

CARTA ESPECÍFICA: Eventos Culturales y Festivos.



Los eventos culturales y festivos también pueden llevar la Marca de Calidad Territorial "CondadoJaén. Calidad Rural". Por ello deberán cumplir los siguientes parámetros de calidad:

1.- EL TEMA

Deben ser eventos de larga tradición histórica en la comarca, o si son relativamente nuevos con algún vínculo con elementos fuerza de ella como su historia, el paisaje, el entorno, etc. En el caso de fiestas religiosas, pueden llevar la Marca para su imagen global, pero no la parte que es eucarística. Todas las fiestas romeras son fiestas participativas, vistosas, ligadas a la gastronomía, etc.

Los eventos culturales siempre deben buscar elementos de conexión con el territorio desde el nombre del premio, si los hay, o el escenario donde se desarrollan, etc.

2.- PERIODICIDAD

Carácter fijo, que se realice cada cierto período de tiempo, en la misma fecha o época del año, y se conviertan en hitos o referencias de la comarca. Si es un evento aislado y puntual, no debe llevar la Marca.

3.- PROYECCIÓN

Puede tener el ámbito de un municipio, de varios o de toda la comarca. Pero para llevar la Marca debe haber alcanzado la fama que traspasa su ámbito y ser conocido fuera, reconocido por su interés, peculiaridad, vistosidad, etc. No se trata de que el evento tenga mucho interés para el pueblo que lo realiza, sino que haya conseguido despertarlo fuera de él, para que lo podamos considerar también un recurso para el desarrollo económico del territorio. Se puede tener en cuenta la participación de entidades externas al territorio por el interés del evento, la pertenencia a entidades de ámbito superior, etc.

4.- LA PARTICIPACIÓN EN LA ORGANIZACIÓN Y GESTIÓN

El evento debe contar en su organización y/o gestión con algún tipo de participación social (vecinos, colaboradores establecidos, asociaciones temáticas, etc.) en el caso de ser de iniciativa pública.

Además las personas más directamente relacionadas con la organización y gestión del evento deben recibir formación obligatoria sobre la Marca y, sobre aquellos aspectos que directamente les afecte (carta específica), y sobre todo aquello que les refuerce la profesionalidad, aunque sea una actividad voluntaria, o informal.

Es muy importante la seguridad en los eventos. Se debe contar con seguros de responsabilidad civil al día.

Las cuentas de los eventos deben ser claras y transparentes, debiéndose contar con presupuestos diseñados, equilibrados y con viabilidad económica.

Las personas que trabajen en dicho evento (si no es voluntariado), deben estar legalmente contratadas.

Se debe hacer una evaluación de satisfacción por parte de los organizadores u otras entidades.

5.- CALIDAD SOCIAL

El evento no debe ser portador de valores contrarios a la calidad social (sexista, racista, xenófobo, discriminatorio con algún tipo de colectivo, etc.)

La igualdad de oportunidades entre el hombre y la mujer es indispensable. En el material promocional se debe tener en cuenta la perspectiva de género.

No se debe propiciar la ingestión de sustancias nocivas para la salud (quizás en la promoción, advertir o aconsejar la cautela en la ingestión de alcohol, ...)

6.- CALIDAD AMBIENTAL

El desarrollo del evento no puede significar, en modo alguno, una agresión medioambiental, deteriorando el entorno (a tener en cuenta desde el propio diseño del evento).

La organización debe tener previsto la recogida de residuos, etc, si los genera. Debe proporcionar la educación ciudadana en su responsabilidad civil con el medioambiente. No puede llevar la Marca un evento que suponga el deterioro de parajes, la producción de basura en entornos naturales (aunque después se recoja).

7.- PROMOCIÓN

Debe tener un plan de promoción que lo difunda fuera de su ámbito de ejecución. Dicha promoción debe ser realizada tanto individualmente como conjuntamente con el resto de eventos portadores de la Marca. Si se anuncia con otras promociones y servicios, éstos deben ser con Marca.

Todos los eventos con Marca deben tener página web, con información actualizada y cierta.

Todos los eventos deben disponer de medios de contacto, como teléfonos y correo electrónico, a los que dirigirse para obtener información, reservas, etc.