



PROCESO PARTICIPATIVO PARA LA CONTRIBUCIÓN CIUDADANA EN LA PLANIFICACIÓN ESTRATÉGICA DE LA CULTURA DE HUESCA

Taller con participantes del H100

INFORME DE PARTICIPACIÓN

Organiza:



Laboratorio de Aragón Gobierno Abierto (LAAAB)

Servicio de Participación Ciudadana e Innovación Social

Dirección General de Relaciones Institucionales, Acción Exterior y Transparencia

Departamento de Presidencia, Interior y Cultura

Gobierno de Aragón

Ayuntamiento de Huesca

Asistencia técnica:



📅 12 de junio de 2024

📄 Versión 0 del documento

Proceso participativo para la contribución ciudadana en la planificación estratégica de la cultura de Huesca // Taller participantes H100

RECOPIACIÓN DE VERSIONES DEL DOCUMENTO

VERSIÓN	FECHA	CAMBIOS RESPECTO A LA VERSIÓN ANTERIOR
0	12.06.2024	-

Contacto:

Mariana Cancela Moreira Leite

644 299 469

mariana.cancela4@gmail.com

Índice

1. INTRODUCCIÓN Y METODOLOGÍA.....	1
2. ORGANIZACIÓN.....	1
2.1. FICHA TÉCNICA DEL PROCESO PARTICIPATIVO.....	1
2.2. FICHA TÉCNICA DE LA SESIÓN DE TRABAJO.....	3
3. RESULTADOS OBTENIDOS DE LA PARTICIPACIÓN.....	4
3.1. DIAGNÓSTICO GLOBAL.....	4
3.1.1. ¿Qué está funcionando bien en Huesca?.....	4
3.1.2. ¿Qué no está funcionando en Huesca?.....	4
3.1.3. ¿Qué está funcionando bien fuera de Huesca?.....	4
3.2. IDENTIFICACIÓN DE RETOS.....	4
3.3. PROPUESTAS PARA SOLUCIONAR LOS RETOS.....	5

1. INTRODUCCIÓN Y METODOLOGÍA

Este primer taller del proceso participativo se llevó a cabo durante el día 11 de junio de 2024. Esta sesión de trabajo tuvo como meta recopilar la opinión y valoración de los ciudadanos sobre la oferta cultural actual, sentar las bases para la planificación futura y reunir las acciones específicas que el Ayuntamiento debe llevar a cabo.

Durante la sesión de trabajo, se ha llevado a cabo una fase expositiva inicial para contextualizar la importancia de estas sesiones en el marco del desarrollo del Plan Estratégico de Cultura. Posteriormente, se ha dado inicio al trabajo participativo, centrándose en el diagnóstico de la situación de la cultura actual y en la definición de los principales retos dentro del ámbito. El taller ha finalizado con la reflexión sobre posibles propuestas para abordar los retos antes planteados.

La sesión contó con la presencia de Lucas Fernández, técnico de cultura del Ayuntamiento de Huesca y de Pilar Barrio, técnico de cultura del Ayuntamiento de Huesca. Asistieron en calidad de oyente, con la posibilidad de resolver dudas puntuales que pudieran surgir a lo largo de la sesión.

2. ORGANIZACIÓN

2.1. FICHA TÉCNICA DEL PROCESO PARTICIPATIVO

INFORMACIÓN GENERAL

Entidad organizadora	<ul style="list-style-type: none">- Laboratorio de Aragón Gobierno Abierto (LAAAB) - Servicio de Participación Ciudadana e Innovación Social de la Dirección General de Relaciones Institucionales, Acción Exterior y Transparencia - Departamento de Presidencia, Interior y Cultura del Gobierno de Aragón- Ayuntamiento de Huesca
Asistencia técnica	Mariana Cancela, Fractal y Inteligencia Colectiva
Objetivos del proceso	<ul style="list-style-type: none">- Conocer la percepción de la ciudadanía de Huesca respecto a la situación actual de la cultura local y las políticas municipales.- Implicar a la ciudadanía oscense en el diseño de la política cultural, fomentando la búsqueda conjunta de soluciones

SESIONES

	Fecha	Sesión
	11 de junio	Participantes del proceso H100
	17 de junio	Agentes culturales de Huesca
	19 de junio	Ciudadanía en general

2.2. FICHA TÉCNICA DE LA SESIÓN DE TRABAJO

ORGANIZACIÓN DEL TALLER

Fecha	11 de junio de 2024
Horario	17.00h a 19.00h
Lugar	Centro Cultural Manuel Benito Moliner, Huesca
Participantes convocados	Participantes del proceso H100, llevado a cabo en junio de 2022 en Huesca
Forma de convocatoria	Correo electrónico
Asistentes	1
Objetivos de la sesión	<ul style="list-style-type: none">- Recoger la percepción y valoración de la ciudadanía sobre la oferta actual- Establecer las bases para la planificación futura- Recopilar acciones concretas a desarrollar por el Ayuntamiento

3. RESULTADOS OBTENIDOS DE LA PARTICIPACIÓN

3.1. DIAGNÓSTICO GLOBAL

3.1.1. ¿Qué está funcionando bien en Huesca?

- Grupos y artistas que están funcionando muy bien y que sitúan al territorio en el mapa, como la Ronda de Boltaña, el Festival Internacional de Cortos o el Festival Iberia Folk.
- La oferta de artistas, actividades y eventos es abundante y de alto nivel.
- Una oferta cultural que no se observa en otras ciudades pequeñas. Aunque a veces se pierda la información acerca de que se está haciendo y dónde.
- El carácter internacional de muchas de las propuestas que se traen a la ciudad, con la repercusión que ello conlleva.
- Gran calidad en los equipos de música y escenografía audiovisual.
- Actividades deportivas de alto nivel consolidadas y con mucho público.
- La gratuidad de mucha de la oferta cultural.
- Las exposiciones de la Diputación suelen tener un alto nivel y estar muy bien comisariadas.
- El tamaño de la ciudad ofrece una cultura más accesible, por cercanía y economía (ciudad de los 15 minutos).
- Ciudad potencial para ser centro de estudios y toma de datos, especialmente por su carácter internacional.
- Frente a otros territorios, contamos con un ocio enfocado en gran medida a la cultura que nos permite posicionarnos y destinar mayores recursos a este ámbito. (Ej. frente al ocio nocturno).

3.1.2. ¿Qué no está funcionando en Huesca?

- Tenemos dificultades para comunicar lo que hacemos fuera de nuestro territorio.
- A la ciudadanía de Huesca no le llegan muchos de los planes e iniciativas culturales que se promueven.
- No se está consiguiendo posicionar a Huesca como capital de la cultura frente a la idea de "ciudad de Amazon".
- No se están extrayendo datos de valor que permitan valorar el impacto de las propuestas culturales actuales de Huesca.
- La popularidad de los nuevos canales de comunicación digitales impide que la ciudadanía mayor de 60 años esté recibiendo cada vez menos información acerca de la oferta cultural de Huesca. Canales habituales para este colectivo como los periódicos han reducido este tipo de comunicaciones.
- Un exceso de cartelería y otros soportes de comunicación físicos en espacios como centros cívicos, impide que la información pueda consumirse de forma ágil y efectiva.
- El miedo existente a que las estructuras de participación se vuelvan en contra de las asociaciones.
- La necesidad de organizar, orientar y dirigir la comunicación que se realiza acerca de la oferta cultural de la ciudad. Orientar también a otros agentes que se ven involucrados en esta comunicación.
- Las iniciativas por las que se apostó como propuestas estrella y que no lo terminaron siendo.
- La falta de posicionamiento a pesar de los planes de alto valor que se ofrecen.
- La caída de algunas propuestas culturales por la falta de visibilidad y asistencia.
- No se está analizando qué perfiles acuden a qué tipología de eventos para poder medir mejor los esfuerzos y recursos que se destinan a la planificación y gestión de los mismos.

3.1.3. ¿Qué está funcionando bien fuera de Huesca?

- En espacios consolidados como CaixaForum, la ciudadanía conoce las exposiciones que están en curso. La información termina llegando.
- El Festival Titirimundi de Segovia goza de reconocimiento nacional y es un referente.
- Otras comunidades autónomas como País Vasco o Cataluña cuentan con elevados índices de participación en actividades deportivo-culturales.
- El festival Pirineo Sur se ha consolidado y desde diferentes territorios las personas se desplazan hasta Lanuza.

3.2. IDENTIFICACIÓN DE RETOS

A partir del diagnóstico anterior, se han agrupado los problemas detectados con el fin de identificar los principales retos subyacentes en el sector cultural:

Problemas detectados	Retos
No estamos sabiendo contar con impacto lo que hacemos	¿Cómo podríamos contar con impacto lo que estamos haciendo?
La complejidad de las nuevas formas de comunicarnos nos impide llegar a todos los colectivos	¿Cómo podríamos comunicar para llegar a todos los colectivos?
No saber qué, cuánto de eso y a quién nos impide medir esfuerzos	¿Cómo podríamos saber qué, cuánto de eso y a quién para medir esfuerzos?
No estamos sabiendo orquestar los eventos para mover a la gente con orden y efectividad	¿Cómo podríamos orquestar los eventos para mover a la gente con orden y efectividad?

3.3. PROPUESTAS PARA SOLUCIONAR LOS RETOS

3.3.1. ¿Cómo podríamos contar con impacto lo que estamos haciendo?

- La cultura debe ser vista como algo imparcial, sin ser asociada a un proyecto de gobierno específico. El enfoque debe centrarse en el evento mismo, no en quienes lo promueven desde detrás.
- Para evitar la asociación con un grupo político, es esencial que los técnicos sean más protagonistas que los políticos en los eventos culturales, manteniendo así una postura neutral.
- Las propuestas culturales deben ser apoyadas y promovidas por personas de cualquier afiliación política. Además, se debería invitar a todos los grupos políticos a participar, asegurándose de que todas las personas se sientan representadas.
- Hay que crear un impacto visual y captar la atención desde el primer momento, destacando por ser disruptivos y por pensar de manera diferente.
- Trabajar con personas que aporten ideas innovadoras y nuevas formas de hacer y comunicar.
- Los técnicos pueden aprovechar la experiencia de las asociaciones, utilizándolas como antenas para captar a más participantes y detectar las necesidades e intereses de los diferentes grupos

3.3.2. ¿Cómo podríamos comunicar para llegar a todos los colectivos?

- Para captar la atención de los jóvenes, la información debe ser puntual y adaptada a sus hábitos, ya que dedican poco tiempo a consumirla. Hay que buscar mensajes con impacto.
- Utilizar referentes populares entre los jóvenes, como YouTubers.
- Para personas mayores de 35 años (y también para los más jóvenes en ciertas zonas), los grupos de WhatsApp son un canal importante. La información en este medio debe ser fácil de retener, incluyendo datos, fechas y detalles relevantes.
- Lo esencial es estar presentes en los canales de comunicación habituales de cada colectivo para asegurar una difusión efectiva.

3.3.3. ¿Cómo podríamos saber qué, cuánto de eso y a quién para medir esfuerzos?

- Es necesario recopilar datos sobre los asistentes a cada evento para conocer sus perfiles. Esto es fundamental para entender qué tipos de eventos, en qué épocas y para qué colectivos atraen a más personas.
- Además, se debe llevar un registro de esa asistencia a los talleres, asegurando un seguimiento adecuado y manteniendo la transparencia.
- Se debe involucrar a las asociaciones y colectivos para que expresen y compartan sus opiniones sobre esta cuestión

3.3.4. ¿Cómo podríamos orquestar los eventos para mover a la gente con orden y efectividad?

- Es necesario mejorar la coordinación entre las asociaciones como también entre ellas y el ayuntamiento para evitar la superposición de eventos y crear un calendario cultural unificado, facilitando la planificación y programación de actividades culturales.
- Asimismo, la información debe ser proporcionada con suficiente antelación para que la ciudadanía pueda organizarse adecuadamente.
- Para facilitar esa coordinación entre los diferentes agentes, se sugiere la creación de un órgano de participación estructurado, como una mesa de trabajo o un consejo.
- No obstante, estas estructuras de participación deben estar dinamizadas y exigir responsabilidades claras para los agentes que reciben subvenciones municipales.
- El Ayuntamiento debe mantener una presencia activa, pero sin buscar protagonismo excesivo, y presentar un calendario cultural bien definido.
- También podría ofrecer un servicio de orientación y mentoría a los agentes productores de cultura.

