



José Ramón Alonso, en el tercer claustro del Monasterio de Prado. :: ANTONIO QUINTERO

«En cada proyecto cultural la pregunta que nos hacemos es si genera empleo»

José Ramón Alonso Director general de Políticas Culturales

Explotar el filón de la enseñanza del español y optimizar la gestión de la Consejería, retos de Alonso

VICTORIA M. NIÑO



VALLADOLID. Apenas ha estrenado el sofá del despacho, trabaja y recibe en la mesa. José Ramón Alonso (Valladolid, 1962), catedrático de Biología en la Universidad de Salamanca, disfruta con la gestión y aplica ágilmente el principio bíblico de que su mano izquierda no sepa lo que hace la derecha. Por eso los recortes no hacen mella en su discurso. Por la mañana representa a la consejería de las «buenas noticias» y a mediodía, anuncia el cierre temporal de un museo.

—La enseñanza del español a extranjeros es la apuesta fuerte de su equipo. Tan ligada a Salamanca, ¿qué hacer para implicar a toda comunidad?

—El español es un tema prioritario en toda Castilla y León. Salamanca tiene una trayectoria y más del 70% de los estudiantes que vienen a nuestra comunidad van allí. Sin

embargo el crecimiento más alto en el último año lo ha experimentado Valladolid, con un 50% de estudiantes más. En plena crisis hemos aumentado el 13,5% el número de estudiantes en la comunidad. Las estancias son más largas y dejan más dinero. Han aumentado los estudiantes de EE UU, que se quedan más tiempo. Salamanca es cabeza tractora, porque empecé antes, hay toda una industria, mientras que en otras provincias está por crear. Uno de los temas pendientes es la constitución del consorcio donde están las ocho universidades de la comunidad, sus nueve capitales y las empresas.

—¿A qué empresas se refiere?

—Las más fuertes son las academias de español, empresas cuya actividad económica está ligada en el 90% a los estudiantes. Hay un margen de crecimiento para otras empresas, en programas auxiliares de ocio, deporte, sanidad. Eso está por construir. Podemos hacer mejores ofertas, paquetes específicos.

—¿Y el material didáctico?

—Hay margen también. Por eso hablo de un plan de industrias culturales. Nuestros libros tienen un mercado de 500 millones de personas. El gremio de editores está contento de cómo crece la exportación. Y se abre un mundo en contenidos digitales, libros de enseñanza, animación, etc.

—¿Han realizado acciones especiales en países muy demandantes: EE UU, Brasil, China?

—Hacemos una doble acción; en

mercados consolidados, en países que mandan de forma constante un número importante de estudiantes —EE UU y Europa—, y en mercados emergentes como Asia, Australia o el Este de Europa. Hemos crecido en un 40% en centros acreditados por el Cervantes.

—¿Se pueden hacer tantas cosas con 1.300.000 euros?

—Si. Sacaremos una nueva serie de convocatorias, temas de internacionalización. Nuestro cliente está en el extranjero, hay que salir a buscarle. Por otro lado, fortalecimiento de empresas, formación para los que quieran reorientarse al español. Las universidades tienen que ser nuestro gabinete de estudios, que nos ayuden a detectar flujos de estudiantes. Intentamos apuntarnos al valor añadido. El país más demandante, EE UU., tiene cerca a nues-

tra competencia que está en Buenos Aires o Acapulco, donde hablan español y tienen un gran patrimonio. Pero nosotros podemos dotarlo de valor añadido. Se puede relacionar una estancia del español con una en museos, en empresas exportadoras o en parques naturales. Ofertar paquetes más atractivos para un norteamericano.

—¿Los 15.000 empleos anunciados por la consejera fueron aventurados o se están creando?

—Quien crea empleo son las empresas. Ahora bien nosotros estamos convencidos de que en el sector de las industrias culturales y el español hay posibilidades de crecimiento y se está demostrando. La industria cultural sobrevive a la crisis mejor porque es flexible, crece en el ámbito digital, son empresas que están aumentando su internacio-

nalización. Los puestos de trabajo son una la prioridad de mi consejera y mía. En cada proyecto, la primera pregunta que nos hacemos es si genera actividad, si creará empleo y qué retorno tendrá.

—¿Habrá dinero para mantener los servicios públicos: bibliotecas, museos y archivos?

—Tenemos un patrimonio espectacular y es una riqueza maravillosa. Le sacamos partido pero le sacaremos más. Tenemos unas bibliotecas y unos museos que no se valoran, pero suman diez millones de usuarios. Intentamos ver cómo poner en valor esto, hay que cuidar las infraestructuras porque creemos en el servicio al ciudadano.

—¿Para cuando la fusión de Siglo y Sotur, es una rectificación de la política de fundaciones?

—Es un proceso que está en marcha. Con la fusión conseguiremos más sinergias. La Dirección podrá contar con especialistas turísticos para vender el Fáy y el Titirimundi. Unimos así la cultura y el turismo con una potencia que no existía.

—El ciudadano lo que ve son fundaciones paralelas al personal de la Consejería.

—Las cosas surgen por una necesidad. La Fundación Siglo tiene su origen en dotar de una estructura a la OSCyL. Era una herramienta que se ha ido dotando de más funciones en escenarios expansivos.

—¿Cuándo se culmina y donde trabajará el personal?

—No puedo adelantar nada, solo que se está trabajando mucho.

La vocación, en un blog

Orgullosa de su «perfil investigador», Alonso disfruta de la gestión desde los cargos varios que ocupó en la USAL, compaginándolos con el laboratorio. Este investigador del cerebro mata el gusanillo intelectual con sus artículos divulgativos en un blog y una revista especializada. Se obliga así a leer so-

bre su disciplina, disfruta y se relaja: «Es mi terapia, me lo ahorro en psicólogos». Hombre de retos, quien ahora maneja la jerga política de su Consejería —poner en valor, paquetes turísticos, industrias culturales— es un escritor nocturno que ha ganado premios literarios, coronados por el Fray Luis de León a su ensayo 'La investigación biomédica y los derechos de los animales'. Lo que le pide el 'circuito de recompensa' de su cerebro ahora es descansar.