PROGRAMA PARA UNA SOCIEDAD LONGEVA

"EL PÚBLICO SENIOR EN UNA OFERTA CULTURAL PARA TODOS"

INFORME INVESTIGACIÓN





En el marco de:









Esta iniciativa forma parte del 'Programa para una Sociedad Longeva', impulsado por la Fundación General de la Universidad de Salamanca, a través del Centro Internacional sobre el Envejecimiento (CENIE), y en el marco del Programa de Cooperación INTERREG V-A, España-Portugal, POCTEP, 2014-2020, del Fondo Europeo de Desarrollo Regional (FEDER)

"Si usted tiene un pan y yo tengo un euro, y yo voy y le compro el pan, yo tendré un pan y usted un euro, y verá un equilibrio en ese intercambio, esto es, A tiene un euro y B tiene pan, y a la inversa, B tiene el pan y A el euro. Este es, pues, un equilibrio perfecto.

Pero si usted tiene un soneto de Verlaine, o el teorema de Pitágoras, y yo no tengo nada, y usted me los enseña, al final de ese intercambio yo tendré el soneto y el teorema, pero usted los habrá conservado. En el primer caso, hay equilibrio. Eso es mercancía. En el segundo, hay crecimiento. Eso es cultura."

Michel Serres

"Vivir consiste en explorar, aprender y seguir aprendiendo. En el momento en que conozco algo nuevo, ya no soy la misma persona. Esa es la alegría de aprender".

Christopher Clouder

"El proceso de marginación en la vejez consiste en la progresiva exclusión de los ancianos de los de los espacios y recursos comunes, que se acompaña y alimenta por una formación ideológica que da soporte racional y justifica moralmente aquella suplantación como una negación de acceso atribuible a una supuesta incapacidad personal, que implica, en último término, la negación de sus atributos sociales de entidad personal"

Teresa San Román.

Índice

| Introduccion | рад 6 |
|--|---------|
| Las claves de nuestra investigación | pág 8 |
| El contexto | pág 12 |
| El proceso | pág 16 |
| Primeros pasos | pág 22 |
| La creación de un nuevo modelo | pág 28 |
| Elaboración de contenidos | pág 32 |
| Aspectos formales de las piezas informativas | pág 38 |
| El Calendario de Adviento | pág 42 |
| La herramienta informática | pág 46 |
| Secuencia de contenidos | pág 50 |
| Inicio de la difusión de las piezas informativas | pág 54 |
| La exposición Belenes del mundo | pág 66 |
| Cuestionarios de valoración | pág 90 |
| Resultados de los Cuestionarios | pág 94 |
| Belenes del mundo en cifras | pág 102 |
| Conclusiones | pág 106 |
| A modo de decálogo | pág 112 |
| Reflexión final | pág 116 |

Por **cultura**, el Diccionario de la Real Academia Española, en primera acepción, define textualmente "el conjunto de conocimientos que permite a alguien desarrollar su juicio crítico"; y, en segunda, "el conjunto de modos de vida y costumbre, conocimiento y grado de desarrollo artístico, científico, industrial, en una época, grupo social, etcétera".

Cultura es, por tanto, aquello que nos define, que mejor nos identifica. Aquello que nos une. Aquello que compartimos. No hay verdadera acción cultural que no suponga transferencia, intercambio, participación, encuentro.

Y, como lúcidamente apunta el profesor Emilio Lledó, al modo en que usaban el término nuestros antepasados griegos, cultura tiene siempre que ver, a su vez, con el movimiento, con la actividad, con la acción renovadora y transformadora.

Sobre estas premisas sustanciales se ha sustentado el proyecto de investigación "El público senior en una acción cultural para todos", alineado con la iniciativa Juntos damos más vida a Zamora, dentro del Programa para una Sociedad Longeva y del conjunto de acciones a desarrollar en la ciudad de Zamora desde el mes de septiembre de 2020 hasta el mes de marzo de 2021.

LAS CLAVES DE NUESTRA INVESTIGACIÓN



La investigación "El público senior en una acción cultural para todos", como indica su propio enunciado, no desea partir de la realización de una acción cultural exclusiva para la población de mayores de 65 años — los seniors de nuestro estudio –, con la consiguiente segmentación que ello supone, sino analizar y prospeccionar cómo es posible incorporar a la población mayor en la oferta cultural que, de modo habitual, se dirige al conjunto de la población, de la que dicha cohorte de seniors pueda participar activa, plena y satisfactoriamente.

No se trata, por tanto, de aislar, de discriminar, sino de integrar, de propiciar, a través de una iniciativa cultural, la **conexión directa y enriquecedora de nuestros mayores con la sociedad en su conjunto.** De retornar así a la **cultura** su privilegiado valor de **nexo**, de vínculo, de **intercambio** e intercomunicación, capaz de trascender las barreras etarias, sociales, educativas o económicas.

Y de favorecer la fluida **relación intergeneracional**, sin duda, el componente más revitalizador de nuestra sociedad, imprescindible a su vez para la población de mayores, tantas veces aquejada de **soledad**, de **ostracismo**, de miradas cargadas de "infantilización y buenismo", de lamentable y doloroso **olvido**.

A su vez, convertir la acción cultural en un marco de encuentro, de diálogo, de transferencia generacional, nos obligaba a establecer en nuestra investigación **nuevas formas** de orientar la totalidad del proceso de la oferta cultural. A estudiar innovadores modos de aproximación a nuestros públicos. A adoptar una **actitud imaginativa**, **creativa**, capaz de establecer **nuevas metodologías**, **nuevas didácticas** y, al mismo tiempo, a variar sustancialmente las diversas fases que componen el desarrollo de cualquier propuesta cultural: desde sus propios orígenes a su conclusión.

Frente a la común **disociación** entre la oferta cultural y el público al que se dirige, nosotros optamos por que la población senior, siempre motivo central de nuestra investigación, ejerciera una activa **participación** en la totalidad del proceso, lo que suponía:

- Contar con nuestro público senior en la propia **elección** de la acción cultural a desarrollar.
- Insertar dicha acción cultural en las dinámicas culturales de su entorno.
- Analizar los **conocimientos previos** de nuestro público senior, su "memoria cultural" en torno a la temática propuesta y por ellos determinada.
- Crear conjuntamente los **elementos formativos e informativos**, escogidos por nuestro público senior, ligados con la acción cultural seleccionada.
- Generar, con la participación constante de nuestros potenciales usuarios, el modo en que deberían concretarse dichos elementos formativos e informativos, tanto en lo **formal** como en los **contenidos.**

- Formalizar la creación de **herramientas y dinámicas de comunicación bidireccionales:** de los organizadores de la acción cultural a los participantes y de los participantes a los organizadores de la acción cultural.
- Propiciar los **vínculos** entre los seniors participantes en la investigación y el conjunto de la sociedad, a través de su **red de relaciones** familiares, profesionales, asociativas o de amistad.
- Generar, entre los potenciales participantes, un **espíritu de comunidad,** capaz de concretarse en el **disfrute en compañía** de la actividad cultural propuesta, la forma en la que nuestros mayores mejor gozan de las experiencias culturales, según indican diversos estudios. (Véanse al respecto el *Panel de Hábitos Culturales 2017*, del Observatorio Vasco de la Cultura, y la *Encuesta de Hábitos y Prácticas Culturales 2018,2019,2020*. Ministerio de Cultura y Deporte).

Por último, incorporamos a nuestra investigación un proceso indispensable en el desarrollo de cualquier acción cultural, aunque lamentablemente de aplicación no muy frecuente en nuestro país: el de la **evaluación continua**.

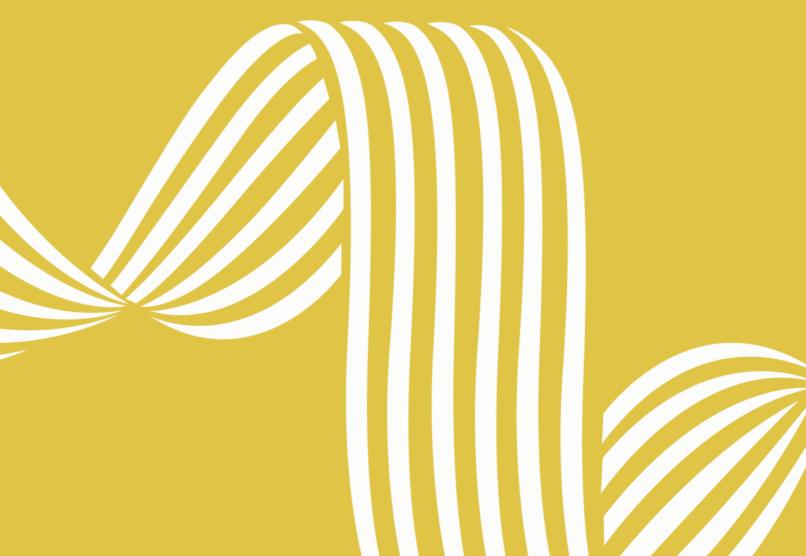
En tal sentido, tomamos como base de la propuesta evaluativa la, en nuestra opinión, mejor metodología de las existentes en Europa: la denominada *Quality Metrics* que, desde hace más de una década, estableció en Reino Unido el Arts Council of England (ACE), un sistema nacional de evaluación de la calidad cultural, de obligatoria aplicación entre las organizaciones no lucrativas de la cultura.

Siguiendo su modelo y con las necesarias adaptaciones, incorporamos los diversos ítems a evaluar: desde lo **cuantitativo** hasta lo **cualitativo**, primando de forma muy especial este último campo de observación, desde el que conocer la valoración en campos como:

- A) La idoneidad y pertinencia de la **temática** escogida.
- B) La calidad de su presentación y organización.
- C) La idoneidad de los flujos informativos y comunicativos establecidos.
- D) La calidad y permanencia de los **procesos de aprendizaje** derivados de la acción cultural propuesta.
- E) La innovación de los diversos elementos presentados.
- F) El nivel de interés y descubrimiento por parte de los usuarios.
- G) La satisfacción de los participantes.
- H) El grado de disfrute de la experiencia cultural como una acción de relación social.
- I) La repercusión en el ámbito local.
- J) El deseo de continuidad de experiencias semejantes.
- K) La satisfacción institucional.
- L) El índice de excelencia de la propuesta.



EL CONTEXTO



El proyecto de investigación que describe el presente documento se enmarca en la acción que la Fundación General de la Universidad de Salamanca, a partir del año 2016, viene desarrollando desde su Centro Internacional sobre el Envejecimiento "CENIE", entidad que promueve con la Fundación General del Consejo Superior de Investigaciones Científicas de España, la Universidades do Algarve y la Direção-Geral da Saúde de Portugal.

El Centro Internacional sobre el Envejecimiento tiene el compromiso de ofrecer respuestas que permitan dotar a una sociedad, que va a ver como se prolonga la vida de las personas que la componen, de mejoras en los servicios necesarios para conseguir una adecuada calidad de vida, sostenibilidad económica para atender los derechos sociales y oportunidades para optimizar las capacidades de todas las personas.

El plan de actuaciones del CENIE está apoyado financieramente por el Programa de Cooperación INTERREG V-A, España-Portugal, POCTEP, 2014-2020, del Fondo Europeo de Desarrollo Regional (FEDER).

Desde el año 2019, el CENIE, a través de las acciones que desarrolla la Fundación General de la Universidad de Salamanca, escoge la ciudad de Zamora para el desarrollo de un conjunto de acciones piloto, sobre diez campos concretos de actuación:

1.- Salud.

Comprender y favorecer activamente una vida sana y longeva.

2.- Ciclo Laboral.

El talento y conocimiento siempre son un valor añadido.

3.- Educación.

Oferta educativa que favorezca de manera integradora la diversidad etaria.

4.- Voluntariado.

Sumando calidad de vida.

5.- Hábitats.

Un espacio público para una sociedad diversa.

6.- Cultura.

El público senior en una oferta cultural para todos.

7.- Participación.

Con, para, con nosotros y con todos.

8.-Capacidad física.

Una vida saludable motivada, cotidiana y entretenida.

9.- Alianzas intergeneracionales.

Una sociedad integradora e inclusiva para bienvivir.

10.- Capacidad financiera.

Aprendiendo a rediseñar financieramente la longevidad.

El conjunto de estas áreas de actividad integra el proyecto "Juntos damos más vida a Zamora" que, además de las entidades promotoras, cuenta con la colaboración de la Junta de Castilla y León, la Diputación de Zamora, el Ayuntamiento de Zamora, a lo que sumar la participación de diversas asociaciones de carácter local y provincial representadas por la Federación Provincial de Asociaciones de Jubilados y Pensionistas de Zamora.

"Juntos damos más vida a Zamora" fue oficialmente presentado en la capital zamorana el día 11 de febrero de 2020.

En el mes de julio de 2020, tras de una invitación a participar y un proceso de selección, ALISTE PRO QUALITY, en función de la investigación y proyecto presentados por dicha sociedad, fue elegida para realizar la investigación aplicada denominada "El público senior en una oferta cultural para todos".







Tras de un análisis detallado del programa "Juntos damos más vida a Zamora", desde Aliste Pro Quality optamos por el diseño y configuración de un proyecto que aunase dos de las áreas de actuación preferenciales en el marco del referido programa: de un lado, el ámbito cultural; de otro, en estrecha relación, las alianzas intergeneracionales. Y ambas asumiendo la propia dimensión que, como lema de apoyo, figura en la web general del programa: "Zamora es la suma de muchos: pequeños, medianos y mayores. Todos imprescindibles para vivir más y mejor".

Por tanto, queríamos ser capaces de encontrar una actividad cultural que promoviese el descubrimiento de una iniciativa pionera en la ciudad, que, a su vez, entroncase con manifestaciones culturales arraigadas en la localidad y que permitiese un intenso intercambio entre diversas cohortes de población: infancia, juventud, adultos y tercera edad.

De inmediato identificamos que, a lo largo del año, en Zamora se producen sendos acontecimientos culturales de primer orden, ligados a dos de los ciclos festivos de más larga tradición y relevancia en la ciudad y provincia: la Semana Santa y la Navidad.

Fue en esta última donde nos centramos. En primer lugar, por la labor encomiable de la Agrupación Belenista La Morana que, año tras año, hace de la Navidad un acontecimiento cultural de primer orden – con la consiguiente repercusión económica, educativa, social y cultural – y, al mismo tiempo, por la larga tradición imaginera y belenista de una ciudad en la que, no en vano, se celebró en el año 2019 el Congreso Nacional de Asociaciones Belenistas, con más de 300 asistentes de toda España y la exhibición de ocho magníficas exposiciones, en las que ya colaboró Aliste Pro Quality.

Para ello, identificamos como oferta cultural a llevar a cabo la exhibición de una exposición complementaria a las otras tantas realizadas en la ciudad en la época navideña, pero basada en la perspectiva internacional, de modo que supusiese un reclamo nuevo, la oportunidad única de exhibir piezas y conjuntos de excepcional valor y, al tiempo, un apoyo a la ejemplar labor belenista anualmente realizada.

A tal fin, era imprescindible contar con piezas cedidas por la que, a juicio de los expertos, es la colección privada de belenes más importante del mundo en su rango, propiedad del matrimonio formado por María de los Ángeles Martín García y Antonio Basanta Reyes: la Colección Basanta-Martín.

Dicha Colección está formada por más de 4.000 grupos, por encima de 25.000 figuras, y en ella están representados prácticamente todos los países del mundo. Las obras que la integran – fruto de una cuidada selección a lo largo de más de cuarenta años - son de una extraordinaria categoría, nacidas de manos de los más importantes artistas y artesanos nacionales e internacionales. Y su exhibición en otras tantas ciudades – Madrid, Sevilla, Cádiz, Granada, Salamanca,

Valladolid, Ávila, Cáceres... - ha constituido siempre un verdadero acontecimiento cultural, refrendado por sus miles y miles de visitantes.





GOZOS *

Lunes a domingo 11h-21h 24 y 31 diciembre y 5 enero 11h-14h 25 diciembre y 1 enero cerrado

Visitas guiadas sin reserva: Jueves IBh Sābados IBh y 19h Visitas guiadas para grupos: 955 IB3 830 / reservas@cajasol.com



A ello se sumaba el conocimiento extraordinario que sus propietarios tienen del mundo belenístico, lo que haría posible su colaboración en la realización de todos los materiales informativos y divulgativos de la actividad, así como –también por el perfil y competencia profesional de ambos– la participación activa en el diseño y ejecución de la investigación en sí.

Cerrado el preceptivo acuerdo, Aliste Pro Quality felizmente pudo incorporar a su proyecto a la Colección Basanta-Martín, así como contar con la experiencia, conocimientos y participación de sus compiladores.







Una vez cerrado el mencionado acuerdo de colaboración, emprendimos varias actuaciones simultáneas:

a) De un lado, el contacto con las principales instituciones de la ciudad y provincia – Ayuntamiento y Diputación – así como con las entidades culturales más representativas de la ciudad: Museo Etnográfico, Biblioteca Pública del Estado, Fundación Obra Social de Castilla y León (FUNDOS), Museo de Zamora, Archivo Provincial, Campus Universitario de la Universidad de Salamanca en Zamora y Teatro Ramos Carrión. Fue precisamente este último, perteneciente a la Diputación de Zamora, quien se nos ofreció como el lugar en el que albergar una de las piezas principales de nuestra investigación y acción cultural: la muestra internacional Belenes del Mundo, que finalmente se alojaría en sus salas de exposiciones.



b) Al mismo tiempo, y a lo largo del mes de septiembre, entramos en contacto con la Dirección Provincial de Educación en Zamora, y con su director, don Fernando Javier Prada Antón, con el fin de proponer la participación de los centros escolares en la experiencia. Obtenida la correspondiente autorización, nos comunicamos a través de correo electrónico con la totalidad de centros educativos de la capital para convocarles a una reunión presencial en la que exponerles el alcance y sentido de la experiencia.

Lamentablemente, y a consecuencia de la pandemia, pronto entendimos que esa línea de colaboración no sería posible de desarrollar, pues los centros educativos afrontaban un panorama de creciente incertidumbre, con la suspensión en muchos casos de la actividad presencial, a lo que se añadía la presión sobrevenida para los equipos docentes. Todo ello hacía inoportuno, y ciertamente inviable, contar con el estamento educativo – docentes, alumnos y familias – como factor de participación y desarrollo de la iniciativa.

c) Como consecuencia de la circunstancia anteriormente expuesta, entendimos que necesitaríamos centrarnos en la población adulta, preferentemente mayor de 65 años, que mostrara interés por colaborar activamente con la experiencia y, a su vez, fueran generadores y transmisores de cada uno de los elementos que la compondrían.

Para una primera convocatoria de los posibles participantes, tuvimos la ayuda de la Federación Provincial de Asociaciones de Jubilados y Pensionistas de Zamora, colaborador asiduo del programa "Juntos damos más vida a Zamora" y, muy destacadamente, de la Agrupación Belenista La Morana.

- d) Del cruce de listados proporcionados por ambas entidades y, después de seleccionar aquellas personas que cumplían con tres de los requisitos básicos para poder ser participantes de la experiencia tener más de 65 años, ejercer de definidores y transmisores de la experiencia y disponer de teléfono móvil o correo electrónico configuramos un primer listado compuesto por 242 personas.
- e) Acto seguido, por vía telemática, y con la autorización y el apoyo de las Juntas Directivas de las entidades reseñadas, y muy en concreto de sus Presidentes, don Balbino Lozano Vicente, por parte de la Federación Provincial de Asociaciones de Pensionistas y Jubilados de Zamora, y don Francisco Iglesias Escudero, de la Agrupación Belenista La Morana, nos dirigimos a cada una de las 242 personas, mediante un comunicado en el que exponíamos nuestra intención de realizar la actividad propuesta, solicitando de cada uno de ellas su correspondiente aceptación para formar parte del programa, así como la autorización para mantener una relación constante, para así ir dando forma a las piezas claves de nuestro proyecto que siempre quiso actuar como un modelo plenamente participativo, desde su propia génesis al momento de su ejecución y evaluación.
- f) Finalmente conseguimos establecer un grupo homogéneo de 152 personas que, muy gustosa y colaborativamente, se incorporaron a la experiencia, la mayor parte de ellas miembros o allegados de la Agrupación Belenista la Morana lo que, además, proporcionaba, como ventajas añadidas, el hecho de que muchos tenían un interés demostrado por la temática cultural abordada el apasionante e infinito mundo de los belenes –, además de contar con la colaboración de personas concretas de la Agrupación que, en todo momento, actuarían como dinamizadores de la experiencia; y ,también, como ayuda ante cualquier incidencia que pudiera presentarse en el proceso de comunicación y difusión del proyecto.

En tal sentido, establecimos un acuerdo con dos de los miembros de la Agrupación, expertos en el mundo de las nuevas tecnologías, para que sirvieran de apoyo constante a cada uno de los participantes, así como de seguidores del cumplimiento de los compromisos asumidos por cada uno de ellos.

De las 152 personas seleccionadas, 82 (53,94% del total) eran mujeres y 72 (47,06 del total), varones.

Por franjas de edad, se distribuían del siguiente modo:

| Entre 65 y 70 años: 54 (35,52% del total) |
|---|
| |
| Entre 70 y 75 años: 42 (27,63% del total) |
| |
| Entre 75 y 80 años: 37 (24,34% del total) |
| |
| Entre 80 y 85 años: 14 (9,21% del total) |
| |
| Más de 85 años: 5 (3,28% del total) |

Todo este proceso se completó el día 28 de septiembre de 2020, pudiendo, de inmediato, acometer la fase siguiente, tan decisiva.





LA CREACIÓN DE UN NUEVO MODELO



Frente a la dinámica habitual, en la que las acciones culturales actúan como una propuesta cerrada que se ofrece a sus posibles destinatarios sin apenas capacidad alguna por parte de ellos en la elección, elaboración y ejecución de la acción presentada, nosotros creímos que era necesario un planteamiento distinto en el que:

- 1. Partir de los intereses de los mayores participantes.
- 2. Contar con sus saberes previos con la intención de complementarlos y enriquecerlos.
- 3. Dosificar la cantidad de información nueva a presentar y difundir.
- 4. Propiciar la práctica y asentamiento de los conocimientos integrados en la propuesta.
- 5. Diversificar las tareas y las estrategias didácticas.
- 6. Diseñar la totalidad de los materiales de la propuesta en función de las características de sus protagonistas y de sus entornos vitales, para así hacer más accesible su aplicación.
- 7. Fomentar la comunicación continua entre los participantes.
- 8. Plantear contenidos y tareas abiertas y flexibles.
- 9. Establecer una dinámica de revisión y mejoramiento continuo de la propuesta, enfatizando todos los aspectos que permitieran un proceso de evaluación permanente de la misma.
- 10. Favorecer entre los participantes su papel de transmisores- embajadores de la propuesta.

Teniendo en cuenta lo anteriormente reseñado, elaboramos nuestra propuesta didáctica, basada en:

- A) Posibilitar, por parte del grupo de participantes seleccionados, el análisis y definición previo de todos aquellos elementos del proyecto capaces de ser valorados y determinados por la opinión colectiva.
- B) Establecer con los participantes un diálogo abierto para tratar de definir sus intereses y sus conocimientos en torno a la propuesta cultural elegida. (Como afirma el siempre imprescindible Pablo Freire: «Nadie enseña lo que no sabe, pero nadie debe enseñar lo que sabe, sin saber lo que saben aquellos a quienes les va a enseñar»).
- C) Propiciar con ello la máxima eficacia de la propuesta, en relación al público objetivo al que se referenciaba, recogiendo en la misma todos los matices que sus futuros participantes estimaran oportunos.
- D) Favorecer el valor de la aportación de cada uno de ellos, haciéndoles verdaderos protagonistas de una acción que iría tomando forma gracias a su colaboración y que trataría de recoger la mayor parte posible de sus sugerencias,

- E) Crear una verdadera comunidad en torno a un hecho cultural que, además de generar una comunicación constante en torno a la experiencia, sirviera también para ampliar y fortalecer los círculos de relación social de cada uno de los participantes, así como el sano orgullo de ser parte activa de un modo de actuación tan infrecuente como necesario.
- F) Del mismo modo, entendimos que la acción cultural a desarrollar no sólo sería importante en el momento de su oferta y exhibición pública, sino en todo el proceso previo, para así poderla enriquecer con las aportaciones de nuestro grupo de participantes seleccionados, representativo, a su vez, del colectivo al que preferencialmente íbamos a dirigir nuestra experiencia: la población mayor de 65 años.



ELABORACIÓN DE CONTENIDOS



Precisamente por la intención expuesta en el apartado anterior, el primer elemento que sometimos a consulta fue el de que si a nuestros participantes seleccionados les sería de utilidad ir recibiendo un conjunto de informaciones que reforzaran, ampliaran o renovaran su conocimiento sobre la temática en torno a la que giraría nuestra acción cultural.

La respuesta fue tan entusiasta como unánime: el 94% de las respuestas recibidas – 148 – manifestaron su interés en ir recibiendo periódicamente informaciones alusivas, proponiendo ya, en más de un caso, lo que serían los tres ejes informativos definitivos sobre las que establecer el flujo informativo:

- 1. Belenismo.
- 2. Textos literarios.
- 3. Comentarios, por parte de los coleccionistas, de alguna de las piezas que integrarían la exposición internacional Belenes del Mundo, en los que pudieran darse a conocer anécdotas en torno a las mismas, junto a detalles que permitiesen el disfrute más atento e instructivo de lo exhibido.

Establecidos estos tres parámetros, y también mediante consulta a todos los participantes seleccionados, pudieron concretarse las piezas informativas, en función de una estrategia de difusión concreta, establecida como resumen de la opinión mayoritaria de los participantes:

- a) Para cada una de las categorías temáticas establecidas, deberían crearse piezas informativas diferentes, en tono y forma.
- b) Cada una de dichas piezas informativas debería difundirse diariamente a razón de una única por día en un calendario que se iniciara con, al menos, un mes de anticipación a la apertura al público de la exposición y que continuara hasta la clausura de la misma, fijada para el 6 de enero de 2021.
- c) En la categoría de Belenismo deberían abordarse cuestiones propias de esta manifestación artística, conectándola con su larga y secular existencia y, al mismo tiempo, desvelando su sentido y asociándola a contextos más generales, tanto en lo artístico, como en lo histórico, simbólico, antropológico o etnográfico.
- d) En el apartado de Textos Literarios, se sugirió la posibilidad de centrar la información en el campo de la poesía y, más en concreto, en el de los villancicos navideños, de tan extensa y bella tradición en España.
- e) En cuanto a los Comentarios que los propietarios de la Colección Basanta-Martín pudieran hacer de algunas de las piezas o grupos integrantes de la exposición internacional, se insistía en profundizar en los aspectos anecdóticos de las mismas, sin desdeñar su análisis artístico: cómo se localizaron dichas piezas o grupos, en qué año ingresaron en la Colección, en qué material están elaborados...

La fase siguiente, por nuestra parte, consistió en someter a consulta las temáticas concretas que podríamos abordar en el apartado de Belenismo. Se ofrecieron 100 ítems de contenidos diferentes, acompañados de una breve explicación de cada uno de ellos. Fruto de la opinión general, finalmente se escogieron los siguientes:

- 1.- La festividad de la Navidad. Escogido por el 78% de los consultados.
- 2.- La fecha del 25 de diciembre. Escogido por el 72% de los consultados.
- 3.- En torno a la cuna. Escogido por el 79% de los consultados.
- 4.- Las primeras celebraciones de la Navidad. Escogido por el 84% de los consultados.
- 5.- Belén, un lugar extraordinario. Escogido por el 71% de los consultados.
- 6.- El principal impulsor del belén. Escogido por el 86% de los consultados.
- 7.- El belén más antiquo del mundo. Escogido por el 88% de los consultados.
- 8.- Las escenas más representadas en el belén. Escogido por el 86% de los consultados.
- 9.- Nazaret, el comienzo de la historia. Escogido por el 72% de los consultados.
- 10.- Inicio del viaje. Escogido por el 71% de los consultados.
- 11.- No encuentran posada. Escogido por el 72% de los consultados.
- 12.- La gruta, la cueva, el establo, el portal, las ruinas. Escogido por el 91% de los consultados.
- 13.- Secretos ocultos del belén. Escogido por el 97% de los consultados. 14.- La figura de Jesús. Escogido por el 89% de los consultados.
- 15.- La figura de María. Escogido por el 92% de los consultados.
- 16.- La figura de José. Escogido por el 89% de los consultados.
- 17.- La mula y el buey. Escogido por el 78% de los consultados. 18.- Los pastores. Escogido por el 80% de los consultados.
- 19.- Los magos. Escogido por el 92% de los consultados.
- 20.- Los ángeles. Escogido por el 81% de los consultados.

En el caso de los Textos Literarios, y una vez que mayoritariamente nuestros participantes seleccionados optaron por los villancicos navideños, propusimos una estrategia diferente: la posible recuperación de una antigua grabación discográfica, calificada por los entendidos como de "auténtica joya", registrada en el año 1959, en los Estudios Fonópolis de Madrid para el sello Pax, y que se editó como disco con el título de "Cantes Andaluces de Navidad", bajo la coordinación musical del maestro y compositor Salvador Ruiz de Luna.

Escogimos dos de dichos villancicos, que recorren la totalidad de escenas asociadas al nacimiento de Jesús (y, por tanto, del belén), junto a sus correspondientes letras. Los enviamos telemáticamente a nuestros participantes y la respuesta fue entusiasta: el 97% de las respuestas recibidas (138), nos señalaban que ese debía de ser el contenido específico del apartado referido a Textos Literarios.

Escogimos dos de dichos villancicos, que recorren la totalidad de escenas asociadas al nacimiento de



Jesús (y, por tanto, del belén), junto a sus correspondientes letras. Los enviamos telemáticamente a nuestros participantes y la respuesta fue entusiasta: el 97% de las respuestas recibidas (138), nos señalaban que ese debía de ser el contenido específico del apartado referido a Textos Literarios.

Y, como tal actuamos, sin someter a consulta cada uno de los temas, pues no deseábamos anular la expectativa y el efecto sorpresa -los que enviamos en la consulta ya no serían incluidos en el envío posterior-, según el siguiente orden:

- 1.- La Anunciación.
- 2.- La Visitación.
- 3.- Camino de Belén.
- 4.- Villancico del buey y la mula. 5.- Venga la alegría.
- 6.- Caravana de magos.

- 7.- La Degollación.
- 8.- Regreso a Nazaret.
- 9.- Ha nacido un churumbel.
- 10.- En el taller de José.
- 11.- El belén y la estrella.
- 12.- Nana de Belén.

Con respecto al apartado referido a Comentarios de los propietarios y compiladores de la Colección Basanta-Martín, que luego pasaría a llamarse Diario de una Colección, este fue un proceso asociado a la selección de los grupos a exhibir, que también se sometió a la opinión de los participantes escogidos.

Para ello, los propietarios de la Colección Basanta-Martín hicieron circular un conjunto de 356 propuestas, con sus correspondientes archivos fotográficos, referidas a los cinco continentes, con la intención de seleccionar los 120 grupos que definitivamente compondrían la exposición, si bien los propios coleccionistas establecieron una cierta prioridad entre las 356 piezas y conjuntos propuestos.

En el 87% de los casos, los participantes eligieron piezas priorizadas por los coleccionistas, si bien, cerca de 20 grupos no priorizados por los coleccionistas fueron solicitados para ser exhibidos, como así se hizo.





ASPECTOS FORMALES DE LAS PIEZAS INFORMATIVAS

Establecido el elenco de piezas informativas que iniciarían su circulación el 10 de noviembre de 2020, era muy importante poder fijar con nuestro grupo de participantes seleccionados los aspectos formales que deberían definir a cada una de ellas, en cuanto a tipografía, interlineado, extensión, estilo narrativo, imágenes y enlaces informáticos.

Con respecto a la tipografía, ofrecimos a nuestros participantes seleccionados seis muestras diferentes, escogidas por su óptima legibilidad, pertenecientes a varias familias y en diferentes cuerpos tipográficos. A saber:

- 1.- Times Roman. Cuerpos 12-14-16. Redonda y cursiva.
- 2.- Arial. Cuerpos 12-14-16. Redonda y cursiva.
- 3.- Sans Sheriff. Cuerpos 12-14-16. Redonda y cursiva.
- 4.- New Times Roman. Cuerpos 12-14- 16. Redonda y cursiva.
- 5.- Calibrí. Cuerpos 12-14-16. Redonda y cursiva.
- 6.- Helvética. Cuerpos 12-14-16. Redonda y cursiva.

Un 78% de los participantes seleccionados optaron por la tipografía Calibrí, cuerpo 16, redonda para el apartado de Belenismo y Diario de una Colección, optando por la cursiva en el apartado de Textos Literarios, donde se nos solicitó que siempre se incluyera también la escucha de los villancicos.

Con respecto al interlineado, se optó mayoritariamente por un espaciado de 1'5.

En lo que se refiere a la extensión de los textos, excluidos los villancicos, se estableció una dimensión máxima en torno a las 100 líneas, con una longitud por cada una de ellas de aproximadamente 90 caracteres con espacios como máximo, y unas 800 palabras por pieza informativa.

Con respecto al estilo narrativo, se mostró la preferencia por un estilo coloquial, ameno y directo.

Con respecto a las imágenes, se solicitaron especialmente en el caso del apartado Diario de una Colección (finalmente se distribuyeron en este apartado 234 imágenes).





EL CALENDARIO DE ADVIENTO



Como soporte comunicativo de las piezas informativas, creímos oportuno elegir una opción creativa, entroncada con la Navidad, que permitiera la secuenciación diaria de la información y que fuera desplegable a lo largo de la duración del proyecto: así surgió la idea de utilizar como base la del CALENDARIO DE ADVIENTO, tradición navideña de amplia trayectoria, muy fácilmente reconocible por cualquiera de nuestros participantes.









LA HERRAMIENTA INFORMÁTICA



Una vez fijadas todas las variables que debía contener la información, y el motivo navideño que las albergaría, iniciamos el proceso de realización de la herramienta informática en la que integrar y transmitir cada uno de los elementos informativos, bajo las siguientes premisas:

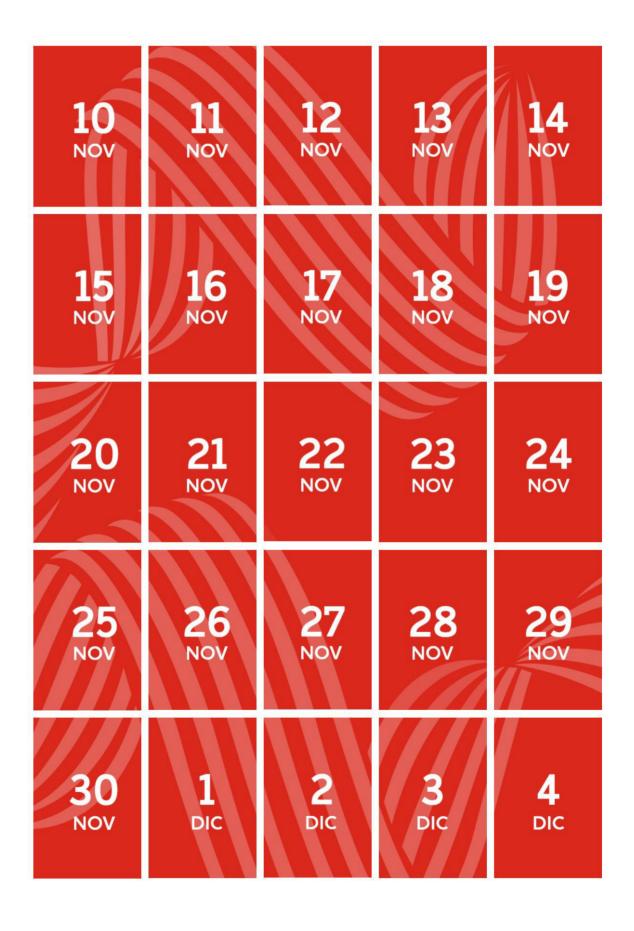
- a) Debería incorporarse a la página web de la iniciativa Juntos damos más vida a Zamora.
- b) Había de ser muy simple de consultar, accediendo a la misma mediante un solo click.
- c) Visualmente tendría que presentar una imagen colorista, afín a la temática navideña y en línea con el logotipo de la iniciativa Juntos damos más vida a Zamora.
- d) Al establecerse una circulación secuenciada de la información, el soporte informático debería permitir avanzar día a día, no desvelando la información de los días posteriores a la fecha en la que el usuario hiciera su consulta, pero sí permitiendo consultar la información de cualquiera de los días anteriores.
- e) Cada uno de los bloques informativos Belenismo, Textos Literarios, Diario de una Colección deberían tener su propio diseño autónomo, aunque relacionado con el conjunto.
- f) El motor de búsqueda y consulta debería se ser lo suficientemente rápido como para no prolongar tediosamente el proceso de acceso a la información.

Sentadas estas premisas, se diseñó un sistema de 58 puertas con la numeración del calendario entre diciembre y enero, las cuales solo se podrían abrir a partir del día que les fuera asignado a cada una dentro del calendario. Una vez abierta la puerta, quedaría accesible hasta el final del proyecto.

Para desarrollar todo este sistema se creó, dentro de la web, y mediante una herramienta basada en el sistema de gestión de contenidos Drupal, una vista en la que se enumeraban los diferentes nodos de contenido. Cada nodo se podía categorizar entre los 3 bloques temáticos del proyecto — Belenismo, Textos Literarios y Diario de una Colección - y, dependiendo de la categoría elegida, el sistema habilitaba los campos necesarios para albergar y reproducir todo el contenido.

El funcionamiento normal de una vista (hacer click en un elemento y que te dirigiera al contenido del nodo) fue sustituido, mediante lenguaje de programación Java Script, por un sistema de ventanas emergentes. Cuando el usuario hacía click en una puerta, el contenido aparecía reproducido en la misma ventana del navegador superpuesto a modo de "pop-up". Todo esto acompañado de efectos visuales de entrada y salida, desarrollados con librerías específicas de Jquery y todo maquetado con CSS3.

Por último, para favorecer el acceso a esta se creó un banner en la portada de la web y varios elementos de redirección en menús y sliders en Cenie.eu.





SECUENCIA DE CONTENIDOS



Una vez diseñada y probada la herramienta informática, procedimos a establecer la secuencia de contenidos, según la siguiente organización y calendario:

- 10 de noviembre de 2020.- Presentación CALENDARIO DE ADVIENTO.
- 11 de noviembre de 2020. Belenismo. La festividad de la Navidad.
- 12 de noviembre de 2020.- Belenismo. Por qué el 25 de diciembre.
- 13 de noviembre de 2020.- Diario de una Colección. Belén copto.
- 14 de noviembre de 2020.- Diario de una Colección. Retablo de palo de sangre.
- 15 de noviembre de 2020.- Textos Literarios. Villancico. La Anunciación.
- 16 de noviembre de 2020. Belenismo. En torno a la cuna.
- 17 de noviembre de 2020.- Belenismo. Las primeras celebraciones de la Navidad.
- 18 de noviembre de 2020.- Diario de una Colección. Belén en tronco de ébano.
- 19 de noviembre de 2020.- Diario de una Colección. Belén de los ejecutivos.
- 20 de noviembre de 2020.- Textos Literarios. Villancico. La Visitación.
- 21 de noviembre de 2020.- Belenismo. Belén, un lugar extraordinario.
- 22 de noviembre de 2020.- Belenismo. El principal impulsor del belén.
- 23 de noviembre de 2020.- Diario de una Colección. Belén del carpintero y los baobabs.
- 24 de noviembre de 2020.- Diario de una Colección. Belén de la cultura Djeli.
- 25 de noviembre de 2020. Textos Literarios. Villancico. Camino de Belén.
- 26 de noviembre de 2020.- Belenismo. El belén más antiquo del mundo.
- 27 de noviembre de 2020.- Belenismo. Las escenas representadas en el belén.
- 28 de noviembre de 2020.- Diario de una Colección. Belén de la casa de té.
- 29 de noviembre de 2020.- Diario de una Colección. Nacimiento.
- 30 de noviembre de 2020.-Textos Literarios. Villancico. El buey y la mula.
- 1 de diciembre de 2020.- Belenismo. Nazareth, el comienzo de la historia.
- 2 de diciembre de 2020.- Belenismo. Inicio del viaje.
- 3 de diciembre de 2020.- Diario de una Colección. Descanso en el retorno a Nazareth.
- 4 de diciembre de 2020.- Diario de una Colección. Belén de alcanforero.
- 5 de diciembre de 2020. Diario de una Colección. Belén Kokeshi.
- 6 de diciembre de 2020.- Textos Literarios. Villancico. Venga la alegría.
- 7 de diciembre de 2020.- Belenismo. No encuentran posada.
- 8 de diciembre de 2020.- Belenismo. La gruta, la cueva, el establo, el portal, las ruinas.
- 9 de diciembre de 2020.- Diario de una Colección. Belén inuit.
- 10 de diciembre de 2020.- Diario de una Colección. Belén de los cántaros.
- 11 de diciembre de 2020.- Textos Literarios. Villancico. Caravana de magos
- 12 de diciembre de 2020.- Belenismo. Escenas que constituyen el belén.
- 13 de diciembre de 2020.- Diario de una Colección. Retablo de Ochante.
- 14 de diciembre de 2020.- Belenismo. La figura de Jesús
- 15 de diciembre de 2020.- Belenismo. La figura de la Virgen.

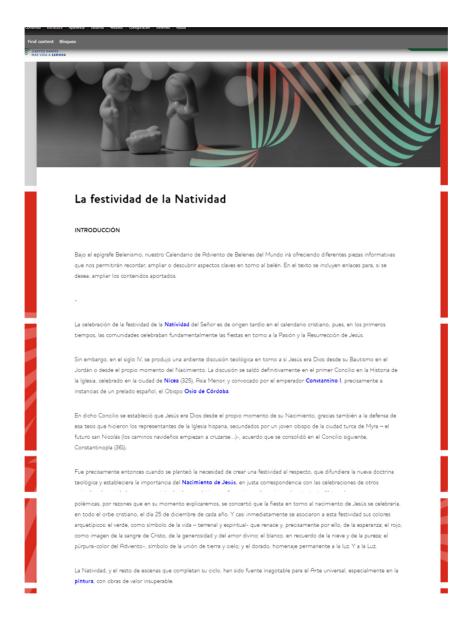
- 16 de diciembre de 2020.- Belenismo. La figura de San José.
- 17 de diciembre de 2020.- Diario de una Colección. Retablo popular ayacuchano.
- 18 de diciembre de 2020.- Textos Literarios. Villancico. La Degollación.
- 19 de diciembre de 2020.- Textos Literarios. Villancico. Regreso a Nazaret.
- 20 de diciembre de 2020.- Diario de una Colección. Calabaza burilada.
- 21 de diciembre de 2020.- Diario de una Colección. Árbol de la Vida multicolor.
- 22 de diciembre de 2020.- Textos Literarios. Villancico. Ha nacido un churumbel.
- 23 de diciembre de 2020.- Belenismo. La mula y el buey.
- 24 de diciembre de 2020.- Belenismo. Los pastores.
- 25 de diciembre de 2020.- Diario de una Colección. Nacimiento en tronco calado.
- 26 de diciembre de 2020.- Diario de una Colección. Pirámide de Navidad.
- 27 de diciembre de 2020.- Textos Literarios. Villancico. En el taller de José.
- 28 de diciembre de 2020.- Belenismo. Los magos.
- 29 de diciembre de 2020.- Belenismo. Los ángeles.
- 30 de diciembre de 2020.- Textos Literarios. Villancico. El belén y la estrella.
- 31 de diciembre de 2020.- Diario de una Colección. Reyes Magos quemadores de incienso.
- 1 de enero de 2021.- Diario de una Colección. Belén de los cuentos.
- 2 de enero de 2021.- Textos Literarios. Villancico. La Adoración.
- 3 de enero de 2021.- Diario de una Colección. Belén de la manzana, el profeta y el diablo.
- 4 de enero de 2021. Diario de una Colección. Belén de los gnomos.
- 5 de enero de 2021.- Diario de una Colección. Kralicky.
- 6 de enero de 2021.- Textos Literarios. Villancico. Nana de Belén.



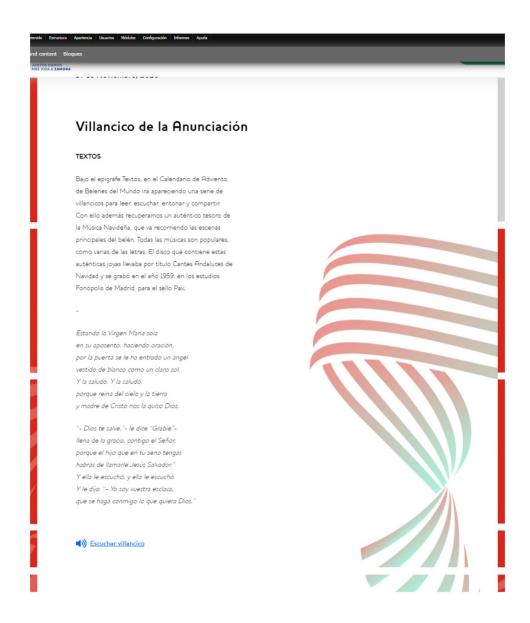


INICIO DE LA DIFUSIÓN DE INFORMACIÓN.
CORREO MOTIVADOR

El 10 de noviembre de 2020, siguiendo el calendario previsto, iniciamos el proceso de difusión de las piezas informativas con la primera de ellas, correspondiente al bloque temático del Belenismo: la dedicada a La festividad de la Natividad.



En días posteriores, y siguiendo el cronograma previsto, se fueron difundiendo las piezas informativas correspondientes a los otros dos bloques temáticos: Textos Literarios y Diario de una Colección.



En días posteriores, y siguiendo el cronograma previsto, se fueron difundiendo las piezas informativas correspondientes a los otros dos bloques temáticos: Textos Literarios y Diario de una Colección.



Simultáneamente, y a cada una de las direcciones de correo electrónico proporcionados por los participantes, hicimos llegar un Correo Motivador, cuya finalidad era recordar la información que cada día se hacía circular, así como ampliar la misma en todos aquellos casos que se creyera oportuno, o recoger en él algunas de las sugerencias de los participantes que, ya desde el primer día de difusión de la información, empezaron a llegar a la dirección informática que habíamos dispuesto para ello.

30 DE DICIEMBRE

Queridos amigos:

El villancico que hoy nos ofrece nuestro CALENDARIO DE ADVIENTO- https://zamoramasvida.org/calendario-de-adviento -tan lleno de ternura y evocaciones a nuestra infancia, es un fandango, palo nacido en sus orígenes para acompañar al baile pero que, al separarse de él, fue tomando diversas modalidades, en función de cada lugar. Los más famosos son los de Huelva, en sus variaciones de Almonaster, Alonso, Cortegana.... El que hoy os ofrecemos está interpretado por el cantaor Pepe el Poli.

La aparición de la estrella en el belén se refiere a dos emplazamientos concretos y dos episodios estelares, nunca mejor dicho...

En primer lugar, la estrella aparece ligada al propio Nacimiento de Jesús y, por ello, es costumbre situarla encima del portal. "En el portal de Belén/ hay estrellas, sol y Luna/ la Virgen y San José/ y el Niño que está en la cuna", dice el popularísimo villancico español. Pero esta presencia en el lugar donde el Niño nace alude también a una antigua tradición, que cuenta que Jesús vino a este mundo bajando de las estrellas. En ningún otro motivo se alberga mejor esa mágica historia que en el bellísimo villancico italiano Tu scendi dalle stella. Se cree que fue compuesto en 1754 por Alfonso María de Ligorio (1696- 1787), renovador de la moral de su época y fundador de los redentoristas. Lo compartimos con vosotros a través de este enlace, https://www.youtube.com/watch?v=hlaOjFHswlY&feature=emb_title. Como fondo del villancico, imágenes de la gruta sagrada en la Iglesia de la Natividad de Belén.

La segunda presencia destacada de la estrella en los belenes viene ligada a la figura de los Reyes Magos y a su largo peregrinar desde Oriente a Belén. Ya desde los tiempos de Giotto (1267-1337), dicha estrella se manifiesta en la pintura como un cometa que recorre los cielos. Y es que nuevamente lo espiritual, lo científico y lo legendario se aúnan.



Dicen los Evangelios: "Ellos, después de oír al rey, se pusieron en camino, y he aquí que la estrella que habían visto en el Oriente iba delante de ellos, hasta que llegó y se detuvo encima del lugar donde estaba el niño. Al ver la estrella se llenaron de inmensa alegría." (San Mateo 2, 9-10)

En el cuadro de Giotto, pintado para la Capilla Scrovegni, la estrella es retratada con una cola llameante, probablemente debido a la aparición

del cometa Halley en 1301, tres años antes de que el gran pintor diera vida a esta escena y se supone que la utilizó como inspiración.

La Agencia Espacial Europea, en su misión exploratoria del espacio profundo, envió una sonda al cometa Halley, siendo ésta la primera en descubrir el núcleo de un cometa. Por tal motivo, la sonda fue llamada Giotto, precisamente en referencia a su presencia en esta pintura.

Finalmente, el territorio de la imaginación, de la poética fantasía. De la leyenda que dice que la estrella cometa que guio a los Magos no era realmente una, sino millones de pequeños cuerpos estelares que se unieron para presenciar ellos también el Nacimiento de un Dios.

Y así, como en tantas antiguas mitologías anteriores, ratificar la deidad del Recién Nacido con la aparición de fenómenos astronómicos extraordinarios. La misma estrella protagonista de este precioso villancico con el que hoy nos despedimos, cantado a capela, con el único acompañamiento rítmico del pie golpeando sobre el suelo: https://www.youtube.com/watch?v=uSY2MYEvGBl&list=RDMM&index=4. Esta es su letra, en el inglés original y en español:

Hail the blest morn, see the great mediator

Down from the regions of glory descend. Shepherds, go worship the babe in the manger,

Lo! for his guard the bright angels attend.

Chorus:

Brightest and best of the stars of the morning,

Dawn on our darkness and lend us thy aid. Star in the east, our horizon adorning, Guide where our infant redeemer was laid.

Cold on his cradle the dew drops are shining,

Low lies his bed, with the beasts of the stall.

Angels adore him, in slumber reclining, Wise men and shepherds before him do fall.

Chorus

Say, shall we yield him, in costly devotion, Odors of Eden and offerings divine, Gems from the mountain and pearls from the ocean,

Myrrh from the forest and gold from the mine?

Pastores, id a adorar al niño en el pesebre, ¡Lo! ángeles radiantes lo guardan.

Coro:

La más brillante y mejor de las estrellas de la mañana. amanece en nuestras tinieblas y ayúdanos. Estrella en el este que

Guíanos a donde yace nuestro niño redentor.

adorna nuestro horizonte

Frías en su cuna brillan las gotas de rocío, Yace en su cuna, junto a las bestias del establo.

Los ángeles lo adoran, reclinándose en el sueño,

Magos y pastores se postran ante él. Coro

Di, ¿le entregaremos, con devoción, aromas del Edén y ofrendas divinas, gemas de la montaña y perlas del océano, mirra del bosque y oro de la mina?

Salve, mañana bendita, mira al gran mediador descendido de las regiones de gloria.

Feliz día.

Un cariñoso saludo.

Colección Basanta-Martín

Proyecto de investigación Belenes del Mundo.

Juntos damos más vida a Zamora.

De hecho, en ese primer día, nos llegaron ya 94 correos, que fueron respondidos individualmente a lo largo de la jornada.

En apenas una semana, esta línea de comunicación se convirtió en una valiosa línea de relación con los participantes, muchos de los cuales nos preguntaban por tal o cual detalle de la información difundida, nos hacían llegar su interés por lo recibido o nos sugerían introducir en el mencionado correo – la pieza más flexible de nuestra línea comunicativa- diversas conexiones informativas.

De este modo, y a lo largo de los 58 envíos de Correos Motivadores que se distribuyeron en los 58 días de la experiencia – lo que vendría a suponer una cifra superior a los 8.000 Correos Motivadores enviados – se pidieron introducir las siguientes ampliaciones informativas:

- A) 56 enlaces nuevos referidos a temas artísticos o culturales.
- B) 24 enlaces nuevos referidos a temas musicales.
- C) 29 imágenes con sus correspondientes enlaces.

A este factor de difusión se unió, por parte del Centro Internacional sobre el Envejecimiento (CENIE), la emisión diaria de otros tantos comunicados, vía correo electrónico, difundidos entre las 18.00 y las 19.00, como recordatorio de las piezas informativas de cada fecha.































Programa para una Sociedad Longeva









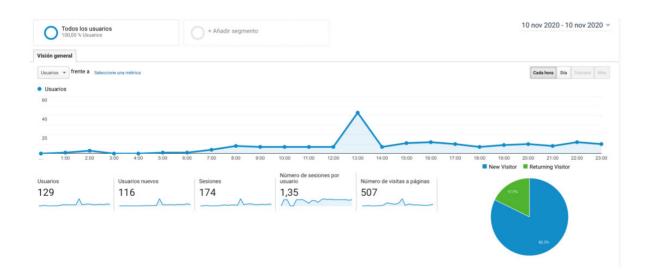




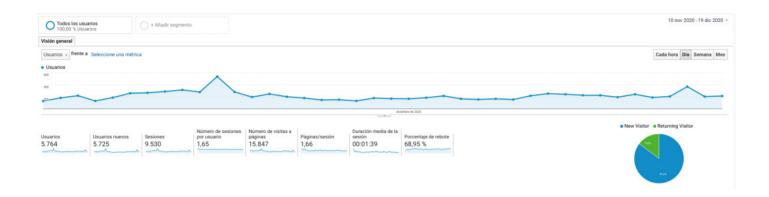
Ya desde la primera jornada de difusión de la información, la respuesta de los participantes fue de lo más estimulante.



Cumplidos los primeros 20 días de la experiencia, los 129 usuarios iniciales se habían transformado en 3.098, y las 507 visitas a páginas en 8.741



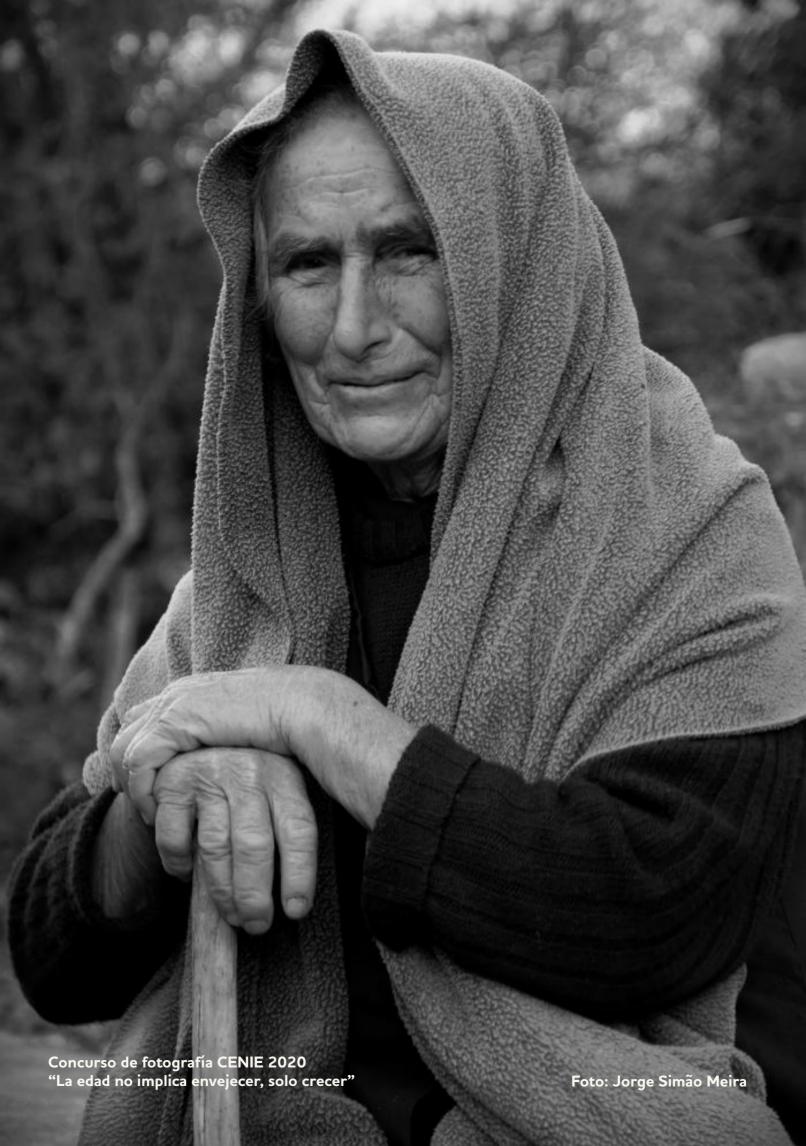
Cuarenta días más tarde, teníamos 5.764 usuarios (un crecimiento del 86,06% respecto al vigésimo día de inicio del proyecto) y las visitas a páginas sumaban 15.847(un crecimiento del 99.81%, respecto al vigésimo día de inicio del proyecto).



Y el día posterior al de la finalización del proyecto, 7 de enero de 2021, acumulábamos 7.665 usuarios (un crecimiento del 147,42% respecto al vigésimo día de inicio del proyecto) y 20.771 visitas a páginas (un crecimiento del 145,2% respecto al vigésimo día de inicio del proyecto).



Cuarenta días más tarde, teníamos 5.764 usuarios (un crecimiento del 86,06% respecto al vigésimo día de inicio del proyecto) y las visitas a páginas sumaban 15.847(un crecimiento del 99.81%, respecto al vigésimo día de inicio del proyecto).



LA EXPOSICIÓN BELENES DEL MUNDO

La culminación de nuestra propuesta cultural habría de consistir en la exhibición de una gran exposición de Belenismo internacional, a partir de una selección de las piezas y conjuntos integrantes de la Colección Basanta- Martín, que concitara el interés de la mayor parte de nuestros participantes y del público en general.

A lo largo del mes de noviembre de 2020 se llevaron a cabo todos los elementos propios de la exposición:

- a) Diseño de los elementos constructivos de la exposición, así como de su distribución en sala, acorde con los criterios de circulación exigidos por la pandemia.
- b) Embalaje y traslado de las piezas y grupos integrantes de la muestra a la ciudad de Zamora.
- c) Construcción y transporte del mobiliario expositivo a la ciudad de Zamora.
- d) Diseño y ejecución de las identidades en la señalética e información interna y externa de la exposición: colores, tipografías, nomenclaturas, paneles informativos, cartelería, elementos de circulación, señalética COVID, etc.... Para esta labor se contó con la colaboración de la empresa zamorana Estudio Piorno (www.estudiopiorno.com)
- e) Redacción, diseño e impresión de las cartelas correspondientes a las piezas y conjuntos a exhibir.
- f) Redacción, diseño e impresión de los contenidos textuales que acompañarían a la exposición.









ÁFRICA

No es posible entender la realidad del belén en África sin tener en cuenta la presencia en este continente de dos países europeos en especial, Portugal y España, y la labor cultural, educativa, asistencial y evangelizadora de sus misioneros y voluntarios.

En la actualidad, más de 13.000 españoles se dedican a auxillar a los más desfavorecidos en el mundo. Y buena parte de ellos lo hacen en Africa, en situaciones no sólo de extrema pobreza, sino también de riesgo cierto.

Como reconocimiento a su ejemplar trabajo, BELENES DEL MUNDO abre su tinerario expositivo con una selección de belenes africanos que contienen en sí mismos la característica esencial del belenismo en África: su singular severidad.





Junto a ella, la peculiar serenidad y reverencia que define a figuras y conjuntos, radiantes o contenidos en su policromía, sobrios en su expresión formal, pero cargados siempre de un encanto especialistimo, de una honda y palpitante humanidad.

La madera (de ébano, de palo de sangre, de tilo, de jacaranda o aquella que procede de diversos árboles autóctonos); el mario, de diversos árboles autóctonos; el mario, el bronce; las fibras vegetales; la cerámica vidriada; el barro... todos ellos transformados en bellisimos belenes gracias a la inspiración y la pericia de artistas y artesanos extraordinarios.

BELENES











EUROPA

Europa es el continente donde nació la tradición artística del belén, que tiene su más remoto antedecente en las primitivas celebraciones que, en torno a la fiesta de la Natividad de Jesús, comienzan a festejarse a partir del siglio IV d.C y que, en la noche del 24 de diciembre de 1223, en la Misa de Gallo en la que San Francisco de Asis representó un pequeño belén viviente, adquiere su impulso definitivo.



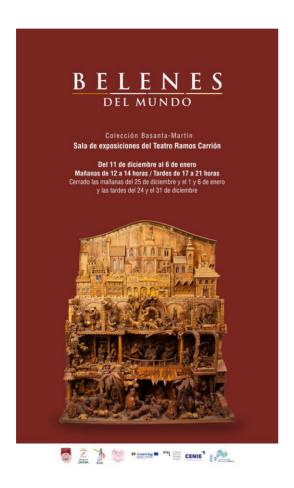
Finalmente, el belén recibe un impulso definitivo en la Contrarreforma que, intentando contrarrestar el desarrollo de la Reforma Protestante, buscó despertar los sentimientos religiosos através de las imágenes y, muy en especial, de la representación, por medio de figuras en su escenografía, del nacimiento de Jesús.

BELENES DEL MUNDO desea culminar su propuesta expositiva mostrando piezas muy singulares del belenismo europeo venidas de Alemania, Austria, Dinamarca, Elovenia, España, Estonia, Italia, Lituania, Polonia, Portugal, República Checa y Rusia.

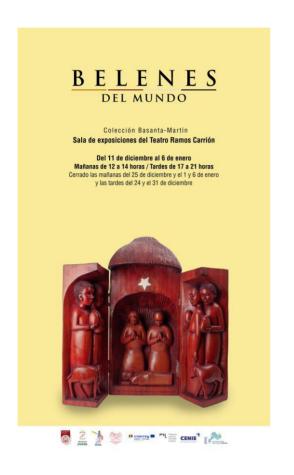


BELENES

- g) Elección y fotografía de las imágenes a exhibir y difundir de la exposición.
- h) Diseño gráfico e impresión de la cartelería externa e interna de la exposición, siguiendo los criterios de legibilidad establecidos en el conjunto de materiales informativos.









- i) Difusión de la exposición Belenes del Mundo en los medios de comunicación locales y autonómicos.
- j) Selección y formación de las personas cuidadoras de sala.
- k) Distribución de cartelería en diversos lugares de la ciudad de Zamora, provincia y ciudad de Salamanca.
- I) Montaje de la exposición.

Finalmente, el día 11 de diciembre de 2020, a las 12.00, se inauguró oficialmente la exposición Belenes del Mundo, quedando abierta al público a partir de dicha fecha, en horarios de mañana de 12.00 a 14.00 y de tarde, de 17.00 a 21.00, con un aforo máximo en salas de 30 personas. Dicho horario sería solo de mañana en los días 24 y 31 de diciembre y la exposición permanecería cerrada los días 25 de diciembre de 2020 y 1 y 6 de enero de 2021.







La exposición quedó organizada en torno a cuatro grandes áreas temáticas que, a su vez, correspondían a agrupaciones continentales:

África

Se presentaron conjuntos representativos de Mozambique, Malí, Guinea Bissau, Eritrea, Etiopía, Liberia, Sudáfrica, Kenia, Burkina-Fasso, Egipto, Togo, Suazilandia, Etiopía, Senegal, Ghana, Camerún, Nigeria y Zimbawe.





Asia y Oceanía

Se presentaron conjuntos representativos de Vietnam, Nepal, Filipinas, India, Malasia, Laos, Mongolia, Tailandia, Indonesia, China, Myanmar, Japón, Corea del Sur, Nueva Zelanda y Australia.





América

Se presentaron conjuntos representativos de Alaska (Estados Unidos), Nuevo México (Estados Unidos), Puerto Rico (Estados Unidos), Texas (Estados Unidos), Arizona (Estados Unidos), Colombia, Nicaragua, Ecuador, Guatemala, Haití y dos espacios específicos, dedicados a los dos países más importantes del belenismo iberoamericano: México y Perú.









Europa

Se presentaron conjuntos representativos de Alemania, Dinamarca, Polonia, Estonia, Austria, República Checa, Rusia, Italia, Ucrania, Portugal y España.





Al día siguiente de la inauguración, la prensa – tanto en papel como en internet- se hacía eco de la apertura de la exposición, información que se completaría con otras tantas inserciones y entrevistas radiofónicas a lo largo de todo el proceso de exhibición de la muestra.

La Opinión El Correo pinión

La exposición "Belenes del mundo" llega a Zamora

La muestra en el Teatro Ramos Carrión realiza un itinerario por los cinco continentes con piezas de la colección Basanta-Martín

B. Blanco García

12·12·20 | 03:00 | Actualizado a las 11:55



Detalle de uno de las piezas de la colección que contiene más personajes. | José Luis Fernández



Algunas de las figuras están realizadas en marfil, como estos tres reyes magos. | J. L. F.



Presentación de la muestra de belenes. | J. L. F.



Uno de los rincones más coloridos de la exposición en la sala del Ramos Carrión. | J. L. F.



Figuras de ángeles, ricamente vestido y a todo color. \mid J. L. F.



Un belén de una sola pieza, realizada en un tronco. J J. L. F.

Más de 120 misterios provenientes de sesenta países. Esas son las cifras de la exposición "Belenes del mundo", que desde hoy sábado y hasta el 6 de enero se puede visitar en la sala de exposiciones del Teatro Ramos Carrión. Una muestra que desde la organización se califica como "la más importante de España" y que es posible gracias a la cesión temporal de estas piezas por parte del matrimonio Basanta-Martín.

Precisamente Antonio Basanta estuvo ayer en la inauguración de la exposición, que exhibe tan solo una pequeña parte de la compilación que comenzó a atesorar hace más de cuarenta años, fruto de su fascinación por los belenes desde pequeño y de los viajes que, por motivo de trabajo, tenía que realizar durante su etapa laboral.

"El hilo conductor de esta exposición es mostrar la diversidad y la pujanza de los belenes en el mundo", resumió Basanta, quien agradeció la posibilidad de traer esta colección a Zamora al apoyo dado desde la Diputación Provincial y la Universidad de Salamanca, con un agradecimiento especial a Francisco Iglesias, de la Asociación Belenista La Morana, encargado de diseñar esta muestra con sus piezas.

De esta manera, el espectador puede hacer un completo recorrido por los cinco continentes, comenzando por África, donde los misterios se caracterizan "por su severidad y respeto", caracterizó Basanta. La mayoría de ellos, además, están realizados en madera de ébano, "considerada sagrada por esos pueblos y muy difícil de tallar por su dureza, de ahí que a los mejores carpinteros se les llame ebanistas", descubrió.

Sus viajes le hicieron descubrir que los belenes no eran solo una tradición mediterránea — con España e Italia a la cabeza — sino que traspasaban fronteras llegando incluso a Asia, donde su denominador común es la espiritualidad. "De hecho, en cualquier lugar donde España estuvo presente, aunque fuera por un corto periodo de tiempo, llegaba esta tradición navideña", señaló el coleccionista, quien hizo con las personas presentes en la inauguración un pequeño recorrido por la exposición, parándose en las piezas más singulares, como un misterio de Filipinas realizado con canutillos de papel de periódico por una asociación de mujeres que habían sido maltratadas o coloridos belenes de Centroeuropa montados en originales estructuras.

El horario de la exposición, que abre hoy sus puertas al público, será de 12.00 a 14.00 horas por la mañana y de 17.00 a 21.00 horas por la tarde, con las excepciones del 24 de diciembre (de 12.00 a 14.00 horas), el 25 de diciembre (de 17.00 a 21.00 horas), el 31 de diciembre (de 12.00 a 14.00 horas), el 1 de enero (de 17.00 a 21.00 horas) y el 6 de enero (de 17.00 a 21.00 horas), último día de la muestra.

La Opinión El Correo Die Zamora

La esencia de la Navidad, en el Ramos Carrión de Zamora

"Belenes del mundo" supera ya los cinco mil visitantes que han descubierto la variedad y calidad de la selección de piezas de la colección Basanta-Martín en el Ramos Carrión

B. Blanco García

31·12·20 | 03:00 | Actualizado a las 10:40



La parte final de la exposición en Zamora está dedicada a las piezas de Europa, con los ejemplos más espectaculares, como esta ciudad tallada en madera, procedentes de Centroeuropa.

Ya ha superado las cinco mil visitas y todavía le queda más de una semana para seguir sumando adeptos. Se trata de una exposición para disfrutar varias veces, porque lo que atesora "Belenes del mundo" son verdaderas joyas, puestas a disposición del público gracias a la generosidad del matrimonio Basanta Martín, que presenta una pequeña recopilación de su extensa colección de belenes en la sala del Teatro Ramos Carrión.



Los ejemplos de Perú, los más coloridos de la exposición en la sala del Teatro Ramos Carrión.

Hasta la ciudad han viajado por primera vez —y los promotores esperan que no sea la última— una selección de 120 grupos, representando a sesenta países de los cinco continentes. Junto a Zamora, Granada y Sevilla son las otras dos afortunadas en disponer de una exposición durante estas navidades de la colección Basanta-Martín, que aglutina más de 4.000 conjuntos en su colección personal.

"Ha sido complicado elegir las que se exhibirían en Zamora, porque queríamos que fueran piezas que representaran la potencia artística de la colección, así que había que ceñirse a elementos de mucha categoría", reconoce Antonio Basanta.



Desde Filipinas, con figuras realizadas con papel de periódico enrollado por socias de una asociación de mujeres maltratadas.

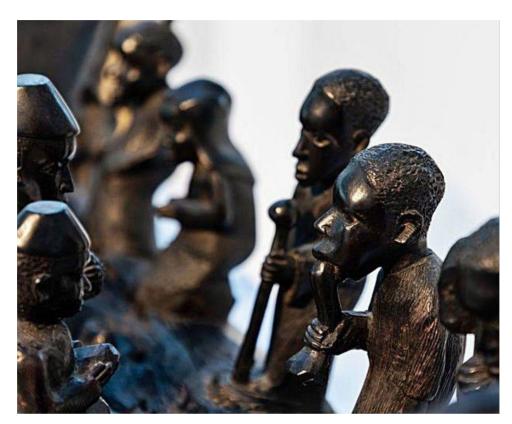
Preguntar al coleccionista por sus obras preferidas es como interrogar a un padre sobre a qué hijo quiere más.

Basanta solo se "atreve" a destacar una pieza por cada continente, por su aspecto singular, como el belén africano tallado directamente en un tronco de ébano, "que descubre la riqueza de esa madera"; el conjunto "Descansando en el regreso a Nazaret", de Asia, con un Niño Jesús despierto y en conexión directa con su madre; el belén de los esquimales de América, "por su simpatía y los nombres de cada pieza tiene grabados debajo de la base"; el belén étnico de Oceanía por ser "algo elemental, sencillo, hecho en madera local, pero muy tierno" y la ciudad tallada en madera como representación de Europa, pieza de la República Checa, "con todos los elementos de vida alrededor del nacimiento, en el centro".



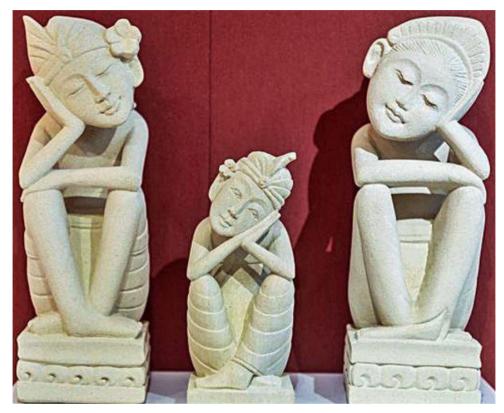
Un colmillo de animal sirve de materia prima para elaborar una representación de la adoración al Niño Jesús en África

Para Basanta, la magia de los belenes radica en tener el respaldo de ser una manifestación artística que tiene más de 1.500 años de antigüedad. "Aparte de su función religiosa y catequética, tiene un enorme valor antropológico, porque arrastra muchas de las tradiciones que de una manera sincrética la Iglesia católica asume como propias y plasma en el belén. Además, arrastra cuestiones de carácter etnográfico, como la vestimenta, los oficios o distintos utensilios. Forma parte de la mayoría de culturas rurales que, lamentablemente, estamos perdiendo, por ser eminentemente oral", argumenta.



Los conjuntos de África se caracterizan por el uso de la madera de ébano, algunos tallados directamente sobre el tronco.

Por otra parte, achaca a España y su expansión durante su época de esplendor la razón por la que esta tradición está repartida por todo el mundo. "El belén es una forma de identidad cultural española y está en todos aquellos países con los que, de alguna u otra manera, tuvimos relación. Somos una de las culturas fundacionales de la civilización y nos tenemos que sentir orgullosos de ello", subraya el coleccionista, quien se remonta hasta el año 1976 para poner el punto de partida del inicio de su afición. "Cuando comencé la colección, no pensé en lograr estas dimensiones y variedad, pero me alegro, porque algunos autores ya no están y habría sido imposible conseguir ahora algunas piezas", confiesa.



Tres piezas elaboradas en piedra arenisca blanca para "Descansando en el regreso a Nazaret", procedente de Asia.

En 2000, con su mujer María Ángeles decidió compartir su pasión sacando a la luz esta colección, que sigue creciendo cada año con treinta o cuarenta conjuntos nuevos. Desde entonces, han organizado más de 40 exposiciones que son pura esencia de Navidad.







CUESTIONARIOS DE VALORACIÓN



Para el desarrollo del proyecto, siempre creímos imprescindible contar con la valoración de sus participantes. Más allá de las opiniones y sugerencias que, de muchos de ellos y a través del correo, recibimos diariamente, decidimos realizar tres sondeos complementarios, en las siguientes fechas:

- 26 de noviembre de 2020
- 18 de diciembre de 2020
- 2 de enero de 2021.

Cada uno de los sondeos establecía un conjunto de preguntas – nunca más de seis por bloque temático -, que nos permitían conocer la opinión de nuestros usuarios respecto a varias cuestiones específicas:

- Adecuación del modo de distribución de la información: horarios y sistema de la comunicación.
- Valoración de los componentes esenciales de las piezas informativas: textos, imágenes, audios, enlaces...
- Modo de uso de la información recibida: momento del día en el que se consulta; si se relee o no; si se replica a otras personas y, en el caso de que así sea, a quiénes se hace (familiares, amigos, compañeros de trabajo o de relación social...)-; si se consulta o lee diariamente la información difundida o se prefiere acumular la de varios días para acceder a ella con posterioridad...
- Sugerencia de temas no tratados en cualquiera de los bloques temáticos de las piezas informativas.
- Tiempo empleado diariamente en la consulta o lectura de las piezas informativas.
- Preferencia por alguno de los bloques temáticos de las piezas informativas: Belenismo, Textos Literarios, Diario de una Colección.
- Funcionamiento de la herramienta informática: facilidad o dificultad de su uso en la descarga de enlaces o de imágenes.
- Dispositivo preferencial usado por los participantes en la consulta y lectura de las piezas informativas.
- Interés y opinión sobre el proyecto Juntos damos más vida a Zamora.
- Interés y opinión sobre el proyecto del Centro Internacional sobre el Envejecimiento (CENIE).

- Valoración general de la metodología empleada en el proyecto Belenes del Mundo. Idoneidad o no de replicar esta estrategia metodológica en otras acciones culturales.
- Valoración general del uno al diez del proyecto Belenes del Mundo.

Inicialmente habíamos contemplado la circulación de dichos Cuestionarios solo entre los 152 participantes seleccionados. Pero, ante la respuesta entusiasta de muchos otros, decidimos, con su correspondiente autorización, hacer llegar tales Cuestionarios a todos aquellos que nos los solicitaron, siempre y cuando cumplieran el requisito de tener 65 años o más.

Es por ello que el universo de Cuestionarios recibidos superó notablemente los 152 previstos de arranque. En concreto se recibieron los siguientes:

- 1.- Primer Sondeo: 26 de noviembre de 2020: 382 Cuestionarios. (58%, mujeres;42%, varones)
- 2.- Segundo Sondeo: 18 de diciembre de 2020: 1.084 Cuestionarios. (61%, mujeres; 49% varones)
- 3.- Tercer sondeo: 2 de enero de 2021: 1.536 Cuestionarios. (60%, mujeres; 40%, varones).

Por último, señalar que, para la recogida de las respuestas a los Cuestionarios por parte de los 152 participantes seleccionados se contó con la colaboración de dos miembros de la Agrupación Belenista La Morana, que dinamizaron eficazmente el proceso, entrando directamente en contacto personal o telefónico con todos aquellos participantes que requerían dicho impulso y ayudando a resolver pequeñas dificultades del proceso (personas que no localizaban en su correo el Cuestionario en sí, personas que no sabían muy bien cómo completar el documento en Word, etc....)

A efectos de medición de los resultados, decidimos analizar por separado los cuestionarios procedentes de los 152 mayores seleccionados – implicados en la totalidad de fases del proyecto – y los procedentes de otros participantes, ingresados al programa por la recepción diaria de las piezas informativas a través del CALENDARIO DE ADVIENTO y del Correo Motivador.





RESULTADO DE LOS CUESTIONARIOS

CUESTIONARIOS PARTICIPANTES SELECCIONADOS

Cuestionarios enviados: 152x3= 456

Cuestionarios recibidos y completos: 138x3= 414 (índice de respuesta: 90,78%)

Cuestionarios incompletos o defectuosos: 1

Cuestionarios respondidos por mujeres: 232 (56,03% del total) Cuestionarios respondidos por varones: 182 (43,96% del total)

Cuestionarios respondidos por personas de entre 65 y 70 años:134 (32,36% del total) Cuestionarios respondidos por personas de entre 70 y 75 años:168 (40,57% del total) Cuestionarios respondidos por personas de entre 75 y 80 años: 52 (12,56% del total) Cuestionarios respondidos por personas de entre 80 y 85 años: 41 (9,90% del total) Cuestionarios respondidos por personas de más de 85 años: 19 (4,58% del total)

Bloque 1 de análisis: Belenismo.

Nada interesante: 0%

Poco interesante: 0% Interesante: 12%

Muy interesante: 88%

Bloque 2 de análisis: Textos Literarios.

Nada interesante: 0% Poco interesante: 1% Interesante: 14%

Muy interesante: 85%

Bloque 3 de análisis: Diario de una Colección.

Nada interesante: 0% Poco interesante: 0% Interesante: 6%

. . .

Muy interesante: 94%

Bloque 4 de análisis: Preferencia por los bloques temáticos.

Belenismo: 33%

Textos Literarios: 31%

Diario de una Colección: 36%

Bloque 5 de análisis: Tiempo de lectura.

Menos de un minuto: 2%

Un minuto: 22%

Algo más de un minuto: 64% Más de dos minutos: 12%

Bloque 6 de análisis: Dispositivo preferente de lectura.

Teléfono móvil: 38%

Ordenador personal: 62%

Bloque 7 de análisis: Correo motivador.

Nada interesante: 0% Poco interesante: 0% Interesante: 16% Muy interesante: 84%

VALORACIÓN CONJUNTA CALENDARIO DE ADVIENTO Y CORREO MOTIVADOR.

Bloque 8 de análisis: Ilustraciones (ilustraciones, videos, fotos)

Nada interesantes: 0% Poco interesantes:0% Interesantes:8%

Muy interesantes:92%

Bloque 9 de análisis: Enlaces. Contenido.

Nada interesantes:0% Poco interesantes:0% Interesantes: 11% Muy interesantes:89%

Bloque 10 de análisis: Enlaces. Número.

Muy insuficientes:0% Insuficientes:0% Suficientes: 34%

Óptimos:66%

Bloque 11 de análisis: Horario y forma de difusión de la información.

Nada adecuados: 0% Poco adecuados: 0% Adecuados: 38% Muy adecuados: 62%

Bloque 12 de análisis: Herramienta informática.

Muy poco fácil de usar: 4%

Poco fácil de usar: 8%

Fácil de usar: 56% Muy fácil de usar:32%

Bloque 13 de análisis: Índice de entrada al proyecto Juntos damos más vida a Zamora: 27%

Nada interesante: 0% Poco interesante: 0%

Interesante: 3%

Muy interesante: 24%

Bloque 14 de análisis: Índice de entrada al proyecto Centro Internacional sobre el envejecimiento

(CENIE): 17%

Nada interesante: 0% Poco interesante: 0%

Interesante: 6%

Muy interesante: 11%

Valoración global de la experiencia (del 1 al 10): 9'89.

CUESTIONARIOS OTROS PARTICIPANTES

Cuestionarios enviados: 972x3= 2.916

Cuestionarios recibidos y completos: 862x3= 2.585 (índice de respuesta: 88,68%)

Cuestionarios incompletos o defectuosos: 36(1,39% del total) Cuestionarios respondidos por mujeres: 1682 (65,06% del total) Cuestionarios respondidos por varones: 903 (34,94% del total)

Cuestionarios respondidos por personas de entre 65 y 70 años: 888 (34,35% del total) Cuestionarios respondidos por personas de entre 70 y 75 años: 1.024 (39,61% del total) Cuestionarios respondidos por personas de entre 75 y 80 años: 310 (11,99% del total)

Cuestionarios respondidos por personas de entre 80 y 85 años: 194

Cuestionarios respondidos por personas de más de 85 años: 99 (3,82% del total)

Bloque 1 de análisis: Belenismo.

Nada interesante: 0% Poco interesante: 0% Interesante: 12% Muy interesante: 88%

Bloque 2 de análisis: Textos Literarios.

Nada interesante: 0% Poco interesante: 1%

Interesante: 14%

Muy interesante: 85%

Bloque 3 de análisis: Diario de una Colección.

Nada interesante: 0% Poco interesante:0%

Interesante: 6%

Muy interesante: 94%

Bloque 4 de análisis: Preferencia por los bloques temáticos.

Belenismo: 33%

Textos Literarios: 31%

Diario de una Colección: 36%

Bloque 5 de análisis: Tiempo de lectura.

Menos de un minuto: 2%

Un minuto: 22%

Algo más de un minuto: 64% Más de dos minutos: 12%

Bloque 6 de análisis: Dispositivo preferente de lectura.

Teléfono móvil: 38%

Ordenador personal: 62%

Bloque 7 de análisis: Correo motivador.

Nada interesante: 0% Poco interesante: 0% Interesante: 16%

Muy interesante: 84%

VALORACIÓN CONJUNTA CALENDARIO DE ADVIENTO Y CORREO MOTIVADOR

Bloque 8 de análisis: Ilustraciones (ilustraciones, videos, fotos)

Nada interesantes: 0% Poco interesantes: 0%

Interesantes:8%

Muy interesantes:92%

Bloque 9 de análisis: Enlaces. Contenido.

Nada interesantes:0% Poco interesantes:0% Interesantes: 11% Muy interesantes:89%

Bloque 10 de análisis: Enlaces. Número.

Muy insuficientes:0%
Insuficientes:0%
Suficientes: 34%
Óptimos:66%

Bloque 11 de análisis: Horario y forma de difusión de la información.

Nada adecuados: 0% Poco adecuados: 0% Adecuados: 38% Muy adecuados: 62%

Bloque 12 de análisis: Herramienta informática.

Muy poco fácil de usar: 4%

Poco fácil de usar: 8% Fácil de usar: 56% Muy fácil de usar:32%

Bloque 13 de análisis: Índice de entrada al proyecto Juntos damos más vida a Zamora: 22%

Nada interesante: 0% Poco interesante: 0%

Interesante: 6%

Muy interesante: 16%

Bloque 14 de análisis: Índice de entrada al proyecto Centro Internacional sobre el envejecimiento

(CENIE): 18%

Nada interesante: 0% Poco interesante: 0%

Interesante: 2%

Muy interesante: 16%

Valoración global de la experiencia (del 1 al 10): 9'91.







LA ACCIÓN
CULTURAL
BELENES DEL
MUNDO EN
CIFRAS.

CALENDARIO DE ADVIENTO

Número de páginas emitidas: 58 Número de enlaces emitidos: 372 Número de imágenes distribuidas: 292

Número de participantes: 7.665 Número de visitas a páginas: 20.761

Países participantes: 61 (en orden de participación: España, Estados Unidos, Finlandia, Países Bajos, Portugal, Austria, Francia, México, Argentina, Perú, Angola, Colombia, China, Venezuela, Italia, Chile, India, Bolivia, Rusia, Ecuador, Reino Unido, Canadá, República Dominicana, Uruguay, Suiza, Bangladés, Costa Rica, Alemania, Corea del Sur, Panamá, Paquistán, Puerto Rico, Kosovo, Hong-Kong, Myanmar, Filipinas, Polonia, Suecia, Singapur, Australia, Cuba, Grecia, Guatemala, Marruecos, Nepal, Ucrania, Vietnam, Aruba, Georgia, Croacia, Indonesia, Irlanda, Kenia, Kazajistán, Macedonia, Mongolia, Namibia, Noruega, Serbia, Turquía).

CORREO MOTIVADOR

Número de correos enviados: 8.315

Número de correos recibidos y contestados: 32.124

Número de imágenes distribuidas: 108 Número de enlaces distribuidos: 122

CUESTIONARIOS

Número de cuestionarios emitidos:3.372 Número de cuestionarios recibidos:2.999

Número de cuestionarios defectuosos o incompletos:37

Número de respuestas analizadas: 148.368

EXPOSICIÓN BELENES DEL MUNDO

Número de visitantes: 8.362.

Número de conjuntos expuestos: 122. Número de figuras expuestas: 1.524.

Número y Porcentaje de Visitantes menores de 10 años: 1.027: 12,28% Número y Porcentaje de Visitantes entre 10 y 18 años: 1.501: 17,95%

Número y Porcentaje de Visitantes adultos: 2.328: 27,84%

Número y Porcentaje de Visitantes mayores de 65 años: 3.506: 41,92% Número y Porcentaje de Visitantes en grupos familiares: 6.784: 81,12%

Número y Porcentaje de Visitantes de los 152 mayores seleccionados: 133: 87,05%

Número y Porcentaje de visitantes que repitieron la visita: 2.107: 25,19%





CONCLUSIONES



- Es aconsejable que la acción cultural dirigida a mayores de 65 años se conciba como una actividad dinámica, plenamente participativa, en la que el motor principal sea la creación de experiencias de aprendizaje. Querer aprender es la clave de un envejecimiento saludable.
- En tal sentido, conviene aceptar el reto de diseñar e implementar para la población de mayores de 65 años acciones de verdadera innovación, capaces de generar protocolos que sirvan como modelos de actuación- replicables, adaptables, flexibles- para otras tantas acciones culturales.
- La acción cultural propuesta debe de suponer también un incentivo intelectual y emocional para sus participantes, al tiempo que incremente sus relaciones sociales, factor éste de primordial importancia en el desarrollo y bienestar de la población de mayores.
- Una relación social que, en primer término, se habrá de forjar entre personas de similar edad, pero que es muy aconsejable se traslade a otras tantas cohortes poblacionales, especialmente a niños y jóvenes, con los que la población de mayores de 65 años suele tener un vínculo muy especial, favoreciendo así la transferencia experiencial y vital, condición de extraordinario valor para la construcción de modelos sociales vertebrados, cohesionados y solidarios.
- Aprender, compartir, descubrir, recordar, en el marco de desarrollo de una acción cultural son factores que incrementan notablemente la autoestima entre la población mayor participante, dan un sentido de verdadera utilidad a su contribución y favorecen procesos de positividad vital, de comunicación asertiva, al comprobarse intelectual, emocional y socialmente activos e implicados. Tener un objetivo nuevo que trascienda las rutinas del día a día, el sentido negativo de engañosas nostalgias o el torpe olvido en que a veces sometemos a la población de mayores, es un auténtico revulsivo vital, provocado por la fuerza estimulante y transformadora de la cultura. En tal sentido, existe un consenso unánime en que las acciones de formación cultural para personas mayores suponen también una "actividad preventiva ante un envejecimiento dependiente en la dimensión mental, social, física y psicopedagógica"

(AEPUM,2012. https://www.aepumayores.org/sites/default/files/Conclusiones_La_Lagu na_1_y_2_Marzo_2012.pdf)

- El progresivo y feliz acceso de poblaciones de mayores de 65 años en condiciones de salud, educativas y económicas mejores que nunca, con la libre disposición de tiempo que a todo ello se añade, ofrece a la acción cultural una oportunidad extraordinaria de actuación, estableciendo nuevos modelos que hagan de la cultura un marco de encuentro, de intercambio y de diálogo.

- La selección de las acciones culturales deben de tener en cuenta los factores experienciales de la población a la que se dirige. Dado el objetivo de nuestra investigación, hemos de señalar que es fundamental que la acción cultural prevista, en el caso del público senior, entronque con la experiencia vital de los mayores de 65 años, sin que ello suponga ningún planteamiento excluyente, sino una forma de integrar la actividad en la propia biografía de los participantes.
- Dicha asociación con las experiencias previas de la población de mayores de 65 años a la que se dirige la actividad puede servir como primer elemento introductor de la misma o como eje central en todo su desarrollo.
- Del mismo modo, y en lo posible, es importante que la acción cultural a desarrollar procure ligarse a otros ciclos culturales o festivos reconocibles y consolidados para la población de mayores de 65 años.
- Asociado con el punto anterior, es muy importante tratar de identificar si es que existen la presencia en el ámbito de desarrollo de la acción cultural, de colectivos afines a la actividad en sí: amigos de Museos, asociaciones culturales, agrupaciones artísticas, entidades filantrópicas, entidades formativas para mayores (Universidad de Mayores, participantes del programa de la Unión Europea Erasmus+ 4, etc....). En el caso de que tales colectivos existan, es muy importante entrar en contacto con ellos para tratar de identificar vínculos de actuación conjunta.
- La actividad cultural propuesta debe suponer siempre un incentivo de relación intergeneracional, en el que la transferencia de contenidos, visiones y experiencias se convierta en algo tan importante el propio disfrute de la acción cultural en sí misma.
- Conviene seleccionar un grupo de mayores de 65 años que, a su vez, actúen como asesores de la actividad propuesta, así como de dinamizadores de la misma.
- Con este grupo es importante analizar y consensuar todos los elementos posibles que constituyan la acción cultural, desde su contenido en sí a la forma de ser presentados.
- En este último aspecto, conviene analizar con la población de mayores seleccionados todos aquellos aspectos, icónicos y textuales, que puedan acompañar a la acción cultural prevista.
- Es conveniente proceder a un proceso de formación previa de la población de mayores seleccionados, usando preferentemente la información telemática, en cantidad, forma y procedimiento de difusión previamente pactado con ellos.
- Una vez puesta en marcha la acción cultural, es importante mantener un contacto directo tanto con los mayores seleccionados, como con todos aquellos otros participantes que así lo deseen, con el fin de evaluar de manera continuada la calidad del proceso y de incorporar, en lo posible, cuantas sugerencias de mejora procedan de los participantes.

- A mayor información compartida con la población a la que se dirige la acción cultural, mayor será su respuesta e implicación: También su capacidad de análisis y de aportación a la misma, lo que aún incentivará más el oportuno sentido de pertenencia entre la acción cultural en sí y sus participantes.
- La acción cultural a desarrollar debe de ir acompañado de un proceso continuo de evaluación, que nunca debe ceñirse tan solo a aspectos cuantitativos sino, muy fundamentalmente, a valores cualitativos.





A MODO DE DECÁLOGO

1

El objetivo básico de toda acción cultural debe de ser propiciar una **experiencia de aprendizaje, comunicación y disfrute** para toda la población, sin ningún tipo de exclusión ni de miradas discriminatorias.

2

Semejante propósito supone la incorporación a la acción cultural propuesta de un **proceso continuo de comunicación, consulta, participación y formación** de los potenciales usuarios , a fin de garantizar, para cada uno de ellos, el máximo disfrute y aprovechamiento de la experiencia.

3

Dicho proceso de comunicación, consulta, participación y formación debe iniciarse con anterioridad a la propia puesta en marcha de la iniciativa cultural escogida y prolongarse a lo largo del desarrollo de la mencionada actividad.

4

Es imprescindible diseñar e implementar **estrategias metodológicas y didácticas innovadoras,** basadas en la creatividad, la amenidad y la eficacia, adaptadas a la diversidad de los públicos a los que queremos dirigirnos.

5

La referida diversidad de públicos a los que hemos de proyectar la acción cultural no solo no es un impedimento, un obstáculo, sino un factor de extraordinaria riqueza, cuya pertinente presencia no hará sino incrementarse en el inmediato futuro.

EL PÚBLICO SENIOR EN UNA OFERTA CULTURAL PARA TODOS | Cultura

6

Hemos de incorporar todos los posibles **canales de comunicación** entre los potenciales participantes y la acción cultural: desde lo presencial a lo no presencial, desde el uso de las vías **tradicionales** al uso de las **tecnologías** de la información.

7

En la planificación y ejecución de la acción cultural, es prioritario partir de la **experiencia previa** de los participantes, de sus **conocimientos**, de sus **intereses**, y siempre de sus **aportaciones**.

8

Toda acción cultural debe propiciar la generación de una **acción de relación social** que favorezca la generación de **grupos de intereses culturales** afines, de comunidades, en la creación de un vínculo que se proyecte más allá de la propuesta cultural en concreto y sirva de acicate para otras tantas experiencias culturales futuras.

9

La cultura es el espacio privilegiado para el **encuentro intergeneracional.**Y semejante consideración debe hacer que tal objetivo forme parte imprescindible de cualquier acción cultural que desee desarrollarse.

1

Toda acción cultural debe venir acompañada de un riguroso y continuo proceso de evaluación, en el que medir aspectos cuantitativos y, de modo prioritario, aspectos cualitativos, que, en su momento, puedan ser comunicados a la sociedad en su conjunto y que sirvan de base para futuras acciones culturales.



REFLEXIÓN FINAL



Para cuantos hemos participado en la creación y desarrollo del proyecto El Público Senior en una oferta Cultural para todos, la experiencia vivida ha sido un verdadero privilegio que nos ha permitido reafirmar el valor y sentido que una acción cultural puede tener para la población de mayores de 65 años.

Y, al mismo tiempo, la imperiosa necesidad de que el ámbito de la cultura establezca una relación distinta a la habitual con dicha población, superando ampliamente su mera condición de potenciales usuarios o espectadores, para convertirlos en partícipes y agentes directos de la acción cultural.

No hay cultura que no sea producto del diálogo, del intercambio. Solo así las comunidades van afirmando su propia identidad, construyendo el haz de costumbres, valores y creencias que comparten, en un proceso de imparable y feliz renovación, que marca de forma imperecedera la capacidad de progreso de una sociedad.

A mayor capacidad de diálogo, a mayor fomento de la comunicación interna y externa, es posible una mayor prosperidad. Por el contrario, a mayor desconexión, a menor diálogo intergeneracional, las personas, y la sociedad a que pertenecen, ingresan en un imparable proceso de empobrecimiento.

De ahí que hayamos de propiciar todos aquellos factores que propicien los ejes del crecimiento. Y, en ello, la cultura ofrece una oportunidad incomparable.

Porque es de todos y para todos.

Porque apela permanentemente a nuestra capacidad de transformarnos.

Porque implica siempre una llamada a nuestra irrenunciable capacidad de pensar, de imaginar, se sentir, de aprender. De caminar y de dejar huella.

"Contamos contigo", decía, hace más de cincuenta años, un slogan institucional que pretendía animarnos en España a practicar el ejercicio físico, el deporte. Ese mismo lema es el que debiera presidir no pocas de las propuestas culturales que ofrezcamos a nuestros ciudadanos. Y muy especialmente a quienes han logrado la victoria de llegar a edades avanzadas. Porque ellos son depositarios de una experiencia que solo aporta el transcurrir de la vida. Y porque, desde tan particular atalaya, los aprendizajes se han convertido ya, y con frecuencia, en auténtico conocimiento, en sabiduría.

He ahí el valor insustituible del envejecimiento saludable: llegar a una etapa vital en que todo pueda empezar a sedimentarse, para seguir alimentando el caudal de la vida: de la propia y de la ajena.

Y hacerlo en un momento en que ya no entran en juego ni los egos ni los intereses, sino el afán sincero de aportar lo mejor que cada cual tenga para el desarrollo del conjunto. Esa sola intención es, por sí misma, razón más que suficiente para enaltecer la autoestima, reforzar la percepción, por parte de los mayores, de su necesidad y utilidad, encontrar nuevos motivos para la ilusión y el aprendizaje. Ser más impulsores que guardianes. Ser más aliados con el futuro que meros testigos de un pasado que, de nada o poco vale, si no es para ayudar a diseñar un mejor porvenir.

EL PÚBLICO SENIOR EN UNA OFERTA CULTURAL PARA TODOS | Cultura

El ámbito cultural necesita de la presencia de los mayores como factores determinantes y activos, no como meros "consumidores pasivos" de cultura. Y ello implica la necesidad de hacerles partícipes en todo aquello que sea posible: desde el propio primer diseño y propuesta de la actividad, hasta el momento de su ejecución, seguimiento y posterior evaluación. Una participación que debe tener en cuenta, sin duda, la singularidad, pero no como una limitación, como una taxonomía excluyente y discriminatoria, sino como una característica que potencie la eficacia y sentido de nuestra acción.

Es fundamental que las instituciones culturales sean conscientes del reto y de la oportunidad que significa incorporar a la población de nuestros mayores como agentes imprescindibles, activos y participativos de la oferta cultural que tales entidades promuevan. Que lo incorporen como uno de sus requisitos indispensables, obviando así lo que, hasta este momento, ocurre de forma generalizada: que el acceso a la cultura de nuestra población mayor está más propiciado por las instituciones asistenciales que por las culturales en sí mismas. Y que la innovación y la creatividad son atributos inseparables también de nuestros mayores que, en igualdad de oportunidades, deben poder disfrutar de su derecho de acceso a la cultura, en idéntica condición a como corresponde a todos los ciudadanos.



EL PÚBLICO SENIOR EN UNA OFERTA CULTURAL PARA TODOS | Cultura













