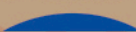


# ESTUDIO MÁS CULTURA ALMERÍA

CONTRASTE Y  
CODISEÑO DE  
ESTRATEGIAS DE  
FORTALECIMIENTO  
DE LA CULTURA EN  
LA PROVINCIA DE  
ALMERÍA



DIPUTACIÓN  
DE ALMERÍA



**GECA**  
PROFESIONALES  
de la GESTIÓN CULTURAL  
de ANDALUCÍA





**GECA**

PROFESIONALES  
de la GESTIÓN CULTURAL  
de ANDALUCÍA



DIPUTACIÓN  
DE ALMERÍA



**INFORME FINAL**  
ESTUDIO MÁS CULTURA ALMERÍA:  
CONTRASTE Y CODISEÑO DE ESTRATEGIAS DE  
FORTALECIMIENTO DE LA CULTURA  
EN LA PROVINCIA DE ALMERÍA

**GECA**

ASOCIACIÓN ANDALUZA DE PROFESIONALES  
DE LA GESTIÓN CULTURAL

[www.gecaandalucia.org](http://www.gecaandalucia.org)



## INDICE

<b>1. Presentación del estudio</b>	5
<b>2. Introducción</b>	6
<b>3. Cronograma</b>	8
Fase 1: encuesta	8
Fase 2: primer contraste con grupos focales	10
Fase 3: segundo contraste jornada	10
Fase 4: final	10
<b>4. Proceso metodológico</b>	11
4.1. Perfiles de los participantes	11
4.1.2. Sexo	11
4.1.3. Distribución territorial	12
4.1.4 Actividad de los participantes	13
4.1.5 Subsector de actividad principal	13
4.1.6 Percepción del impacto de la pandemia sobre el sector y valoración de reacciones.	14
4.6.1. Situación profesional antes de la pandemia Covid19.	14
4.6.2.Situación profesional a día de hoy (mayo 2021).	15
4.2 Reacciones ante la epidemia y su impacto socioeconómico.	16
4.2.1 Principales medidas adoptadas para adaptarse a la situación causada por el Covid19.	16
4.2.2. Iniciativas gratuitas durante el confinamiento.	16
4.2.3 Propuestas para realizar actividades gratuitas.	17
4.2.4 Impacto de la pandemia sobre la cultura en la provincia de Almería	17
4.2.5 Necesidad de medidas	18
4.2.6 Impacto económico del Covid19 en la organización donde trabaja	18
4.2.7 Cambios previstos en los mercados de bienes y servicios culturales después de la pandemia	20

4.3 Medidas adoptadas.	22
4.3.1 Valoración de la labor de las administraciones públicas	23
4.4 Carencias y Fortalezas	24
4.4.1 ¿Qué ha echado en falta por parte de las Administraciones públicas?	25
4.4.2 ¿Qué ha echado en falta por parte de las organizaciones empresariales?	34
4.4.3 ¿Qué ha echado en falta por parte de las organizaciones sindicales?	40
4.4.4 Si tuviera que destacar, por su actuación alguna institución pública, social o privada, ¿cuál sería y por qué?	45
4.5. Propuestas para afrontar la crisis en los Sectores Cultural y creativo.	52
4.5.1. Medida más eficaz para contrarrestar los efectos: Primera opción.	52
4.5.2. Medida más eficaz para contrarrestar los efectos de la Covid19: Segunda opción.	53
4.5.3 Medidas que propondría en materia de financiación, fiscalidad, contratación, subvención y/o fomento para paliar los efectos de esta crisis.	53
<b>5.- Reuniones focales</b>	<b>64</b>
5.1. Tercer sector	65
Fortalezas	65
Debilidades	65
Necesidades	66
Soluciones	67
Proyectos inspiradores	68
5.2. Líderes de opinión	69
Fortalezas	69

Debilidades	70
Necesidades	72
Soluciones	75
Proyectos inspiradores	76
5.3. Sector público	77
Fortalezas	77
Debilidad	77
Necesidades	79
Soluciones	80
Proyectos inspiradores	81
5.4 Sector privado	81
Fortalezas	81
Debilidades	82
Necesidades	83
Soluciones	83
5.5. Propuestas innovadoras.	84
Proyectos inspiradores	84
6.1. Programa	85
6.2. Mesa de debate y diálogo	86
6.3 Aportaciones online	90
María Dolores Gallego	90
Toña Gómez	92
<b>Más información:</b>	<b>96</b>





## 1.- PRESENTACIÓN DEL ESTUDIO

Presentamos el estudio “Más Cultura. Análisis para el fortalecimiento de la cultura en la provincia de Almería”, promovido por el Área de Cultura y Cine de la Diputación de Almería y que ha querido que la Asociación de Profesionales de la Gestión Cultural en Andalucía (GECA), colaborase en el mismo, estableciendo como único objetivo la repercusión del Covid19 en el sector cultural de nuestra provincia.

Este estudio ha estructurado su proceso de trabajo en una triple vertiente: en primer lugar, analizando la crisis que ha provocado el Covid19 en Almería a nivel territorial; en segundo lugar, conocer el impacto que esta pandemia ha tenido en el sector cultural y creativo en esta provincia; y en tercer lugar, buscar alternativas para realizar un ejercicio de prospectiva y previsión.

Todo esto nos va a permitir obtener conocimientos suficientes para realizar propuestas que contribuyan al fortalecimiento del sector de la cultura en la provincia de Almería y aportar salidas a esta crisis en igualdad con otros sectores económicos y sociales.

Es evidente, que no nos mueve tan sólo el hecho de conocer qué está pasando, sino que, además queríamos obtener consejos, recomendaciones, pistas, etc., que ayudaran al sector de la cultura no sólo para afrontar esta y otras crisis, sino también para que nuestro sector mejore en resultados, eficacia y, muy importante para nosotros, sea socialmente más útil y justo.

Nuestro único y ambicioso objetivo ha estado precedido por un trabajo serio y riguroso de medición de los impactos, además de una consulta amplia al propio sector y a la sociedad que componen el ecosistema cultural almeriense.

Manuel Guzmán de la Roza  
Diputado Provincial de Cultura y Cine  
Diputación Provincial de Almería

## 2.- INTRODUCCIÓN

En el *Anuario de Estadísticas Culturales 2020*, los resultados de la Cuenta Satélite de la Cultura en España indican que, en 2018, la aportación del sector cultural al PIB español alcanzó el 3,4%. En 2020 el empleo cultural rozaba las 700.000 personas. Estamos hablando de un sector económico muy importante.

Los poderes públicos están obligados a proteger, fomentar y difundir la cultura, desde la propia Constitución Española y desde las competencias culturales de las Comunidades Autónomas.

Y es la administración local la que más contribuye a la actividad cultural en todo el territorio español.

GECA representa a profesionales tanto del sector público como del privado, y tras la pandemia de la Covid ha aumentado sus esfuerzos por ser un interlocutor válido con las administraciones para que no se olviden de la cultura, especialmente en lo que afecta a las empresas y empleos que se dan en el ámbito creativo y artístico y en el ámbito más técnico de personas que se dedican a la iluminación, sonido, montaje y una diversidad de oficios que, todos sin excepción, constituyen el gran sector cultural andaluz.

Para ello, es imprescindible analizar la situación desde una metodología científica, contando con el apoyo de las Universidades y con el foco puesto de manera clara y contundente en la recuperación de la actividad cultural, por tres razones:

1. El rescate de empresas y empleos creados en las dos últimas décadas.
2. La necesidad de establecer mecanismos que preparen al sector para encarar nuevas coyunturas como la padecida por la Covid.
3. La recuperación de los públicos de la cultura y las artes.

El análisis debe ser, entonces, un primer paso que sirva para garantizar el derecho de acceso de la ciudadanía a la cultura y el derecho del mundo profesional de la cultura y las artes a desarrollar su actividad con dignidad y con seguridad.

Con el proyecto *MásCultura Almería*, el Área de Cultura de la Diputación Provincial de Almería hace una apuesta decidida por lograr no ya la situación en la que se encontraba la cultura antes de la Covid, sino también, y sobre todo, sentar las bases para establecer un nuevo marco donde la cultura y las artes cumplan con su compromiso profesional y social, en pro de una sociedad más justa, más próspera y más libre.

Estamos seguros de que, desde GECA, hemos hecho todo lo posible para aportar una visión completa, rigurosa y útil para la provincia de Almería y su desarrollo económico, cultural y humano.

Rafael Morales Astola  
Presidente de la Asociación de Profesionales  
de la Gestión Cultural de Andalucía-GECA

### 3.- CRONOGRAMA

El cronograma que se ha llevado a cabo en este proyecto que abarca una temporalidad de tres meses (del 16 de abril al 16 de julio de 2021) es el que sigue:

#### FASE 1: ENCUESTA

- Diseño de la encuesta, soporte informático y conformación del comité científico. *(Del 15 de abril al 30 de mayo)*.
- Difusión de la encuesta, recopilación de datos. *(Del 3 de mayo al 30 de mayo)*. 137 respuestas contestadas sobre un total de 584 encuestas enviadas a correos no devueltos en cuatro momentos diferentes. Como dato, señalar que la provincia de Cádiz consiguió una participación de 95 respuestas en 41 días. En el caso de Almería, en 26 días, casi 40 respuestas más. Dato que parece ser consecuencia, entre otros factores, de la necesidad que tienen los profesionales de la provincia de Almería de cambiar y luchar por su situación además de la buena aceptación que ha tenido el Proyecto Más Cultura.
- Datos relevantes recogidos:
  - El índice de mayor participación se concentra en la ciudad de Almería con un 41,7% sobre el total.
  - Entre los encuestados dominan tres grupos participantes: el de gestores con un 40%, el de creadores con un 23% y el de empresarios con un 17%. Se aprecia una escasa participación del movimiento asociativo con un 8%.
  - La participación de los gestores culturales asciende a un 36% seguido de los profesionales de música y artes escénicas con un 35%. Por su parte, los artistas visuales con un 6% de participación, los profesionales del cine y del medio audiovisual con otro 6%, los que desarrollan su profesión en el ámbito del libro la literatura o la edición con un 5% y aquellos que se dedican al ámbito del turismo creativo 5%.

y a las bibliotecas, otro 4% completan la representación en esta encuesta. Llama la atención la escasa participación de los artistas del medio audiovisual, en una provincia donde sin duda abundan.

- El 73% de los encuestados opinan que, el impacto sobre la cultura en la provincia de Almería ha sido de nivel máximo y con el mismo porcentaje las empresas y los creadores responden que han tenido que llevar a cabo alguna iniciativa cultural gratis. Esto demuestra la generosidad modélica de este sector en estos tiempos difíciles, aunque, este dato nos hace reflexionar sobre la idea de que la cultura es algo que parece que puede regalarse fácilmente o que sus propios costes deben ser asumidos por sus propios creadores.
- Una pregunta referida a la pérdida de ingresos sufrida a consecuencia de la pandemia arroja un dato alarmante para los empresarios, creadores o autónomos representados por una participación de un 53%, ya que un 31% reconoce que el impacto económico ha afectado a más del 75% de los ingresos esperados y otro 31% no contesta o no puede calcular la repercusión de este hecho. Estos profesionales reflejan que la pérdida de ventas por los pedidos cancelados, el retraso en la organización de eventos y la imposibilidad de asistir a ferias y foros donde se dirige gran parte de su actividad cultural, son los hechos que más les ha afectado con un 45%, 45% y 41% respectivamente.
- El 51% de los encuestados responde que las medidas adoptadas, a nivel general, no serán suficientes para hacer frente a los problemas causados por el Covid19 y tampoco creen con un 48% que lo sean las medidas tomadas por el Gobierno de España. Aplicado esto a nuestro contexto, un 52% expone que tampoco serán suficientes las adoptadas por la Junta de Andalucía y las tomadas por la Diputación

de Almería y los Ayuntamientos de la provincia tampoco serán suficientes en un 35% y 39% para hacer frente a los efectos producidos por el Covid19 en los SCC.

- Como medida más eficaz para afrontar la situación que vive el sector, un 27% de los encuestados apoya la creación de una ley de la cultura, un 23% defiende la contratación pública de empresas culturales y creadores y un 22% cree que sería conveniente desarrollar un plan estratégico para fomentar la recuperación del sector cultural. Por otra parte, un 13% expresa que sería necesario recibir más ayudas o préstamos para la solvencia de sus empresas y un 11% reivindica la reducción del IVA en los productos culturales de a cara a aumentar la demanda.

## FASE 2: PRIMER CONTRASTE CON GRUPOS FOCALES

- Conformación y contactos de grupos focales. *(Del 11 al 14 de mayo)*
- Reuniones de análisis y contraste inicial de los datos con grupos focales. *(Del 26 de mayo al 7 de junio).*
- Redacción informe inicial. *(Del 28 al 30 de junio)*
- Preparación de Jornada de Contraste. Tareas de prospección *(Desde el 6 de mayo al 27 de junio)*

## FASE 3: SEGUNDO CONTRASTE JORNADA

- Jornada profesional. 1 de julio de 2021. Online

## FASE 4: FINAL

- Redacción del informe final y decálogo: *(Del 28 al 30 de junio 2021)*
- Presentación informe final y conclusiones: *(15-16 julio 2021)*

## 4.- PROCESO METODOLÓGICO

### 4.1-Perfiles de los participantes

#### 4.1.1 Edad

En este apartado se observa que el grupo de edad que predomina en la participación de esta encuesta con un 33,6% corresponde a los mayores de 41 años hasta los 50 años. A este grupo le siguen los mayores de 51 y menores de 60 con un 24,1 por ciento y los de 31 a 40 con un 21,2%. Podemos observar que los participantes más jóvenes tienen una escasa participación (8%) quizás porque no tienen mucha confianza en este tipo de herramientas y métodos de investigación.



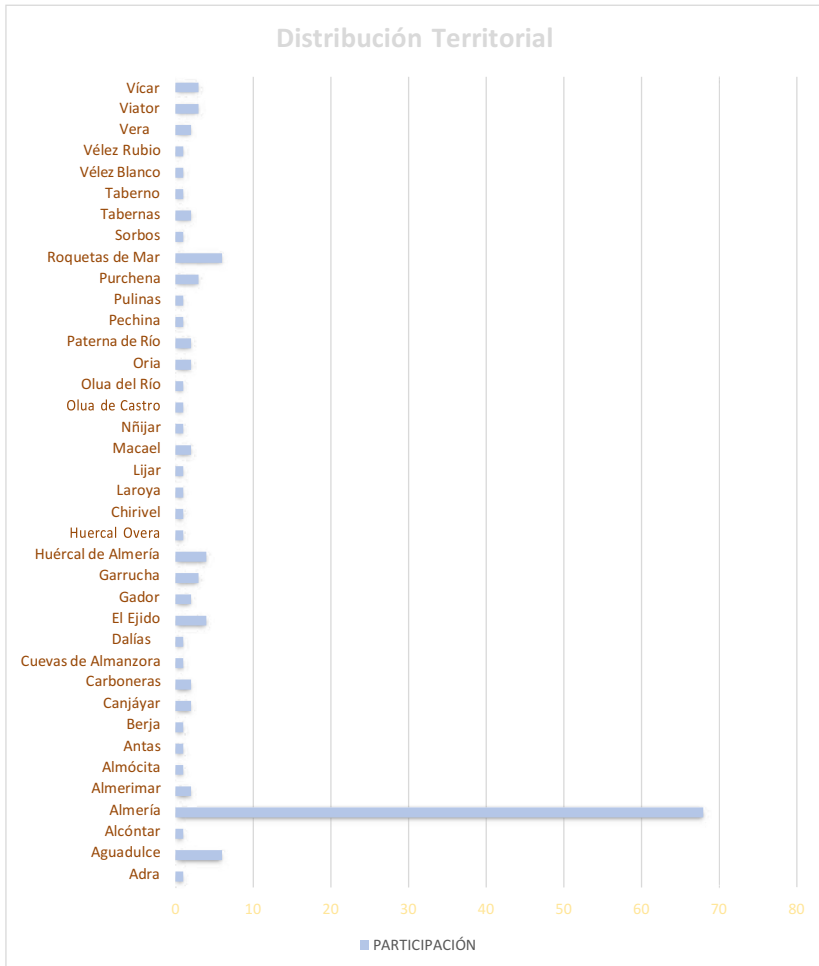
#### 4.1.2 Sexo

Se puede observar que con un 56,2% la participación de los hombres ha sido superior a la de las mujeres quienes han conseguido alcanzar un 41,6%.



### 4.1.3. Distribución territorial

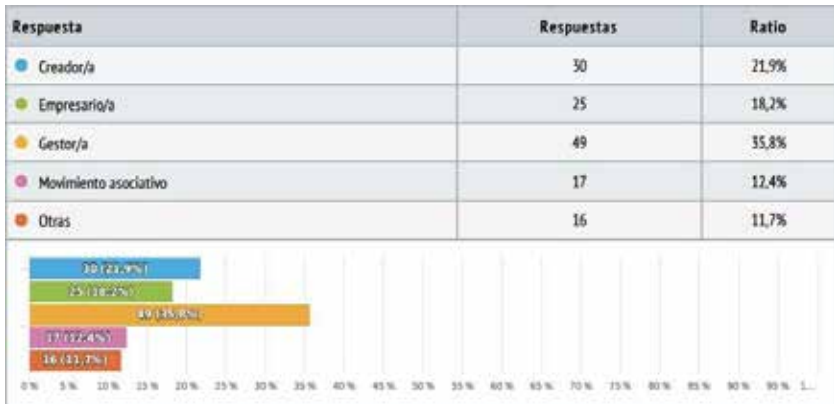
El resultado de la encuesta pone de manifiesto que la participación en ella se concentra en Almería capital correspondiendo a 68 respuestas. Bien es cierto que ha estado muy repartida la colaboración entre otros municipios y localidades de la provincia.





#### 4.1.4 Actividad de los participantes

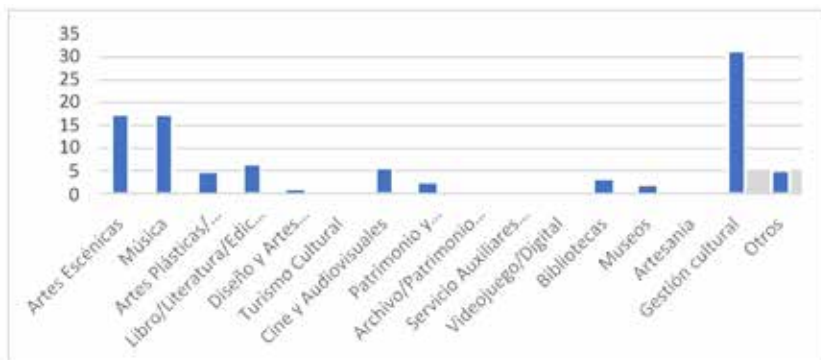
Entre los encuestados dominan dos grupos. De un lado, los gestores culturales tanto públicos como privados con un 35,8% y por otro, lógicamente, por ser protagonistas del sector, los creadores y artistas con un 21,9%. La representación de los encuestados que se identifican como empresarios corresponde a un 18,2% y el movimiento asociativo tiene una participación en la encuesta de un 12,4%.



#### 4.1.5. Subsector de actividad principal

Si sumamos el porcentaje de los participantes de las artes escénicas (17,1%) y el derivado del subsector de la Música 17,1% comprobamos que, con un 35%, estos profesionales de las artes envivo son los que han tenido mayor participación en la encuesta. Este hecho pone de manifiesto, sin lugar a dudas, que estos profesionales son los que más afectados se han visto por esta crisis y los que más necesitan del contacto directo del público para ejercer su trabajo. Por otra parte, en un porcentaje casi similar, los profesionales que realizan su trabajo como gestores culturales comprobamos que alcanzan un 31,4%. Destaca también una participación reseñable del mundo de la editorial con un 6,6% de participación, aunque esta se hace escasa sabiendo que Almería

es la provincia que más editoriales tiene en activo de Andalucía y destacamos la poca participación de la industria audiovisual en la misma ya que Almería es conocida por ser tierra y cuna de cine.



#### 4.1.6 Percepción del impacto de la pandemia sobre el sector y valoración de reacciones.

##### 4.6.1. Situación profesional antes de la pandemia Covid19.

En esta encuesta pretendíamos conocer la estructura profesional del sector en relación a las respuestas de los encuestados y compararla con la encuesta nacional. Como datos destacables señalar:

- 4.1.6.1.1 Autónomos. Un 13,9% de la provincia de Almería frente al 39,4 nacional. Una diferencia de más del doble.
- 4.1.6.1.2 Propietario/gerente con trabajadores a su cargo un 19,7. Diferencia más que notable con respecto a la media nacional que se sitúa en 9,6%.
- 4.1.6.1.3 Los trabajadores públicos son los que mayor representación alcanzan con un 32,1% de participación.
- 4.1.6.1.4 Y los trabajadores que combinan su actividad cultural con el trabajo en otro sector se sitúan en un 11,7% (cuatro puntos por debajo de la media nacional 15,7%).

Respuesta	Respuestas	Ratio
● Autónomo/a sin empleados	19	13,9%
● Propietario/gerente con trabajadores a su cargo	27	19,7%
● Trabajador/a público/a	44	32,1%
● Gestor/a cultural/Personal de Organización	12	8,8%
● Combina cultura con otro trabajo	16	11,7%
● Situación irregular	5	3,6%
● Otro...(especificar)	14	10,2%

#### 4.6.2. Situación profesional a día de hoy (mayo 2021).

Con esta pregunta se buscaba aproximarnos al impacto que sobre el empleo y la continuidad de las empresas y autónomos ha tenido la Covid19. Respuestas que pueden ser comparadas con el resultado de la pregunta anterior. En este sentido observamos:

4.1.6.2.1 Los autónomos suben más de tres puntos con respecto al inicio de la pandemia con un16,1%. Dato más que llamativo.

4.1.6.2.2 Los propietarios/gerentes con trabajadores a su cargo bajan ocho puntos alcanzando un11,7%.

4.1.6.2.3 Los trabajadores públicos suben casi tres puntos.

4.1.6.2.4 Y los profesionales que combinan la cultura con otra actividad sufren una bajada de dos puntos situándose en esta época en un 9,5

Respuesta	Respuestas	Ratio
● Autónomo/a sin empleados	22	16,1%
● Propietario/gerente con trabajadores a su cargo	16	11,7%
● Trabajador/a público/a	48	35,0%
● Gestor/a cultural/personal de organización	10	7,5%
● Combina cultura con otro trabajo	13	9,5%
● Desempleo	9	6,6%
● ERTE	5	2,2%
● Situación irregular	2	1,5%
● Otro...(especificar)	14	10,2%

## 4.2 Reacciones ante la epidemia y su impacto socioeconómico.

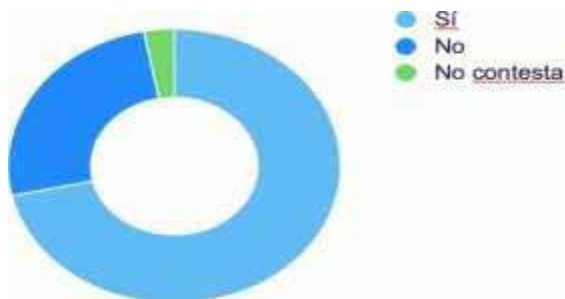
### 4.2.1 Principales medidas adoptadas para adaptarse a la situación causada por el Covid19.

Ante la imposibilidad de llevar a cabo la actividad en directo las principales medidas que se han tomado, como vemos en la siguiente tabla, han sido: el incremento de la digitalización en sus propuestas (32,8%), el trabajo desde casa (23,4%) y la reducción de las actividades al mínimo (21,2%)

Respuesta	Respuestas	Ratio
● Trabajo desde casa	32	23,4%
● Reducir la actividad al mínimo	29	21,2%
● Incrementar sus esfuerzos e inversiones en la digitalización de su actividad (ej. campañas online, aumento de la presencia en las redes, mejora del sitio web...)	45	32,8%
● En el caso de empresas ajustes de plantilla	5	3,6%
● En el caso de autónomos baja o ayuda	13	9,5%
● Otro...(especificar)	13	9,5%

### 4.2.2. Iniciativas gratuitas durante el confinamiento.

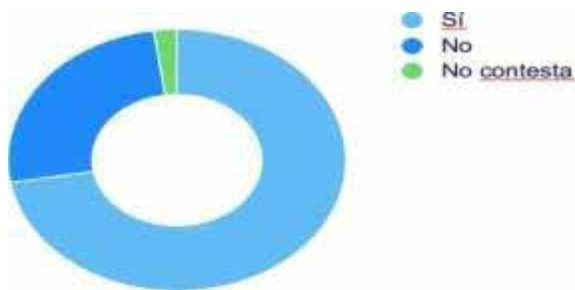
Un 71,5% de los encuestados han ofertado cultura gratuita durante la época de confinamiento. Este hecho pone de relieve la generosidad de este sector en tiempos difíciles.



### 4.2.3 Propuestas para realizar actividades gratuitas.

Observamos que la cultura ha sido destinataria de un porcentaje muy elevado de peticiones para que contribuyera de manera gratuita durante estos meses (un 72,3%) en proyectos culturales. Porcentaje mayor aún que el que se indica en el apartado anterior sobre las iniciativas gratuitas.

Este dato nos hace reflexionar que en el sentido imaginario social está instalada la idea de que la cultura es algo que puede regalarse fácilmente o bien, dicho de otro modo, que sus costes deben ser asumidos por los propios creadores porque a fin de cuantas ellos se dedican a esta profesión por “amor al arte”.



### 4.2.4 Impacto de la pandemia sobre la cultura en la provincia de Almería

En la siguiente tabla, observamos con un 91,9% que los encuestados opinan que el impacto de la pandemia ha sido muy elevado en el sector cultural almeriense. Siendo un 71,5% de los encuestados los que opinan que dicho impacto ha sido máximo.



## 4.2.5 Necesidad de medidas

Las dos medidas más valoradas por nuestros encuestados para resurgir en esta época tan dura son: por un lado, llevar a cabo estrategias de internacionalización para recuperarse 58,4% (tabla 1) y por otro, trabajar en modelos digitales con un 61,08% (tabla 2)

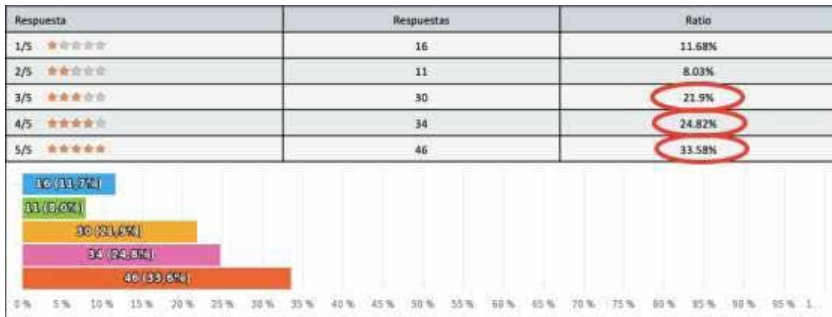


Tabla 1

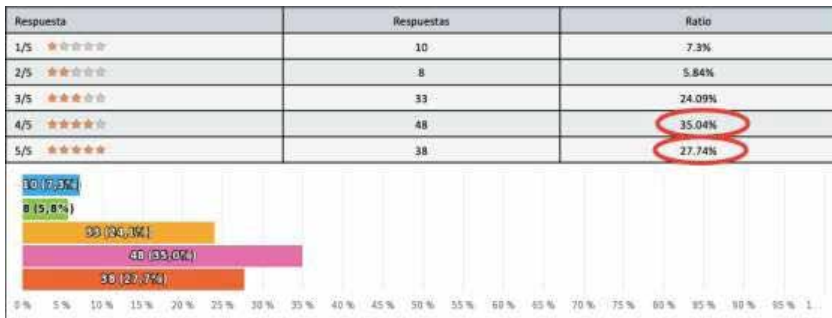
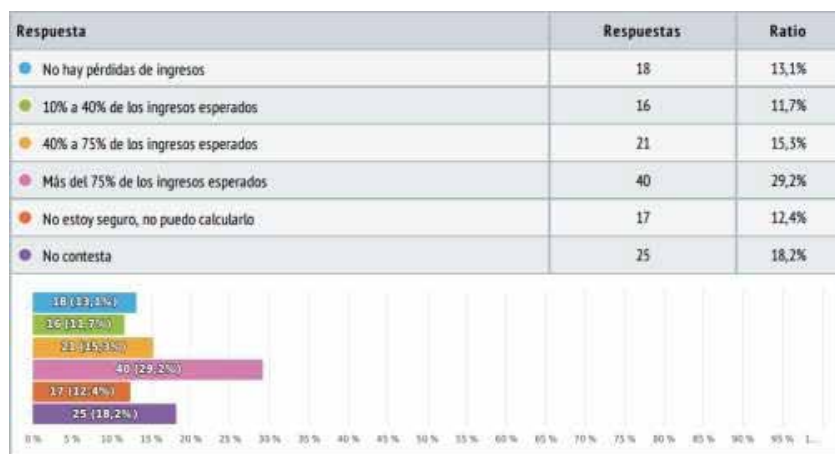


Tabla 2

## 4.2.6 Impacto económico del Covid19 en la organización donde trabaja

El resultado de este planteamiento es alarmante: un 44,5 reconoce sufrir una pérdida de ingresos superiores al 40% de los ingresos esperados. Incluso el 29,2% reconoce pérdidas mayores al 75% de los mismos. Cabe señalar que este impacto es similar al

que se expresa a nivel nacional donde se reconoce una pérdida superior al 40% en un 51,02%.



Como podemos observar en las siguientes tablas, los creadores, empresarios y autónomos de la provincia de Almería están muy de acuerdo en que la situación actual ha afectado a su actividad principalmente en tres aspectos: en el retraso de organización de eventos, con un que 62,5% (tabla 1) en las pérdidas de ventas y pedidos cancelados cuyo porcentaje se sitúa e un 61,8% (tabla 2) y en la imposibilidad de participar o asistir a una feria o exposición con un 60,7% (tabla 3) focos donde se dirime la mayor parte del mercado cultural.

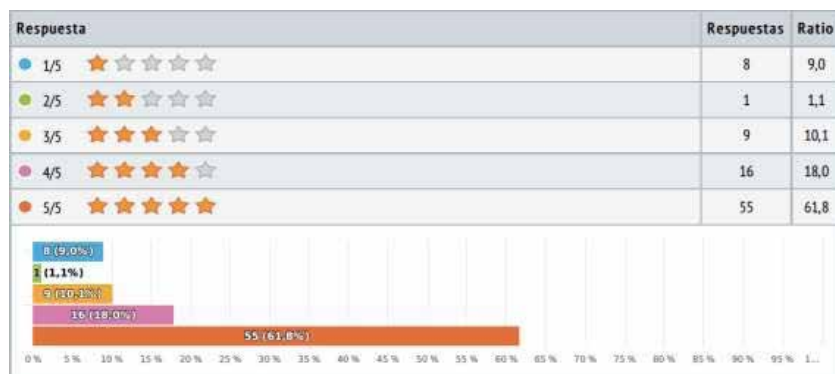


Tabla 1

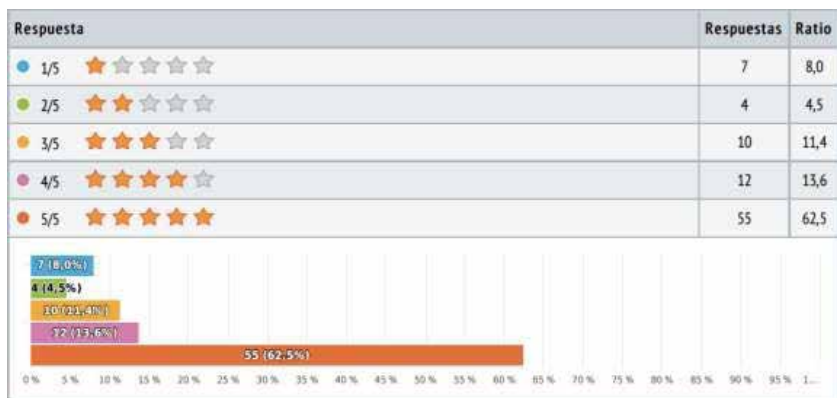


Tabla 2

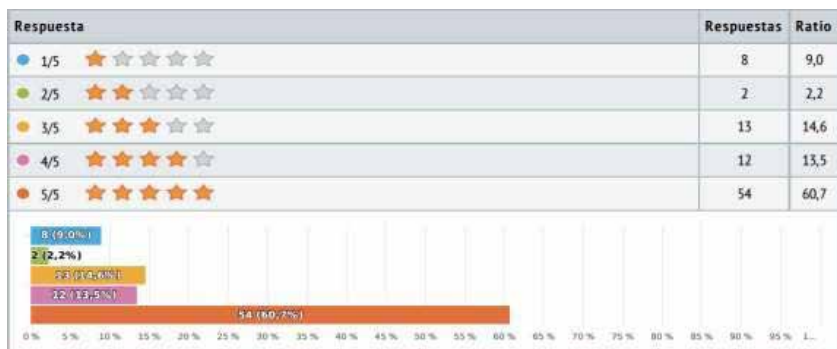
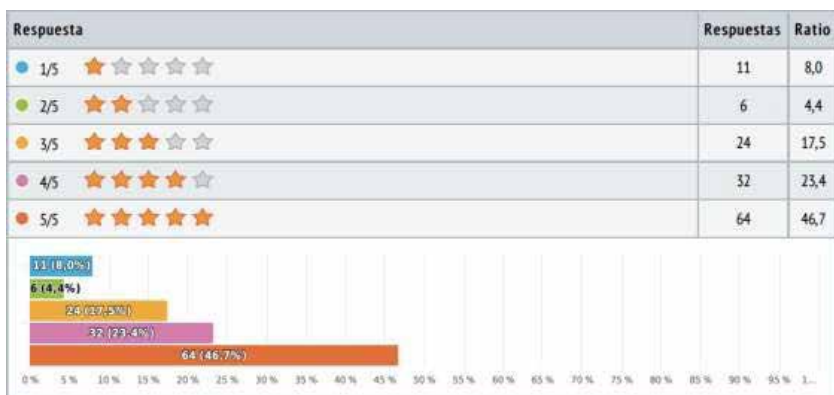


Tabla 3

## 4.2.7 Cambios previstos en los mercados de bienes y servicios culturales después de la pandemia

El principal efecto que observan los profesionales del ecosistema cultural almeriense, con un 46,7%, versa en la creciente precariedad laboral que continuará en el sector. Este dato apoyado manifiesta que este efecto no es nuevo y que solo viene a agudizar y agravar la situación precaria que el sector de la cultura lleva arrastrando desde hace muchos años.





Con respecto a las estrategias más aclamadas para hacer frente a esta situación, nuestros encuestados valoran de elevada necesidad la implantación de modelos digitales para el desarrollo de sus actividades que cuenta con un 62,7% (tabla 1) y la necesidad de internacionalización con un 58,4%. (tabla 2)

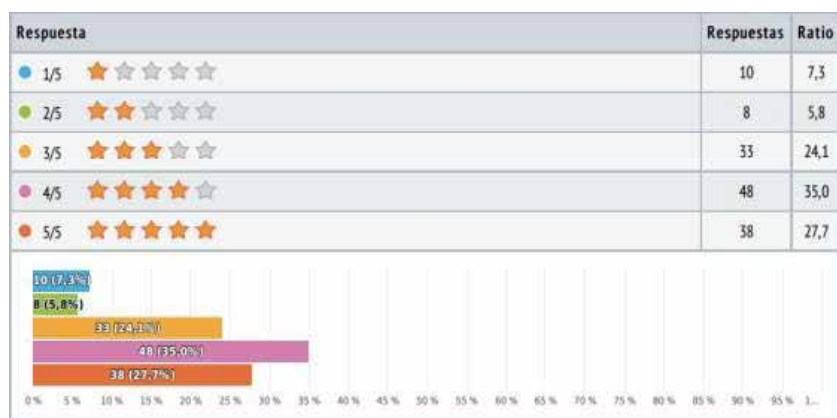


Tabla 1

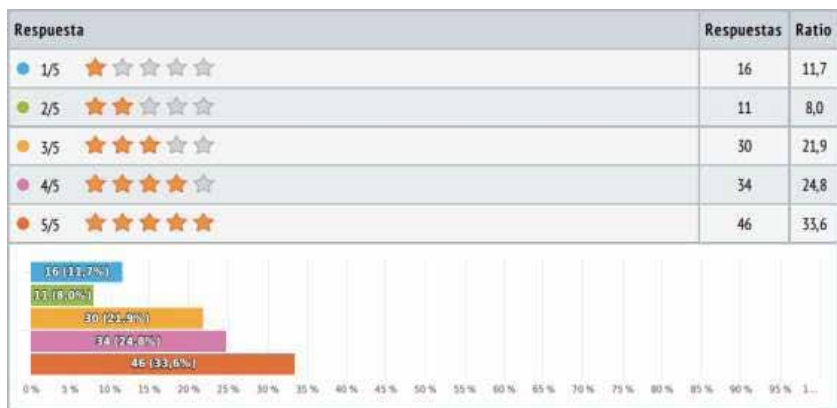
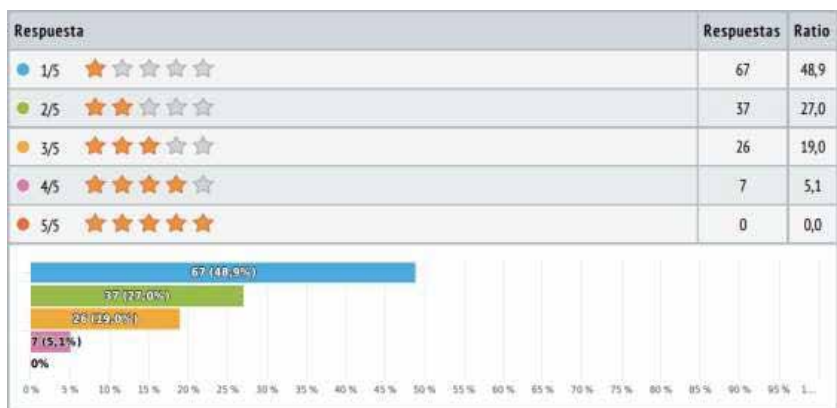


Tabla 2

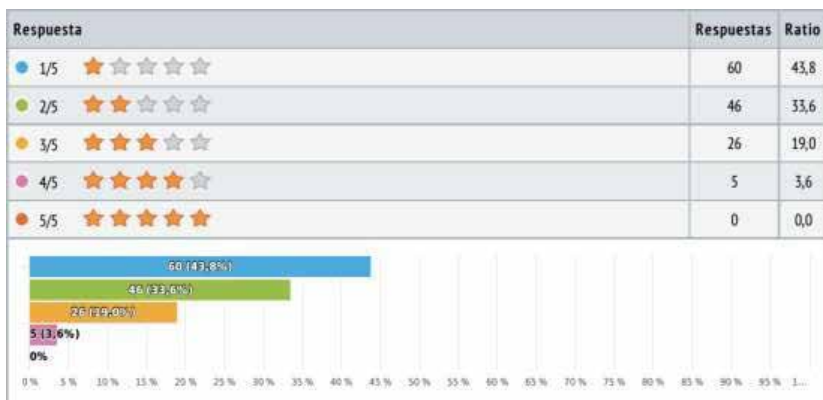
### 4.3 Medidas adoptadas.

Al valorar el nivel de confianza que merecen las medidas puestas en marcha para hacer frente a la crisis, tal y como nos muestra la siguiente gráfica, el sector no parece muy optimista mostrando su alta preocupación con un 75,9% e incluso mostrando un pesimismo extremo un 48,9%.

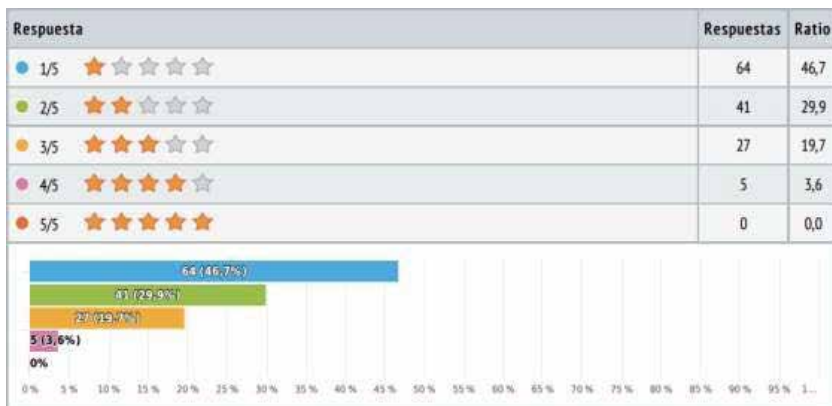


### 4.3.1 Valoración de la labor de las administraciones públicas

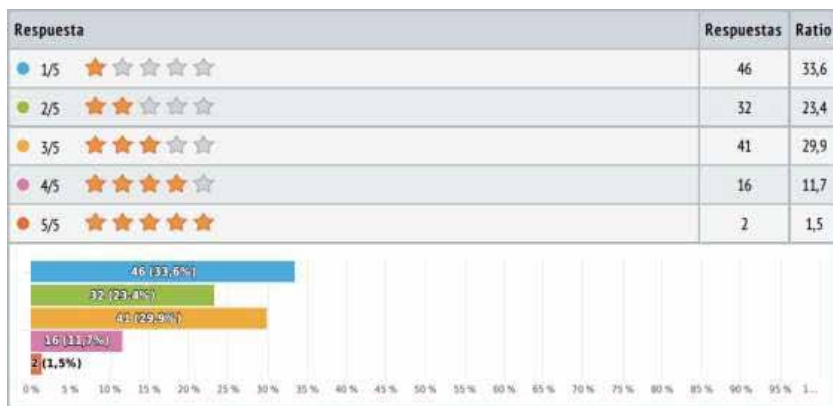
Destacamos que, ninguna de las administraciones públicas consigue alcanzar el grado de satisfacción que los encuestados solicitan. Por un lado, observamos que el Gobierno Central con un 77,4% (gráfica 1) y la Junta de Andalucía con un 76,6% (gráfica 2) provocan el mayor grado de incredulidad de nuestros encuestados sobre las medidas tomadas para afrontar la crisis. Por otro lado, destacamos que la Diputación de Almería, con un 57% (gráfica 3) es la mejor la valorada de entre todas las administraciones, seguida de los Ayuntamientos de la provincia con un 61,3% (gráfica 4).



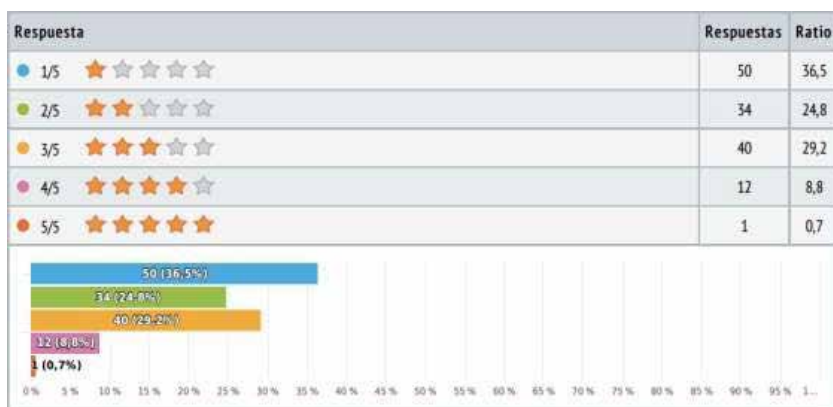
Gráfica 1 Gobierno de España



Gráfica 2 Junta de Andalucía



Gráfica 3 Diputación de Almería



Gráfica 4 Ayuntamientos

#### 4.4 Carencias y Fortalezas

Las preguntas abiertas son de naturaleza exploratoria y ofrecen datos cualitativos valiosos a nuestro estudio. Aunque carecen de la importancia estadística necesaria para obtener investigaciones concluyentes, sí nos ofrecen la oportunidad de obtener una percepción de todas las opiniones de nuestros encuestados.

Por ello, con la intención de exponer y recoger todo lo que nuestros encuestados han expresado sobre las actuaciones que han echado en falta por parte de las administraciones públicas, las organizaciones empresariales o las sindicales y sobre aquellas que merecen una mención especial por su actitud en este tiempo de pandemia, hemos querido recoger de manera literal lo que cada uno de ellos ha considerado conveniente desarrollar sobre dichas cuestiones. Estas opiniones indudablemente nos ayudan a dar contenido a la radiografía cultural de la provincia de Almería. Destacamos, en este sentido el gran índice de participación en las mismas.

#### 4.4.1 ¿Qué ha echado en falta por parte de las Administraciones públicas?

- “Acercarse a la realidad laboral y económica de la Cultura, que es total temporal e inestable. Deber ofrecer un marco legal adecuado y dejarse de rollos. Tomen nota de la “intermitencia” de Francia, por favor”
- “Algunas administraciones se han quedado paralizadas”
- “Alternativas para seguir realizando estas actividades de forma segura y ayudas directas al sector”
- “Apoyo”
- “Apoyo”
- “Apoyo”
- “Apoyo”
- “Apoyo a cultura y deporte”
- “Apoyo al sector cultural realizando eventos cumpliendo la normativa y las nuevas tecnología”
- “Apoyo directo”
- “Apoyo económico a un sector que ha sido clave para soportar la peor parte en época de confinamiento, la cultura era el refugio de la gente, pero sus trabajadores no han tenido apoyos y lo están pasando realmente mal”
- “Apoyo y visibilidad a todo el movimiento asociativo y alternativo presente en Almería y no sólo a las asociaciones

exitosas y ya reconocidas dado que las menos populares también ayudan a conformar el tejido cultural almeriense, aunque cubran campos o temáticas menos mayoritarias”

- “Apuesta por la cultura”
- “Atender nuestras necesidades aportando soluciones, y ayudas económicas fundamentales para evitar que la gente pase hambre (literalmente). nos han escuchado, se han reunido con nosotros, pero se han limitado a decirnos que no podían hacer nada y así estamos, pasando una racha fatal que puede terminar con parte de la cultura en Almería”
- “Aumentar la partida de cultura para hacer eventos diferentes a los que se están realizando”
- “Aumentar los fijos para los promotores y compañías ante la reducción de los aforos”
- “No he recibido previamente ninguna información por parte del Área de Cultura y Cine de la Diputación de Almería.”
- “Ayuda a los sectores afectados en cuanto a la realización de eventos”
- “Ayudas al sector”
- “Ayudas directas a empresas culturales”
- “Ayudas directas al sector y circuitos que aseguren el trabajo de los profesionales y no de los artistas amateur o las asociaciones”
- “Ayudas económicas”
- “Ayudas económicas”
- “Ayudas económicas”
- “Ayudas económicas para mantener abiertos los negocios culturales (alquiler de local durante la pandemia, recibos, material sanitario...)”
- “Ayudas para el pago de seguros, seguridad social y cuota de autónomo”
- “Centralización de información”
- “Claridad”
- “Claridad. Haber diferenciado la actividad cultural de la actividad hostelera y comercial”

- "Coherencia y no han estado en la realidad del sector".
- "Comprensión con los ciudadanos a la hora de poder disfrutar un poco de las actividades culturales".
- "Compromiso".
- "Compromiso".
- "Creación de espacios virtuales donde los artistas hubieran podido defenderse de la situación actual".
- "Creo que han hecho lo que era necesario".
- "Creo que los gobiernos han hecho todo lo posible por ayudar a todos los sectores y a todos los españoles".
- "Cuando habláis de medidas ¿a qué os referís? Las medidas son absolutamente inexistentes, de hecho, el 95% de los artistas no se han podido siquiera acoger a un subsidio".
- "Debe haber un cambio en el modelo fiscal para trabajadores autónomos (como es mi caso y la mayoría de la actividad cultural) y este podría haber sido un buen momento, mucho mejor que ayudas puntuales que solo van a ser puntuales".
- "Disposición real para apoyar el sector cultural, mas allá de echarse la foto".
- "No estar a la altura de nuestro problema".
- "Empatía con el sector y todo lo que ello conlleva".
- "En algunos aspectos, las medidas daban varias maneras de cumplirlas y al no haber unanimidad pues cada uno lo hacía como quería o creía que era mejor y así la gente se quejaba, por la poca concienciación. Por suerte esto ha ido mejorando, se han ido concienciando la población y las medidas se han ido haciendo cada vez más concisas y a todos igual por igual".
- "En el caso de las administraciones locales, más coordinación (o alguna coordinación) para una mejor distribución de los recursos: no solapar actividades, establecer criterios de contratación similares o siguiendo una línea, agilidad y coherencia en la adopción de medidas (en función de necesidades reales del sector de profesionales de la cultura).

- "En la que trabajo, Diputación, se ha hecho más patente la carencia que tenemos desde hace tiempo de comunicación y coordinación".
- "Entornos intuitivos de acceso a los medios digitales".
- "Equitatividad a la hora de repartir las ayudas, la posibilidad de que lleguen a todos los municipios por igual. No tiene sentido que solo puedan alcanzar las ayudas los primeros que presentan la documentación y muchos se queden sin percibirlas. mejor sería repartir entre todos en función de un baremo, por población, inversión municipal, etc."
- "Escuchar los problemas de primera mano"
- "Estar más cerca de las personas dotándoles de más medios".
- "Facilitar la adaptación a la situación sanitaria: unificar decisiones en cuanto a la autorización para la celebración de actividades al aire libre o en espacios seguros".
- "Falta realismo, coherencia, pies al suelo y más velocidad de gestión y accesibilidad".
- "Haber contactado más con los trabajadores de la cultura y haber puesto en marcha una línea de ayudas directas más potente para los profesionales del mundo de la cultura".
- "Hablar con los profesionales del sector para ver sus necesidades, mas allá de ciertas ayudas económicas".
- "Hacer y ver a la Cultura como bien esencial y dejar de tratarla como entretenimiento".
- "Han recurrido fundamentalmente a "parches" que alivian un poco pero que no resuelven".
- "Falta una estrategia integral".
- "He echado en falta que pusieran alternativas y le dieran valor a gran parte de los creadores que viven la realidad de no poder hacerse autónomos y cotizar por el tipo de ingresos y fluctuación que sufren. Ha habido ayudas para autónomos, pero no para toda esa gran parte de la población que no estaba pudiendo ser autónoma, pero se dedicaba íntegramente al arte".



- “Imparcialidad a la hora de programar”.
- “Implicación y toma de contacto real con la realidad del sector”.
- “Información”.
- “Iniciativas, apoyo, creación de empleo, participación, presupuestos”.
- “La coordinación entre administraciones para la elaboración de una estrategia pública coordinada entre las distintas administraciones”.
- “La Cultura ha sido la gran perjudicada en la pandemia, al no considerarse “servicio esencial”. Las ayudas han ido a otros sectores antes que a la Cultura. Se ha demonizado a la Cultura, pese a demostrarse repetidamente la baja o nula incidencia en el índice de contagios que tenían las actividades culturales (siempre que han estado bien organizadas)”.
- “La toma de conciencia de que el sector de las Artes Escénicas es un sector económico productivo”.
- “Lo mismo que antes de la pandemia: La elitización de algunas producciones y autores en perjuicio y detrimento de la gran masa creativa popular”.
- “Más apoyo”.
- “Más apoyo a la cultura”.
- “Más apoyo a la cultura, sobre todo a los que hemos seguido trabajando, somos una Asociación sin ánimo de lucro, no un negocio y por eso nos dicen que no tenemos ayudas suficientes, trabajamos por y para el pueblo con una programación anual de más de 100 eventos flamencos al año, aunque este año solo hemos realizado la mitad”.
- “Más apoyo real, inversión y ayudas directas; reuniones y sinergias claras, directas y rápidas, más ideas etc.”.
- “Más atrevimiento y valentía a la hora de hacer pequeños eventos. Mayor difusión de los que se han realizado, pues para muchos nos ha sido imposible acceder a ellos”.

- "Más ayudas".
- "Más ayudas".
- "Más ayudas a los artistas".
- "Más ayudas económicas a los creadores, de la forma que sea. No tienen por qué ser subvenciones, pero sí ahorro de impuestos, promover la participación en eventos remunerados, etc."
- "Más ayudas para este sector".
- "Más ayudas y actuaciones".
- "Más ayudas ya sean económicas o de apoyo para las actividades culturales y turísticas.
- "Más conciencia e implicación".
- "Más espacios y esfuerzos para seguir realizando actividades culturales, con una buena gestión la cultura se ha visto que es segura".
- "Más ideas y más dinero".
- "Más implicación".
- "Más información de ayudas".
- "Más inversión y ayudas".
- "Más solidaridad con todas las empresas. Solo unas pocas se han podido beneficiar".
- "Mayor agilidad administrativa en la concesión y gestión de nuevas oportunidades".
- "Mayor apoyo a los espacios que combinan ocio con cultura (ej.: salas/pubs de conciertos)".
- "Mayor apoyo al sector cultural".
- "Mayor apoyo y sin retrasos".
- "Mayor concienciación que la cultura es segura".
- "Mayor creatividad para pensar soluciones y alternativas para seguir ofreciendo cultura a la sociedad. Más implicación y compromiso por mantener la cultura activa. Si se pueden realizar otras actividades económicas asumiendo ciertos riesgos se debe poder realizar las actividades culturales"

- “Mayor implicación y valentía para organizar eventos culturales seguros”
- “Mayor iniciativa. Se cierran unas puertas y se abren otras, hay que saber aprovechar la oportunidad”
- “Mayor inversión y disposición de espacios con los recursos de prevención suficientes para que la cultura siguiera en activo”
- “Mayor respuesta, seguridad y claridad”
- “Mayor visión estratégica para plantear nuevas perspectivas. Reflexión y análisis. Escuchar al sector. Trabajar conjuntamente para optimizar los recursos económicos. Echo en falta una política cultural clara y directa hacia las personas y los creadores. También echo en falta mayor innovación en los procesos por parte de la administración, no así en el sector privado”
- “Medidas”
- “Medidas para hacer frente a los efectos producidos por el Covid19”
- “Mucha falta de empatía con todas las empresas de los sectores afectados y no tratar encima de aprovechar la oportunidad para conseguir más descuentos en los precios de los servicios solicitados”
- “Muchas veces, demasiado celo y cancelación de propuestas escénicas”
- “Mucho más diálogo en busca de soluciones, porque la situación dista mucho de mejorar ya que el camino es lento y la recuperación aún más”
- “Sabemos que no existen pócimas milagrosas y mucho menos inmediatas a la solución de los problemas, pero el hecho de mantener los espacios escénicos cerrados a fecha de hoy en Almería no es ni mucho menos la solución. Uno de los problemas que se encuentran muchas de las empresas intermediarias, es la deuda con la S.S., Impedimento éste para la solicitud de ayudas”

- "Nada".
- "Nada".
- "NADA".
- "Nada ya que como creador no espero nada de la administración".
- "Ni se han acordado de nosotros".
- "No contesto".
- "No creo que se haya hecho suficiente. La cultura se ha movido por su propia inercia rellenando los momentos de soledad de todos nosotros a través de las redes sociales, en un movimiento solidario que la parte política no ha sabido ni apreciar ni ayudar, pero sí se ha aprovechado de ello. Ahora, no sólo es cuestión de escuchar las grandes asociaciones de la cultura, es hora de escuchar a los pequeños artistas y empresas de provincia, de los que hace la cultura aún en blanco y negro.
- No están al corriente de la realidad del mundo del arte. No saben de la precariedad tan alta de los artistas
- "No olvidar".
- "Oferta cultural segura".
- "Opino que las ayudas económicas son simbólicas y se necesita crear e implantar un plan estratégico de ayuda al sector".
- "Organización de actividades culturales en espacios adecuados y manteniendo los aforos permitidos".
- "Presupuestos que estaban asignados el año pasado a cultura que no se gastaron. Ningún incremento de presupuestos para este año".
- "Programar con medidas de seguridad sanitaria, pero programar en lugar de echar el cierre a espacios y teatros y cancelar por defecto".
- "Que abran los espacios escénicos habituales y que aumenten espacios al aire. En el caso concreto de las peñas flamencas, que les cedan espacios al aire libre para usar de manera habitual".

- “Que desde el minuto uno, nos hubieran respaldado económicamente, a fondo perdido, a tod@s l@s que hubiesen demostrado que vivimos del arte, aunque no fuésemos autonom@s, ni fuésemos empresa”.
- “Quizás el ser más consciente de que de la cultura viven muchas familias”.
- “Respuesta inmediata”.
- “Respuestas”.
- “Reuniones con los profesionales para ver la situación y escuchar soluciones”.
- “Sensibilidad”.
- “Sensibilidad e implicación con la situación de la cultura, y un interés real por conocer la situación del sector con todas sus especificidades”.
- “Si el comercio ha cambiado y ahora es más tecnológico, más plataformas y ayudas para crear ese comercio en lo artístico. Dar visibilidad, apoyar y promover. No pude solicitar que hicieran vídeo de presentación artística, porque ya estaba el cupo cubierto y llevo luchando sola desde que abrí mis puertas en Almería, para que cualquier viandante pueda disfrutar, aprender y observar mi trabajo. Y jamás, han llamado a mi puerta interesándose”.
- “Sin opinión”.
- “Todo lo relacionado con lo digital, redes sociales, internet, ... Esta situación nos ha mostrado la necesidad de llegar e interactuar con más público y mejor seleccionado a través de internet y las redes sociales. Exista o no pandemia es necesario complementar las actividades presenciales con la emisión a través de redes sociales e internet. Todo queda, como los libros en una biblioteca. Y siempre se pueden consultar y utilizar”.
- “Trabajo ordenado y coherente”.
- “Transparencia a la hora de contar con la sociedad para paliar los problemas”.

- “Una estrategia específica para la cultura. Nos han asimilado a otros tipos de empresas muy diferentes”
- “Una mayor implicación o pacto global a nivel nacional”
- “Un apoyo más directo y real con las compañías de las artes escénicas, y sobre todo con las empresas que le dan el soporte técnico de sonido, iluminación, montaje escenarios, carga descarga, etc.”
- “Un compromiso mas serio para paliar los efectos de la pandemia”
- “Unidad”
- “Un modelo de trabajo eficiente y enfocado a reactivación de mercado y recuperación
- /regeneración de públicos”
- “Un plan de mantenimiento y consideración del sector”
- “Un verdadero compromiso por ayudar al sector, empezando por eliminar barreras burocráticas, bloqueo y verdadera asignación de presupuestos, soluciones creativas para resolver las barreras burocráticas y ayudar de verdad”
- “Visión estratégica y de futuro de la cultura como motor de desarrollo y de mejora de imagen de Almería ciudad y provincia”

#### 4.4.2 ¿Qué ha echado en falta por parte de las organizaciones empresariales?

- “Acordarse del público. Todo ha ido dirigido a las empresas y creadores”
- “Acuerdos”
- “Adaptabilidad a la nueva realidad y colaboración de los entes públicos”
- “Adaptación a los nuevos modos de difusión cultural y RRSS”
- “Adaptarse un poco a las circunstancias”
- “Algo más de implicación”
- “Alzar más la voz. Transmitir de una forma clara la situación de la cultura. Exponer, de una forma casi didáctica, el perjui-

cio para la sociedad si no se cuida la industria. También he echado en falta más unión con objetivos claros y buscando la sinergia y la optimización”

- “Apoyarse unas a otras para crecer”
- “Apoyo”
- “Apoyo”
- “Apoyo al sector cultural”
- “Aunar esfuerzos en una misma dirección para conseguir esa solución”
- “Ayuda”
- “Ayuda al sector”
- “Capacidad de reacción y de asociación”
- “Capacidad para poder trabajar ya que las normativas y la incertidumbre les bloqueaba. “Las administraciones no han colaborado para facilitar el trabajo”
- “Compromiso”
- “Confianza”
- “Conocer el auténtico valor de la cultura”
- “Coordinación y puesta en valor del trabajo de la gestión”
- “Creatividad”
- “Creatividad, imaginación, apoyo a lo digital real”
- “Creo que han hecho lo que necesario”
- “Eficiencia”
- “En Almería han aparecido varias que denotan desde los que las crearon un interés de beneficio personal, dejando atrás la colectividad. Es más, se han conseguido ayudas para algunas de ellas que únicamente han tenido un impacto económico en los creadores de dicha organización sectorial”
- “En España el mecenazgo no está desarrollado, es una vía interesante”
- “En general, han tenido más capacidad de utilizar las redes sociales, internet, el streaming, etc. que la administración pública. La diferencia es que esta tiene el presupuesto asegurado y la empresa privada no”

- “En mi opinión, la mayoría de las empresas han ido por delante adaptándose y reinventándose ya que ellos necesitaban eso para volver a generar ingresos lo antes posible”
- “Espacios abiertos a donde poder realizar eventos culturales debidamente organizados y con toda la normativa vigente, pero sin duda la cultura ha sido vetada de una manera increíble”
- “Es que no hay conciencia de mecenazgo, habría que informar bien sobre el mecenazgo al sector privado”
- “Están inmersos en su recuperación, ayudarnos a nosotros ni se lo piensan”
- “Falta de información y unión”
- “Falta de unión de los sectores”
- “Generar espacios para realizar análisis del impacto de la situación cultural para el diseño de proyectos una vez se salga del Covid-19”
- “Haber creado más productos culturales y haber sido muchísimo más reivindicativos, especialmente con el Ministerio de Cultura”
- “Hablar, hablar y hablar. Unidad y propuestas”
- “Ha sido a raíz de la pandemia cuando los profesionales del mundo de la Cultura han entendido la necesidad de actuar unidos, puesto que hasta entonces no existían organizaciones de profesionales del sector, más allá de sociedades de autores, etc.”
- “Hemos tenido que llegar a esta situación para asociarnos y compartir experiencias”
- “Ignorar las peculiaridades de las empresas de Artes Escénicas y su especificidad a la hora de negociar con las administraciones.”
- “Implicación real, ha sobrado postureo y egos”
- “Información”
- “Iniciativas, apoyo, creación de empleo, participación, presupuestos etc.”



- “La atención al conjunto de la sociedad. Se proponen modelos basados exclusivamente en el ánimo de lucro o negocio y se desatienden iniciativas populares basadas en un sentimiento profundo”.
- “Lo dicho anteriormente. Son muchos los artistas y empresarios pequeños que se encuentran solos. La cultura es mucho mas que los artistas de fama, que el cine... la cultura está en la calle y no creo que se haya pensado en soluciones para la cultura de proximidad. ¿Qué va a pasar con esos pueblos que solo tienen actividades culturales en las épocas estivales y en las fiestas patronales ¿tenemos respuesta a ello?, ¿tenemos soluciones a eso? Son muchos los artistas que dependen de ellas”.
- “Los profesionales han hecho todo lo que han podido”.
- “Los profesionales hemos estado siempre dispuestos a buscar y encontrar soluciones y alternativas para sobrellevar con éxito y dignidad esta y las anteriores crisis”.
- “Más apoyo”.
- “Más apoyo a la cultura”.
- “Más capacidad e imaginación para adaptarse a la situación actual”.
- “Más capacidad para agrupar empresas con intereses comunes y organizar estrategias conjuntas que no provoquen mas competencia desleal”.
- “Más claridad a la hora de reclamar ayudas y reivindicaciones conjuntas ante las administraciones publicas”.
- “Más colaboración con otro tipo de entidades”.
- “Más compromiso para crear red”.
- “Más contacto, empatía y programación”.
- “Más creatividad”.
- “Más entusiasmo”.
- “Más fuerza en la reclamación de medidas de apoyo”.
- “Más implicación”.
- “Más información sobre sus servicios on-line”.

- "Más iniciativas"
- "Más reivindicación, más presión, auto organización colectiva, coordinación entre los distintos sectores, apoyo de los representantes y empresas culturales, autoconfianza del sector (fe ciega en su potencial)"
- "Más unión"
- "Más unión desde el principio"
- "Más unión y apoyo a todos los sectores"
- "Más unión y compromiso en común para afrontar la situación"
- "Más imaginación y ganas"
- "Mayor adaptación a las circunstancias"
- "Mayor cohesión en objetivos comunes"
- "Mayor colaboración"
- "Mayor cooperación"
- "Mayor creatividad en los productos que ofrecen"
- "Mayor iniciativa. Se cierran unas puertas y se abren otras, hay que saber aprovechar la oportunidad"
- "Mayor organización"
- "Mayor unidad frente a la administración pública"
- "Mayor visibilidad de la precariedad sufrida por la crisis sanitaria"
- "Menos egoísmo"
- "Nada"
- "Nada"
- "Nada"
- "Nada"
- "Nada"
- "Dieron la cara mas que nadie"
- "Nada han estado en todo momento ofreciendo sus servicios"
- "Nada, indefensión total, ¿que puedes hacer?"
- "No dispongo de suficiente información"
- "No estoy muy segura"

- “No puedo decir nada”
- “No sé”.
- “No se les puede pedir más. No sé cómo se podrá gestionar el tema del personal”.
- “Nula información”.
- “Oferta cultural segura”.
- “Organización”.
- “Programas, becas, apoyos privados”.
- “Propuestas novedosas adaptadas a la situación, con vistas a la consolidación futura”.
- “Que no pudieran realizar una conversión o modificación donde su empresa para no pasarlo tan mal”.
- “Que se vuelquen con las empresas”.
- “Que tendieran una mano a los más pequeños que sufren la situación citada en la anterior respuesta”.
- “Quizás algo más de unión”.
- “Quizás un intento de crear uniones que nos hicieran más fuertes, dejar de lado las competitividades y favorecer compromisos en común”.
- “Rapidez”.
- “Realización de eventos”.
- “Reinventarse”.
- “Reivindicación de falta de estas ayudas nombradas en el apartado anterior”.
- “Respuestas”.
- “Repliegue en la creación y propuestas”.
- “Seguros sociales y trabajo digno para el sector”.
- “Seriedad, claridad, y, sobre todo, no querer sacar partido de la desgracia”.
- “Seriedad y auto valoración. Parecemos niños de primaria”.
- “Ser mas ágiles”.
- “Sin opinión”.
- “Solidaridad. Entidades más grandes han aprovechado para sacar tajada (ej. agencias de transporte que han subido sus

precios, distribuidores que han puesto condiciones más duras...):”

- “Soluciones para ayudar a los técnicos y músicos profesionales que no pudieron acogerse a ninguna ayuda y están pasando hambre”
- “Su implicación con el sector, una vez más la cultura ha estado a la cola”
- “Todo”
- “Todos a una”
- “Todos han/hemos sufrido la misma carencia. Todos miran/miramos por nuestro propio interés”
- “Trabajo en equipo”
- “Una mayor coordinación a la hora de reivindicar ayudas de las distintas administraciones públicas. Y más unidad de acción”
- “Una rápida adaptación”
- “Unidad”
- “Unión”
- “Unión”
- “Unión”
- “Unión real ante la situación”

#### 4.4.3 ¿Qué ha echado en falta por parte de las organizaciones sindicales?

- “Acciones certeras”
- “Acuerdos y buscar más apoyos en los entes públicos”
- “Apoyo”
- “Apoyo a la cultura”
- “Apoyo al sector cultural”
- “Apoyo y ayuda”
- “Atención”
- “Apuesta más fuerte por la cultura”
- “Ayudas”

- “Como mi situación no depende de actuaciones sindicales, no detecto ningún dato ni positivo ni negativo”
- “Compromiso”
- “Compromiso”
- “Contundencia”
- “Creo que han hecho todo lo necesario”
- “Dejar de politizar todo”
- “Desconozco lo que han hecho”
- “Desconozco su labor”
- “Desconozco el movimiento sindical centrado en el ámbito cultural.
- “El no querer saber nada de nuestra situación”
- “Empatía con el sector y todo lo que ello conlleva”
- “En el flamenco se han dado pasos hacia adelante habiendo surgido el primer sindicato especializado de la historia”
- “En mi caso sí he sentido apoyo”
- “Estar”
- “Estar presentes”
- “¿Existen?”
- “¿Existen?”
- “Formas de reivindicación en diferentes cambios de planteamientos”
- “Han desaparecido en estos temas”
- “He estado en contacto con organizaciones que se movieron durante el Covid19, pero luego no he visto que fueran más allá las reivindicaciones y se lograran acuerdos que favorecieran de forma directa a los creadores, más allá de establecer lazos”
- “Ideas”
- “Implicación”
- “Implicación real con la gestión cultural”
- “Iniciativas, apoyo, creación de empleo, participación, presupuestos etc.”
- “Lo mismo que echaba de menos antes, no dispongo de suficiente información”

- “Lo mismo que siempre, defender a los trabajadores sin intereses propios”
- “Los sindicatos van a lo suyo, no han dado la cara por nuestro sector en ningún momento”
- “Lucha”
- “Más acción”
- “Más apoyo. Los sindicatos han estado ausentes en esta crisis”
- “Más ayuda”
- “Más capacidad de compromiso y lucha”
- “Más fuerza, por falta de afiliación”
- “Más implicación”
- “Más lucha y velar por los intereses comunes”
- “Más presión a las administraciones públicas”
- “Mayor apoyo”
- “Mayor compromiso con el sector cultural. Un sector olvidado y dejado totalmente en segundo plano”
- “Mayor unión entre profesionales”
- “Medidas eficaces”
- “Movilizaciones en defensa de las necesidades del sector”
- “Muchísimas más acciones reivindicativas, especialmente con la apatía y nula acción del Ministerio de Cultura”
- “Muy poco apoyo al sector cultural”
- “Nada”
- “Nada”
- “Nada”
- “Nada”
- “Nada”
- “Nada”
- “Nada”
- “Nada”
- “Nada, creo que poco podían hacer salvo presionar, pero todo es cuestión intención política”
- “Nada. No espero nada de los sindicatos. No cumplen su función”

- “Negociaciones”
- “No conozco las medidas tomadas por las organizaciones sindicales”
- “No creo mucho en los sindicatos”
- “No es significativo”
- “No estoy informada, ya que no estoy afiliada a ningún sindicato”
- “No estoy muy segura”
- “No existen”
- “No hacen nada de por sí”
- “No han existido”
- “No he escuchado a ningún sindicato reivindicar absolutamente nada en favor de los profesionales de la Cultura”
- “No les interesa”
- “No lo sé, menuda pregunta, no soy experta en sindicatos ni conozco como funciona cada uno”
- “No participaron”
- No sé si podrían haber influido en la estabilidad laboral de los empleados.
- “No tenemos aún sindicatos fuertes en nuestro sector que regulen buenos convenios etc.”
- “No tenemos relación con organizaciones sindicales”
- “Para las pequeñas empresas no existen”
- “Poca representatividad, poco efecto en sus campañas. Pero no es algo de esta crisis, es algo del sindicalismo en este país”
- “Poco se les ha visto”
- “Posicionamiento más claro en favor de la cultura”
- “Propuestas, más información y ayuda”
- “Proyectos para el mantenimiento de la actividad laboral”
- “Punto de vista global de la situación”
- “Que crearan puentes entre las diferentes partes interesadas”
- “Que lucharan a nuestro par”
- “Que no ahoguen a las empresas, pues son las que dan trabajo y generan oportunidades. Deberían, al menos por una

- vez, centrarse en ayudar a quienes generan el empleo”
- “Que no han ayudado nada. En una situación de crisis global, han seguido defendiendo determinadas acciones que, si bien podrían ir a favor del trabajador, a la larga perjudicaban a la empresa, destruyendo con eso otros puestos de trabajo.
  - “¿Qué organizaciones?”
  - “Que trabajen”
  - “Quizás que, entiendan que si hace falta despedir empleados para mantener la empresa a salvo no es plato de buen gusto para nadie”
  - “Reivindicación de falta de estas ayudas”
  - “Repuestas”
  - “Se han centrado sobremanera en el sector hostelero dejando de lado otros sectores”
  - “Seriedad, claridad, y, sobre todo, no querer sacar partido de la desgracia”
  - “Apenas inexistentes debido al modelo de negocio”
  - “Su falta de atención al sector de las Artes Escénicas”
  - “Su falta de interés”
  - “Su implicación real, han quedado al margen o se han puesto de perfil”
  - “Todo”
  - “Todo”
  - “Todo”
  - “Todo”
  - “Todo”
  - “Todo”
  - “Todo”
  - “Todo, la cultura ha sido olvidada para los sindicatos”
  - “Todo. Los sindicatos no han hecho nada”
  - “Todo. No han aparecido en estos meses de pandemia”
  - “Todo. No han hecho nada”
  - “Todo, porque no han hecho nada”
  - “Todo. ¿Qué sindicato tiene sección de trabajadores de la cultura?”



#### 4.4.4 Si tuviera que destacar, por su actuación alguna institución pública, social o privada, ¿cuál sería y por qué?

- "AISGE, se han molestado en gestionar una ayuda privada para artistas bastante más fácil de acceder que la pública".
- "ADAICA. Ha conseguido agrupar, para destacar a artistas de Almería."
- "Aquellas que tratan de alguna forma de ir en la vanguardia, incluyendo y promocionando otras formas de acercar y disfrutar de la cultura (como la Sala Matadero, El Prado, bibliotecas o teatros que se sumaron a la iniciativa de abrir y compartir sus contenidos, etc.).
- "Ayuntamiento de Almería por ser la única ayuda que hemos recibido".
- "Ayuntamiento Almería".
- "Ayuntamiento de Almería ha seguido apostando por programar, contra viento y marea, con todas las medidas necesarias; y Diputación Provincial de Almería, ha seguido programando o intentándolo, a pesar de la situación".
- "Ayuntamiento de Almería, por su labor y ayuda al sector turístico".
- "Ayuntamiento de Huércal de Almería"
- "Ayuntamiento de Huércal de Almería, programando y defendiendo actividades desde que acabó el confinamiento, con más ayuntamientos así el sector no estaría tan tocado".
- "Ayuntamiento por sus subvenciones y ayuda a la cultura".
- "Ayuntamientos y Diputación, por una cuestión de cercanía y conocimiento del medio".
- "Bibliotecas Públicas. Han ofrecido una oferta cultural online durante confinamiento variada, gratuita y creativa. Después de confinamiento han seguido con esa oferta sumando, poco a poco, actividades seguras".
- "Cámara de comercio de Almería tenía un equipo que ha estado animando en temas de emprendimiento".

- “Con la Diputación de Almería el ayuntamiento de Almería lo ha puesto todo a la mano de sus empresas amigas”.
- “Creo que el Ayuntamiento de Almería ha mantenido una programación digna en estos últimos meses”.
- “Creo que los museos, las bibliotecas y las instituciones culturales en general hicieron un gran trabajo para que la cultura llegara a las casas y que nuestras almas no se secan de la ausencia de arte. También los músicos, los actores fueron muy generosos regalando su trabajo a través de las redes. Ha sido un alimento imprescindible este año que no está pagado, y eso que los artistas son un sector que no ha tenido ningún tipo de ingreso”.
- “Cruz Roja, Cáritas, etc. por su gran labor de ayuda a los necesitados”.
- “Cruz Roja por su cercanía a los problemas sociales”.
- “Deberían haber sido más valientes, pues cumpliendo la normativa se podían hacer actividades que no se han realizado”.
- “Destacar a la Junta de Andalucía por las ayudas a la creación extraordinaria provocadas por el Covid19 que, a diferencia de muchas otras, no exigían ‘ser autónomo’ para demostrar que te dedicabas al arte y necesitabas ser ayudado en el momento de pandemia”.
- “Diputación”.
- “Diputación por las ayudas”.
- “Diputación de Almería”.
- “Diputación de Almería”.
- “Diputación de Almería porque ha hecho diversas iniciativas culturales”.
- “Diputación de Almería porque tienen técnicos con mucha preparación y sensibilidad y han sabido orientar bien a los políticos en estas circunstancias”.
- “Diputación de Almería, por su apoyo incondicional en actividades culturales y de animación a la lectura”.
- “Diputación de Almería, por su compromiso sincero por mitigar los efectos provocados en el sector”.

- “Diputación de Almería, por volcarse con escritores, artistas y creadores”.
- “Diputación de Almería son los que más se han preocupado por nosotros”.
- “Diputación provincial”
- “Diputación provincial por su claridad, organización y respuesta”.
- “Diputación y Ayuntamientos”
- “Diputación y Ayuntamiento de Almería por su colaboración con las asociaciones y federaciones”.
- “Diputación y Ayuntamiento de Almería como instituciones públicas que me han sorprendido gratamente. Por otro lado, decepción absoluta con el Ayuntamiento de Roquetas de Mar y su concejalía de cultura”.
- “Diputación y ayuntamientos por hacer que la cultura no pare, gracias a ello hemos podido trabajar”.
- “El Ayuntamiento de Roquetas de Mar. Ha mostrado empatía”.
- “El Ayuntamiento de Almería, porque ha estado promoviendo la cultura, al aire libre y en espacios cerrados con todas las medidas de seguridad necesarias y la diputación de Almería”.
- “El ayuntamiento de Purchena porque ha apostado por una cultura segura en su municipio desde el levantamiento del confinamiento. Se realizan múltiples actividades culturales casi todas las semanas”.
- “El gobierno. Ha sido la única vez que he visto que a un autónomo se le ha ayudado directamente”.
- “El programa Reactiva Cultura del Ayuntamiento de Almería, por su apoyo a nuevos promotores (y no a las mismas empresas gestoras a las que siempre apoyaba antes de la Covid19)”.
- “El sector de salas y festivales musicales de Cataluña. Han innovado y han intentado adaptarse a la situación para sacar adelante proyectos culturales”.
- “En la Comunidad de Madrid no han cerrado los teatros. En nuestro caso, hemos tenido trabajo gracias a la Diputación de Almería, que ha intentado recuperar las funciones previstas”.

- “Especialmente ninguna”.
- “Exclusivamente al Gobierno de España en lo que tiene que ver con la protección de los trabajadores (en ningún caso por su atención a las empresas)”.
- “Fundación de Arte Ibáñez Cosentino, por su vínculo constante con la producción local almeriense. Apostando por la creación de kilómetro 0 y una actividad continuada”.
- “Fundación Ibáñez Cosentino, por la optimización de recursos en proyectos museísticos de calado de muy bajo presupuesto”.
- “Grandes empresas que han virado rápido hacia digitalización e internacionalización”.
- “INAEM: Ayudas a las estructuras 2020”.
- “Instituciones que están apostando por mirar a Europa en busca de financiación”.
- “Junta de Andalucía por la variedad de ayudas”.
- “La biblioteca de Purchena. Su bibliotecario y técnico de cultura del municipio no rebajó el contenido cultural respecto a otros años. Supo adaptarse y empatizar con el sector. De las pocas instituciones que conozco que no suspendió actividades el año pasado tras el confinamiento”.
- “La más conocida es la Diputación de Almería que ha intentado llegar a los artistas y empresas de pequeño formato y provincial, pero ha sido insuficiente. Por parte de los Ayuntamientos 0, en especial el de El Ejido (entorno cerrado y cicatero)”.
- “La Diputación de Almería. Es la que más inversión ha destinado a ayudas para el sector de la Cultura en la provincia de Almería”.
- “La Diputación de Almería porque esta buscando alternativas tanto digitales como presenciales para seguir con una cultura accesible a los ciudadanos y ciudadanas”.
- “La Diputación de Almería se ha preocupado de contactar con empresas como la nuestra y ayudar en lo posible”.
- “La Diputación Provincial de Almería por haber llevado a cabo casi todos los contratos con los profesionales de la cultura al-

meriense y por haber puesto una línea de ayuda directa dentro de las posibilidades económicas de la institución”

- “La iniciativa privada (empresas promotoras, asociaciones culturales, productoras, etc.) son los únicos que han trabajado por la organización de eventos. Necesitan generar ingresos a través de ellos. En cambio, los técnicos de cultura, administraciones, concejales, alcaldes, diputaciones... no han tenido que realizar eventos para generar ingresos. La nómina llega igualmente cada mes.
- “La labor de la Diputación de Almería y el Ayuntamiento en cuanto a la organización de actividades y adecuación a las condiciones de la pandemia, está siendo buena, aunque falta más apoyo a las iniciativas culturales no públicas”
- “La promoción que se ha hecho del libro”
- “Las asociaciones, especialmente el movimiento “Echa a volar”
- “Las asociaciones sectoriales”
- “Las asociaciones y fundaciones en general, que han seguido trabajando solidariamente como si no hubiese pandemia, haciendo llegar contenidos culturales a los hogares desinteresadamente durante todo el tiempo. Lo cual ha contribuido notablemente a hacer más llevadera la situación para los ciudadanos”
- “Las ayudas por cese de actividad han sido muy necesarias y acertadas”
- “Las más pequeñas como GECA que están intentando mover algo”
- “Las propias empresas”
- “Las universidades por su flexibilidad a la hora de modificar y adaptar sus ofertas culturales, así como su adaptación a las redes sociales como medio de difusión. También quiero destacar a las entidades que pusieron a disposición de la ciudadanía de forma gratuita sus obras”
- “La Unión de Actores y Actrices ha luchado mucho por sus asociados.”

- “Los ayuntamientos, son las administraciones más cercanas y las que más se han volcado con sus propios vecinos”
- “Los ayuntamientos”
- “Los ayuntamientos y la Diputación que han mantenido las programaciones con las medidas adecuadas y sin producirse contagios de Covid19”
- “Los centros sanitarios por su labor social frente a unas condiciones de escasez de medios con la que se han tenido que enfrentar a esta pandemia”
- “Los centros sanitarios públicos. Por su labor profesional y superación a pesar de la falta de medios con que han superado esta crisis sanitaria”
- “Los grupos desconocidos que trabajan por una cultura accesible a todos a los que se cierra el paso a centros culturales institucionales y públicos”
- “Lo siento, no puedo destacar a ninguna, de momento nadie y digo nadie nos ha ayudado, de comprensión no se llena un frigo de comida para dar de comer a tus hijos, lo siento, pero no he visto a ningún político donar parte de su sueldo a algún músico con problemas siento ser tan crítico”
- “Los Museos, en general, han hecho un gran esfuerzo en exponer sus fondos a disposición del público en exposiciones digitales”
- “Los sanitarios, su entrega información y ayuda un 10. El resto desaparecidos”
- “MediaLab Prado (Madrid) por su trabajo durante el confinamiento apostando por laboratorios ciudadanos y abriendo un proceso de formación gratuita y abierta en esta línea”
- “Me resultaron muy interesantes todas las iniciativas de grandes teatros de ópera que publicaron en abierto sus espectáculos, al igual hizo con espectáculos de teatro y visitas a museos. Con estas acciones se comprobó que la cultura era necesaria, en la situación de confinamiento que teníamos, para evadirnos”
- “Ministerio de Cultura. Ayudas a las estructuras culturales INAEM”

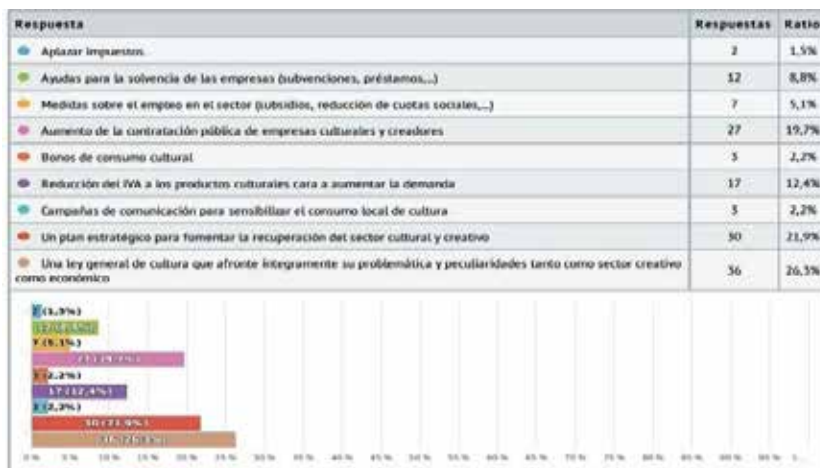
- “Mute Almería, colectivo que se ha preocupado desde un principio en apoyar al sector aportando ideas y alternativas certeras para solventar con éxito y dignidad esta crisis”
- “Nada”
- “Nada”
- “Ninguna”
- “Ninguna”
- “Ninguna” en absoluto.
- “Ninguna. Han pasado de nuestro sector”
- “Ninguna”
- “Ninguna”
- “Ninguna”
- “No destaco ninguna especialmente”
- “No destaco ninguna, mi empresa aun no ha recibido ni ayuda ni subvención alguna”
- “No es peloteo, pero la diputación de Almería fue rápida y versátil”
- “No se merece destacar a ninguna”
- “Prefiero no contestar”
- “Kuver producciones, que no ha parado de moverse y proponer alternativas”
- “Sin lugar a dudas el colectivo sanitario, así como policía, bomberos y ejército.
- “Teatros y salas privados (cuando la situación epidemiológica lo ha permitido) como Clasijazz en Almería; asimismo, la Comunidad de Madrid ha apostado decididamente por el ocio controlado y bien regulado, manteniendo los teatros abiertos y cierta vida cultural”
- “Todas merecen mi respeto ante las adversidades a las que han tenido que hacer frente”
- “Todo pequeño empresario o profesional del sector porque sin ayudas han reinventado la rueda”
- “Universidad”

## 4.5. Propuestas para afrontar la crisis en los Sectores Cultural y creativo.

### 4.5.1. Medida más eficaz para contrarrestar los efectos: Primera opción.

Ofrecimos a los encuestados una batería de opciones de medidas que podrían contrarrestar los efectos de la epidemia sobre el sector. Les pedimos que valoran una primera opción.

Nuestros encuestados con un 26,3% resaltan que la medida más eficaz para afrontar los efectos del Covid19 en el sector cultural y creativo es la elaboración de una ley general de la cultura. Entendemos así que el sector cultural y creativo aspira a gozar de un marco normativo que le proteja y le de estabilidad política, económica y social. Seguidamente un 21,9% creen que sería necesario contar con un plan estratégico para el refortalecimiento de la cultura y como tercera opción, los encuestados apuestan por el aumento de la contratación pública de empresas culturales y creativas con un 19,7%.





## 4.5.2. Medida más eficaz para contrarrestar los efectos de la Covid19: Segunda opción.

En este caso, la segunda opción más votada por nuestros encuestados con un 25,5% es la de elaborar un plan estratégico para fomentar la recuperación del sector cultural y creativo; elaborar una ley general de la cultura y aumentar la contratación pública de empresas culturales y creadores, serían la segunda y la tercera opción con un 20,4% y 13,9% respectivamente.



En ambos casos, nos damos cuenta que los encuestados dan prioridad a las mismas medidas manifestando así una necesidad capital para la elaboración de una ley que vele por sus derechos además de contar con un plan estratégico para fortalecer el sector cultural y creativo en Almería.

## 4.5.3 Medidas que propondría en materia de financiación, fiscalidad, contratación, subvención y/o fomento para paliar los efectos de esta crisis.

Se le da la oportunidad a nuestros encuestados de transmitir sus propuestas en este apartado. Y recogemos así mismo todo lo que han querido manifestar.

- "Ampliar la contratación en el sector cultural".
- "Aplazamiento de impuestos mientras no se facture".
- "Aplazar impuestos o ayudas para cubrir impuestos y seguridad social en las contrataciones. Obligatoriedad de programar cultura por parte de las administraciones. Más circuitos profesionales y programas para llevar la cultura a toda la sociedad. Más apoyos a las empresas privadas que promueven eventos y festivales".
- "Apoyo a la producción pues con el reducidísimo volumen de ingresos se hace imposible invertir en nuevos productos que no se amortizarán en mucho tiempo".
- "Apoyo e incentivo en la venta del arte. Asesores gratuitos para los creadores. Subvención para comprar materia prima. Reducir la cuota de autónomo".
- "Apuesta por las empresas pequeñas más dedicadas a la Cultura, mayor contratación de pequeños eventos".
- "Aumentar las subvenciones y rebajar la fiscalidad".
- "Aumento de contratación de empresas culturales y ayudas y subvenciones".
- "Aumento de la contratación pública de empresas culturales y creadores".
- "Aumento de la contratación Pública y Bonos de consumo Cultural".
- "Aumento de presupuestos para cultura, bajada de IVA a productos culturales, subvenciones directas a entidades culturales públicas".
- "Ayuda a la contratación de trabajadores en plantilla".
- "Ayuda a las Asociaciones, que durante la pandemia han estado promoviendo, difundiendo y fomentando la cultura, y que hemos seguido trabajando, ya que no tenemos ánimo de lucro, pero ya estamos sin recursos, necesitamos ayudas para poder traer artistas y seguir trabajando, ayudar a la difusión de los eventos a través de las redes sociales desde el área de turismo, cultural, diputación etc.

- “Ayuda con la contratación muy corto plazo, bolos y a largo plazo, gestores y equipo”.
- “Ayuda a empresas solventes, a pesar de las pérdidas”.
- “Ayudas al alquiler y reducción o exención de impuestos”.
- “Ayudas a los trabajadores de la cultura, o la capacidad de acceder a una prestación por desempleo que se ajuste a la realidad del sector”.
- “Ayudas al sector y animar al consumo, acorde con las medidas de restricciones”.
- “Ayudas, ayudas y ayudas”.
- “Ayudas directas a las empresas para el sostenimiento extraordinario de gastos de carácter estructural: estímulo de la explotación (distribución) de productos culturales eliminando transitoriamente las ayudas a la producción; obligación legal entidades financieras de destinar un porcentaje de sus beneficios a fines culturales; anulación transitoria de fiscalidad + financiación de iniciativas privadas estables de explotación (circuitos, programaciones, salas...)”.
- “Ayudas directas al sector cultural, menos IVA”.
- “Ayudas directas basadas en lo que se ha dejado de facturar”.
- “Ayudas en inversión de equipo y digitalización”.
- “Ayudas para empresas y autónomos (impuestos en función de su trabajo) y medidas sobre el empleo del sector”.
- “Ayudas para la contratación”.
- “Ayudas para las empresas culturales/creativas”.
- “Ayudas para la solvencia de las empresas”.
- “Ayudas y préstamos”.
- “Bajada del IVA”.
- “Bajada de impuestos, ayudas a la contratación, subvenciones”.
- “Bajada impuestos”.
- “Bajada IVA”.
- “Bonos culturales, bonificación en los costes salariales y subvenciones para el desarrollo de actividades”.

- “Colaboración de las administraciones central y autonómicas con ayuntamientos y teatros para la contratación de espectáculos o eventos”
- “Compromiso a corto plazo para que los sectores culturales y creativos tengan todo tipo de ayudas para su recuperación y volver a trabajar”
- “Compromisos de las instituciones y acuerdos”
- “Un porcentaje muy bajo de los profesionales del sector”
- “Contar más con los movimientos asociativos y culturales de Almería ya que siempre no es mejor lo de fuera”
- “Contratación masiva”
- “Contratación por parte de la administración a empresas para reactivar actividad”
- “Contratación pública de manera continuada y sostenible”
- “Convocatoria, participación, criterio, formación”
- “Creación de eventos donde se remunere a los participantes, apoyándose en los sectores culturales; reducción de la fiscalidad o condonación de la fiscalidad en el año del COVID”
- “Créditos”
- “Creo en una planificación consensuada y flexible a los cambios, que implique a todos los agentes/sectores de la cultura (sin olvidarse de ningún sector). Y mientras se aprueba una legislación en firme, todas las medidas anteriores me parecen imprescindibles, desde seguir impulsando y sensibilizando a todos los públicos para que consuman cultura, un IVA equiparado al resto de Europa, y por supuesto, ayudas creativas y diversas al sector cultural (nuevas formas de contratación y más contratos...)”
- “Creo que la mejor manera es el aumento real de programación/contratación a productos de calidad y contrastados de forma profesional”
- “Cualquier ayuda será bienvenida, siempre que sea adecuadamente fiscalizada por la administración y no acabe en proyectos superfluos y vacíos de contenido. Como ha pasa-

do con la mayoría de los proyectos financiados por la UE. Acaban desperdiándose ingentes cantidades en proyectos "amigos" y "rimbombantes ideas de Perogrullo", que luego no van a ninguna parte ni aportan nada en el tiempo".

- "De las mencionadas anteriormente, reducción de cuotas para la contratación en el sector cultural y para la creación de empresas en el mismo".
- "Devolución o condonación de las cuotas de Seguridad Social desde que empezó la pandemia, implantación de bonos y subvenciones para crear empleo".
- "Elaboración de convenios de duración mínima de tres años con empresas para desarrollo de estrategias conjuntas público-privadas".
- "Eliminar por completo y de forma permanente el pago de "autónomos" en el sector, emulando a los países desarrollados de Europa".
- "Eliminar todos los impuestos a los creadores, al menos durante dos años".
- En la mayoría de ocasiones, son demasiadas las exigencias, en cuanto a información solicitada en planes de ayuda, y una vez entregada la documentación, hay muchas restricciones para entrar dentro de las solicitudes como aptos, etc."
- "Equiparar el IVA al 4% a todo lo relativo a la cultura".
- "Esta crisis hay que paliarla desde los dos frentes, ya que no solo afecta al sector cultural sino a la población que o bien están reducidos sus ingresos, o no perciben nada o tienen cierto resquemor de gastar ya que no sabemos cuanto va a durar esto y hasta donde va a llegar. Por lo que hay que ayudar a las empresas para que puedan adaptarse y seguir a flote y a la población para que pueda consumir cultura".
- "Estatuto del artista. Lleva en trámite años y es un modelo de fiscalidad que funciona en otros países".
- "Exención de impuestos durante un año".
- "Exención de impuestos y cotizaciones; bonificación del

100% de tales impuestos y cotizaciones en los dos años siguientes a la recuperación de la actividad. Acceso a créditos blandos para inversión en recuperación de la actividad. Inversión pública en contratación de actividades y espectáculos”:

- “Flexibilizar los tramites y necesidades para poder acceder a créditos, pero sobre todo dejar las autoridades que se celebren actos y eventos para poder empezar a tener ingresos, personalmente considero que se han de compaginar salud y trabajo de una forma segura”.
- “Fomentaría la incorporación de lugares declarados patrimonio como recursos de desarrollo locales y atracción de turismo cultural”.
- “Fomento del sector cultural y subvenciones”.
- “FONGACU, similar al Fogasa, pero de garantía cultural”.
- “Impuestos adaptados a la realidad laboral teniendo en cuenta la intermitencia”.
- “Intentar mantener los contratos que existían antes de la pandemia, y reducir los impuestos para el sector cultural”.
- “IVA cultural súper reducido 4%, compromiso repercusión de presupuesto no gastado en 2020 en los presupuestos de 2021 o compromiso prórroga de presupuestos culturales 2020 a 2021 de los Ayuntamientos, pero como esto ya no es posible, recuperación en 2022 de los presupuestos culturales de los ayuntamientos en 2020”.
- “La cultura no solo son las compañías, hay muchas personas trabajando en este sector que se han visto todavía más apartadas como son las personas de personal que no está regulado y se cubren con empresas de contratación y se han visto absolutamente olvidadas. Regulación del sector”.
- “La presencialidad del público está limitada debido a la pandemia, por lo que se deberán hacer más actividades culturales para facilitar la participación de todos los ciudadanos”.
- “Las medidas no irían tanto en modelos fiscales sino en mo-

delos de eventos que se puedan realizar en tiempos de pandemia. Y que la ayuda sea en la dirección de la seguridad frente al virus. Pero al sector cultural lo que le importa es desarrollar sus espectáculos/eventos.

- “Lo he comentado anteriormente. Independientemente de una Ley de Cultura, la recuperación del sector se debe de entender por la solvencia de sus representados y la liquidez de las empresas. Esto viene porque muchos de nosotros dependemos de las Instituciones, pero si antes ya era lento el cobro de las facturaciones, ahora va a ser más notable.
- “Lo primero y más urgente sería promover la contratación para que volviésemos a trabajar y así poder generar empleo, además de relajar los impuestos, facilitar financiación para no desaparecer y conceder subvenciones a fondo perdido a aquellas empresas que viven 100% de la cultura para que puedan respirar después de un año muy crítico en el que podemos estar cerca de ver como desaparecen por ejemplo los artistas que trabajan en las fiestas populares, las orquestas, etc. Salven a los músicos que puedan”.
- “Lo principal que no se recoge en las respuestas prefijadas de esta encuesta es la necesidad de un cambio absoluto de paradigma en el entendimiento del hecho cultural. La práctica de la cultura creativa es tan necesaria para todos como la práctica del deporte. Los estadios abiertos a todos sin necesidad de “marca mínima”. Se niega el acceso a los escenarios por no tener una “calidad mínima”. Y eso es paradójico. Lo esencial, tanto en cultura como en deporte, no es “ganar” sino participar”.
- “Más ayudas”.
- “Más contratación a los colectivos”.
- “Más contratación por parte de las administraciones y revisar la oferta”.
- “Más contratación por parte del sector público”.
- “Mecenazgo, ya no hay dinero de donde sacar”.

- “Menos trabas para contrataciones desde las administraciones públicas”.
- “No son ayudas, son estrategias para que la cultura sea considerada un bien de primera necesidad”.
- “Obligar a las instituciones públicas a contratar directamente a los artistas en el “Régimen de Artistas y Profesionales Taurinos” y dejarse de Contratos menores por obra y servicio, y cosas de ese estilo. Menos intermediarios y más dignidad a la Cultura”.
- “Otro modelo fiscal para los autónomos, que contemple la irregularidad temporal y de cobertura para bajas maternales y conciliación”.
- “Pacto entre partidos políticos para potenciar la Cultura”.
- “Pagos de la seguridad social acordes con los ingresos... pagar casi 400 euros al mes cuando no se están teniendo ganancias es inviable”.
- “Para volver a la “situación anterior”, que no es suficiente, es necesario invertir en los sectores implicados a base de subvenciones y más contrataciones. No veo necesaria una nueva fiscalidad. Eso sí, un IVA reducido para el consumidor de cultura. Las crisis normalmente sirven para hacer grandes reformas estructurales a nivel empresarial, creando nuevas y grandes productoras privadas. Ese no es el camino”.
- “Propondría medidas de contratación a los artistas almerienses, como se ha hecho con el plan RE-ACTIVA del Ayuntamiento de Almería, pero no de una forma aislada, sino apostar por los artistas almerienses en los ciclos que se hacen a nivel tanto privado como público. Además, poder dar subvenciones a aquellas personas que propongan proyectos como las ayudas a la creación joven de INJUVE, o los certámenes de jóvenes creadores (Sevilla, Murcia, Salamanca, Madrid), entre otros, pero para almerienses. Puesta en común para una ley que unifique criterios para la recuperación del sector, hemos demostrado hacer cultura segura y debemos de tener



aforos, normativas y planes de promoción unificados para retomar la actividad con total decisión para que el público pueda captar ese mensaje de tranquilidad y consuma cada vez más cultura”

- “Que paguen menos impuestos y se les contrate más desde las administraciones. Que se les faciliten espacios para que desarrollen sus propuestas y puedan ofertar sus actividades y cobrar su trabajo”
- “Reactivación, planes de ayuda, más contratación autóctona”
- “Rebaja en la cuota autónomos, pagos directos en la facturación (la administración no paga rápido), reactivación de la cultura segura por parte de las administraciones, elaboración de convenios de artistas y regularización de los trabajadores del sector”
- “Rebaja del IVA cultural. Mecenazgo”
- “Rebaja IVA”
- “Reducción del IVA en los productos culturales”
- “Reducción de cuotas sociales, que sean progresivas”
- “Reducción de impuestos”
- “Reducción de impuestos (IVA), ayudas a la solvencia de empresas culturales, campañas de comunicación para sensibilizar, plan estratégico para la recuperación”
- “Reducción de impuestos y cuotas”
- “Reducción de IVA. Compromiso por parte de los ayuntamientos de recuperar los presupuestos culturales de 2019”
- “Reducción del IVA a los productos culturales cara a aumentar la demanda, ayudas para la solvencia de las empresas (subvenciones, préstamos, etc.)”
- “Reducción del IVA a los productos culturales y más apoyo institucional”
- “Reducción del IVA de productos culturales y reducción de cotizaciones sociales el primer caso en contratos indefinidos”

- "Reducción del IVA. Incremento del presupuesto de las administraciones públicas (principalmente la Junta de Andalucía) que han reducido el presupuesto de los circuitos culturales".
- "Reducción del IVA a las empresas culturales. Mas contratación pública".
- "Reducción del IVA ¡YA!! Línea de ayuda de financiación de préstamos a interés 0% y poder renegociar los préstamos de las inversiones realizadas antes de la pandemia".
- "Reducir impuestos".
- "Reducir IVA".
- "Reducir la fiscalidad. Facilitar la llegada de producciones audiovisuales mediante la reducción de papeleo".
- "Simplificación burocrática, reducción de impuestos ajustándolos a la realidad de un sector tan peculiar, revisión de las bases de las convocatorias de ayudas atendiendo y escuchando las demandas del sector para que realmente ayuden".
- "Simplificar trámites de autónomos mucho más y bajar el IVA del arte".
- "Solventar los prestamos ICOS que se han pedido para evitar la desaparición".
- "Subvenciones".
- "Subvenciones al mundo asociativo en desarrollo de programas culturales".
- "Subvenciones directas a los grupos"
- "Sufragar por parte de las administraciones públicas los precios a eventos culturales".
- "Todas las referidas en el apartado anterior".
- "Todas aquellas medidas que faciliten la contratación pública o privada de las compañías profesionales de las artes, para realizar actividades públicas gratuitas. En definitiva, sacar el sector adelante trabajando. No recibir limosnas (pequeñas subvenciones simbólicas)
- "Todas estas medidas serían útiles".

- “Unificar administraciones para plantear esto con un par de años vista para ir sacando proyectos conjuntos con ayudas y subvenciones concretas para profesionales en activo”
- “Uno de los temas son los impuestos, que se han seguido generando aún sin trabajo. Por ejemplo, las cuotas de autónomos, simplemente deberían de quitarse durante el período en el que ha durado la prohibición de espectáculos y su reducción en tanto se limite los aforos y actividades, en los mismos porcentajes, creando un periodo de carencia una vez se normalice al 100%, además de un aumento de la contratación pública y rapidez en los pagos que debería de ser al contado, sin períodos de lastre”
- “Ya que no podemos trabajar, que no nos cobren impuestos, y que cubrieran nuestros gastos. Y que nos dieran muchas actuaciones para poder recuperar todo lo invertido”

## 5.- REUNIONES FOCALES

Con el fin de recabar más datos para este estudio y conseguir una radiografía más fiel del ecosistema cultural almeriense, se celebran cuatro reuniones focales (sector público, sector privado, tercer sector y líderes de opinión) para ampliar la visión de la realidad cultural de esta provincia y poder conocerla propiciando un diálogo-debate con profesionales que conforman el sector cultural y creativo de Almería.

En el siguiente cuadro, se muestran los profesionales invitados a participar en esa mesa diálogo.

REUNIÓN FOCAL	MIEMBROS	CARGOS
GRUPO SECTOR PÚBLICO	Ramón Aparicio	Jefe Animación y Gestión Cultural Diputación Almería
	Salvador Hernández	Técnico Cultura Ayuntamiento Carboneras
	Juan José Martín	Director del Auditorio de Roquetas de Mar (no pudo asistir)
	Manuel Sola	Técnico de Cultura Ayuntamiento de Purchena
GRUPO SECTOR PRIVADO	Curro Verdegay	Director Kuber Producciones
	Rosa Muñoz y Fernando Barrionuevo	Galería MECA
	Loles Peña	La Peineta Producciones Audiovisuales (no pudo asistir)
	Diego Ruiz	Plan A producciones e iniciativas culturales (no pudo asistir)
GRUPO TERCER SECTOR	Pablo Mazuecos	Fundación Indaliana (no pudo asistir)
	Juan Manuel Martín	Fundación Museo Casa Ibáñez
	Jesús Gómez	Asociación Cultural La Guajira
	Carlos Vives	Asociación Cultural La Oficina
GRUPO "SABIOS"	Mª del Mar Ruiz	Viceirectora extensión universitaria UAL
	Valeriano Sánchez	Historiador, miembro del Instituto de Estudios almeriense
	Alberto Cerezuela	Escritor (no pudo asistir)
	Alfonso Ruiz	Técnico de Cultura Junta Andalucía, experto en patrimonio histórico y cultural

Durante las reuniones se debatieron cuestiones relativas a las fortalezas y debilidades del sector cultural y creativo de Almería, sus necesidades y sus posibles soluciones. También se compartieron proyectos y propuestas que pueden ser inspiradoras para aplicar al territorio almeriense.

A continuación, se recogen por grupos, las conclusiones extraídas de las diferentes intervenciones y puesta en común entre todos los profesionales Reunión Sector Privado

## 5.1. TERCER SECTOR

### FORTALEZAS

- Lo mejor que tiene Almería es su gente. Cuenta con profesionales en el ámbito de la cultura con gran preparación, cualificación y muchas ganas.
- El tejido asociativo es muy amplio aunque no hay muchas asociaciones que se dediquen de manera profesional a la cultura.
- El sector cultural almeriense es un sector muy diversificado, no solo por las diferentes temáticas de trabajo sino por los focos potentes que existen en los diferentes municipios.(En los pueblos pequeños existen muchas propuestas culturales y esto pone en valor el alto número de personas que trabajan como promotores culturales para ello.)
- El sector cultural almeriense no solo genera riqueza económica sino social.
- El potencial de la cultura de Almería está en la calidad de los artistas y en los trabajadores culturales de las diferentes disciplinas culturales (por ejemplo, en el ámbito del flamenco, actualmente existe una representación muy talentosa que no tiene parangón tanto en cantidad como en calidad), en el trabajo del sector privado y en la disposición de los artistas y de los agentes culturales a permeabilizarse y hacer cosas conjuntas para abarcar proyectos.

### DEBILIDADES

- Muy poco apoyo por parte de la administración pública.
- Poco hábito de consumir cultura quizás por cuestiones históricas, por la situación que ocupa geográficamente la provincia de Almería, por la falta de comunicaciones y porque una gran parte de la población tiene un nivel de vida medio donde no existen demasiados recursos.
- La cultura en general, desde el punto de vista de la política nunca ha sido prioritaria.

- Falta de formación en el tejido profesional y no profesional de los artistas.
- Dificultad para trabajar en red.
- Muy pocos artistas son los que siguen trabajando en el sector cultural después de muchos años.
- A veces, los mismos profesionales parecen menospreciar el trabajo, intentando que alguien no profesional gestione alguna actividad cultural o realice algún trabajo artístico.
- La cultura se confunde con entretenimiento y esta tendencia es bastante peligrosa porque, aunque ambas cosas son importantes, la cultura tiene unos valores que el entretenimiento no tiene. La cultura puede ser entretenimiento, pero el entretenimiento difícilmente va a ser cultura.
- Muchas veces importan más los números que la calidad de lo que estás ofreciendo.

## NECESIDADES

- No existe una política diseñada para que los artistas sean dados de alta en cada bolo.
- Hay que luchar por implantar una línea de propuestas con la administración para dignificar el oficio.
- La unión entre lo público y lo privado debe ir armonizándose mucho más. Ni lo público debe hacer de la cultura de manera unilateral ni que tampoco el resto de profesionales tiren del carro solos.
- La Administración debe tener más interés por proyectos que merecen la pena.
- Implicación entre lo público y lo privado donde la Administración reconozca la labor del tercer sector como generador de ingresos de otros sectores y motor económico.
- Profesionalización del sector para evitar el intrusismo de la gestión cultural y para que los propios profesionales se lo crean.

- Generar una escucha activa desde los diferentes sectores para conocer realmente las necesidades existentes.
- Trabajar mejor conexión público- privado (tercer sector) hasta el punto de fusionar lo público y privado en materia de cultura, como pasa en EEUU, mejor los convenios tipos.
- Que GECA mire por el sector privado.
- Creación de proyecto europeo de laboratorio sobre la creación de circuitos de Andalucía, donde sea requisito indispensable la sinergia entre las 8 provincias.
- Establecimiento de redes con otras asociaciones, provincias, administraciones etc. con objeto de crear circuitos donde se genere más trabajo y más dinamismo y colaborar conjuntamente.

## SOLUCIONES

- Luchar por la profesionalización y seguir haciendo labor didáctica para concienciar a la gente que las cosas tienen un camino y que, por ejemplo, cuando se comisaría una exposición o se hace un proyecto cultural del tipo que sea tiene que haber un profesional detrás de eso y este tiene que ser recompensado económicamente.
- Crear redes creativas donde lo público y lo privado se unan para trabajar conjuntamente y se puedan recibir ayudas de fondos europeos.
- El mejor político es el que deja que los gestores culturales que son los profesionales de la materia trabajen en total libertad.
- Que la administración pública tenga más sensibilidad.
- Que GECA sirva para conectar las diferentes diputaciones de Andalucía en materia de cultura trabajando en red.
- Apostar por seguir generando una programación estable, donde se una lo académico y el entretenimiento.
- Iniciativas para aumentar la demanda cultural y la sensibilización.
- Asumir riesgos pese a que esa idea parezca no tener éxito.

- Apostar por recursos de la Unión Europea para llevar a cabo programas europeos.
- Apertura de espacios públicos para dotarlos de vida cultural.

## PROYECTOS INSPIRADORES

- LA LOQUERÍA (antiguo manicomio en Barcelona). Espacio con una inmejorable organización que hacía uso del reciclado.
- LA INVISIBLE (Málaga).
- THE ISLAND, Bristol (UK). Complejo de estudio, instalaciones de arte y espacio. La Isla es parte de la empresa de interés comunitario de Artspace Lifespace, que recicla propiedades vacías, infrutilizadas y problemáticas para convertirlas en recursos creativos florecientes.
- EL MATADERO (Madrid).
- LA CASA ENCENDIDA (Madrid) Centro social y cultural de la Fundación Montemadrid, un espacio abierto y dinámico, donde conviven algunas de las expresiones artísticas más vanguardistas con actividades educativas, de reflexión y de debate, que giran en torno a sus cuatro áreas de actuación: Cultura, Solidaridad, Medio Ambiente y Educación.
- SUMMER HALL, Edimburgo (Escocia) Este espacio está abierto al público durante todo el año y alberga eventos de los principales festivales de la ciudad. Cuenta con espacios de teatro y galerías, bibliotecas y pequeños museos, programas educativos y de investigación, estudios y talleres.
- CCCB, Barcelona. Es un espacio para la creación, la investigación, la divulgación y el debate de la cultura contemporánea, donde las artes visuales, la literatura, la filosofía, el cine, la música, las artes escénicas y las actividades transmedia se interconectan en un programa interdisciplinar.
- MEDIALAB PRADO, Madrid. Es un laboratorio ciudadano que funciona como lugar de encuentro para la producción de proyectos culturales abiertos. La actividad se estructura en grupos de trabajo, convocatorias abiertas para la producción



de proyectos, investigación colaborativa y comunidades de aprendizaje.

- TABAKALERA, San Sebastián. Es un centro de cultura contemporánea con una doble vocación: ser un centro de producción y ofrecer una programación pública de actividades. Estos dos ejes atraviesan todas las áreas del proyecto, que se rigen por la creación, la formación a partir de la reflexión y la exhibición. Además de servir como lugar de apoyo a la profesionalización de artistas y creadores, también genera programación para diferentes públicos y pone a disposición del público general herramientas de acercamiento y acceso a la cultura contemporánea y a la creación.
- ALHÓNDIGA, Bilbao Espacio de descanso y entretenimiento con múltiples exposiciones.
- LAS NAVES, Valencia. Es una entidad pública que depende del Ayuntamiento de Valencia y que promueve la innovación urbana con una clara apuesta por las personas, poniéndolas en el centro de la acción innovadora.

## 5.2. LÍDERES DE OPINIÓN

### FORTALEZAS

- Territorio virgen, desconocido y diverso.
- Tierra de historia.
- Tierra de fronteras.
- Heterogeneidad.
- Comienza a existir una programación estable en algunos ámbitos. (En la UAL dos cines clubs: uno con el Ayuntamiento y otro con la Junta de Andalucía, el Círculo Delicatessen con programación en las bibliotecas).
- Hay instituciones que trabajan por la cultura.
- El proyecto Más Cultura pone de manifiesto que existe conciencia y voluntad de cambio y mejora.
- El Ejido, con el festival que organiza.

- Roquetas con su programación cultural.
- Almería no solo tiene infraestructuras culturales a nivel general como son la UAL, Diputación, etc., tiene pequeños crepúsculos muy importantes como Roquetas, El Ejido, Almócita, Berja, Los Vélez, etc.

## DEBILIDADES

- Falta de profesionalización en el sector cultural.
- En el ámbito de la cultura se necesitaría que se hiciese aún más, desde el Área de Cultura y Cine de la Diputación de Almería y el Instituto de Estudios Almerienses.
- Falta coordinación interinstitucional.
- Existe la contraprogramación.
- Los espacios históricos de Almería y provincia no suficientemente preparados para trabajar desde un punto de vista cultural.
- En Almería se ha abusado mucho del turismo de sol y playa, perjudicando así al turismo cultural; que es el que inyecta más dinero en la provincia.
- Los ciudadanos desconocen cuáles son las propuestas culturales que hay en un determinado momento en toda la provincia de Almería. La forma de obtener esta información es hacer una búsqueda entidad por entidad.
- Los localismos .
- Los Ayuntamientos han abusado de usar fondos para restaurar edificios, hacer pabellones de deportes, auditorios etc. y el problema no es crearlo o restaurarlo sino dotarlo de vida y hacer una programación con actividades pensadas para los habitantes de esos pueblos: pequeños talleres, fomentar el desarrollo cultural etc. Es importante poner luego esos edificios en manos de otra entidad que en un momento determinado quiera realizar una actividad.
- No existe concienciación territorial.

- Debilidad medioambiental, no solo con la comunión con la naturaleza, conservación, sino en cuanto al concepto de masificación, la contaminación etc. ya que a veces si la actividad cultural es masiva implica una contaminación en sí misma de personas. (Se piensa que una actividad cultural es mejor porque tiene mucha gente y no es cierto. La masificación de querer crear moda lo único que consigue es dañar el propio recurso cultural.
- La información. Esta es una debilidad clave; a veces se están generando actividades excelentes en el territorio, pero se sigue adoleciendo de una red, redes sociales que haga llegar información de cosas interesantes a todo el mundo.
- Las comunicaciones, en cuanto al desplazamiento también son bastante deficientes. Si queremos complementar e implementar ese territorio debemos hacer un esfuerzo tanto en información como en comunicación.
- Existe una descompensación a la hora de desarrollar las actividades.
- La formación; porque para ser un buen gestor cultural es requisito capital. No solo de los propios agentes que tienen que dinamizar el territorio, sino de los propios promotores.
- La imaginación y la creatividad (que evitaría las contraprogramaciones).
- Escasez de industria cultural regional.
- La ley de contratación con escasez de personal.
- Poca inversión en cultura desde siempre.
- Falta de creencia por parte de las instituciones en cultura produciendo una escasa infraestructura humana para promover proyectos.
- Los propios almerienses desconocen la cultura, no se identifican y piensan que Almería no tiene cultura.
- Abandono de Almería por parte de la Junta. La inversión que se ha hecho en cultura en otras provincias andaluzas no se ha hecho en este territorio aún habiendo cambios de gobierno.

## NECESIDADES

- Abrir espacios de titularidad pública para el público y dotarlos de vida cultural poniendo así en valor su historia y llevar a cabo diferentes actividades formativas.
- La contraprogramación debe ser complementaria e implementaria.
- La Diputación de Almería, tiene unos fondos y unas competencias reguladas en la Ley, que están destinadas al territorio (no a la ciudad de Almería) y en el ejercicio de sus funciones tiene que vertebrar ese territorio. Por tanto, su concepción no debe ser localista ni urbanista.
- Generar la autogestión cultural del ciudadano sabiendo trabajar en un doble nivel: gestor profesional y autogestión ciudadana para proyectos culturales.
- Existen buenos equipamientos, pero hay que revisar las programaciones, hay que ver si los resultados que se obtienen corresponden con los esfuerzos que se realizan, y completar estos equipamientos desde casa de cultura, centros cívicos, sala de espectáculos o servicios públicos como bibliotecas etc. y también habría que dar lugar a la creación de otros espacios pensando en esa autogestión auto ciudadana que escasea en Almería: MediaLabs (laboratorios multimedia).
- Fomentar que los espacios culturales sean espacios de encuentro intergeneracional, acercándolos a los jóvenes y detectando sus inquietudes.
- Poner el valor el legado patrimonial que tenemos dando paso a un turismo sostenible.
- Crear estudios o informes sobre la oferta que existe, detectar las necesidades y conocer la demanda de la ciudadanía. Para conjugar propuestas culturales dirigidas a diferentes públicos.
- Realizar un programa de formación de gestión y difusión cultural para dinamizar la comarca y que en ese programa se trabajara una visión integral del territorio creando especialistas que trabajaran en la difusión cultural trabajando precisamente en

la dinamización del territorio, espacio, pueblo, donde no hay una oferta cultural.

- Trabajar la cultura en el ámbito educativo.
- Almería necesita buscar referencias de identidad específicas, aquellas cosas que la singularizan y que no poseen otros territorios. "La paz de las Alpujarras" "El Teatro del Siglo de Oro".
- En cuanto a las infraestructuras, entendiéndolas per se y como equipamiento, existen necesidades en tres vías.: Infraestructuras como equipamiento humano, materiales y organizativas.
- Realizar estudios realmente prácticos y obtener datos cuantitativos y también cualitativos sobre, qué se quiere, qué se conoce, qué se necesita, qué gusta o no etc. Por eso es importante saber cuál es el capital humano con el que contamos.
- El patrimonio debe cobrar valor, pero a veces no se conoce porque ni siquiera está estudiado y menos divulgado.
- Concienciar en rentabilidad.
- Concienciar en el concepto medioambiental, porque a veces los pequeños formatos dan muy grandes resultados.
- El área de cultura de la diputación está obsoleta en las formas de diseñar y se programa de espaldas a los ciudadanos, lo que no funcione que se revise y se busque otra alternativa.
- Pensar que en Berja hay menos licenciados y universitarios que en la capital es un grave error, porque quizás encontremos más títulos universitarios en un pueblo que en la ciudad y querer aplicar unas actividades culturales a un pueblo con unos niveles culturales de hace veinte años es un error.
- Querer tener presente que un pueblo siga siendo un pueblo en el concepto de hace cincuenta años es una visión muy equivocada. En Vera, por ejemplo, en el área de Puerto Rey, tiene unos niveles y una creencia en la cultura, en la música y demás, que a lo mejor no lo tiene cualquier barrio de la ciudad de Almería.
- Las actividades culturales y las estrategias deben pasar por los sentidos y contemplar un concepto emocional. Claro ejem-

plo del éxito de la Paz de Alpujarras que se vive y se siente en tres dimensiones. Va mucho más allá de enseñar un traje de época y mostrarlo de una manera mucho más participativa.

- Coordinación interdepartamental para evitar contra programación y que las instituciones se incorporen a proyectos y que sean conscientes que, si se hace un proyecto conjunto entre cuatro instituciones, ese proyecto tiene que estar coordinado.
- Diseñar programaciones culturales estables y educar en cultura, no vale traer a un cantante estrella y punto, si no que hay que tener ciclos culturales para darle vida a la ciudad o la comarca, adecuados además a la época del año.
- Aprovechar los recursos de cada pueblo porque sumarán valor añadido a la actividad cultural.
- La gente joven se educará en cultura en la medida que se vaya teniendo una programación estable. Además, hay que ofrecer actividades específicas para ellos en museos y establecer tarifas especiales.
- Coordinar con las infraestructuras de la localidad, porque ellas son las que saben lo que funciona allí.
- Cuando la programación la lleve a cabo el Área de Cultura y Cine debe tener en cuenta los centros locales. Almería no solo tiene infraestructuras a nivel general, como la Universidad, Diputación, etc. tiene además pequeños crepúsculos que han nacido en Roquetas, El Ejido, Almócita, Bérja, Los Vélez y si ya existen, no tenerlos en cuenta sería un grave error.
- La programación cultural debe ser estable y sostenible en el tiempo (incluyendo las sorpresas de la propia programación para que no sea aburrida y salga de la propia monotonía que ofrece la diputación).
- La programación cultural debe ser sometida a análisis de resultados.
- Es necesario estimular las actividades culturales promovidas por el tercer sector para promover la autogestión y la formación de redes en espacios compartidos.

- Promover la formación para aquellas personas con inquietudes en la autogestión es complejo, no solo económicamente.
- Establecer sinergias con otras organizaciones que existen: zona del levante almeriense, asociaciones de extranjeros que viven en Almería, asociaciones foráneas a la provincia pero que hacen provincia etc.
- Dar importancia a las relaciones internas y externas de la provincia sabiendo que Almería no está sola.
- Desarrollar acciones específicas sobre inmigración en centros culturales, casas de cultura, bibliotecas etc.
- Tomar conciencia que Almería es una tierra de fronteras para llevar a cabo estrategias diferentes.
- Necesidad de un director de orquesta.
- Actualización, renovación, formación exhaustiva y revisión de las tendencias culturales e incluirlas en la programación cultural, adaptándolo a la personalidad de la provincia de Almería.

## SOLUCIONES

- Transdisciplinariedad con enfoque transversal de diferentes proyectos.
- Puentes entre la universidad y prácticas artísticas, mediante seminarios internacionales, ediciones de libros, traducciones, etc. Vinculando a las actividades culturales la parte científica de investigación o académica.
- Promover actividades en colaboración con diferentes instituciones públicas y privadas.
- La Universidad debe mirar también por la provincia: cursos de verano.
- Difusión en el ámbito educativo en historia del arte y patrimonio cultural.
- Generar señas de identidad, memoria, cultura, etc. en jornadas, debates, cursos, colaboraciones, etc.

- Realizar un proyecto que sirva para cohesionar y crear algo importante en la provincia de Almería, buscando referencias que conviertan a Almería en un espacio de cultura.

## PROYECTOS INSPIRADORES

- Fundación Monte Madrid. Entidad privada sin ánimo de lucro que busca la igualdad de oportunidades, una ciudadanía participativa, conservación del medioambiente y creación artística de los jóvenes mediante los cursos, exposiciones, plataforma virtual (La Casa Encendida).
- El Gobierno Vasco en programas de innovación cultural.
- Planes estratégicos de Castilla la Mancha.
- Fundación Santa María de Albarracín (Teruel): Programa de patrimonio que abarca la difusión y rehabilitación consiguiendo crear un espacio, un pueblo, con unas características particulares.
- Convento de los Padres Mínimos de Vera.
- Ayuntamiento de Laujar de Andarax, en la restauración de la Casa de los Moya, "Centro cultural hispano- filipino".
- Centro Virgitano de estudios históricos de Berja.
- El Instituto Cervantes de Manila.
- El Instituto Cervantes de Milán: referente en cuestiones de redes online.
- Ayuntamiento de Stuttgart, Bremen, Hanover y Renania Palatino en cuanto a programaciones estacionales.
- Ayuntamiento de Albarracín en cuanto al patrimonio.
- Consejería de Extremadura y Aragón en tema de pueblos abandonados.
- Instituto de la Diputación de Gerona en cuanto al modelo comarcal.
- Instituto Fernando de la Diputación de Zaragoza sobre centros de estudios menores.
- País Vasco sobre la cultura en territorios comarcales.



- Institución Príncipe de Asturias que todos los años además de dar premios restauran pueblos.

### 5.3. SECTOR PÚBLICO

#### FORTALEZAS

- Técnicos y promotores culturales.
- Red de técnicos en la provincia.
- Gran cualificación.
- Almería es la provincia de Andalucía que más publicaciones en editoriales hace, contando con ocho editoriales de manera permanente (este año ocupa el tercer puesto detrás de Madrid y Barcelona).
- El mapa cultural es de máxima calidad.
- Elevada implantación de asociaciones culturales, tanto en la capital como en la provincia de gran calidad profesional.
- El Ejido Festival de Teatro.
- Clasi jazz. Función social, cultural y permanente de referencia.
- Patrimonio histórico e industrial.
- Las bibliotecas públicas: clubes de lectura con gran impacto en la provincia.
- Voluntariado muy activo, incluso el juvenil.
- Existen muchos promotores y técnicos.
- Excelentes profesionales públicos.
- La oferta cultural es superior a otras provincias.

#### DEBILIDAD

- Desconocimiento de la oferta cultural en Almería.
- Falta de sinergias entre actividades complementarias y programación.
- Gran temporalidad en la contratación de promotores y técnicos.
- Los profesionales públicos de largo recorrido y experiencia no son muchos.

- Gran rotación de trabajadores públicos que da lugar a la inexistencia del conocimiento total de la realidad de Almería.
- Escaso acceso a las nuevas tecnologías.
- Escasa interrelación entre los diferentes sectores de la cultura: no existen foros donde relacionen el sector del cine, del teatro, literario, etc.
- Poco conocimiento del mapa cultural en Almería no solo entre los diferentes sectores sino también geográficamente.
- Insuficiente inversión de los presupuestos de los ayuntamientos en cultura (más de una década estancados).
- Desconocimiento de las competencias legales, principalmente para la Diputación.
- Mal reparto de las ayudas públicas.
- Falta de profesionalización principalmente en el ámbito de las artes escénicas.
- Falta de redes entre sectores y técnicos para hacer programación.
- Falta de reconocimiento a la cultura tanto por nosotros mismo como por los políticos.
- Mal uso que se le da al patrimonio cultural utilizándolo casi siempre para el consumo turístico.
- Falta de compromiso por parte de los responsables políticos que no conocen el valor del desarrollo económico de la cultura.
- Falta de reconocimiento de la actividad cultural como generador de riqueza.
- Comunicaciones terrestres, aéreas, etc.
- Politización de la cultura, si hay cambios electorales se rompen consorcios e influyen en la temporalidad de los trabajadores públicos. También afecta a la hora de recibir subvenciones.
- Ausencia de subvenciones y ayudas económicas al sector cultural, que si llegan se reparten de manera arbitraria.
- Atomización de la cultura.

- Desconocimiento del retorno de la inversión en cultura por parte de los propios técnicos.
- No existen redes desde la administración pública para intercambiar buenas prácticas.
- Demasiada gestión indirecta, porque los ayuntamientos están contratando empresas para que gestionen proyectos.
- Estancamiento de ciertos programas culturales.
- Los espacios culturales tienen problemas de accesibilidad.

## NECESIDADES

- Elaboración de una ley de la cultura y la gestión cultural para reflejar las competencias.
- Es necesario que los técnicos conozcan los territorios y sepan qué puede funcionar.
- Es necesario que la Diputación lleve a cabo jornadas de formación para los concejales, enfocando no solo la cultura, sino el desarrollo económico.
- Dar formación sobre el retorno social y económico de la cultura a los propios técnicos.
- Crear sinergias entre ayuntamientos, promotores privados, agentes y acceder a subvenciones por ejemplo de la Unión Europea.
- Crear redes para conocer experiencias y detectar necesidades.
- Profesionalización y formación de la gestión cultural.
- Formación de programas más allá de lo local y provincial para conocer otras realidades.
- La difusión sobre la oferta cultural.
- Apuesta por un consorcio público-privado en apuesta sobre difusión de la oferta cultural.
- Posibilitar acceso a nuevos ámbitos de la cultura a través de nuevas estrategias.
- Fortalecer una estructura de conexión entre los técnicos de cultura, no solo para garantizar la asistencia técnica a los

ayuntamientos sino crear mecanismos de participación de los técnicos públicos y privados de manera permanente.

- Es urgente y necesario el acceso a nuevas tecnologías.
- Asesorar técnicamente la gestión y el mantenimiento de los espacios culturales (hay espacios muy buenos que se usan dos o tres veces al año).
- Contextualizar las ofertas para los públicos.

## SOLUCIONES

- Las administraciones públicas (ayuntamientos) deberían mantener la contratación de los técnicos a largo plazo.
- Que la Diputación continúe haciendo intercambios de experiencias culturales entre los gestores de manera periódica.
- Crear una plataforma apoyada por todos los sectores públicos, privados y organismos, para que cualquier persona sepa en cualquier momento la oferta cultural que existe en Almería.
- En cuanto a los espacios culturales se podía recuperar desde Diputación los técnicos que iban por la provincia y controlaban los temas de sonido y luces.
- Elaborar un plan estratégico y llevar a cabo independientemente del color político que impere en la Junta, ayuntamientos, etc.
- Que los promotores culturales y técnicos estén formados y tengan un intercambio de experiencias (la formación dará lugar a formar e informar).
- Establecer relaciones entre el área de Cultura y el área de desarrollo local, para ver la relevancia que la cultura tiene como generadora de riqueza.
- Conocer a fondo nuestro territorio y así conoceremos el impacto que la cultura tiene sobre él.
- Búsqueda de aliados.
- La cultura como desarrollo local para luchar contra el despoblamiento; y generar puestos de trabajo, y se haga difusión del municipio.

- Dar importancia al público juvenil (llevar a cabo circuitos específicos para ellos) y a los programas europeos.
- Adaptarnos a nuevas estrategias de programas y los cambios sociales, teniendo en cuenta los gustos de las personas jóvenes.
- Conocer sobre la rentabilidad económica de las actividades culturales.
- Generar nuevos públicos y cuidarlos.
- La importancia de educar sobre cultura en las escuelas, reforzando la programación de actividades en los colegios.
- Redes de colaboración entre ciudades y municipios.
- Diseñar un plan para que todos tengamos acceso a los espacios públicos de la provincia.

## PROYECTOS INSPIRADORES

- Almócita: proyectos con gran repercusión económica y social para el pueblo, consiguiendo aumentar la población, su índice socioeconómico y el fortalecimiento ecológico.
- Los Candiles, es una muestra de desarrollo sostenible.
- Turismo de Almanzora.
- Purchena: único club de lectura juvenil registrado en la junta de Andalucía.
- Clasijazz.
- Festival de Jazz de Carboneras, ejemplo de nuevas estrategias.
- Ureña (Valladolid) donde hay más bibliotecas que bares.

## 5.4 SECTOR PRIVADO

### FORTALEZAS

- Tierra de luz.
- Tierra de cine.
- Tierra referente y admirada por muchos visitantes que tienen un alto nivel cultural.
- Tierra valorada por sus artes plásticas.

- Tierra histórica.
- Tierra de grandes artistas.
- La cultura es motor de desarrollo económico y social.

## DEBILIDADES

- El arte contemporáneo está olvidado.
- Carencias comerciales.
- Falta de conocimientos en cultura de los representantes públicos.
- Falta de reconocimiento y valoración sobre quienes conformamos el sector cultural de Almería y en qué consiste nuestro trabajo.
- Pocos contactos o colaboraciones con instituciones a pesar de generar proyectos internacionales y dar a conocer Almería.
- La cultura se mueve por los intereses personales de los políticos.
- Los medios de comunicación dan poca difusión a proyectos culturales interesantes.
- Idea errónea; que presume sobre que un artista o gestor, cuanto más sufra mejor se organiza.
- La administración no toma en serio nuestro trabajo.
- Las comunicaciones.
- Almería es una gran desconocida en sí misma. No se pueden dejar las colecciones de arte internacionales en un museo y que el pueblo no las visite.
- La historia del arte contemporáneo que es universal, está ninguneada.
- Las artes plásticas tienen una situación muy complicada en Almería.
- En Almería no se ha ido evolucionando a la par que se ha hecho en Europa.
- Se confunde una exposición de artistas profesionales con una exposición de alguien que hace manualidades.
- Falta de comunicación directa.
- Falta de reconocimiento profesional.

- Falta de comunicación y humildad por parte de nuestros representantes políticos a la hora de escuchar.
- No continuidad en proyectos artísticos importantes.
- Agotamiento de los profesionales del sector y sensación de no avanzar.
- No trabajan los mejores sino los que mejores relaciones tienen con los políticos. Situación que conlleva a la falta de exigencia y motivación para ser mejor profesional.
- Falta de conectividad.
- Los medios de comunicación se han vuelto más mercantilistas.
- Falsa imagen de los trabajadores del sector privado.
- Falta de sensibilidad.
- Estancamiento en el crecimiento del consumo cultural.
- Falta de apoyos y preocupación.
- Obligación de demostrar continuamente lo que somos y lo que hacemos.
- En la etapa Covid19, soledad absoluta.
- Falta de unión entre todos los que trabajan en el ámbito cultural.

## NECESIDADES

- El arte que forma parte de la cultura patrimonial de un país tiene que estar protegido institucionalmente.
- Más sinergia más intercambio.
- Apoyo de gestión y económico.
- Ofrecer infraestructuras que acojan proyectos de artes plásticas.
- Ayudas para recibir fondos de la Unión Europea.
- Falta de apoyo institucional.
- Necesidad de recibir "algo" por realizar un trabajo que pone siempre a Almería por delante.

## SOLUCIONES

- Hacer una mayor promoción por parte de las instituciones públicas.

- Fomentar las relaciones y comunicaciones entre todos para que se sepa que Almería cuenta con cineastas palestinos, fotógrafos de reconocimiento internacional y artistas de Estados Unidos.
- En los países de Europa existe un apoyo exhaustivo y una preparación de los artistas enormes y a sus proyectos en todas las disciplinas.
- Dar ayuda a promotores, distribuidores y gestores (no directa) porque así se da trabajo a todo el mundo.

### PROYECTOS INSPIRADORES

- En Europa se cuidan a los artistas y a sus proyectos.
- Málaga volcado con el sector cultural privado.

### 5.5. PROPUESTAS INNOVADORAS.

A continuación, se exponen diferentes propuestas (útiles y necesarias) extraídas de las diferentes reuniones que, ponen de manifiesto la necesidad e inquietud de los profesionales del ecosistema cultural almeriense, para hacer que la cultura en Almería se reconozca como un bien esencial.

- Creación de un PROYECTO DE CIRCUITOS DE ANDALUCÍA entre las 8 provincias como alternativa a lo que ofrece la Junta para ampliar opciones de trabajo.
- Creación OBSERVATORIO DE CULTURA EN ALMERÍA para promover diálogo y debate.
- Creación PÁGINA web donde un ciudadano tuviera acceso libre a toda la PROGRAMACIÓN CULTURAL en un solo clic.
- Creación de un PROYECTO que conectase a las ASOCIACIONES AUTOGESTIONADAS de toda Andalucía.
- Establecimiento de REDES con asociaciones, empresas, administraciones de otras provincias con objeto de crear más trabajo, más dinamismo y se colabore conjuntamente.



## 6.- JORNADA DE CONTRASTE

El 1 de julio de 2021 se celebró de manera online la Jornada de Contraste para establecer un espacio participativo y de reflexión en el que el sector profesional pudiera realizar aportaciones y ofrecer su visión.

Además de conocer en profundidad la realidad del sector cultural de Almería en manos de grandes profesionales, se pretendía seguir extrayendo datos y conclusiones que sumaran a este proyecto de fortalecimiento de la cultura en la provincia de Almería.

### 6.1. Programa

10:00 Inauguración de la jornada. Manuel Guzmán de La Roza, Diputado de Cultura y Cine de la Diputación de Almería y Rafael Morales Astola, presidente de GECA.

10.15 Presentación del Observatorio de la Gestión Cultural en Andalucía, a cargo de Rafael Morales Astola, Presidente de GECA

10:30 Presentación del informe sobre expectativas y consecuencias de la pandemia en el sector de la cultura en nuestra provincia. Amparo Rodríguez Huertas, coordinadora del estudio y Adrián Yáñez Romero, gerente de GECA

11:15 Pausa

11:30 Mesa redonda. «Estrategias para el fortalecimiento de la cultura en la provincia de Almería

Ponentes:

*Mª del Mar Ruiz*, Vicerrectorado de Comunicación y Extensión Universitaria de la UAL.

*Ramón Aparicio*, Jefe del Departamento de Animación Cultural de la Diputación de Almería

*Rosa Muñoz*, Gestora Cultural y Directora de Meca Mediterráneo Centro Artístico

*Carlos Vives*, Gestor Cultural y Presidente de la Asociación Cultural «La Oficina»

Modera:

*Rafael Morales*, Presidente de GECA

12:30 Debate y conclusiones

13.00 Clausura de la jornada

Enlace para ver íntegramente la celebración de esta la jornada.

<https://gecaandalucia.org/2021/06/jornada-mas-cultura-almeria-contraste-y-codiseno-de-estrategias-de-fortalecimiento-de-la-cultura-en-la-provincia-de-almeria/>

## 6.2. Mesa de debate y diálogo

Al final de las intervenciones de los invitados a la mesa redonda, el presidente de GECA Rafael Morales Astola, moderador de la misma, formuló una serie de cuestiones a los invitados sobre los temas tratados. Las respuestas a las preguntas las dejamos registradas en lo que sigue.

A la Vicerrectora de la Universidad de Almería María del Mar Ruiz respondió de la siguiente manera sobre la necesidad de vincular la Universidad al territorio:

“Es cierto que ahí hay una necesidad. No obstante, la Universidad de Almería en principio, es accesible a todo el mundo, aunque tenga una valla, la valla no es una valla física, se puede acceder a los espacios. Nosotros tenemos un programa de antiguos alumnos y amigos que, al inscribirse, automáticamente tienen acceso a la Biblioteca. Gracias a esto, pueden utilizar la biblioteca, acceder a descuentos o a

parte o al total del programa cultural. Este programa cultural está abierto al ciudadano, aunque no se puede matricular cualquier ciudadano, es cierto que, si eres miembro de la universidad o miembro de la Asociación de Antiguos alumnos y amigos, tienes acceso a ese proyecto. Lo pusimos en marcha hace un par de años y tenemos una vía importante de participación de esa sociedad de nuestro entorno en toda la propuesta que nosotros lanzamos a la sociedad. Comentamos que estamos diseñando el Plan Estratégico de los próximos cuatro años de uno de los ejes transversales el liderazgo Cultural de la Universidad Almería, y una de las estrategias que tenemos diseñada es generar acciones que permitan que la ciudad venga que los ciudadanos vengan al campus universitario o sea que lo tenemos más o menos contemplado”.

La pregunta A Ramón Aparicio Jefe del Departamento de Animación Cultural de la Diputación de Almería, se centró principalmente en la programación masiva de actividades culturales en aquellas zonas alejadas de las grandes urbes, municipios rurales con necesidad también de saciar su derecho a la cultura.

“Efectivamente uno de los defectos que seguimos teniendo en la provincia, es la propia conectividad básica, simplemente todo lo que tenemos a nuestro alcance en la zonas más urbanas, en los pueblos todavía no está. Si queremos luchar fundamentalmente contra la despoblación, sea con acciones culturales, con acciones sociales o acciones de tinte más económico, irremediamente tiene que pasar exclusivamente por eso, para que la gente no solo no se nos vaya, sino que muchas profesiones puedan revertir su actividad en los municipios, ¿por qué? Porque es la base del futuro. Tengo aquí experiencias que están ya haciéndose en muchos municipios de la provincia, que, con sus

reuniones, están atrayendo a profesionales, llámense arquitectos, ingenieros, etc. Sus proyectos los están haciendo desde allí, desde los municipios. Entre otras cosas, en la provincia de Almería la mayoría de los municipios pequeños, están muy cerca de centros urbanos con servicios que la gente requiere. En este sentido la informática y las redes son fundamentales. Hay una cosa que nunca se habla, que son las redes y que suele fallar mucho en la provincia como es la conectividad en sí mismo, hay que potenciarla bastante. Ahora mismo hace falta invertir en recursos económicos, materiales y sobre todo informáticos, eso es imprescindible”.

La pregunta que formuló a Rosa Muñoz directora de MECA, versaba sobre la necesidad de adaptación continua a la que es sometido el sector privado. La respuesta de ella fue:

“Evidentemente la adaptación tiene que venir por parte de todo. El propio o la propia esencia del artista hace que se adapte quizá mucho más rápido y mucho mejor, porque su propio proceso creativo en sí mismo es pura adaptación. Pero la institución pública, obviamente, también se tiene que adaptar y para eso debe crear redes de trabajo, porque la unión hace la fuerza fundamental. La ciudadanía tiene que tener una educación cultural fundamental y para esto debe estar el compromiso de las universidades, de los centros docentes, etc. para decir que necesitamos partir de una educación porque eso es fundamental para que una ciudadanía sea culturalmente sostenible, puede avanzar y se pueda reivindicar con fuerza a las instituciones, y a los políticos en general. Es muy importante establecer sistemas educativos, pero no vamos a darle la responsabilidad solo a los centros docentes y universidades, todos somos responsables de eso y por eso es muy importante dentro de

esos compromisos culturales que, nosotros aportemos este conocimiento a la ciudadanía permaneciendo cerca de ella. Hay que practicar la educación cultural y artística, primero desde lo local y luego elevándolo a lo universal. En referente a los pueblos, por ejemplo todas las experiencias que hemos tenido que han sido muchísima en la provincia de Almería y en otras provincias de Andalucía, han sido maravillosas, además cuando ves esos niños con los que trabajas en esos pueblos, que están ansiosos por tener nuevos conocimientos y muchos de ellos se han convertido en profesionales de la cultura, eso es un reconocimiento, una maravilla que de verdad me emociono cuando pienso muchos nombres que ahora son o bien escuelas de arte o bien son artistas y nacen de esos territorios, y eso es muy importante que también seamos todos conscientes y que aunque vivamos en Almería capital sí que formamos parte de toda una provincia y tenemos que estar ahí con todos ellos”

Para finalizar Rafael Morales expuso sobre la mesa para interrogar a Carlos Vives, presidente de la Asociación Cultural La Oficina el concepto de lo comunitario en Andalucía que, según su parecer, aunque se practica no está atendido por los poderes públicos y que sería bueno que desde ellos se crearan las condiciones favorables para esas prácticas de autogestión, de creación y gestión comunitaria:

“Esto es una necesidad y poco a poco estamos tocando las puertas de las instituciones. Ahora empieza a haber un crecimiento. Existe poca o escasa capacidad de diálogo entre las administraciones públicas y eso dificulta la posibilidad de seguir con esa actividad profesional de manera digna. Por ejemplo, en verano los artistas tienen más bolos, pero luego hay una caída en otoño. También ha habido un intento por parte del Ministerio para solucionar este tipo de

cosas. Desde la REA, también se está trabajando en presentar propuestas en este ámbito. Pienso que hay que cuidar también la forma, los espacios, los lugares, las redes, a la gente; y continuar”.

### 6.3 Aportaciones online

Se dio la oportunidad a los que siguieron la Jornada de enviar por mail sus inquietudes y puntos de vista con respecto a los temas tratados en el día. Aquí exponemos las respuestas que nos hicieron llegar.

#### **María Dolores Gallego**

#### **Artista visual Doctora en Historia y Artes - PhD in History and Art**

Os apporto diversas ideas que creo que podrían ser interesantes y convenientes incluir en la memoria del proyecto y/o para tener en cuenta en el desarrollo del mismo e, incluso, para futuros programas de apoyo, promoción y difusión cultural en la provincia de Almería y, también por extensión, en la Comunidad Autónoma de Andalucía.

Como artista visual, docente de la Universidad de Almería, investigadora en diversos proyectos de I+D+I y miembro de la Junta Directiva de la Unión de Artistas Visuales de Andalucía - uavA:

En primer lugar, me gustaría felicitaros de nuevo por el proyecto puesto en marcha y sus diversas acciones tan necesarias que se han llevado y se están llevando a cabo en estos momentos tan críticos para el sector cultural andaluz y, más concretamente, en el ecosistema artístico y cultural de Almería. Por ello, es conveniente daros la enhorabuena por las intervenciones de los diversos profesionales que han participado en la jornada de esta mañana. Además, nos encontramos en un momento muy oportuno para poner sobre la mesa este tipo de cuestiones ya que, en diciembre de 2019 la ONU, a través de la resolución A/RES/74/198, declaró el año 2021 como el

“Año Internacional de la Economía Creativa para el Desarrollo Sostenible” (ONU, 2019).

Por otra parte, desde mi posición como artista contemporánea andaluza, me gustaría incidir en la idea de no olvidar -como punto generador de la cultura contemporánea en sus diversas disciplinas artísticas- a los creadores actuales. Por ello, creo necesario incluir a los artistas y colectivos artísticos del momento dentro de los agentes beneficiarios de las posibles y futuras ayudas y programas de apoyo junto a promotores, gestores y distribuidores. Si no hay creación y producción de arte contemporáneo, no se pueden llevar a cabo acciones de difusión, promoción ni distribución de éste, tanto en la provincia de Almería como fuera de ella. Tal y como pude comprobar e indiqué en mi tesis doctoral sobre El sistema del arte emergente global. Trayectorias artísticas y mecanismos de legitimación en Andalucía (España) y el Estado de São Paulo (Brasil) (defendida en 2019 y disponible para su consulta en el siguiente enlace: <https://digibug.ugr.es/handle/10481/55981>), los artistas y/o colectivos artísticos son el punto de origen de todo el sistema cultural a nivel mundial ya que éste se desarrolla en torno a ellos y sus producciones artísticas. Por ello, no podemos olvidarnos de los creadores actuales y debemos tenerlos en cuenta como agentes imprescindibles e insustituibles dentro del sector y ecosistema cultural, tanto a nivel local como global. En definitiva, no podemos olvidar que las obras de arte y producciones artísticas de los creadores actuales serán nuestro futuro patrimonio cultural y artístico.

Por otra parte, también destaco como puntos y propuestas interesantísimas:

Recuperar espacios históricos y patrimoniales de la ciudad y provincia para darles vida a través de propuestas híbridas culturales y contemporáneas.

Crear una verdadera red colaborativa de creación, difusión y gestión cultural entre diversos agentes del ecosistema actual,

promoviendo propuestas en conjunto desde las instituciones y entidades públicas y privadas.

Configurar un proyecto cultural, itinerante o de intercambio, entre las 8 provincias andaluzas.

¡Es algo fundamental y muy necesario!

Y, por último, debemos destacar la importante labor de las universidades andaluzas, como la Universidad de Almería, ya que son instituciones esenciales para la construcción del saber y la experiencia artística y estética del momento, tanto para la comunidad universitaria como para la sociedad en general y, sobre todo, local; como también menciono en las conclusiones de mi investigación de tesis doctoral.

Así que, compañeros/as, me sumo a la reivindicación de que la cultura no es un mero entretenimiento, sino es conocimiento y un importante motor económico y de cambio social. De hecho, proyectos como la "Nueva Bauhaus Europea", hacen reivindicar el valor de la innovación y el desarrollo vinculado a la creatividad que parte de las propias prácticas artísticas contemporáneas desde una perspectiva interdisciplinar. El objetivo es abrir un espacio de encuentro para diseñar futuras maneras de vivir que se sitúan en la encrucijada entre el arte, la cultura, la inclusión social, la ciencia y la tecnología.

### **Toña Gómez Artista plástica**

Me alegra deciros que la asistencia a la jornada ha sido muy interesante y gratificante. No solo por constatar que ya existe una voluntad de abordar la temática cultural de esta provincia, también por el trabajo previo realizado y el nivel alcanzado por los diferentes sectores participantes.

Al estar en sintonía con el análisis y mapa realizado de INICIATIVAS PARA LA REACTIVACIÓN DE LA CULTURA DESDE LO LOCAL, me remito solo a comentar algunos de los puntos expuestos que creo convenientes desde mi posición como artista plástica y ciudadana. Al margen de los contenidos, la primera ob-



servación es lamentar la ausencia de interlocutores del área responsable de cultura del Ayuntamiento de Almería, acrecentando el alejamiento que existe ante las necesidades de los diferentes colectivos culturales de la ciudad.

Esta falta de participación dificulta el entendimiento para subsanar muchas de las carencias que existen, e igualmente dificulta las posibles acciones a emprender por parte del colectivo cultural, puesto que gran parte de ellas implican al Ayuntamiento.

Observaciones sobre algunos elementos puntuales planteados en la Jornada:

1. Sobre la base de favorecer y separar ocio, espectáculo y cultura... Si bien la cultura, por su amplitud, puede originar también entretenimiento y espectáculo, por el contrario, el ocio, entretenimiento y espectáculo, con frecuencia no son portadores de cultura. Frente al criterio generalizado de que todo es cultural, no es así; la programación, desde lo público, de programas populistas que priorizan la asistencia (no necesariamente la participación) favorecen la desorientación. Este modo de actuar está relegando la cultura, desde lo público, a mero producto de consumo y, en este sentido, el sector cultural no tiene capacidad de reacción. Creo, por tanto, en la necesidad de establecer unos criterios de diferenciación lo más claro posibles, atendiendo a la complejidad que requiere buscando consenso, libre de elitismos y enfoque plural.
2. Sobre la ausencia de referencias de identidad en la cultura mencionada en la Jornada... 2 Creo que por su complejidad requiere una reflexión amplia por tratarse de varios elementos a distinguir:
  1. La derivada de la propia confusión de qué es cultura, reflexión que considero necesaria como punto de partida para cuestionar y valorar el sentido de la cultura en sí y sus referentes de identidad propios.

2. Otro factor que interviene en la existencia de referencias de identidad en la cultura está sustentado en la propia “elección” de quienes la realizan, basada en la “libre expresión”, que como valor cultural es inherente al colectivo interdisciplinar cultural.

Al intervenir este factor humano en la creación de referencias, complejiza, no anula, la necesidad de búsqueda de referentes colectivos, lo que hace que merezca la pena incorporar al debate las preguntas: ¿Qué está sucediendo en la cultura? ¿Qué está sucediendo en la sociedad? Tengo muy claro, desde la libertad de “elección”, la importancia de buscar respuestas a esas preguntas en el contexto de lo próximo o LOCAL (lazos de pertenencia al lugar), en conexión con la extensión global.

Nada no es ajeno, vivimos un tiempo donde todo nos afecta a todos. De ahí la responsabilidad que en este momento tiene la cultura en implicarse más activamente en la recuperación de valores, afrontando los retos que la sociedad actual tiene, lejos del mero consumo mercantil al cual se la quiere relegar.

En esta búsqueda de referencias sería bueno activar programas desde la cultura que nos ayuden a entender dónde estamos y cómo podemos colaborar para progresar individual y colectivamente, potenciadores en su contenido de valores por todos conocidos de libertad, igualdad, inclusión social, inmigración, etc., pasando por la propia habitabilidad de la ciudad o pueblo que habitamos, contribuyendo al mismo tiempo a la sensibilización por la recuperación de la naturaleza y la concienciación por la crisis climática.

- 3 Sobre la carencia de espacios públicos destinados a la cultura en esta ciudad... Sobre esta carencia de espacios físicos con vinculación a organismos públicos, comentar que, a los

ya escasos existentes, les sigue faltando una adecuación para cumplir funciones más actualizadas, mantenimiento, recursos humanos y técnicos, etc. También quiero comentar la necesidad de establecer conexiones y reivindicar los espacios necesarios para el desarrollo de las diferentes disciplinas, teniendo en cuenta no solo aquellos que muestran el resultado final de la actividad, sino también los generados a partir del propio trabajo o actividad (espacios de almacenaje, lugares para ensayos, talleres, etc.) Imprescindibles e inexistentes.

Otras carencias son los espacios polivalentes y multidisciplinarios, cuyos ejemplos y referentes -todos lo sabemos- pueden apreciarse en otras ciudades homologables a la nuestra.

- 4 El problema está en cómo acceder a un espacio público (¡y no morir en el intento!) cuando no existe la disposición desde el organismo público (principalmente, ayuntamiento) a crearlo, al no ver su necesidad ni su repercusión en la ciudad.

Siendo positivos y aunque no sea nada sencillo, se puede conseguir si se tienen claro los objetivos, entendimiento y voluntad colectiva, generando un proyecto de contenidos y viabilidad, en colaboración con el organismo en cuestión.

Todo ello sin menospreciar la capacidad reivindicativa y de presión que puede ejercerse desde un colectivo como es el cultural, que obligara a plantear a lo público un cambio de actitud.

A modo de ejemplo, en la actualidad se está procediendo a la rehabilitación del antiguo hospital provincial, donde está previsto la creación de un museo sobre el realismo en España, en calidad de concesión. Hasta el momento hay desconocimiento sobre el resto del espacio, ya que solo una parte será la empleada para dicho museo. De igual manera existe mucha desinformación sobre otros espacios públicos que podrían ser objeto de alguna iniciativa a proponer.

## MÁS INFORMACIÓN:

ASOCIACIÓN ANDALUZA DE PROFESIONALES DE LA  
GESTIÓN CULTURAL

Tfno: 692 952 238

Web: [www.gecaandalucia.org](http://www.gecaandalucia.org)

E-mail: [comunicacion@gecaandalucia.org](mailto:comunicacion@gecaandalucia.org)

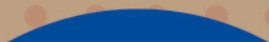
Amparo Rodríguez Huertas – Coordinadora Más Cultura  
[estudios@gecaandalucia.org](mailto:estudios@gecaandalucia.org)

Adrián Yáñez Romero – Gerente GECA  
[comunicacion@gecaandalucia.org](mailto:comunicacion@gecaandalucia.org)





DIPUTACIÓN  
DE ALMERÍA



**GECA**  
PROFESIONALES  
de la GESTIÓN CULTURAL  
de ANDALUCÍA