Javier Moreno, José Orive, Miguel Ramírez, José Luis Rivero Plasencia, Candelaria Rodríguez, María Sánchez-Fernaud, Leopoldo Santos, Laura Vega, Marina Velázquez, Antonio Vizcaya.
- **Libro:** Ángeles Alonso, Marta Alonso, Juan Carlos De Sancho, Enrique Jiménez, Alejandro Krawietz, Blanca Quintero, César Rodríguez, Fernando Rodríguez, Zoraida Rodríguez.
- **Patrimonio:** Carmen Gloria Rodríguez, Elena Acosta, Juana Hernández, Jorge Pais, Néstor Yanes, Erik Stengler, Eduardo Grandío, María Aránzazu Gutiérrez, José Cuevas, María Antonia Perera, Rafael Gómez.
- **Artes escénicas:** Carlos Belda, Helena Berthelius, Domingo Borges, Isabel Delgado, Manuel Feo, Natalia Medina, Fernando Ordóñez, Juan Ramón Pérez, Rocío Pérez, Juan Reyes, José Luis Rivero Plasencia, Helena Romero, Josefa Suárez, Gonzalo Ubani, Anatol Yanowsky.
- **Artes visuales:** Ildefonso Aguilar, Juan Manuel Castañeda, Fernando Castro, Mariano De Santa Ana, Gilberto González, Juan Antonio González, Óscar Hernández, Beatriz Lecuona, Rosario León, Carlos Pinto, Ramón Salas, Horacio Umpierrez, Alejandro Vitaubet, Juan Palerm.
- **Audiovisual:** Adrián Abelardo, Eduardo Araujo, José Ignacio Brea, María Teresa Casanova, Elena Carvajal, José Luis Cerezo, Luis Domínguez, Antonio Estévez, Salvador Galván, Bernardo González, María González, Patricia González- Cámpora, Alejandro Krawietz, Juan de Dios López-Rienda, Rodrigo Medinilla, Carlos Miranda, Sergio Morales, Emilio Ramal, Chedey Reyes, Teodoro Ríos, Luis Roca, Elio Quiroga, Carlos Taboada, José Luis Zurita.



## MESAS DE EXPERTOS **TRANSVERSALES**

- **Cultura y turismo:** Mary Fe De León, Heredina Fernández, Nicolás González, Hortensia Hernández, María Isabell Kiessling, Mayte Mederos, Juan José Ramos, Agustín Santana.
- **Cultura y cohesión social:** Mikel Albandoz, Ana Cano, José Falcón, Rosa Pérez, José Pedro Suárez.
- **Cultura y economía:** Odesa Campos, Juan Márquez, José Luis Rivero Ceballos, Emiliano Santana, Mario Vega, Antonio Vizcaya.
- **Cultura y comunicación:** José Ignacio Gironés, Michel Jorge, Verónica Martín, Patricia Masset, Francisco Medina, Pepe Orive, Martín Rivero, María José Tabar, Néstor Yanes.

## MESAS DE EXPERTOS **TERRITORIALES**

- **Lanzarote:** Neftalí Acosta, Alejandro Aguilar, Ildefonso Aguilar, María José Alcántara, José Betancort, Naty Betancor, Ismael Curbelo, Antonio Corujo, Atchén Hormiga, Félix Hormiga, Miguel Ángel Martín, José Parrilla, María José Tabar, Humberto Tavío.
- **Gran Canaria:** Odesa Campos, Milagrosa Caubin, Mariano De Santa Ana, Orlando Franco, Francis González, Antonio Lozano, Juan Márquez, Rafael Pérez, Francisco Ramos, Christian Santana, José Pedro Suárez.
- **La Palma:** Mercedes Afonso, Francisco Concepción, Facundo Daranas, Armando González, Xerach Gutiérrez, Gonzalo Jaubert, Elsa López, Milagros Martín, Jorge Pais, Francisco Paredes, Pedro Riverol, Amelia Rodríguez, Anelio Rodríguez, Carlos Rodríguez, Juan José Santos, Antonio Tabares.
- **Tenerife:** Tomás Afonso, Domingo Borges, Juan Manuel Castañeda, Isabel Delgado, Zenaido Hernández, Luis Martínez, Martín Rivero, José Angel Rodríguez, Antonio Vizcaya, Dulce Xerach.

- **Ferteventura:** Klaus Berends, J. Miguel Cubas, Madiop Fall, Concepción Fleitas, Juan Antonio Francés, Álvaro García, María Greco, Isidoro Hernández, Leo Martín, Julio Rodríguez, María Sanz.
- **El Hierro:** Tania Ayala, Rubén Armiche, Belén Barquero, Ana Brito, Amado Carballo, Marcelo Gutiérrez, Emilio Hernández, Leandra Morales, Domingo Navarro, Feliciano Padrón, Juan Ramón Padrón, María Padrón, Eduardo Pérez, Carlos Quintero, Ruiman Quintero, Sandra Quintero, Pablo Rodríguez, Maite Ruiz, Nicolás Sánchez.
- **La Gomera:** Juan Alonso, Elena González, Francis Herrera, Guido Kolistcher, José Juan Padrón, José Pedro Sabina, Martín Padrón, Pedro Zamorano.

## MESAS DE ESTRATEGIA

- **La cultura canaria, un sello de calidad en el exterior:** Jerónimo Cabrera, José Víctor Fuentes, Juan Antonio Jorge, Alejandro Krawietz, Ángel Parra, Miguel Ramírez, José Luis Rivero Plasencia, Claudio Utrera, Antonio Vizcaya, Julián Zafra.
- **El equilibrio territorial, un compromiso desde la cultura:** Domingo Borges, Jerónimo Cabrera, Juan Manuel Castañeda, Pedro Correa, José Cuevas, José Antonio De León, Marcelino Martín, María del Carmen Naranjo, Fernando Ordóñez, Francisco Ramos, Ricardo Suárez, Gonzalo Ubani, Ramón Zallo.
- **El talento canario, un valor contemporáneo:** Carlos Belda, Jerónimo Cabrera, Gerardo Carreras, Juan Antonio Castaño, Isabel Delgado, Rosario Domínguez, Pino Luzardo, Milagros Martín, Enrique Mateu, Antonio Navarro, Fernando Ordóñez, Rocío Pérez, Acerina Ramos, Alexis Ravelo, Israel Reyes, Juan Reyes José Luis Rivero Plasencia, Leopoldo Santos, Laura Vega, Alejandro Vitaubet.
- **La industria cultural, una oportunidad para Canarias:** Adrián Abelardo, Eduardo Araujo, Jerónimo Cabrera, Odesa Campos, Patricia González-Cámpora, Carmelo León, Sergio Morales, María del Carmen Naranjo, Chedey Reyes, José Luis Rivero Ceballos, Antonio Vizcaya, Ernesto Yanes, Ramón Zallo.
- **La cultura, una respuesta a la cohesión social:** Ana Armas, Jerónimo Cabrera, Tomás Correa, José Cuevas, Concepción Fleitas, Cenci González, Isidoro Hernández,

Pablo Rodríguez, Rosa Pérez, Atchen Pounapal Pablo Rodríguez, Vicente Rodríguez, Zoraida Rodríguez.

- **El sector cultural, un modelo de gestión avanzado:** Eduardo Araujo, Carlos Belda, Jerónimo Cabrera, Manuel González, Patricia González-Cámpora, Juana Hernández, Jairo López, Marcelino Martín, Guillermo Martínez, Enrique Mateu, Sergio Morales, José Luis Rivero Plasencia, Gonzalo Ubani, Ramón Zallo.