

PLAN DE ACCION 2015
DE LA FUNDACION TRES CULTURAS

INTRODUCCIÓN

La Fundación Tres Culturas del Mediterráneo, en adelante FTCM, se constituyó en 1999 con la misión de convertirse en un foro de internacional para promover el encuentro, el conocimiento mutuo, el respeto y la tolerancia entre los pueblos y culturas del Mediterráneo, basándose en un fuerte partenariado y unas estrechas relaciones entre la Junta de Andalucía y el Reino de Marruecos.

Tras 15 de años de vida, es quizás el momento de hacer balance del camino recorrido y de los indudables éxitos alcanzados. También de **abrir un espacio de reflexión que sirva para dar un nuevo impulso a su misión, visión y objetivos**, que garanticen una posición de referencia en su entorno y su adaptación a los nuevos desafíos. Porque si algo ha caracterizado estos últimos tres lustros son los **profundos cambios** que se han producido en el contexto nacional e internacional, y sin duda alguna en el ámbito del Mediterráneo.

Los acontecimientos más recientes, ocurridos en Francia, el auge del terrorismo y la intolerancia, se ha unido a los hechos que trajeron consigo el estallido de la llamada Primavera Árabe desde inicios de 2011, que representaron un brusco giro de la situación sociopolítica y también económica de la región mediterránea.

A este vendaval de cambio en el sur del Mediterráneo se unió la **grave crisis económica y financiera** que está durante años ha estado azotando buena parte de los países del mundo, y con una especial dureza a Europa y España. Una situación que ha sembrado de desasosiego la vida cotidiana de millones de ciudadanos, despertando en algunos casos sentimientos de rechazo hacia otras culturas, o hacia lo extranjero en general, que creíamos estar superando.

En estos momentos de incertidumbre es cuando **se hacen aún más imprescindibles referentes sólidos y fiables**, que sean capaces de fomentar los valores de la solidaridad, la paz y el respeto. La FTCM debe saber responder a estos nuevos retos con una actitud decidida y proactiva.

Por un lado, reforzando su protagonismo como **punto entre pueblos y culturas**. Por otro, promoviendo una **mayor cercanía** con la sociedad, que exige más que nunca de sus instituciones una inequívoca vocación de servicio público. Así, la Fundación debe ser percibida por los ciudadanos como una entidad activa, útil, próxima y transparente.

Para cumplir con estos objetivos, la FTCM necesita reforzar su papel de referencia y liderazgo, no sólo en el contexto andaluz, sino también en el ámbito nacional e internacional. Una posición que no sólo merece, atendiendo a su trayectoria histórica y a los logros alcanzados en estos 15 años, sino que también está en la obligación de

asumir y que representa una oportunidad evidente de robustecer su imagen, capacidad de influencia y reputación.

Desde su nacimiento, la FTCM ha atravesado diferentes etapas, en las que diversos condicionantes internos y externos han afectado a esa posición de referencia entre las instituciones que se dedican a la promoción del diálogo y el intercambio cultural en el Mediterráneo.

A lo largo de estos 15 años, han ido surgiendo **nuevas instituciones** con objetivos – en buena parte- coincidentes con los de la Fundación, o la consolidación de otras ya existentes, que constituyen retos claros en términos de liderazgo, notoriedad y capacidad de influencia de la FTCM en sus ámbitos de interés.

Nuevos actores como la Fundación Euromediterránea Anna Lindh, la Casa Árabe, el Centro Sefarad-Israel, el Instituto de Estudios Mediterráneos (IEMED) o la Casa Mediterráneo, por citar los más conocidos y cercanos geográficamente. Instituciones que desarrollan sus actividades en legítima competencia con la FTCM, y que en consecuencia pueden llegar a eclipsar su imagen, cuando no a ocupar de forma permanente una posición de preeminencia desde el punto de vista político, social, cultural o institucional.