

EL ENVÉS DE LA CULTURA.
(10 Años de Economía de la
Cultura en Valencia.)

Pau Rausell Köster

OTROS TÍTULOS DE: *COLECCIÓ PAPERS DEL ROURE*

1. SERIE CULTURA:

EI ENVÉS DE LA CULTURA

(Pau Rausell Köster)

2. SERIE TERRITORIO

ASERTOS INCÓMODOS. A CONTRACORRIENTE

(Vicente M. Morfort, Josep Sorribes)

Diseño de portada: Paloma Rueda Gascó
Corrección Lingüística: Robert Mayor Alsina
Ediciones. Mínim
© *Pau Rausell Köster*
1ª Edición Nov 2004.
ISBN
Depósito Legal

*Para **Armand**, tratando de contribuir a la causa de que sus horas de aventura en el videojuego Ray Man, le cuenten como horas de lectura.*

Agradecimientos:

Quiero agradecer, en primer lugar, a **Salvador Carrasco** por su disposición a que algunos textos que creamos en colaboración, aparezcan aquí como si fueran exclusivamente míos. También agradecer a **Consuelo Ciscar** por razones obvias que explico más adelante. A **Victor Fuentes, Andrés Garcia-Reche** y **Pepe Jordán**, compañeros del Departamento de Economía Aplicada que me resolvieron algunas dudas existenciales. También a **Josep Sorribes** y al resto de los miembros del Roure de Quart por incentivar anímicamente este proyecto. Como no, a **Robert Mayor** por su desvelos lingüísticos, a **Paloma Rueda** por su arte y a **Pepe Tormo** y **Adolf Boluda** por llenar de vida el despacho y liberarme de algunas desagradables tareas. Finalmente a **Trini, Irene, Armand** y **Miranda** sobre los que ha recaído, a veces, el coste de la escasez del tiempo

I. Prólogo.

Entre las aportaciones más destacadas de Unamuno figura la distinción entre historia e intrahistoria. Respecto a la primera, el intelectual vasco incorporaba pocas novedades a las ya conocidas en su momento sobre la expresión temporal de los acontecimientos que habían forjado el devenir de la humanidad. Sin embargo, en sus reflexiones sobre los hechos culturales, sincrónicamente explicitados, introducía un matiz importante: la relación de los pequeños hechos que conforman la cultura de un pueblo. Sobre este concepto del rector de Salamanca, los exégetas han pasado casi de puntillas, aún a pesar de que en su momento sirvió para que algunos historiadores marxistas lo aplicasen a su dialéctica propia de la historia e incluso otros lo rebautizaran con un término diferente, pero semejante en su contenido: el de microhistoria (Carlo Ginzburg).

Para contextualizar la mirada microscópica de Unamuno, sería imprescindible que tuviésemos en cuenta la época en la que surgió. Una España anclada en las tradiciones a la que llegan los primeros espejismos de la revolución industrial ya triunfante en gran parte de Europa y una prensa falta de lectores por el analfabetismo reinante, pero en la que empezaban a suscitarse opiniones y debates sobre la función de los intelectuales y los críticos, y la necesidad de análisis objetivos que iluminasen al lector.

Ahora he querido retomar el concepto de «intrahistoria» e incorporarlo a la mirada crítica que el profesor Pau Rausell, en su voluntad de notario de la realidad cultural valenciana, nos ofrece en este libro, *El envés de la cultura*, donde husmea en la última década de la política cultural (1993-2003) a través de las páginas de opinión de la prensa valenciana.

Como bien afirma en su introducción, el corte de diez años, no tiene mayor relevancia que una convención que le ha servido para «poner orden en un discurso» propio y con la mirada subjetiva surgida de la inmediatez que requiere la «opinión» periodística. Hay que reconocer un esfuerzo de valentía intelectual en esta publicación por varias razones, aunque solo destacaré una: la decisión de contrastar

con el tiempo las opiniones nacidas al fragor del debate. El tiempo no actúa en este caso como notario, sino que dicta sentencia con argumentos que en muchos casos escapan a la razón y sirve, además, para desvelar algunos de los errores de surgidos al calor de la inmediatez.

Con demasiada frecuencia, las opiniones no son más que un apéndice déjà vu de las posiciones políticas y dejan poco resquicio a las innovaciones, o los cambios de perspectiva, exigibles a la mirada del analista o del crítico. Y aunque resulta imposible desprenderse de los abrigos ideológicos, el absurdo nos ilustra de que la necesidad de la crítica es muy superior al ropaje ideológico que la sustenta. Toda persona está ideologizada y de ahí surge su opinión, por lo que sin ideología no hay opinión: la tautología nos llevaría a una ausencia total de crítica. En este sentido, es de agradecer que no solo el gestor cultural muestre sus ropajes, sino que sería pertinente no esconder debajo de una pretendida objetividad intelectual el andamio ideológico que la sustenta. Pau Rausell ha ensayado durante diez años poner en orden este pensamiento sin esconder su pertenencia ideológica a la izquierda política. Por lo que estamos ante un matiz intrahistórico que, a buen seguro, ayudará al lector a formarse una idea más aproximada de sus artículos y de su capacidad para debatir. Ésta podría parecer una anécdota menor en un debate como el mantenido recientemente por Mario Vargas-Llosa con José Vidal-Beneyto, Fernando Trueba y Vicente Molina Foix en El País, a propósito de la «excepción cultural», pero se convierte en mayor y decisiva en nuestro ámbito, cuando el silencio alcanza a esconder pretendidas objetividades. Por eso quiero agradecer el esfuerzo realizado por Pau Rausell a lo largo de estos diez años que, como bien reconoce, le ha obligado a desmontar «una serie de topicazos que no soportan el más mínimo escrutinio intelectual», a lo que yo añadiría, ni ideológico.

El recorrido por las páginas de El envés de la cultura es ilustrativo de las diferencias que han conformado la intrahistoria del hecho cultural valenciano durante un período donde se han producido los más encendidos debates de nuestra historia reciente. Solo quien haya querido ver en ellos una separación entre política y sociedad debería

sentirse al margen del debate enriquecedor de la crítica, pues aquí se tratan ámbitos concatenados de la cultura y su presencia en la esfera económica o la bondad o maldad del acceso de las masas a ella. Cuarenta años después de la magistral obra de Umberto Eco, *Apocalípticos e integrados*, las espadas parecen no haber perdido el brillo de la novedad, pese a las interminables batallas en que han participado.

Algunos de los análisis aquí recogidos han podido perder una parte de su fragor, otros, sin embargo, continúan abiertos, pero la perspectiva actual nos permitirá regresar a ellos para reforzar o revocar nuestras posiciones iniciales legitimadas o deslegitimadas por el paso del tiempo.

Mis responsabilidades en la política cultural durante una gran parte de la década analizada (1996-2004) me han obligado en momentos concretos a incorporarme al debate suscitado en los medios de comunicación desde donde he defendido un modelo cultural asentado sobre dos bases: prestigiar internamente el proceso creativo de las artes y contrastarlo internacionalmente. Algunos de estos debates están recogidos en el presente libro, en concreto el que mantuve con el autor del libro, de quien mi única referencia hasta hoy era la lectura de sus dos ensayos *Políticas y sectores culturales en la Comunidad Valenciana* y *El conflicto entre periodismo y democracia*. Nada me hacía presagiar la polvareda que iba a acompañar a aquel inicial artículo que publicado en *El País*, con el título «Troya, Beckett y los intereses» (07.11.2001), sería el enriquecedor encuentro que desembocaría en estas páginas.

El lector tiene ahora la oportunidad de rememorar aquel encuentro en la prensa con la perspectiva de los hechos y sin el fragor de la inmediatez que lo forjaron. Pero antes de adentrarse en su lectura debería obviar cualquier interés –ni entonces ni ahora– personal en su desarrollo, pues el legítimo contraste de posiciones políticas que aún hoy se mantienen no es un handicap para que nos encontremos de nuevo aquí.

Una recopilación de artículos siempre es un intento de contrastar las ideas con el paso del tiempo y con su resultado ilustrar a dos

segmentos de población: uno actual que solo tiene ante sí los hechos definitivos o, cuanto más, abiertos a la perspectiva del momento presente, y el otro, el que mantiene la memoria histórica, a quien le cabe la posibilidad de poder verificar la actualidad con el proceso que la ha conformado.

Tanto a unos como a otros, nos resulta aclaratoria esta mirada a la intrahistoria que se ha modificado radicalmente en la última década.

Y al autor, debo darle las gracias por brindarme la posibilidad de escribir estas palabras. El ofrecimiento inicial que me hizo fue, con toda seguridad, un atrevimiento, y así quedó escrito; pero debo reconocer que no menor que el que para mí ha supuesto escribirlas. Pero ésta no es más que una parte de la intrahistoria valenciana del hecho cultural valenciano.

Consuelo Císcar Casabán
Directora del IVAM

II. Notas de autor.

Este texto recoge principalmente artículos de opinión publicados en los últimos 10 años en prensa regional (*LEVANTE* y la edición de *EL PAÍS* Comunidad Valenciana) y también algunos artículos publicados en otras revistas de divulgación e incluso alguno de alguna revista con un acento claramente académico. Éste, es en consecuencia un extraño proyecto editorial que nace con cierta intención recopilatoria de 10 años de participación en un supuesto debate sobre política cultural. La constatación de que mi dedicación como analista de la realidad cultural cumplía ya más de 10 años (1993-2003) ha resultado una convencional, pero válida, excusa para tratar de poner en orden en un discurso, que no sé si es coherente o no, pero que se ha nutrido por una parte de una lógica circunstancial derivada de la inmediatez de la realidad cultural valenciana y por otra de las reflexiones derivadas del trabajo universitario.

Es cierto que el género periodístico de "opinión" impone un *tempo* y una melodía muy alejada del discurso académico, desvirtuando su supuesto rigor y traicionando su figurada solidez en aras de un pretendido ingenio narrativo, una lectura ágil y cierta actualidad temática, por lo que resulta difícil traspasar a un armazón ensayístico algo que no es más que una sucesión de artículos periodísticos sin más ligazón que su autor. Se corre el riesgo, por tanto, de componer un mosaico sin dibujo. Es por ello que como argamasa y trabazón discursiva hemos tratado por una parte de agrupar los artículos en grupos temáticos, al mismo tiempo que aportamos ciertos comentarios con el objetivo de contextualizar las circunstancias que dieron origen a algunos de los textos y las consecuencias que de algunos de ellos se derivaron.

No me cabe ninguna duda que por las razones anteriores mis apreciaciones condensan errores, precipitaciones y equivocaciones, pero al mismo tiempo reflejan la evolución

temporal de un proceso de cierta maduración de un discurso de mayor calado conceptual. O al menos así espero.

Lo que sí me llamó la atención desde el principio es lo fácil que es provocar hablando de cultura y comunicación. Afirmaciones tan sencillas como decir que nadie ha demostrado que leer mucho sea bueno o que el teatro no le gusta a la mayoría de la gente, que la cultura no nos salva de la barbarie, que los videojuegos son cultura o que la televisión no es un instrumento del diablo, parece que corroen las entrañas de una clase media acomplejada, tan falta de seguridades en este capitalismo del siglo XXI. Esta constatación parece confirmar que el amplio "consenso ilustrado" alrededor de la cultura se sustenta –como todos los consensos- en una serie de topicazos que no soportan el más mínimo escrutinio intelectual. Es también evidente que en algunas ocasiones me dejo arrastrar por el deseo de jugar a "*enfant terrible*" pero no es menos cierto que estos excesos son necesarios para combatir un extendido discurso empalagoso, papanata y pacato. Los italianos denominan a este posicionamiento "buonismo" y se puede sintetizar en la afirmación de que todo lo que tiene que ver con la cultura es bueno y eso implica que los artistas son siempre buenos, que los políticos culturales son siempre buenos y que el consumo de alta cultura es siempre bueno. Es decir que todo aquello vivo o inerte que consigue adjudicarse el epíteto de cultural es bueno.

La obligación de rebatir esta afirmación no es sólo un ejercicio que reclama un mayor rigor en la aproximación al fenómeno cultural, sino que también responde al deseo de denunciar un fraude social que se materializa a través de las políticas culturales. Las políticas culturales, como cualquier otra intervención del estado, si tienen efecto transformador de la realidad, implican efectos redistributivos donde alguien gana y otros pierden o donde unos reciben los beneficios y otros soportan los costes. Si no tienen efecto transformador es que no son eficaces. Bajo el velo encubridor del "buonismo" los ciudadanos, en la mayoría de los casos, no nos hemos preocupado de detectar y analizar cuáles son estos efectos

redistributivos en el caso de las políticas eficaces. Ni siquiera nos planteamos si son o no eficaces; es decir si los instrumentos utilizados cumplen los fines declarados. Las políticas culturales parece que tienen un bulo especial que no otorgamos a otras intervenciones públicas simplemente porque compartimos la idea de que la cultura es buena.

En sentido amplio, y realizando el ejercicio de trascender de lo particular, los textos que a continuación se presentan, tienen el objetivo genérico de visibilizar esta irresponsabilidad de la ciudadanía, que es aprovechada por los agentes culturales, apropiándose de una legitimación social superior a la que les corresponde. Como ciudadanos, y en celosa custodia de las esencias democráticas, no podemos dejar ni a los directores de cine, ni actores ni actores, ni escritores que se coviertan en líderes sociales que orienten nuestras decisiones colectivas, por lo menos no más de lo que dejamos a fontaneros, teleoperadores o ingenieras telenauticos. Ni podemos dejar a los directores de museos públicos, ministros de cultura o gestores culturales que emprendan intervenciones sin antes debatirlas y justificarlas, y posteriormente evaluarlas.

La cuestión ni es baladí ni se ubica en los márgenes de lo decorativo. La cultura, tanto en mayúsculas como en minúsculas, será el gran campo de batalla en el que dirima el eterno reparto de poderes en éste capitalismo del Siglo XXI, y la ciudadanía no puede renunciar a participar y recuperar el control social y democrático de un mundo que nos pertenece, como no lo hizo en el capitalismo de los Siglos XIX y XX.

Finalmente advertir al lector que en los textos reproducidos se respeta la lengua en la que se publicaron, castellano o catalán. Los medios en algunos casos determinaron el idioma utilizado, pero en conjunto no me disgusta la idea de mezclar en un mismo soporte idiomas distintos.

¡Que ustedes lo disfruten!

Valencia, Otoño de 2004

ECONOMÍA Y CULTURA. UNA PAREJA DE HECHO.

Prólogo para Roberto Luna(2004): *El Consumo de Teatro y Danza en la Ciudad de València*. Promolibro. Valencia.

Por mucho que se empeñen algunos agentes culturales bienintencionados y otros ciudadanos despistados, la Economía y la Cultura no son más como el aceite y el agua sino que combinan tan bien, que a veces uno piensa: "si están hechos el uno para el otro... cómo no nos habíamos dado cuenta antes".

Y esta buena mezcla es buena para la Economía y es buena para la Cultura. Es buena para la Teoría Economía porque precisamente el análisis de los fenómenos culturales nos obliga a asomarnos a los economistas a la frontera abisal de nuestra disciplina. Gracias a la Cultura podemos constatar que los gustos no son estables –como nosotros suponemos siempre-, nos permite aproximarnos a los procesos de formación de los gustos, nos permite aventurarnos en el apasionante ejercicio de valorar los intangibles, nos induce a profundizar en los mecanismos de revelación de las preferencias y nos aclara la existencia de niveles distintos de preferencias. Nos apunta la idea tan cargada de sentido común de que el ejercicio de elegir es un proceso complejo en el que el ejercicio maximizador que nosotros dibujamos con un desparpajo abrumador a veces es tan simple que por obvio carece de capacidad explicativa.

En el campo de las políticas públicas el análisis de las políticas culturales también enriquece notablemente el escrutinio. Bien público, externalidades, bienes tutelares, fallos de mercado, fallos del Estado, óptimos de Pareto se muestran en toda su complejidad cuando hablamos de museos, conciertos, palacios renacentistas o representaciones teatrales. De repente algunos de los dogmas de la Economía con los que nos sentíamos tan seguros y satisfechos devienen borrosos, difusos y quebradizos. Así que la Cultura nos reubica a los arrogantes economistas en el campo de la duda permanente, que es el espacio de donde no teníamos que haber salido nunca y que es el único que posibilita el avance del conocimiento.

Pero también la Economía es una buena receta para la Cultura. Los agentes culturales se mueven en un limbo que parece protegido del escrutinio social y por tanto impune en el ámbito público a la crítica, la discusión y el posicionamiento colectivo. Las musas, la magia creativa, la inspiración, la belleza, el arte, la innovación parecen ser conceptos refractarios a una aproximación que trate de racionalizar las elecciones colectivas. Pero quiéranlo o no cuando hablamos de Cultura estamos hablando en gran parte de decisiones de las administraciones públicas que asignan recursos públicos en un entorno de recursos escasos... y de eso trata también la Economía. Así el instrumental económico es capaz de aportar herramientas que nos permiten precisar con definición los objetivos que se persiguen, diseñar herramientas que efectivamente los consigan y generar información que permitan procesos de evaluación. También el funcionamiento de las instituciones culturales se puede explicar con aproximaciones económicas como la teoría de la agencia, las aportaciones de la *Public Choice*. Y todo ello mucho más allá de la huera retórica que habitualmente se utiliza para justificar las intervenciones. Si la cultura puede otorgar profundidad conceptual a muchos de los términos utilizados alegremente por la Economía, la Economía puede generar instrumentos y información que aporten mucho mayor calado democrático a las decisiones de política cultural.

No hay que olvidar que las políticas culturales son una de las intervenciones públicas que mayor consenso y respaldo social consiguen como demuestran numerosos estudios, a pesar de que como aparece también en los estudios se trata de intervenciones con unos efectos regresivos notables. La democratización en el acceso a la cultura como gran principio inspirador de una parte importante de las políticas culturales ha mostrado tener sus dificultades y el resultado evidente es que los grandes beneficiarios de la intervención pública en cultura son pequeños grupos sociales de clase media y media alta ilustrada con elevados niveles de formación y renta. Ante esta paradójica circunstancia es necesario que la Economía como ciencia se ponga al servicio del análisis detallados de fenómenos como el consumo cultural con el objetivo de rediseñar las políticas de

intervención en aras de que estas sean más eficaces y eficientes en la persecución de sus fines.

Y es en este servicio en el que cabe entender el excelente trabajo de Roberto Luna que profundiza, sin complejos, y desde la teoría de la dirección estratégica, en el apasionante mundo de la demanda de teatro y la danza. La experiencia de Roberto Luna en la dirección de investigaciones por su labor docente en distintos cursos de postgrado específicos en el ámbito de la cultura, otorgan al presente proyecto una madurez conceptual muy depurada. Circunstancia que no es todo lo frecuente que desearíamos en el emergente mundo de la Economía de la Cultura. No cabe duda de que el teatro es un fenómeno muy ligado a las economías de aglomeración asociadas a la realidad de la ciudad y que prácticamente las tres cuartas partes del consumo teatral se manifiesta en las grandes conurbaciones urbanas. Es por ello que la aproximación del Dr Luna, a pesar de referirse al fenómeno en la ciudad de Valencia, es especialmente pionero y relevante para tener una visión global del problema. Roberto Luna encara el problema con una metodología precisa y rotunda y sus resultados y conclusiones, sin esconderlos con jerga presuntamente científica, se muestran con una claridad meridiana y con la voluntad de aportar instrumentos de intervención que apuntan hacia estrategias de ampliación del público de las artes escénicas. Sus conclusiones son a veces sorprendentes y rompen con algunos de los tópicos –no contrastados– que circulan alrededor de la demanda de artes escénicas. El trabajo de Roberto Luna es por tanto un trabajo que aporta información útil – y en algunos casos revolucionaria– para tomar decisiones en el ámbito de la provisión de artes escénicas tanto para agentes públicos como privados.

Sin embargo, los que conocemos desde la experiencia cual es la repercusión efectiva en la acción pública o privada de este tipo de trabajos, no nos cabe más remedio que lamentarnos de la escasa rentabilidad social que finalmente obtenemos de este riguroso esfuerzo investigador. La escasa sensibilidad de los gestores públicos por la racionalización de las intervenciones en un campo como el de la cultura, en el que como apuntábamos en los párrafos anteriores, parece que no sólo las experiencias

artísticas y creativas deben ser fruto de la inspiración, articulan todo un entramado de política cultural absolutamente sujeto a ocurrencias puntuales, posibilistas y circunstanciales que limitan notablemente la planificación, el seguimiento y la evaluación. Es decir, que reducen a la mínima expresión aspectos como la eficacia de las intervenciones o el calado democrático y el debate social sobre la provisión, distribución y consumo de los bienes y servicios culturales. En esta tesitura resulta sorprendente y singular, y por otra parte encomiable, que sea el Ayuntamiento de Valencia el que encargó inicialmente este estudio. Lo que ya es más normal es que haya mostrado tan escaso interés por su difusión o al menos por la utilización de su información en el diseño de la estrategia de la política municipal sobre las artes escénicas.

Tampoco los agentes privados conocen en este sentido las posibilidades en términos de competitividad empresarial que otorga manejar información de la calidad de la que provee el estudio de Roberto Luna.

Así, en general, podemos afirmar que tanto los agentes públicos como los privados desconocen el corpus teórico y empírico que desde hace algunos años se va conformando a través de un grupo de investigadores que desde la Universitat de València y desde los cursos de postgrado en gestión cultural que ofrece tanto la misma universidad como la Universidad Politécnica. Entre otros, el propio Roberto Luna, Manuel Cuadrado o Luis Bellvis, desde el Departamento de Organización y Dirección de Empresas o el catedrático Antonio Ariño, Gil Manuel Hernández desde el Departamento de Sociología y Antropología Social, o Salvador Carrasco y yo mismo desde el Departamento de Economía Aplicada y la Unidad de Investigación en Economía Aplicada a la Cultura van configurando una red altamente competitiva a nivel nacional e internacional, que se aproxima al fenómeno de la cultura.

Desde nuestro punto de vista es necesario que este tipo de estudios, informes e investigaciones que lideran estos estudiosos, salgan de la clandestinidad social en la que en estos momentos se sitúan y encuentren la repercusión que les corresponde. El análisis de la cultura deviene en un elemento estratégico si

pensamos que nos encontramos en un territorio que se sirve de equipamientos y eventos culturales como estrategia efectiva de desarrollo y más aún si nos creemos en los albores de un Capitalismo Cultural dónde la competitividad de los espacios va a depender más de la fortaleza y robustez de su espacio simbólico que de la articulación de sus medios materiales de producción.

La publicación del excelente trabajo de Roberto Luna es por tanto un paso relevante, significativo y que sin duda va a suponer un hito en la visibilidad del análisis económico de la cultura en la Comunidad Valenciana.

III. El cine.

El único artículo que he escrito sobre el cine es quizás el que tiene una motivación más espuria: la venganza. El origen del artículo proviene de un curso en la UIMP, a finales del 2001 organizado por Áurea Martínez. con el título "El cine español frente a Hollywood". Áurea es amiga íntima de mi hermana Claudia, que también participó en el curso con un excelente trabajo sobre el éxito de Almodovar en USA. La cuestión es que Áurea sabía de mis colaboraciones con Claudia y tenía algunas referencias sobre mis artículos en la prensa, así que me invitó a participar en una mesa redonda con José María Otero, director del ICAA, y algún productor. Yo entendí que me invitaba para poner en cuestión y crítica ese manido discurso de que malos son los americanos, que importante es nuestro cine, a cuanto gente da de comer y como nos explotan y que bueno es nuestro cine y si la gente no va es porque la distribución es una mafia y no dejan al excelente cine español exhibirse. Así que una de las primeras afirmaciones que hice en la mesa redonda es que tampoco sería nada trágico si desapareciera el cine español, al menos en términos de renta y ocupación. La mayoría de los asistentes eran estudiantes y mis afirmaciones creo que tuvieron el efecto provocador buscado. Sin embargo, entre los asistentes también hubo algún que otro productor y actor local -de cuyo nombre no quiero acordarme-, algún que otro historiador y algún que otro crítico de cine y otros personajes relevantes que me parece que desembarcaban de otros cursos o conferencias anteriores. La cuestión es que las reacciones de estos profesionales del sector fueron sorprendentemente furibundas y me irritó la ausencia absoluta de dudas y la sensación de que estaban completamente convencidos de que la humanidad entera debía agradecerles que se dedicaran al cine. Así que en venganza y en un momento en que la gente del cine se erigían en verdaderos héroes sociales al liderar la protesta contra la guerra de Irak redacté este artículo. En primer lugar lo envié a la

edición nacional de EL PAÍS, pero me ignoraron por completo - como siempre que lo he intentado-. Finalmente una versión más depurada fue publicada en la edición de la Comunidad Valenciana. La cuestión es que el artículo provocó también alguna reacción y unos días después apareció una carta al director en la que se me acusaba de trato irrespetuoso al sector - "En primer lugar me gustaría llamarle la atención sobre los términos degradantes e irrespetuosos y sobre todo el grave desconocimiento demostrado, la lectura de cuatro libros y un par de artículos no bastan para conocer como funciona un sector económico o cultural" - Mi venganza me había llevado demasiado lejos. El reclamante había tenido la delicadeza de avisarme por correo electrónico del contenido de su carta así que le conteste lo más contemporizador posible y me olvidé del sector. Hay pocas cosas que valgan la pena una rotura accidental de piernas.

LA GUERRA DEL CINE.

El PAÍS 18/02/03

Ahora que a Almodóvar le van a dar el Óscar y la gente del cine se apunta a todas las causas mayúsculas déjenme que presente algunas reservas sobre sus otras causas con menos mayúsculas. El problema radica en la posible ósmosis de legitimidades entre unas y otras.

La Academia elabora un informe en el que se constata cierta inquietud por la situación y rápidamente Marisa Paredes, actores, productores y sus aláteres se pasean por los balcones más privilegiados de los medios de comunicación en *prime time* y a cinco columnas y consiguen una rápida entrevista con la ministra. Incluso la prensa económica se hace eco de la "dramática situación" del sector. Así, ¿es tan trascendente que el cine español esté en crisis? Si hablamos primero de economía hay que decir que desde el punto de vista estrictamente económico, en términos de renta y ocupación la importancia del sector del cine es bastante modesta. Según reconoce el propio sector a pesar de sus espectaculares cifras de crecimiento, en 2000 el empleo directo (contando a fijos y eventuales) alcanzaba como máximo los 6.000 ocupados y una cifra de

negocio de unos 330 millones de euros. Para que el lector se haga una idea McDonald's ocupaba el año pasado en España a 16.000 trabajadores y facturaba más de 506 millones de euros. Es decir, es casi tres veces más grave en términos de ocupación que desaparezca McDonald's que lo haga el cine español.

Partiendo de esta desdramatización de la situación podemos comentar otras cuestiones. ¿Está el sector del cine español en crisis? Y esta pregunta me recuerda muchas otras que se repiten año tras año en algunas otras actividades como por ejemplo el turismo (que repite en el 2002 récord de visitantes), la producción citrícola (que incrementa cada año el espacio cultivado), las librerías (que mantienen su participación como canal de ventas de libros), el comercio minorista y otros.

Entre 1994 y el 2001 la producción anual de largometrajes ha crecido en un 140%, los espectadores en un 260% y la recaudación en un 460%. No debe haber ninguna actividad más en la economía española con cifras de crecimiento tan deslumbrantes. Es cierto que durante el 2002 no se repiten los datos excepcionales de 2001 y han caído en 8 millones (de 25) el número de espectadores y en 35 millones de euros (de 110) la recaudación, pero esta circunstancia es debida al excepcional comportamiento de sólo dos películas en el 2001; *Los Otros* y *Torrente 2* que recaudaron casi 49 millones de euros (de 110) y captaron la atención de 11 millones (de 25) de espectadores. Por tanto no podemos hablar de crisis, sin forzar su sentido, cuando nos referimos a comportamientos absolutamente circunstanciales de dos películas españolas sobre las 107 producidas y las 339 exhibidas en 2001. La cuota del cine español vuelve a sus niveles naturales, en la última década, que se ubican ligeramente por encima del 10%.

Es cierto que el cine muestra, en toda Europa, unas dificultades estructurales que parten de la propia naturaleza de la producción cinematográfica; una industria con costes de producción por prototipo muy elevados, con mercados muy segmentados, incapaz de predecir la respuesta del público, con unas rentabilidades medias cercanas al 0%. Sólo Hollywood ha conseguido resultados más o menos satisfactorios a partir de la gestión de un *star system*, una producción rabiosamente

orientada a la demanda, unas agresivas políticas de exportación que permiten la obtención de beneficios sobre películas ya amortizadas en el amplio mercado doméstico y la participación en los circuitos de distribución y exhibición. Pero en la sorprendente obsesión lastimera por la cuota del cine español - ¿se imaginan que alguien contara cuántos libros de autores extranjeros se venden por cada uno de autor español?- se esconde alguna mediocridad (de los creadores), bastante incompetencia (del sistema de promoción y distribución del cine español) y se mezclan una serie de medias verdades (las prácticas monopolísticas de la industria americana), la ofuscación ante ciertas evidencias (la evidente competitividad de Hollywood en el plano creativo y en el comercial) y la confusión sobre los espacios de competencia entre el cine español y el americano.

Comentando lo último, hay que decir que hacer crecer el público del cine español es un objetivo distinto al de reducir el público del cine americano. Como demuestran los estudios (Víctor Fernández et alii, 2002, : *Cinéfilos, videoadictos y telespectadores*. Fundación Autor. SGAE) se trata de públicos diversos y que buscan productos distintos. Por ejemplo, la Academia en su último informe explica que la película media española trata de un drama protagonizado por un hombre de entre 30 y 39 años (el personaje femenino medio tiene 10 años menos) y dirigido por otro hombre de la misma edad, que ha elaborado en solitario un guión original del que se han escrito después más de cuatro versiones. Y mientras, 30 millones de espectadores (es decir la cuarta parte del total) van a ver películas como Spider-Man, La Edad de Hielo, Harry Potter, El regreso de Peter Pan, El Señor de los Anillos etc. La industria española prácticamente ignora uno de los segmentos más determinantes del público; como son los niños y adolescentes.

Respecto a las prácticas monopolísticas de la industria americana, propongo presentar un documentado informe al Tribunal de la Competencia, que para eso está. Gastar más en la promoción de las películas y salir con más copias no son prácticas delictivas y se trata de opciones que están también al alcance de distribuidoras, españolas o europeas.

Si hablamos de cultura es evidente que sería una verdadera lástima que desapareciera el cine español (¿? y el vasco, y el andaluz y el extremeño), pero no tanto por la visión redentora de la cultura que algunos creadores nos quieren vender. La cultura, por desgracia, no nos curará de nada y no existe ninguna experiencia histórica que demuestre lo contrario. La cultura es aquello que nos estremece los sentidos y que nos transporta a espacios de reflexión y comprensión del mundo más allá del simple entretenimiento y es evidente que algunas películas lo consiguen -y muchas otras no, a pesar de ser españolas-. Aunque esto no tenga ninguna consecuencia social más, la producción cinematográfica ya merece ser protegida y estimulada... sin embargo, no olvidemos que los principales beneficiarios de dicha política, son los productores, actores, directores de cine, cámaras y maquilladores que hacen esas películas. Y por tanto, sus discursos al respecto son discursos interesados. Quiero que los cineastas españoles construyan mis referentes ficcionales, pero dudo que sea legítimo que me ubiquen su supuesta crisis en el primer plano de mi realidad social. Al final no sabré distinguir lo auténtico del decorado.

Y puestos a ser trascendentes, considero que en este capitalismo cultural (Rifkin) en el que nos adentramos, la producción simbólica (entre ella el cine) deviene en el verdadero vector que va a definir la competitividad a medio y largo plazo de los territorios y en este contexto comparto la visión de que la actual política cinematográfica española es raquítica en su dimensión, gallinácea en sus objetivos y desmañada en la articulación de sus instrumentos. Pero eso es otra historia. No a la guerra.

IV. Tele y Libros.

Nuestra aproximación a cuestiones de comunicación proviene principalmente del desarrollo del trabajo en colaboración con mi hermana Claudia, que tuvo como resultado la publicación en el año 2002 de un libro en la editorial Tecnos titulado "Democracia, Información y Mercado. El libro tuvo un buen primer año, pero cuando dejó de estar en las librerías como novedad, prácticamente desapareció. La comunicación de nuestro editor en 2003 fue que las ventas del libro habían sido de menos de 24 ejemplares. A pesar de ello, yo sigo pensando que es un libro excelente. Simplemente quiero aprovechar la ocasión para aclarar que algunas de las reflexiones que aparecen en algunos de los siguientes artículos, especialmente en el titulado "Elegir el Presente" son más de Claudia Rausell que mías. Aún las mías son el resultado de densas conversaciones con ella.

El artículo "Retóricas de la Telefobia" se publicó, por error, dos veces en EL PAÍS, sin que ni siquiera la redacción del periódico se percatara de ello. Se ve que se traspapeló. La poca repercusión de esta circunstancia, ya que no se dieron cuenta, ni siquiera aquellos que siguen mis artículos por razones de obligación familiar, me llevó a reflexionar sobre la escasa transcendencia de mis opiniones en la prensa. En fin, una razonable cura de humildad.

TELEBASURA, CANAL 9 Y LAS PREFERENCIAS VERGONZANTES

LEVANTE 1/11/1997

No cabe duda de que la caracterización de las sociedades modernas se dirime en el espacio de lo simbólico y que la televisión deviene el altar litúrgico de dicho espacio. Lo tangible, es decir, aquello que definía las condiciones materiales de las relaciones de producción, se ha convertido en un conjunto de accesorios anecdóticos y prescindibles, tal y como los flujos de bienes materiales que se comercian a lo largo y ancho de todo el

planeta representan una menuda proporción de los chorros monetarios que cruzan el mundo a velocidad de la luz, diariamente y al ritmo de las teclas de un ejército de ordenadores. El símbolo —el dinero— ha sustituido a lo simbolizado —las mercancías— como la representación sustituye a lo representado.

En consecuencia, los semiólogos y lingüistas se encuentran mejor pertrechados para explicar una realidad en la que los economistas continúan rastreando sólo los átomos y desestimando los bits. El problema es que semiólogos y lingüistas se han ocupado con tanta fruición de las gramáticas, jergas, argots y jerigonzas y sus implicaciones que nunca han tenido en mente un modelo de comportamiento de aquel que las profiere. Por el contrario, los economistas retienen al Homo Oeconomicus, un personaje no excesivamente simpático, pero que cada vez más se instala en el pensar de sociólogos, psicólogos sociales y gremios similares. A pesar de la ventaja, los economistas continúan limitándose, con algunas excepciones, a explicar el consumo y la producción de bienes como coches, perfumes, detergentes y cebollas como si eso tuviera alguna utilidad para entender a las sociedades occidentales del tercer milenio.

¿Qué aportan los economistas a la interpretación de la producción mediática, al consumo de cultura, a la Inflación de los precios de los jugadores de fútbol o al incremento de las cuotas de mercado religioso de los telepredicadores evangelistas? Ciertamente poco porque siguen considerando que las características de la industria del mueble de la zona metropolitana de Valencia son más relevantes para explicar la realidad de la ciudad que la existencia del Palau de la Música o de las prácticas de Canal 9. Craso error, naturalmente. El estudio de la producción simbólica puede aportar además la revisión de conceptos tradicionales de la economía que van oliendo a naftalina porque fueron formulados para un mundo donde lo tangible constituía la esencia de las relaciones económicas entre los hombres. ¿No tiene hoy mayor relevancia las declaraciones del gobernador del Bundesbank para explicar el tipo de cambio

entre Alemania y España que la balanza comercial? Un vistazo al consumo de la telebasura nos puede ampliar notablemente cómo se articulan y expresan las preferencias de los consumidores en un entorno que ciertamente resulta más complejo que lo que la economía más convencional supone y que convierte a la supuesta soberanía del consumidor en el esqueleto central alrededor del cual se articula no sólo una realidad equilibrada sino también moralmente deseable. Cuando un telespectador se enfrenta al hecho de elegir ante una serie de programas televisivos con costes iguales, (el coste de oportunidad del tiempo que se gasta en su contemplación), resulta evidente que su elección expresará sus preferencias. Si elige al padre Apeles frente a *Lo más plus* resulta incuestionable que prefiere al primero frente al segundo. A partir de aquí los apologistas del mercado transforman esta realidad en dogma indiscutible y por tanto aportar un análisis crítico al fenómeno del amarillismo, sensacionalismo y demás bazofia mediática resulta un ejercicio de una élite paternalista e interventora que no tiene el mínimo respeto por la sacrosanta soberanía del consumidor. Sin embargo, algunos hechos recientes contradicen la simplicidad, la dirección y redondez de este argumento. Una noticia de *EL PAÍS* de 1 de septiembre que refiriéndose al universo televisivo francés afirmaba que las cadenas de mayor audiencia renunciaban para la próxima temporada a los programas más significativos de telebasura. El rey de la lágrima, el príncipe de la risa simiesca y el emperador de la silicona (todo sic) eran puestos de patitas en la calle por la TF-1, la cadena privada y de mayor audiencia. Lo que pasa en territorio galo es siempre un acertado indicio sobre lo que puede pasar aquí. Lo terrible del caso no es el hecho en sí, que podía responder a ciertos movimientos cíclicos entre los espectadores empalagados por un producto que ya no les sorprende, sino el mecanismo que lo ha generado. Se trata de que los anunciantes de productos asociados a ciertos niveles socioculturales como los coches de lujo, los ordenadores personales o los perfumes, después de comprobar a partir de sesudos estudios de marketing que los propios espectadores se avergonzaban de sus preferencias, deciden dejar de anunciarse

en los programas de mayor audiencia para evitar que sus productos se contaminaran de la vulgaridad reinante. Esta caída de la demanda provoca que la cadena tiene que rebajar el precio de los anuncios y aumentar su número para mantener su cuenta de ingresos haciendo aún más indigeribles los programas de telebasura. El resultado es que los ingresos de la cadena ya no dependen tanto de la audiencia sino de las tarifas que puede aplicar a sus espacios publicitarios (que hasta ahora estaban en relación directa con los niveles de audiencia). Una programación de prestigio atrae a las empresas que desean incorporar calidad y relumbrón a sus productos. Lo revolucionario de la situación reside en el hecho de que ya no es la soberanía del espectador lo que determina el contenido del producto (pues parece que las preferencias no varían), tal como se afanan en afirmar, en particular, los defensores de la telebasura (y en general, los liberales), sino que el mecanismo de mercado a través del negocio publicitario se encarga de corregir esos deseos de los espectadores por el morbo y el espectáculo grosero. Se imaginan el entusiasmo que puede generar esta conclusión en Vargas Llosa: -El mercado como esteta-. Cientos de artículos y conferencias podría llenar con su preciosísima prosa a partir de esta nueva propiedad curativa del mercado. La contradicción naturalmente se resuelve haciendo constar una evidencia que a veces no aparece del todo clara: El mercado televisivo es el publicitario y no el de las audiencias, aunque a veces la correlación entre uno y otro nos pueda confundir.

Sin embargo, donde queríamos llegar es a resaltar el aspecto de las preferencias vergonzantes. Los espectadores consumen productos que desearían no consumir, cuestión que nos lleva al afortunado símil de Ulises y las sirenas ya resaltado por Jon Elster. Ulises se ata al barco sabiendo que en caso de tener que elegir sin ataduras atendería a la llamada de las sirenas. El traslado de esta paradoja, que pone gravemente en cuestión la idolatría de la soberanía del consumidor, reside en la importancia que tiene cierto discurso ilustrado, que a pesar de todo, impregna a las sociedades occidentales y que supone una variable relevante en la construcción de la utilidad individual.

Quedan así definidos una serie de consumos vergonzantes que comprenden la telebasura, la prensa amarilla, McDonalds, Eurodisney, y los centros comerciales, Benidorm, los best-sellers o las películas de Stallone. De la misma manera y a la inversa existen toda una serie de preferencias ideales que no expresamos a través del mercado pero que deseáramos expresar; el ejercicio físico, las visitas a los museos, las películas europeas, la dieta mediterránea, el teatro y el transporte público. Para corregir estos fenómenos, a veces nos articulamos colectivamente y aunque individualmente hagamos la compra en una gran superficie, estamos de acuerdo que nuestros políticos pongan limitaciones a la proliferación de centros comerciales, de la misma manera que aunque no vamos al museo de la ciudad estamos de acuerdo en que se gasten miles de millones de nuestros impuestos en él (los estudios empíricos demuestran que los no usuarios de la cultura apoyan casi al mismo nivel que los usuarios en los gastos públicos en cultura).

No sé qué efectos tendría la incorporación de estas preferencias vergonzantes e ideales en un modelo económico convencional (supongo que alguna derivada segunda del proceso de maximización sería negativa en vez de positiva, o a la inversa), pero lo que sí que debe ser económicamente lógico es que a pesar de que los valencianos veamos la programación de Canal 9 no deseemos que se gaste ni una sola peseta de nuestros impuestos en su financiación. Que la soberanía del consumidor no sea nuestra tiranía y que su lógica individual no limite nuestra capacidad de elección colectiva. Si ha de desaparecer la telebasura que no sea porque unas empresas decidan no asociar sus productos a *Tómbola* sino porque los que la vemos manifestemos que no deseáramos verla.

RETÓRICAS DE LA TELEFOBIA.

EL PAÍS 29/07/2000. EL PAÍS 12/09/2000

El pensador A. O. Hirschmann, publicó hace pocos años un excelente libro titulado *Retórica de la Intransigencia* donde repasaba con ácido rigor el modelo y la forma de los

argumentos del pensamiento conservador frente a las acciones de intervención social con pretensiones reformistas. También nosotros queremos recoger los elementos que constituyen los argumentos principales de ese discurso que sitúa a la televisión en el hipotálamo de todos los males sociales. La telefobia viene de lejos y afecta a todo intelectual fino que se precie de su agudeza, pero se dispara cuando programas como *Tómbola* o *Gran Hermano* se convierten en cultura popular y permite a estos pensadores llenar hojas impresas de periódicos. El primer conjunto de argumentos los vamos a denominar la tesis de la insalubridad de las pantallas. Ver la televisión -y por extensión cualquier pantalla- es perjudicial para la salud. Empezaron intentando buscar efectos cancerígenos de las radiaciones televisivas pero ante la imposibilidad de demostrarlo se limitaron a afirmar que ver la televisión reblandece el cerebro convirtiéndonos en seres indolentes, apáticos y analfabetos funcionales en el mejor de los casos y violentos asesinos potenciales en el peor. Sartori, en su *Homo Videns, Homo Digitalis* aporta una buena cantidad de harina de este costal. La tesis de la insalubridad queda sin embargo en entredicho con la trampa lógica de la afirmación de Hans Magnus Enzensberger: "¿Por qué el teórico sigue teniendo una moral intacta, y es capaz de distinguir con nitidez entre la realidad y el engaño y goza de total inmunidad frente a la idiotización que él constata en los demás?". Otra buena pista de la banalidad de dicha tesis puede ser que los mismos argumentos se repetían a finales del siglo XVIII para criticar la lectura -hoy sacralizada-: "La postura forzada y la ausencia de movimiento físico durante la lectura, combinada con esa sucesión tan violenta de ideas y sentimientos crea pereza, conglutinación, hinchazón y obstrucción de las vísceras, en una palabra, hipocondría, que, como se sabe, afecta en ambos sexos a los órganos sexuales y conduce al estancamiento y corrupción de la sangre, aspereza y tensiones, y, en general a la consunción y reblandecimiento de todo el cuerpo" (citado en Cavallo Y Chartrier(1997): *Historia de la lectura*. Edit Taurus, pág 458). Si obviamos el tema de la conglutinación podemos comprobar que los síntomas son muy

parecidos a los que se auguran para los televidentes contemporáneos.

El segundo conjunto de argumentos se centra en la tesis de la conspiración del capital para adocenar a las masas a través del entretenimiento y desviar sus atenciones de temas de más enjundia social (especialmente en cómo y porqué se distribuye el poder) para reducirnos con técnicas jibáricas de ciudadanos integrales a carne de centro comercial. El *panem et circense* clásico, elevado a la potencia de las parabólicas. Preclaros autores nos ilustran sobre cómo nos venden la moto y todo un ejército de apocalípticos nos alertan de las maquinaciones, manipulaciones y demás trampas televisivas que nos preparan las grandes corporaciones de la comunicación en connivencia con la trilateral.

El tercer conjunto de argumentos tiene que ver con la tesis de la degradación moral que nos provoca la atracción hipnótica por la televisión truculenta y morbosa que refuerza la satisfacción de los más bajos e insanos de nuestros instintos. Sexo, violencia, información rosa, y demás casquerías visuales se convierten en ingredientes de una dieta que nos depara un insalubre trayecto hacia la podredumbre ética. Las televisiones compiten en peligrosa espiral por manufacturar aquel producto que contenga mayores dosis de hediondez siempre que consiga maximizar audiencias.

Estas dos últimas retóricas resultan más difíciles de ridiculizar en una columna periodística y las objeciones que presentamos son más de grado que de contenido, así como relativizar su supuesta vinculación al fenómeno televisivo. El entretenimiento en la realidad social pretelevisiva también se alimentaba en mayor o menor medida de hechos truculentos y morbosos. Desde la Biblia, hasta la literatura romántica, pasando por la *Chanson de Roland* contienen pasajes donde al margen de la direccionalidad histórica del relato se repasan con deleite sexo, violencia y cotilleos irrelevantes para el sentido del discurso.

Respecto a la conspiración del capital, resulta sospechoso que esos gabinetes en la sombra que gobiernan el mundo se gasten tantos miles de millones de dólares en entontecernos

sofisticadamente para que después dejen publicar unos opúsculos a Montalbán, Savater, Touraine, Chomsky, Habermas, Ramonet entre otros para que nos puedan abrir los ojos. ¿Cómo es que son tan eficientes para unas cosas y tan torpes para otras?

Parece evidente que la consideración de la televisión como instrumento de comunicación social legitimado por la teoría social -y no sólo como artefacto perverso- es una tarea pendiente para el siglo XXI. El cine lo consiguió durante el XX y ya nadie vincula la calidad del mensaje al medio sobre el que se transmite. No hay ninguna reserva en aceptar que existe cine sublime y cine ramplón. ¿Seríamos capaces de afirmar lo mismo para la televisión, especialmente sobre la primera parte de la expresión?

Yo no digo que en parte estas retóricas no recojan tendencias acertadas del cosmos televisivo, lo que pretendo defender es que la demonización de la televisión por parte de la *intelligentsia* Gutemberg y bienpensante, se ha convertido en un ejercicio tan convencional que refleja la misma banalidad que pretende criticar. *Gran Hermano* no fue para rasgarse las vestiduras ni refleja ninguna enfermedad social. Se trata de un producto televisivo -y yo diría que bastante inofensivo- que combina con habilidad las características de los culebrones ficcionales (múltiples personajes, que alternan sus papeles de héroes y villanos, sin línea narrativa y sujeta a los efectos de los golpes de guión), las *sit-com*, los concursos y los *realities shows* en un entorno de realización y presentación realmente innovador. Y si he de señalar cuestiones que me han provocado repugnancia moral en los últimos tiempos confieso que puedo obtener tantas muestras de "otras artes" comunicativas como de la televisión. Para poner algunos ejemplos entre las primeras; la impudicia de la explotación cinematográfica de la intimidad real entre la Kidman y el Cruise del "maestro e intelectual" Kubrick en *Eyes Wide Shut*, la descripción de la violación de una niña en la novela *Plenilunio* del refinado y sensible Muñoz Molina, por no nombrar a las fatuas retóricas de

tertulianos radiofónicos o el informe de la Real Academia de la Historia.

Así, si queremos indignarnos podemos hacerlo con variadas dimensiones de nuestra realidad social y comunicativa. Recomiendo a algunos azotes de la cultura de masas que aligeren sus retóricas telefónicas, porque se han convertido en clichés poco explicativos. He de recordarles que 28 millones de españoles no vieron *Gran Hermano*. A ver si resulta que la televisión no sólo nos hace tontos a aquellos que la vemos.

LA ENDIABLADA ESENCIA DE LA AUDIENCIA.

LEVANTE 3/04/1997

Hace un par de semanas en el bar del Campus dels Tarongers un grupo de profesores discutíamos sobre el nivel de degradación que habían alcanzado las televisiones en su lucha por la audiencia. A pesar de la "científica" distancia del tratamiento la discusión revelaba que los contertulios manejábamos datos de primera mano sobre el contenido de los programas que nos parecían denigrantes y vomitivos. Sabíamos con detalle de la espantada de Chabeli, de la bofetada cristiana del padre Apeles y de las andanzas de otros vacuos personajes que se han convertido en locomotoras de audiencias, aspecto que demostraba que muy a pesar nuestro componíamos de manera vergonzante parte de esa audiencia degradada. Lo que nos lleva a reflexionar sobre la paradoja en que se mueve toda teoría crítica de la televisión y sus efectos idiotizantes, que ya señaló Hans Magnus Erzenberger; ¿Por qué el que habla siempre considera que la idiotización de este tipo de programas siempre afecta a los demás, o en términos sociológicos "refleja la catadura intelectual y moral" de la sociedad -que siempre la componen los demás- y no de uno mismo?.

Este posicionamiento no es exclusivo de los profesores universitarios y puede oírse planteado por cualquiera en una conversación de café. Las encuestas reflejan que la televisión considerada por todos de mayor altura y calidad es la Segunda de Televisión Española, que curiosamente es la que cuenta con

unos niveles de audiencia menores. Uno puede considerar muy edificante e interesante que la 2 dedique una noche temática al ecologismo pero nos apresuramos a zapear para contemplar las pobres astracanadas de la otra parte del Mississipi.

Los programadores y guionistas -que por otra parte no deben ser todos memos, de una sensibilidad de esparto e intelectualmente castrados, tal como evidencian sus productos- saben que la lucha por la audiencia resulta siempre de un pacto fáustico en la que los puntos de más del share se venden a cambio de rodar hacia abajo en la pendiente de la degradación de cualquier significado elaborado o contenido con sentido. Pero esto no es especialmente grave. Las sociedades quedan mucho menos "impresionadas" por la televisión de lo que parecen predecir las teorías apocalípticas sobre la comunicación. Múltiples hechos evidencian esta afirmación. La sociedad norteamericana ya era orgánicamente lela mucho antes de que apareciera la televisión. La características de la sociedad valenciana actual -¿existe eso?- no son esencialmente distintas a las que la definían antes de que aparecieran el *Callé vosté, parle vosté*, o *Tómbola*. Por tanto el daño o beneficio social de la televisión debe ser situado en su justa medida.

¿Qué hay que decir entonces de la desafortunada vorágine en la que se ha situado el señor Carrascosa para escalar las cimas de la audiencia, una vez desechada la idea de responsabilizarle de la degeneración moral de los valencianos?. La audiencia es ciertamente un concepto endiablado que se resiste a un análisis lineal. Perseguir una tarea que parte de presupuestos próximos a los principios igualitarios que rigen la democracia (una persona con acceso a un televisor es un voto - independientemente de su capacidad de compra-).

La respuesta de la audiencia puede ser interpretada como mecanismo revelador de las preferencias de los ciudadanos, definiendo mayorías y minorías. Sobre esta idea se han construido algunas peligrosas utopías de democracia directa telemática. Por otra parte, el valor de mercado de las audiencias descubierto por su precio publicitario, nos remite a una realidad mucho más mercantil donde el entretenimiento

que elegimos es un simple cebo para convertirnos en potenciales compradores de coches, detergentes y desodorantes, y desenmascarando el indiscutible hecho que el producto televisivo no es el entretenimiento o la información sino la publicidad. La cuestión se complica más si todo esto se contempla desde la perspectiva de las televisiones públicas donde la maximización de audiencias sólo puede ser entendida a partir de dos objetivos; o se cree (desde nuestro punto de vista erróneamente) en el valor cultural-educativo-divulgativo de la televisión y por tanto maximizar audiencias significa extender valores socialmente positivos (cosas así como fomentar la paz, la justicia, la tolerancia, incentivar la vertebración y participación civil, mostrar la diversidad, forjar una identidad colectiva, favorecer las prácticas democráticas a través de una información amplia y no partidista, difundir la producción cultural, recuperar y fortalecer idiomas en peligro, etc., en fin esas cosas que aparecen redactadas en los decretos fundacionales o documentos similares), o por el contrario se asume desde una perspectiva economicista que se trata de una empresa de titularidad pública que ha de ser gestionado con eficacia económica y por tanto maximizar audiencias significa (al igual que en las televisiones privadas) maximizar los ingresos publicitarios, con el loable objetivo de que de los impuestos cada vez se dedique menos dinero a financiar la televisión pública y más a escuelas, carreteras y hospitales. Es evidente que el señor Carrascosa no parte de la primera interpretación pues la sucesión de discusiones groseras en el idioma *castencià*, los demenciales argumentos de los periodistas del corazón o el fascismo demagógico del padre Apeles, difícilmente pueden ser considerados vehículos de nada que tenga que ver con la cultura, la educación o la divulgación (lo que no contradice que no sea espectacularmente divertido). Si el objetivo del señor Carrascosa es librarnos a los ciudadanos de la pesada carga de la financiación de la televisión sería interesante que junto a sus machaconas autopromociones sobre los niveles de audiencia nos aportara datos sobre la facturación publicitaria y sobre las transferencias de la Generalitat. Con estos niveles de audiencia

esperamos que Canal Nou no tenga nunca problemas de liquidez. ¿O sí?. Si los tuviera, desde luego, esa obsesiva fijación por la audiencia sólo podría ser entendida como terapia personal del señor Carrascosa para poder convivir bajo el mismo techo y de igual a igual con ese otro monstruo de la "aldea local" comunicativa que es su mujer.

ELEGIR EL PRESENTE.

LEVANTE 4/11/1996

La gran trampa de la sociedad de consumo y sus abalorios democráticos es pensar que los ciudadanos pueden elegir el futuro. Los partidos políticos trajeados con sus mejores galas ritualizan en fiesta bisiesta los bocetos del futuro que nos brindan. Un futuro aderezado siempre con imágenes de niños y niñas en cámara lenta sometidos a la tortura de los besos de los candidatas/os y una vigorosa lluvia de hospitales, colegios, carreteras y bajadas de impuestos. Los ciudadanos después de sentirse importantemente perseguidos, reflexionan (o no) y en el instante fugaz que dura la gimnasia democrática, creen que sancionan el futuro que quieren vivir al menos en los próximos años. Ciertamente una decisión importante.

Al día siguiente entre la resaca de los previsibles comentarios postelectorales, casi tan previsibles como las declaraciones que chorrean (chorrean: chorradas que rezuman) del mundo del fútbol (nunca se persigue con tanto ahinco tan poco significado, como se hace en las noches electorales), los ciudadanos nos dirigimos al mercado para elegir el presente. Un presente compuesto por cuarta y mitad de panceta para las lentejas del día , pero también una camisa de cuello decadente, unas medias que no se rompen y nuestra dosis diaria de realidad. Nos acercamos al mercado con la misma soledad que un lobo estepario, dispuestos a satisfacer nuestros deseos que, desde Freud, parecen provenir de un ominoso mundo de los instintos. Y los mercaderes de deseos lo saben y se gastan fortunas y fortunas en descubrir, incitar y manipular (en el sentido de "echar mano") el universo secreto de nuestras preferencias,

para, seguidamente, aplaudirnos y aplaudirse por el excelente gobierno del consumidor soberano.

Pero lo efímero del presente nos engaña con la apariencia de que puede ser infinitamente reformulado, infinitamente reconducido y por tanto no exige a nuestra responsabilidad tanta reflexión como el futuro. El presente es un tiempo compatible con los impulsos pues los errores pueden ser rectificadas. Nadie, sin embargo, nos muestra que una sucesión de volubles momentos presentes es un rígido futuro. La democracia del presente, nos dicen, se ejerce en los paneles de audiencia de las televisiones y en las cifras de lectores de los distintos diarios. Los medios de comunicación se jactan de su independencia y de su neutralidad y los periodistas, directores de periódicos y de informativos, demiurgos de la realidad, manifiestan que se pliegan a los deseos/impulsos de audiencias soberanas en aras de la democratización del presente. La Guerra de la Audiencia, sometida a la tiranía de las emociones y dirigida por la lógica del espectáculo nos construye una realidad inmediata pero pobre, emotiva pero distorsionada, porque presenta los conflictos individuales como si fueran colectivos, barata pero de escasa calidad. Aparentemente representativa ya que elige (¿al azar?) la voz de la calle en un viandante cualquiera, pero que no hemos elegido los telespectadores y le otorga el mismo valor que a las declaraciones de nuestros representantes que con tanta reflexión hemos seleccionado a través de las urnas. Y finalmente se trata de una realidad única ya que el prestigio de los medios está imbuido por las exigencias de la unicidad de la Realidad, que al confundirla con los atributos de la Verdad, se construye por consenso mediático.

El resultado de este mercado informativo es la pluralidad de medios pero la uniformidad de productos. No hay nada más que comprobar cómo las portadas de todos los periódicos y los titulares de todos los informativos resumen la proteica realidad en cinco o seis hechos. Pero lo más grave es que estos hechos, independientemente de las distintas líneas ideológicas de los

medios, son los mismos. Los medios no sólo construyen culebrones sino que se trata del mismo culebrón.

Aún más grave es descubrir que el presente seleccionado por los medios, es el ingrediente básico para cocinar el futuro. Es la materia prima de la que se nutren los programas de los partidos políticos, es decir, los proyectos de futuro, y por tanto una Realidad pobre, emotiva, de baja calidad, única y no representativa no puede dar como resultado más que unos proyectos de futuro limitados, irreflexivos, únicos y no democráticos.

Es cierto, como dice Eco, que los únicos medios honestos son los facciosos, y nosotros añadiríamos que son los únicos democráticos. Los lectores de *Las Provincias*, pagan no por una supuesta única realidad sino por lo que desean leer y por tanto participan en la construcción del presente, lo que les permite articular la construcción del futuro que anhelan. La verdadera amenaza a la democracia resulta cuando pensamos que lo que consumimos es un presente neutro, en el que no participamos, pensando que no tiene efectos sobre el futuro que queremos elegir.

Optar por la boda de Ponce frente a los Premios de Octubre es una opción, de origen no democrático, que construye un presente sobre el que se formulan los proyectos de futuro y por tanto los determina y limita. Sin posibilidad de elegir el presente, resulta una farsa tratar de elegir el futuro.

DE TELEVISIÓ.

No publicat.

La televisió ja des de fa un grapat d'anys ha esdevingut l'altar litúrgic on es desenvolupa la realitat social. Sense passar per la pantalla, els fets, per molt importants que els considerem, s'esvaeixen com si foren un pedaç de gel a la voreta del mar d'estiu.

Així, la tele ens determina que és el que és "real" i que és el no ho és, i per tant el que és socialment rellevant i sobre el que com a ciutadans volem participar. És per això que les televisions

locals són ara per ara mitjans estratègics, junt a la resta dels "mass media locals" per a construir/configurar- una efectiva i tangible realitat local.

La competitivitat econòmica, cultural i social d'una ciutat com Gandia, en una realitat global, depén en gran mesura de la seua capacitat per a definir un espai territorial amb trets diferencials propis, inserit en l'àmbit de les comarques centrals.

I si bé el model ideal de les comarques centrals està basat en equilibris multipolars això no resulta incompatible amb voluntat de lògics lideratges per part de les ciutats més grans com Alcoi, Dénia, Xàtiva, Ontinyent, Oliva, Tavernes,...

Gandia, des de la "municipalització" de l'antiga Telesafor, té l'oportunitat de crear un model de televisió local amb voluntat de lideratge sobre la producció audiovisual supracomarcal.

Algunes de les condicions resulten idònies. Principalment perquè es tracta d'una televisió que compta amb un equip que ja controla el "know how" de la producció televisiva i que ho fa amb una qualitat tècnica, professional i artística considerable, en segon lloc perquè el territori conté una xarxa potencial important de centres de formació – especialment l'Enginyeria Tècnica d'Imatge i So a menys de 3Km de distància- i algunes experiències empresarials aprofitables així com també alguns dels individus que habiten al territori amb suficient capital humà per a generar un projecte no sols amb voluntat de servei públic des del punt de vista comunicatiu sinó també innovador des de l'aspecte creatiu.

Des de l'aparició en 1982 de la televisió de Cardedeu, les televisions locals són una realitat emergent, però ja amb algunes experiències d'èxit contrastades. Des de la televisió municipal de Barcelona (experiència excel·lent pel seu nivell creatiu i la singularitat del seu model) fins a aquelles televisions que es limiten a posar una càmera a la processó de les festes del Crist hi ha tot un ventall de possibilitats.

El que és important des del punt de vista social és consensuar el model de televisió. Des de la meua perspectiva eixe consens s'ha de construir sobre una televisió que reflectisca la realitat social del territori en tota la seua pluralitat, que reforce

i visualitze aquells trets que fan de Gandia i el seu "hinterland" un espai a què val la pena pertànyer, naturalment amb el valencià com a llengua de comunicació, amb voluntat d'erigir-se a mig i llarg termini en un mitjà de comunicació supracomarcal, amb una planificació per a incrementar paulatinament la producció pròpia inclús a àmbits com la ficció i per tant cercant l'impacte sobre el territori en el marc del sector audiovisual.

Resultaria important permetre l'accés controlat d'experiències arriscades e innovadores tant des del punt de vista comunicatiu com del cultural, així com combinar nivells d'emissió professionals amb amateurs i de formació.

Tot allò naturalment combinat amb una gestió comercial i econòmica eficient. Pense que sobre aquests principis genèrics no ens seria difícil trobar un model comú recolzat no sols per la majoria dels grups polítics sinó també pels elements dinàmics de la societat civil i empresarial que necessàriament han d'implicar-se en el projecte perquè este tinga impacte social.

Triar el director és una decisió important, però la televisió a Gandia i a les comarques centrals ha de considerar-se com "una qüestió d'estat" i utilitzar-la com a instrument de picabaralla entre capelles locals resulta malbaratar amb miopia un recurs estratègic en la construcció d'un espai dinàmic, innovador i que responga a les necessitats dels seus ciutadans i ciutadanes.

Per favor senyors, no juguen amb les coses de menjar!!!.

LLARGA VIDA AL LLIBRE, O LLEGIR NO CURA.

LEVANTE 27/11/1998

En 1927, el propi Keynes escrivia que l'edició de llibres era un negoci ruïnós i que la culpa d'aquesta situació era del públic, "per la seua incorrecta actitud respecte a la compra de llibres, de la seua escassa inclinació a consumir-los; y a la fí, de la seua apreciació mesquina i malfiada de les dificultats que afronta l'edició de llibres, el més noble del productes". Des d'aleshores s'ha profetitzat repetidament la imminent mort del llibre, tot i que la indústria editorial ha mostrat una salut de ferro. Com s'ha de morir el llibre si ni tan sols es veurà afectada per l'efecte DOS-

000? El discurs de la fi del llibre s'arrela en la demonització de l'audiovisual, curiosament amb arguments que alguna vegada s'utilitzaren per a condemnar la lectura. Fichte descrivia la lectura com «narcòtica i desviada de les vertaderes llums» (Cavallo, G., Chartier R, (dirs.) *Historia de la lectura*. Taurus. 1997). Vos sona? Ni tan sols el zapping és un invent de l'era audiovisual. Ja les rodes de llibres permetien, mitjançant un enginy, tenir simultàniament baix dels ulls diversos exemplars i anar botant d'un a l'altre.

De veres els auguris assenyalen la fi del llibre? El llibre és un bé intensiu en paper i capital humà per a la seua producció, capital humà i temps per al seu consum i espai per al seu emmagatzematge. No hi ha dubte que el taló d'Aquiles del llibre és el paper. Un llibre de 400 pàgines en format estàndard consumeix al voltant de 15 metres quadrats (pam dalt pam baix) de paper, i per això ens estranya que ni tan sols els ecologistes, eixos administradors de la consanguínia por de la classe mitja, no demanen alguna normativa que limite la seua producció o al menys el nombre de pàgines per llibre. No sols els arbres li ho agrairien. Així, a mesura que el paper es converteix en un bé de luxe també ho farà el llibre tradicional. Però aquest entrebanc de ben segur que es solucionarà mitjançant la tècnica, ja siga amb suports físics o electrònics mes sofisticats. Ja van apareixent perifèrics electrònics amb aparença de llibre tradicional que permeten la lectura de documents digitals.

També molt han de deteriorar-se els sistemes educatius, tot i els discursos més milenaristes, perquè disminuísca la quantitat d'individus amb capacitat lectora. És cert que la meitat dels espanyols adults no llegeix mai cap llibre, però aquesta afirmació mal s'analitza en sentit contrari: això vol dir que hi ha 20.000.000 de lectors, que són molts més que els que veuen *Tómbola*. També la vanitat humana garantitza l'existència de la massa suficient d'escriptors, de manera que el problema pot mostrar-se més per la sobreabundància que per l'escassetat. Molts escriptors signifiquen un increment notable en els costos d'informació per a saber si les seues obres ens agradaran, per la qual cosa els lectors, enfront d'eixa major incertesa, opten per comprar aquells

valors més segurs (premis, autors ja consagrats, la llista de llibres més venuts, etcètera). És cert que aquest problema significa una polarització del mercat del llibre en unes poques obres supervendes junt a un fum de títols amb tirades cada vegada més curtes, i això pot significar un empobriment real de la diversitat enfront de l'aparent inflació de títols, però que no posa en perill la supervivència del llibre com a objecte.

Respecte al temps necessari per al consum de llibres, cal que dir que el temps de consum televisiu constitueix un dipòsit considerable. Segons l'Informe Bangesman: «Durant els últims 30 anys el temps dedicat al mitjans de comunicació s'ha incrementat en 90 minuts», dels quals una important fracció se l'ha emportada la televisió. Els internautes han demostrat que la reassignació del temps d'oci es fa a costa del temps de televisió i no d'altres ocis, com voldrien els profetes pantalla-fòbics per a alimentar els seus dimonis. Altres factors, com la reducció del nombre de fills i la de la jornada laboral, poden significar una mina de temps suficient per a recolzar una major activitat lectora.

Per tant, els signes auguren un millorament i no un empitjorament de les condicions per a incrementar la lectura. On està el perill per al llibre? A les societats occidentals li atorguem tanta responsabilitat a la lectura que finalment podem ofegar-la. El llibre, més que un contenidor de símbols, és un fetitxe, i sembla que, independentment de les paraules que continga, els llibres serveixen per a curar qualsevol malaltia social i individual. Pel contrari, televisions, ordinadors i qualsevol altre aparell que compte amb una pantalla, sols contenen colesterol, oblidant que també *Mein Kampf* és un llibre. El recent judici i condemna d'un llibreter nazi de Barcelona pot ser il·lustratiu al respecte. El llibre fetitxe es comporta de manera anòmala front a altres productes simbòlics. Per què els llibres no contenen publicitat? Per què els llibres valen tots aproximadament el mateix —entre 7 i 10 pessetes la pàgina en format estàndard— independentment de la qualitat del seu autor? Per què es guarden els llibres, tot i sabent que mai més a la vida els tornarem a llegir? Per què gran part dels llibres es compren per a regalar?

Amb alguns amics de la lectura ja ni hi fan falta enemics. Recentment, Muñoz Molina, en una suposada campanya de recolzament a la lectura, ens adverteix que «aprendre a llegir i a fruir dels llibres requereix d'un esforç llarg i ple de paciència i humilitat», afirmació que constitueix tot un catecisme de virtuts cristianes però que incita a córrer en direcció contrària quan ens topem amb un llibre. De veres que algú creu que un personatge indolent, poc crític i de mentalitat espessa es pot convertir en el contrari a partir de la lectura, i més si aquesta és obligada? No podem alleugerar la carrega sobre els llibres? No podríem considerar el llibre com una alternativa més del temps d'oci amb indubtables avantatges en front dels competidors? Les millors persones al vostre voltant són les més llegides? Llegir, per sort o per desgràcia, no cura res, però pot ser molt divertit. Acceptar aquesta afirmació també implica que la televisió tampoc ens converteix instantàniament en imbècils, i més enllà significa considerar la lectura com l'oli d'oliva: saborós i estimulant. Però, per a consumir l'oli d'oliva sols per les seues condicions terapèutiques ja teníem l'oli de ricí.

"ESCRITORES-ESCRITORES" Y PLAGIOS.

LEVANTE 12/06/2001

Ahora que se calmaron las razzias contra la honorable clase de los plagiarios, analicemos con un poco más de detalle su situación. Que un señor como Stephen King, sentado en su casa de Maine con un simple ordenador, sin empresas, sin organizar costosísimas producciones, sin necesidad de interpretar y anticipar las tendencias del capitalismo mundial, pueda ganar 8.272 millones de pesetas en un año es un hecho que confunde y trastabilla toda la mitología que sobre la figura de los escritores se ha edificado, especialmente desde el *J'accuse* de Zola. Desde aquel momento el escritor es esa esforzada figura que bebiendo de las hermenéuticas fuentes de la genialidad, se preocupa por la suerte de la humanidad completa. Si a eso le sumamos varios o algunos de los siguientes ingredientes como la adicción al alcohol

o las drogas, una lúbrica vida sexual y sentimental, participar en alguna guerra o revolución y morir en la miseria, tenemos el cuadro completo del personaje al que toda la Humanidad debemos rendir pleitesía y agradecimiento y en consecuencia les atribuimos la causa del devenir de la Historia.

Es observable que cuando algún personaje público –no escritor, léase Zaplana- quiere barnizarse con una pátina de prestigio verdadero recurre a la producción de libros de manera que ya en sus presentaciones figurará irremediablemente escritor y presentador de telediarios, o escritor y expresidente de no se qué. Este plus de valor social que otorga al detentador las prerrogativas de ser invitado a fiestas de la embajada, conferencias en universidades de verano, audiencias en Moncloa, entrevistas en Babelia o incluso el permiso para decir tacos en público y beber un güisqui en televisión, proviene de una confusa exigencia sobre la creatividad.

Lo que premiamos socialmente no es una genérica habilidad personal cuya distribución sobre el conjunto de los humanos se limita a unos pocos de ellos, sino que dicha habilidad vaya orientada a la elaboración de productos simbólicos capaces de batir nuestros sentidos y lo que inexplicablemente les exigimos a cambio es que lo que nos ofrezcan sea “original”, es decir que sea un “bien prototipo”. Si alguien destapa el plagio nos sentimos estafados.

La paradoja, en el caso de los libros, es que no hemos pagado ningún sobrepago porque las páginas de Racionero valen lo mismo que las de Toynbee o Murray, las de Cela lo mismo que las de Carmen Formoso y las de Ana Rosa Quintana lo mismo que las de Steel. El precio de una página de narrativa en España, en formato cartoné, en Mayo de 2001 y con el descuento de la FNAC se puede aproximar con la fórmula $y = 15,39e-0,002x$ (siendo y el precio por página y x el número de páginas del ejemplar con un R2 del 0,74), independientemente del autor. Así que difícilmente podemos esgrimir fraude. Lo que debemos evaluar como consumidores es si la utilidad que nos ha proporcionado la lectura compensa el precio pagado por ella y esto no tiene nada que ver con quien sea el verdadero autor del

texto. La revolución tecnológica del *cut and paste* no podía dejar indemne a la producción literaria (como no lo ha hecho en el ámbito de la producción académica), reduciendo el coste del plagio literal y por tanto tal como prevé la teoría económica incrementando su uso, pero esto debiera entenderse como un elemento positivo en la productividad de la elaboración de textos y no como un desliz inconfesable

Curiosamente cuando trascienden los pecados profesionales de ciertos colectivos –el doping en los ciclistas, las facturas sin IVA en los fontaneros, el no cumplimiento de las tutorías entre los profesores universitarios- los individuos que pertenecen a dichos colectivos tratan de esgrimir justificaciones corporativas. Sin embargo, los escritores, ante una práctica relativamente extendida –el plagio-, se lanzan a crucificar a aquellos que han pillado en falta, supongo que orando para que ningún estudioso detecte aquellos parrafillos de hace tres años. El plagio muestra “una preocupante inmoralidad de fondo de la sociedad española”, dice Javier Marías, o “es corrupción” afirma V. Molina Foix. Aceptar el plagio como práctica literaria válida puede poner en peligro el poder social de los “escritores escritores”, ya que éste que se sustenta en parte en la “genialidad única, irreplicable, intransferible y *ad personam*” de la creación literaria. Y digo “escritores escritores” porque hay otros muchos de la familia de los escribas con los que no ponemos tantos remilgos. En el caso de los guionistas de televisión o cine, los redactores de EFE, los que rellenan un folleto publicitario o los escritores de discursos nos preocupa mucho menos la cuestión de la paternidad. En el libro, ese extraño objeto, sin embargo cristaliza el altar de la mística de la autoría.

Si obviamos la injustificada fijación por el autor, el único problema que queda por solventar sería destinar adecuadamente los emolumentos correspondientes. La cuestión es de precios y no de prácticas morales de los combinadores literarios. En el fondo así debieran ser considerados los escritores, tratando de superar ese tabú adánico que les permite pontificar sobre todo lo divino y lo humano, más combinadores – y esto no contradice su genialidad- que creadores literarios. La cuestión relevante no es

si cesar a Racionero por plagiarlo sino si fue acertado nombrarlo por escritor.

Es cierto que si a los "escritores escritores" los desposeemos del mito del pauperismo y de la mística del prototipo se quedan a la altura de la prosaica tierra del fontanero habilidoso, pero es que quizás, es de allí de donde nunca debiéramos haberlos ascendido y de verdad lo siento por las Universidades de Verano.

V. Patrimonio.

La Batalla de Sagunto fue mi primer artículo publicado en la prensa regional. Ya había hecho algunos pinitos en la prensa local y en las publicaciones de la Universidad como el DISE o METODE. En estas dos últimas publicaciones me causaron gran satisfacción las entrevistas a personajes de gran renombre como Jon Elster, Ata Jundi o Samir Amin. También me encargué durante un período, por encargo de Ferranda Martí, de realizar perfiles (a través de entrevistas) de personajes universitarios relevantes, especialmente vinculados a la Facultad de Económicas. Así pasaron por mi pluma con mayor o menor fortuna, Víctor Fuentes –entonces diputado autonómico y compañero de departamento-, Ángel Orti –decano de la Facultad de Económicas-, Vicent Soler –vicepresidente de las Cortes Valencianas-, Isidro Antuñano –de la Sindicatura de Cuentas y también excelente compañero de departamento. También dibuje el perfil de otros no economistas como Ferrando Badia -singular personaje de la derecha valenciana- o el poeta Jaime Siles -al que yo admiraba por una guía sobre los cafés de Viena, pero que me pareció pedante y estirado-.

Ese verano del 93 venía yo fresco y entusiasmado de un "workshop" en Venecia donde había compartido durante tres semanas clases, mesa y mantel con verdaderos "popes" de la Economía de la Cultura, y en el artículo se puede percibir que lo quería hacer notar. En dicho seminario yo había presentado un trabajo sobre el modelo de gestión del IVAM que ya se había configurado como un caso de éxito de gestión cultural. Ese mismo mes habían nombrado como Ministro de Cultura a Carmen Alborch, directora del IVAM, lo que a mí me pareció una señal de que mi especialización académica era acertada y oportuna en términos históricos.

El artículo se lo enseñé a Vicent Soler, que había sido profesor mío y compañero de departamento hasta que el

departamento se escindió y los profesores de estructura conformaron el departamento de Economía Aplicada II. Le pareció original y él mismo lo envió a la redacción de Levante. Lo publicaron pero entonces no estuve seguro si fue por la calidad del artículo o por que lo enviaba el Vicepresidente de las Cortes. Me sentí realmente emocionado, cuando lo publicaron a los 3 o 4 días de enviarlo, en plena página 3, y rápidamente llamé a Trini mi mujer, a amigos y a familiares para que compraran el periódico. Gracia Matoses, amiga, y sparring de puyas me hizo notar la cita del día que aparecía en negrita y justo bajo mi artículo: "El deseo de parecer hábil impide a veces serlo (La Rochefoucauld)".

LA BATALLA DE SAGUNTO.

Levante 23/07/93

Desde hace algún tiempo, la economía viene metiendo las narices en lugares insospechados... y además con cierto éxito. Y con el mismo mérito irrita sobremanera al resto de las ciencias sociales. Ya varios autores, entre ellos algún que otro premio Nóbel, demuestran que las herramientas de los tenderos (costes y beneficios), hurgan con incisión en terrenos sagrados. Si hasta ahora los sociólogos, psicólogos, filósofos eran los que contaban con el don de la universalidad y podían hablar sin sonrojos sobre el juego, la familia, el crimen, la empresa, el arte... a partir de pronto deberán competir en sus capacidades explicativas con econométricas, macroeconomistas e impertinentes microeconomistas.

La muerte de las ideologías nos permitió conquistar el mundo de la política y llenamos de Solchagas los Parlamentos del mundo entero, cualquier nuevo desvío de irresponsables filósofos será aprovechado por la economía para tornar con sigilo nuevas esferas de la realidad. Como davidianos a la espera del juicio final vamos acumulando armas teóricas en la universidad que nos permitirán mostrar la verdadera palabra divina a este mundo de pecadores.

La economía del arte y la cultura va rellenando sus arsenales desde el principio de los tiempos y ya los padres fundadores: Smith, Stuart, Ricardo mientan el arte en sus sesudos libracos. Keynes lo hace también, pero es en 1965 con W. Baumol que la cuestión deviene *materia seria*.

Este mismo julio, en Venecia, ni los vendedores de postales ni los turistas con bermudas, advertían que compartían los canales sembrados de góndolas con "una nueva hornada de aprendices de druidas que desde los días eternos de Finlandia hasta las playas de España, se aprestaban a escuchar a los *gurus* y a esparcir con pasión de neófitos la buena nueva. La presencia de Bruno Frey, W. Pommerehne, D. Netzer, G. F. Mossetto, A. Peacock y el propio Baumol, evidenciaba la importancia de la cita. Y (¡hete aquí! que emerge la cuestión de la restauración y preservación del patrimonio artístico desde el punto de vista de la economía. Y el que firma advierte de que no sólo puede hablar del déficit público y de la devaluación de la peseta, sino que también, ¡también!, de la restauración del teatro romano de Sagunto. El dilema de la preservación del patrimonio puede ser descifrado a través del lenguaje económico.

El teatro romano de Sagunto, al menos parcialmente, puede considerarse un bien público, con sus determinadas características económicas. La decisión de preservarlo depende de la siguiente valoración:

$$V_n - C_n + A_n > V_0 + A_0$$

Que nadie se asuste de la terminología del profesor Mosseto. La línea anterior sólo quiere decir que si el valor de mercado del teatro restaurado (V_n) menos el coste de la restauración (C_n) más el valor histórico estético del bien restaurado, es superior al valor de mercado del bien antes de la restauración (V_0) más el valor histórico estético del bien antes de la restauración, entonces la decisión de restaurarlo es económicamente eficiente.

De lo que se trata es de comparar las dos partes de la expresión. Para un economista no sería difícil evaluar el valor de mercado del teatro antes y después de la restauración, a pesar

de que no exista un mercado amplio de teatros romanos. Y parece claro que el valor de mercado después de la restauración menos el coste de la restauración es superior o al menos equivalente, al valor de mercado del teatro antes de la restauración, y esto por dos motivos que parecen convincentes. En primer lugar, el bien nuevo *contiene* al antiguo, por tanto aunque tuviéramos que añadir los costes de destrucción de los elementos añadidos, la valoración de mercado no sería muy distinta, e incluso los elementos destruidos tendrían cierto valor residual. El segundo argumento es que el teatro restaurado tiene unos claros efectos externos (como mínimo, la posibilidad de representaciones teatrales) que en muy poco tiempo podrían amortizar los costes de restauración.

El problema que nos queda resolver es la comparación de los valores histórico-estéticos antes y después de la restauración. Si hasta ahora nos bastaba con el instrumental analítico de la economía, la tarea que sigue precisa de apoyos externos, y es especialmente importante el papel de los *certificadores* de los valores estético-históricos. Como tales certificadores, tenemos a los doscientos arquitectos nacionales y extranjeros que afirman sin lugar a dudas el mayor valor del teatro después de la restauración que antes. Por otra parte, un periódico regional califica de «*bárbara*» la restauración, por lo que es de suponer que consideran que las cualidades estético-históricas antes de la restauración son superiores a aquellas mismas cualidades después de la restauración. Y finalmente la visión restrictiva de la ley que considera que todo patrimonio histórico *original* tiene un mayor valor que el mismo bien restaurado. El periódico aporta ciertamente una valoración legítima, pero poco *prestigiosa*, en el sentido de que su función básica no es realizar dicho tipo de certificaciones. Por otro lado tenemos a los arquitectos que sí que se dedican profesionalmente a realizar dicho tipo de valoraciones sobre el patrimonio, pero no hay que olvidar que los arquitectos son *agentes interesados* y que su certificación pueda depender de comportamientos estratégicos (si se confirmaran sus pretensio-

nes, podrían tener muchas más demandas y encargos para restaurar otros bienes). La posición de la ley es un poco más inconsistente, pues desde su filosofía se derivaría no sólo la paralización de la obra, sino la destrucción de todos los elementos añadidos después de la obra romana original.

Cuando parecía que íbamos a encontrar una solución resulta que el dilema está en atender a la valoración estético-histórica de doscientos arquitectos interesados o a la poco profesional del periódico. La solución está en utilizar sin miedo la democracia directa, el referéndum, como a veces se utiliza, también sobre cuestiones culturales, en otros países europeos. Se trata de preguntar a los ciudadanos implicados quién se merece el apelativo de *certificador*.

Vean a qué conclusiones nos lleva la pertenencia a la secta de la economía del arte.

DE SID BONO, EL TEATRO ROMANO Y EL BIEN PATRIMONIAL

EL PAÍS 15/11/2003

Hace algunas semanas asistí al I Simposi Internacional "La llengua compartida: per una reflexió entre historiadors de la llengua, sociòlegs i historiadors del mon contemporani" que se celebra en La Nucia. Como se trataba de un simposio de intelectuales y no de dentistas, en vez de llevarnos a visitar Terra Mítica, nos invitaron a visitar la tumba de un místico árabe sita en una lozana colina en el valle de Guadalest, en los aledaños de Benifato. El finado en cuestión, parece que tuvo notable influencia en algunas escuelas místicas árabes, apreciándose su impronta en algunos textos de Santa Teresa de Jesús y San Juan de la Cruz. Su tumba se convirtió hasta la expulsión de los moriscos en un lugar habitual de peregrinación que otorgaba baraka a los viajeros llegados de todo el mundo islámico. De todas formas no hagan mucho caso a la fidelidad de la descripción, ya que después de 50 minutos de paseo ascendente bajo el sol de julio a las 5 de la tarde, el ruido de mi resuello y el sudor que rebasaba sin complejos mis cejas, me impedía atender con precisión a la magnífica exposición del profesor y arabista

Francesc Cutillas. La cuestión es que allá arriba, a pesar de la importancia histórica del personaje, sólo se intuía una tosca sucesión de cascajos incrustados en una grada de piedras del bancal, y esta austeridad escénica nos llevaba a algunas reflexiones sobre la naturaleza de los bienes patrimoniales.

Así podemos considerar que los bienes patrimoniales se componen de tres dimensiones; por una parte los elementos tangibles que lo materializan -aquel montón de piedras-, por otra los elementos discursivos que les dan sentido y los valorizan - la explicación del profesor-, y, finalmente, los usos que de unos y otros realizamos.

Como expresa J. Mark Schuster (*Preserving the Built Heritage*. UP New England. 1997), creo que sería fácil consensuar la idea de que lo que hoy consideramos patrimonio material y que las leyes congelan para su preservación no es más que el resultado de la acción de culturas tradicionales con escasa conciencia de la Historia, en el sentido académico del término, y que han renovado, cambiado, sustituido y manipulado construcciones anteriores con plena confianza en las mejoras que estaban realizando y sin ningún sentimiento de pérdida cultural. La riqueza y diversidad patrimonial que nosotros admiramos en nuestros pueblos y ciudades es el resultado de la incoherente y descuidada actitud hacia la Historia de nuestros antepasados.

Aquí nos encontramos frente a una paradójica situación ya que el concepto moderno de preservación se sustenta en la ruptura del proceso orgánico de desarrollo cultural y en la obligación de preservar y transmitir en un grado de pureza absoluta el patrimonio recibido a las generaciones futuras. El paradigma de la "autenticidad histórica" -como si esto no fuera más que otra convención- y la prohibición de falsearla nos llevan al callejón sin salida de la sentencia sobre el Teatro Romano de Sagunto. La norma se convierte en este contexto en un valor supremo que parece que protege a un entorno patrimonial, otorgado aparentemente de manera ajena por los dioses, de nosotros mismos. Sin embargo el valor del patrimonio reside no tanto en su contenido material y su autenticidad histórica sino en

los discursos, los relatos y, especialmente, en los usos que hacen de dicho patrimonio ciudadanos pasados y presentes.

El valor patrimonial del Teatro Romano de Sagunto a través de su uso es hoy notablemente superior al que tenía antes de la rehabilitación, y la rehabilitación fue legítima en su procedimiento. A pesar de ello, colectivamente nos encontramos en la tesitura de tener que arruinarlo para cumplir una sentencia judicial y ello nos lleva a la conclusión de que o los jueces se equivocaron o la ley es una mala ley.

Es una falacia, supuestamente piadosa, pensar que el patrimonio es propiedad y derecho de las generaciones futuras. En caso de aceptar el valor de la opinión de las generaciones futuras estaríamos aceptando la capacidad de decidir el presente de una generación futura ubicada casi en el infinito, ya que nuestros herederos también habrán de ceder su presente a la siguiente generación y así sucesivamente.

A pesar de la incongruencia resultante en el tema del Teatro Romano de Sagunto muy pocos han defendido que lo realmente falla es el artículo 39.2 de la Ley de Patrimonio Histórico, que impide cualquier reconstrucción, por su pretensión ridícula de que el disfrute de los monumentos depende de su autenticidad y por tanto este disfrute se desvirtúa si se trata de elementos superpuestos a los auténticos. Pensamos que, en entornos democráticos maduros, resulta inconcebible que los ciudadanos, a través del sistema de representación y en sistemas informados de decisión no puedan arbitrar sin cortapisas como reformar, reinventar, generar o incluso destruir sus elementos patrimoniales, es decir, como utilizar sus recursos colectivos para la definición de su entramado simbólico.

La tumba de Sid Bono hoy por hoy no tiene ningún valor patrimonial más que para media docena de arabistas de la Universidad de Alicante, a pesar de su autenticidad. Sin embargo, el éxito de la construcción social de su valor dependerá de los usos que definamos para dicho espacio y su entorno y en ese proceso no sucedería nada trágico si sacrificamos parte de su autenticidad histórica. Pero somos los ciudadanos y nuestros representantes políticos los que hemos de retener la capacidad

de decidir colectivamente si nos adherimos afectivamente a dicho personaje y elevamos a bien patrimonial ese montón de pedruscos (estaríamos creando un bien patrimonial) o por el contrario nos olvidamos de cascajos y nos vamos a Terra Mítica que allí sí que está bonito el coliseo romano de cartón piedra. Puestos a disfrutar, nada tiene que ver con la autenticidad.

El patrimonio ha sido siempre un tema del que he tratado de huir, pero las circunstancias me han empujado a él sin remedio. En principio me pareció más aburrido que tratar temas más vivos como el teatro o el arte contemporáneo. Finalmente puedo comprobar que se está convirtiendo en uno de mis temas recurrentes. Primero me empujó Ximo Revert con su pasión e implicación en la recuperación del Patrimonio Industrial de Sagunto, luego los trabajos de doctorado de Julio Montagut, ese economista y correoso doctorando que colabora con el Taller de Historia Local de Godella y que me inició en el interés por la técnica de la valoración contingente. También mi reciente dedicación docente por la Política Turística y el Turismo Cultural, han sido factores que a lo largo de estos diez años me han "forzado" a ocuparme del tema. Quizás fue también premonitorio que mi primer artículo en prensa tuviera como tema un tema de protección del patrimonio.

*El siguiente artículo **El patrimoni industrial de Sagunt: Un Factor Possible de desenvolupament territorial** es acaso nuestro primer esfuerzo teórico por analizar con instrumental económico la naturaleza de los bienes patrimoniales. El artículo surge como un encargo de Ximo Revert para un catálogo de la exposición que realizó la Universitat titulada RECONVERSIÓN REVOLUCIÓN y que trataba de alertar y movilizar para incitar a la protección del rico -y hasta entonces muy olvidado- patrimonio industrial del Puerto de Sagunto. Salvador Carrasco y yo disfrutamos del esfuerzo de Ximo por hacernos ver la riqueza y las posibilidades del barrio obrero, la Gerencia, los altos hornos, las naves, la ciudad jardín de los ingenieros. La verdad es que yo quedé muy impresionado de la*

naturaleza de "factory-town" que efectivamente había tenido ese homenaje a la era industrial que es el Puerto de Sagunto.

En el artículo Salvador Carrasco y yo defendíamos las posibilidades de reutilización del espacio a proteger a través de su reutilización cultural. A los pocos meses Zaplana y Consuelo Ciscar anunciaban que la Ciudad del Teatro se iba a ubicar en las instalaciones industriales de Puerto de Sagunto. No sé si existe alguna relación causal entre un y otro hecho.

*Las reflexiones sobre las relaciones entre Cultura y Territorio, provenían del intenso esfuerzo que realizamos para el trabajo **ELS SECTORS CULTURALS A LES COMARQUES CENTRALS**, encargado por el Consorci de les Comarques Centrals y que definió a finales de los noventa, uno de los períodos más interesantes de nuestra unidad de investigación. En aquel trabajo colaboraban con nosotros Francis Marco y Josep Tomàs, brillantes jóvenes, ahora ambos con responsabilidades en empresas importantes.*

EL PATRIMONI INDUSTRIAL DE SAGUNT: UN FACTOR POSSIBLE DE DESENVOLUPAMENT TERRITORIAL.

(amb Salvador Carrasco)

Patrimoni, i revalorització. Unes consideracions des de l'economia.

En principi i des de l'anàlisi econòmica, el valor dels béns patrimonials convencionals depenen: a) de la seua singularitat, b) del valor dels atributs artístics atorgats a eixe bé patrimonial, c) del seu grau de conservació, d) de la seua antiguitat. Tots quatre aspectes tenen a veure amb l'escassetat ja que estem parlant de béns irrepetibles, irreformables i, per tant, amb una oferta limitada. De tots aquests elements podríem dir que sols el grau de conservació i l'antiguitat resulten relativament objectivables. És raonable pensar que de dos pont romans, de les mateixes característiques artístiques tindrà més valor aquell que mostre millor estat de conservació. De la mateixa manera que dos palaus, amb la mateixa consideració artística resultarà més apreciat aquell del segle XIV en front al del segle XIX. La incorporació del temps en el valor econòmic es tradueix en què

quan més antic és un bé patrimonial més improbable serà trobar altres béns similars (per tant incrementar l'oferta de béns substitutius). En general, per al cas del patrimoni industrial podem dir que el origen del seu valor, en termes comparatius enfront d'altres béns patrimonials, no pot fonamentar-se en aquests dos elements objectivables ja que el seu bon estat de conservació queda compensat precisament per la seva escassa història (en termes temporals).

Però, els altres dos elements (singularitat i atributs artístics) resulten clarament d'un procés de construcció social no objectivable i que té a veure amb el discurs que envolta el bé patrimonial. Si pensem que la caracterització de l'art ha descansat, especialment a partir del Renaixement, en la creativitat, l'originalitat i el trencament dels motlles, és evident que la revalorització del patrimoni industrial té més a veure amb la seua singularitat que amb els atributs artístics ja que precisament l'estètica industrial emfatitza l'estandarització, la serialització tant en els béns produïts com en els béns (edificis i utilitatge) necessaris per a la seua producció. Donada aquesta aparent feblesa de les "deixalles" industrials enfront dels "dignes" béns patrimonials convencionals, les primeres experiències de recuperació museística del patrimoni industrial explotaven un sentit de singularitat, poc elaborada, que té a veure amb el seu valor enginyeril o arquitectònic. Per tant el que era la singularitat artística es converteix ací en perícia arquitectònica o enginyeril. La bomba que subministrava l'aigua al West London i que conté la més gran "beam engine" del món, l'ascensor de vaixells de Fontinetes que elevava en sols 20 minuts, i amb la única força de l'aigua, les barcasses en un desnivell de 13 metres, un molí a *no se ón* que és el primer en incorporar..., etc...

En els últims temps però, els discursos que remarquen la singularitat del patrimoni industrial no fan tanta referència a les característiques físiques del patrimoni sinó al seu envoltant socio-econòmic i aquesta "reconversió" del concepte de singularitat també té una explicació des de l'anàlisi econòmica. Les passes cap a models socials i econòmics post-industrials estan convertint en relativament escassos els models de vida industrials i per tant,

incrementant el seu valor relatiu. La valorització del patrimoni industrial es fonamenta en la seua instrumentalització etnològica i antropològica per a comprendre la societat industrial (ja passada). Així la definició de patrimoni industrial serà: aquells béns relacionats amb la producció industrial i que són testimoni i objecte d'estudi d'una època, (i nosaltres hi incloem "i d'un espai territorial") amb el valor afegit que foren els grans protagonistes d'una gran revolució social i econòmica que va canviar el conjunt de la societat occidental (Casanelles, E. 1999).

Aquesta "doctrina" cal considerar-la incorporada, en el cas de patrimoni industrial, a la filosofia de protecció de la pròpia Unesco, que ja té declarats com a patrimoni mundial alguns exemples de patrimoni industrial . Pot ser significativa l'experiència de Crespi d'Adda, municipi de la província de Bèrgamo al nord d'Itàlia que és el més important exemple de "factory town" a Itàlia ja siga pel perfecte estat de conservació com per l'exemplaritat del disseny urbanístic. Ciutat somiada per Silvio Crespi a finals del S. XIX dins del marc de la filantropia paternalista empresarial .

Sense arribar a aquestes pretensions, és evident que les característiques del patrimoni industrial de Sagunt podrien utilitzar tant l'element de singularitat enginyeril (tot i que són altres els especialistes en certificar el valor "tècnic" del forn nº 2 dissenyat per l'americà Frank C. Roberts o altres elements del seu patrimoni), però especialment l'avantatge competitiu que presenta Sagunt resideix en la forta implicació sociològica, econòmica, històrica, antropològica del seu patrimoni amb la realitat integral del nucli del Port de Sagunt. De fet, la consideració que el Port de Sagunt és una "factory town" en moltes de les seues dimensions, determina aquest vincle. Preservar la constància física del seu patrimoni, per tant, implica acceptar i dignificar la seua història, també per què no, interioritzar els efectes externs negatius de la industrialització i posterior reconversió sobre un col·lectiu humà com són els ciutadans de Sagunt, i finalment significa aprofitar un avantatge competitiu d'origen històric, que pot bastir amb intel·ligència una sòlida estratègia per a guanyar el futur.

A més, hi ha altres elements al voltant dels quals es pot remarcar la singularitat del patrimoni industrial del Port de Sagunt. Un d'ells i no el menys important, és la seua excepcionalitat territorial. En el conjunt del País Valencià, especialitzat històricament en la indústria lleugera, el cas de Sagunt presenta una raresa (i per tant museable com a tal) sols parcialment comparable amb algunes instal·lacions fabrils de la comarca de l'Alcoià. Aquest argument, a més, dimensiona cap a dalt el territori afectat, de forma que el patrimoni industrial no és sols patrimoni de Sagunt sinó de tot el País Valencià i per tant també els costos de la seua preservació, des d'aquesta perspectiva, haurien de suportar-se pel conjunt de la societat valenciana.

Si ja han sobreixit els elements que justifiquen la lògica (i la "normalitat") de la preservació haurem de seguir les petjades que ens porten a les implicacions socioeconòmiques d'aquesta decisió.

El dilema social de la preservació.

Una societat ha de decidir què conservar (i a quins recursos dedicar-li) i quins recursos dedicar a la creació de nous béns. És evident que no es pot "museitzar" tot temps i tot objecte passat com no es pot filmar en vídeo tota la vida perquè no tindriem temps per a veure-la. I això és un tradicional problema econòmic que implica decisions d'assignació, d'eficiència i producció i, molt més importants de distribució i redistribució. Es tracta de decidir en un marc de recursos escassos quina quantitat dedicar a la preservació i quina dedicar a la creació de nous béns. Aquest dilema social s'ha de resoldre de la manera que es resolen les decisions en les democràcies representatives. Són els polítics, després del debat social corresponent, els que deuen determinar les prioritats en funció de les veus dels seus representats. El que sempre s'ha de tenir en compte que la preservació té un "cost d'oportunitat" que cal considerar en una visió estàtica del concepte de preservació; una preservació en sentit pur, de manera que conservem els béns, sense fer ús d'ells, per a les generacions futures (Rausell, P. 1999). Així, per al cas de Sagunt s'haurà de considerar que el cost de la preservació del seu

patrimoni industrial pot significar (per exemple) que no dedicarà eixos recursos a muntar una parc temàtic sobre els romans, o donar-li dimensió internacional al Sagunt a Escena o (un altre exemple) per a finançar un programa de recolzament per a joves realitzadors de videoproduccions. Les decisions socials han de ser responsables i s'han d'introduir en el debat a què estem renunciant amb una estratègia de preservació.

Partint d'aquesta premissa que no es pot obviar, però, no ens podem quedar en aquesta perspectiva miop. S'ha de considerar que la preservació té una component dinàmica. Preservar significa no sols conservar sinó que implica atorgar nous usos socials als béns i als espais protegits de la desaparició. Una estratègia de preservació integral, intel·ligent i des d'un panorama complet, s'ha de considerar no com un cost sinó com una inversió social que pot atorgar valor a molts altres recursos no directament lligats als recursos patrimonials. Així resultaria totalment realitzable un model d'utilització del patrimoni que implicara la projecció internacional de Sagunt a Escena o que continguera un espai-taller per a la pràctica de videoproduccions.

Ens enfrontem consegüentment a dues decisions: a) quin patrimoni té el valor per a ésser conservat (i per què), b) com reutilitzar el patrimoni conservat. Les primeres fases d'ambdues decisions tenen molt poc a veure amb qüestions o estudis tècnics i molt amb processos socials i articulacions de voluntats polítiques. Responsabilitat, corresponsabilitat, imaginació (i també, en segon ordre, cert rigor i habilitat tècnica) són els ingredients mínims per a maximitzar la rendibilitat social d'un projecte d'aquest tipus.

El rerefons d'aquests quin?, per què? i com? es situa en un altra qüestió clau: per a qui?. I ací la resposta és clara; si el passat industrial de Sagunt explica el model social de l'actual Port de Sagunt, és de lògica (amb certa pretensió de justícia històrica) que els vestigis d'aquell passat serveixen de model de vertebració futura per al conjunt del poble de Sagunt.

Patrimoni Industrial de Sagunt: Bé d'Interés Cultural.

L'opció estratègica, entre altres possibles, de la plataforma cívica en defensa de La Gerència, ha estat per tractar de protegir

el patrimoni industrial per la via de la declaració de BIC (bé d'interès cultural). En sentit tècnic, aquesta opció implica que una autoritat pública (en aquest cas el Govern Autonòmic) determine si el conjunt d'immobles (i el que és més important la trama narrativa que els envolta) responen a algunes característiques de bé públic i, per tant, s'hi poden posar alguns "peròs" al sacrosant principi de respecte a la propietat privada que sustenta el nostre victoriós i eficient sistema capitalista mundial. Així les decisions sobre el futur del conjunt dependrien no sols de la voluntat dels seus propietaris (que actuen en defensa del seus interessos -legítims?- privats) sinó també de la voluntat del poder polític com a expressió i representació dels interessos col·lectius. Els arguments tècnics i socials són tan contundents respecte a què el conjunt de La Gerència és un bé d'interès cultural, que sembla una mica kafkià la lentitud del procés, les reserves i les indecisions. Les potencialitats dels usos socials del conjunt de la Gerència són molts (i no hi ha aproximacions tècniques a la qüestió sinó que han de dependre del debat social) i tenen molt a veure amb la imbricació de l'espai en el casc urbà del Port de Sagunt. Serveis socials, serveis sanitaris, serveis recreatius i d'oci o inclús instal·lar allà les dependències del servei de bombers i policia, serien algunes de les possibles maneres de reutilitzar i per tant preservar el patrimoni industrial del Port de Sagunt.

Que el passat industrial és museable i socialment rendible ho mostren les múltiples experiències arran del món. Començant pel bressol de la Revolució Industrial, Gran Bretanya, que conté més de 90 museus basats en elements de patrimoni industrial fins a arribar a Austràlia, Canadà i Estats Units i la majoria dels països del Sud d'Amèrica Llatina. L'impacte sobre el territori depèn en cadascun dels casos de l'envergadura del projecte i de la perícia en la seua execució. A l'Estat Espanyol hi ha algunes experiències com el Museo Máquina-Herramienta de Elgoibar, la ruta industrial de Catalunya, el Museu de Ciència i Tècnica de Terrasa, el Museu de la Minería y de la Indústria, en El Entegro (Astúries) (amb 80.000 visitants en els primers vuit mesos), l'experiència de Riotinto en Huelva (per altra banda molt

semblant al cas de Port de Sagunt) ubicades naturalment a aquelles regions amb tradició industrial. Es tracta, però, d'un moviment incipient que cada vegada té més cobertura acadèmica i teòrica.

Però, on volíem arribar és a l'última paraula del mecanisme fet servir per a aconseguir la preservació: cultural. Incorporant-nos a la dimensió dinàmica del procés de preservació, aquesta paraula ens apunta que una de les possibles formes de reutilització del patrimoni industrial del Port de Sagunt es constrüisca al voltant de la creació, producció, distribució i consum de béns i serveis culturals, no limitats als elements del museu sinó amb una visió més ampla i oberta. La cultura com a opció possible pot tenir molts avantatges i els seus impactes sobre el territori poden ser considerables.

Cultura i territori. L'impacte econòmic de la cultura.

L'anàlisi social en general i l'econòmica en particular han d'anar fixant la seua atenció, cada vegada més, sobre els béns i serveis simbòlics (entre els quals s'hi inclou la cultura) en fronts dels béns físics, perquè els primers són els que defineixen les possibilitats de desenvolupament a llarg termini i l'assoliment de nivells de competitivitat adients dins del marc de la nova societat globalitzada de la informació. Però en aquest procés de mundialització i en el disseny de la nova societat de la informació, la cultura no és sols rellevant per les seues implicacions econòmiques, sinó que la cultura constitueix també, un dels mitjans per a millorar la qualitat de vida individual i socialment. Tanmateix, la cultura és una àncora efectiva i reconfortant en un món agressivament globalitzat i poc sensible a les demandes dels seus ciutadans. La cultura esdevé per tant una variable estratègica que requereix una atenció creixent i especial per part de les Ciències Socials.

Si en parlem en termes comparatius amb altres activitats productives, i els ciutadans de Sagunt poden fer-ho, la cultura com a sector econòmic té, en front d'altres sectors productius alguns avantatges que s'han de considerar; pot incorporar valor afegit a altres branques productives, pot tenir importants efectes d'arrossegament, per exemple sobre el sector turístic, és

intensiva en treball, no és habitualment depredadora del seu medi i és un sector de demanda creixent. El Camp de Morvedre en general té altres vectors de creixement i desenvolupament, tal i com queden explícits al seu "Pla Estratègic", vinculats a processos de refermament industrial i aprofitament del Port. Certa orientació cap a l'especialització cultural podria diversificar aquesta estructura i per tant dotar de majors graus de llibertat els processos de canvi.

També la cultura és un sector econòmic. Els estudis d'impacte econòmic han permès capgirar aquesta relació [entre economia i cultura] i mostrar (i mesurar) què podia fer la cultura per l'economia. Han evidenciat que les activitats culturals poden contribuir a l'economia (local, regional o estatal) en tres sentits: En primer lloc, perquè les activitats culturals són, també, activitats econòmiques (que aporten valor afegit, que generen ocupació..). En segon lloc, perquè aquestes activitats poden afavorir les decisions de localització en el territori considerat d'altres activitats econòmiques o de professionals qualificats. I en tercer lloc, en certs casos, pel seu efecte polaritzador sobre altres activitats (via l'efecte proveïdor), molt especialment en el cas de les anomenades "indústries culturals" (Baró, E., Bonet, Ll., 1997).

Encara que amb una aproximació al concepte limitada, la creació, producció, distribució, consum i conservació de formes simbòliques pot constituir un element bàsic en la configuració dels sistemes econòmics territorials. La recent experiència d'impacte del museu Guggenheim a la ciutat de Bilbao simbolitza l'extrem més exagerat d'aquesta potencialitat, però hi ha també altres experiències més modestes i centrades concretament en activitats vinculades a recursos patrimonials industrials que mostren que es tracta d'una estratègia plausible. Però la dimensió estrictament econòmica de la cultura no és l'únic element a considerar.

No oblidem que el que volem preservar al Port de Sagunt no és sols un conjunt més o menys important de béns immobles, sinó que el que es planteja és atorgar-li funcionalitat (emotiva, vital, que reforce l'autoestima, el sentit de pertinença, però que

també genere renda, ocupació i determine l'especialització productiva) a un recurs discursiu que explica el passat – i per tant el present- d'una ciutat. Si entenem cultura com a conjunt de formes simbòliques que envolten i articulen la configuració de grups socials, resulta ben cert que la cultura no sols és un element que es superposa a un territori, sinó que és eixe mateix conjunt de elements simbòlics el que determina les dimensions i les característiques del territori. Així, arribant a l'extrem, podríem definir el territori com l'espai físic o virtual que s'articula al voltant d'un seguit de formes simbòliques compartides. La cultura, com a sistema compartit de creences, valors i pràctiques té una dimensió territorial clara. El territori, com a marc de vida, definidor de relacions múltiples dels homes amb si mateix, i amb el marc ecològic en la concepció de la seua forma quotidiana, és un concepte humanista suficientment ampli per a permetre'ns reflexionar sobre el sistema urbà, les ciutats, l'hàbitat etc. La concepció territorial, per altra banda ens allunya tant de concepcions individualistes com d'interpretacions materialistes de subjectes socials aïllats dels seus referents físics. El territori conté els recursos, però la novetat ara, està en el fet que els recursos no són matèria dependent de l'atzar sinó que la percepció del seu caràcter dinàmic i integrat a l'espai confereix al territori un nova substancialitat. El territori esdevé, especialment a l'àmbit de la cultura, i per dret propi, subjecte principal de l'anàlisi.

També, quan parlem de cultura estem tractant de sistemes de transmissió de formes simbòliques que afecten i tenen a veure amb processos d'aprenentatge i canvi. Així, sembla raonable que el desenvolupament de xarxes culturals facilita la configuració de espais econòmics i socials sensibles als processos d'innovació productiva i canvi social, és a dir, facilita les dinàmiques d'adaptació als entorns canviants .

Finalment cal considerar que la pràctica cultural dels individus és una peça, cada volta més important, en la composició dels nivells de qualitat de vida individual i col·lectiva. El consum cultural, entès en sentit ampli i a nivell individual dóna resposta a certes demandes de satisfacció emotiva, de sacsejar els sentits que va més enllà de la simple utilització del temps d'oci i que té

a veure amb el desenvolupament integral dels individus, materialitzant la seua sensibilitat, la seua capacitat creativa i comunicativa. Inclús aquesta aproximació "individualista" sobre els beneficis de la cultura pot tenir una lectura sobre l'argument del benestar col·lectiu, ja que, els medis amb accessibilitat a béns i serveis culturals esdevenen en territoris atractius que compten amb elements estratègics per a justificar decisions de localització productiva.

Amb aquestes consideracions no volem donar la impressió de que responsabilitzem únicament als sectors culturals com a elements essencials dels processos de desenvolupament territorial. La realitat social resulta, per fortuna, molt més complexa, i a l'entramat d'interdependències juguen moltes més variables que van des de la configuració dels espais físics, a les dinàmiques històriques, per parlar-ne de les més generals, fins a processos atzarosos o de liderat individuals, que expliquen models d'especialització territorial i formes d'inserció en espais econòmics de majors dimensions. Però, el que sí resulta raonable defensar, és que no sols els sectors culturals tenen capacitat d'arrossegament per a generar, facilitar, acompanyar o propiciar dinàmiques de desenvolupament territorial, sinó que a més, un entramat compartit, consensual de pràctiques culturals redueix els nivells i les potencialitats del dissens i per tant facilita l'articulació harmònica dels grups socials a tots el àmbits.

El paper i la posició de la cultura en cadascun d'aquests tres nivells: cultura com a element catalitzador de comportaments harmònics i integrats a tots el àmbits, cultura com a element de dinamisme econòmic i cultura com a ingredient essencial en la recepta de la qualitat de vida, és, a més, creixent al llarg del temps i atorga, cada vegada més, "valor afegit social" als espais. És, per tot això, que destinar esforços per a repensar les opcions i recursos que cada col·lectiu social compta en aquesta línia no ha de resultar un bajanada marginal i prescindible, sinó més bé un exercici necessari i estratègic en la definició i construcció de models estables de convivència ciutadana al mateix temps que ens situem en entorns econòmicament competitius, globalitzats, canviants i socialment complexos.

Sagunt també mostra un entorn competitiu en el marc de la cultura en l'àmbit de les jerarquies urbanes del País Valencià, configurant un "sistema cultural dinàmic i de tercer ordre" amb un potencial de demanda alt, una capacitat d'atracció dels municipis del voltant i ja amb una dotació notable de infraestructures culturals (Carrasco, 1999).

Els recursos amb què compta el Port de Sagunt per a aprofitar la reutilització del seu patrimoni en l'òrbita de la cultura són de tal magnitud i els impactes tant clars que mostren la feblesa d'altres experiències al nostre País, d'inversions milionàries com la Ciutat de l'Art i la Ciència a València, La Ciudad de la Luz a Alacant, Terra Mítica a Benidorm, la futura Ciutat del Cinema (s'ubique aquesta on s'ubique) on s'han de crear i construir (inventar?), des de zero, tot el substrat narratiu per a donar-li sentit a aquests contenidors culturals i recreatius.

El Sagunt industrial compta amb quasi 100 anys d'història, la certesa d'haver estat protagonista d'un fascinant període (amb totes les seues contradiccions) de producció industrial que va acabant-se, la memòria col·lectiva de tot un poble, l'episodi traumàtic de la seua reconversió, consens polític, una forta i dinàmica demanda ciutadana...i tot això ho pot rendibilitzar econòmicament i socialment en un conjunt d'immobles singulars que es troben al bell mig de la ciutat... A més, Port de Sagunt es troba en un espai accessible des de l'àrea metropolitana de València amb més d'un milió i mig de habitants...

Per què és sempre tan difícil en aquest país prendre decisions que semblen òbvies?

A mode de conclusió.

Una visió de la història del moviment cívic "Gerència Pública" transmetia la idea que el consens social al voltant del patrimoni industrial de Sagunt és de suficient envergadura i calat per a no perdre el temps en moltes divagacions tècniques o suposats fonaments teòrics. És evident que per al poble de Sagunt el procés de construcció social del valor del seu patrimoni és ja un fet consolidat i aquesta dada s'hauria de recollir en l'articulació de la resposta política als problemes jurídics menors sobre els drets de la propietat o els interessos d'Aceralia.

Aquesta última, a més, hauria d'estar agraïda a la revalorització que han gaudit els seus béns, que en valor comptable a penes superaven els 200 milions de pessetes, per la pròpia acció ciutadana i que els permet, a hores d'ara, de posseir una millor posició per a negociar les compensacions.

L'evidència indiscutible que el futur urbanístic (i per tant probablement també econòmic, i social) del Port de Sagunt, dependrà de la utilització del triangle del conjunt de la Gerència (independentment del seu contingut patrimonial), inserit al bell mig del nucli urbà, confereix, per les externalitats que generarà, a aquest conjunt, el caràcter inequívoc de bé públic.

Sembla que les característiques del patrimoni de Sagunt justifiquen la seua protecció. El casino, l'economat, la pròpia gerència i la ciutat jardí, com a elements centrals, però també el mercat, les dotacions educatives, l'estadi, el sanatori i els grups de vivendes obreres contenen les suficients singularitats arquitectòniques i comparteixen el substrat narratiu de la història de Sagunt, que paga la pena la seua protecció. Utilitzant un terme emprat d'altres texts i altres autors, però que està de moda a la indústria de la cultura i l'oci, sens dubte el Port de Sagunt és ja essencialment un "espai temàtic" sobre la història industrial. La patrimonialització del conjunt té una dimensió que supera el marc estrictament local, i el patrimoni industrial de Sagunt ha de ser un recurs de tots els valencians

A més, les característiques que posseeixen els immobles com a receptacles possibiliten que els seus usos presenten un ventall ample d'alternatives. La reutilització imaginativa d'aquest conjunt en l'òrbita de la cultura pot presentar pels seus efectes territorials uns avantatges dignes de tenir en compte. La fórmula més obvia (però no necessàriament la més adient o encertada) passaria per constituir un ambiciós nucli museístic (molt més ambiciós que el raquític projecte actual) que estructure el substrat narratiu del projecte (explicar passat i present) i envoltar-lo de propostes lligades al món de la formació, creació, producció, distribució de la cultura que vagen molt més enllà d'aquest nucli (dissenyar el futur). Les propostes poden ser moltes, tantes com les nostres imaginacions generen: centre de

formació de animació audiovisual, seu de l'Associació Internacional d'Arqueologia Industrial, centre de producció de material didàctic amb noves tecnologies, tallers de producció i muntatge musical o d'escultures en ferro, centre d'estudis sobre.....

La resposta no és sols tècnica i ha de sortir d'un debat social, transparent i amb la participació de tots els agents implicats. Des del nostre punt de vista diverses vessants s'haurien de cobrir: a) buscar nínxols d'especialització competitius a nivell internacional que possibiliten una projecció exterior, b) lligar de forma imaginativa les activitats amb el passat industrial de Sagunt, c) pujar-se a l'ona de les noves tecnologies que estan revolucionant el mode de creació, producció, distribució de les formes simbòliques, d) Connectar amb els centres de producció de coneixement (les universitats), i e) tractar de maximitzar i fixar a llarg termini els impactes econòmics i socials sobre el territori.

No és tasca fàcil però sí plausible. El dinamisme històric, la imaginació mostrada, la cohesió i l'eficàcia del moviment ciutadà apunta el fet que comptem no sols amb els recursos narratius, físics i polítics sinó també amb un capital humà conscient del que ens estem jugant i capaç de participar amb eficiència en el disseny del seu propi futur.

Ajuntament de Sagunt (1995): Pla estratègic. Sagunt. Camp de Morvedre. Edit Ajuntament de Sagunt. Sagunt

Baró, E, Bonet. Ll. (1997). Els problemes d'avaluació de l'impacte econòmic de la despesa cultural. *Revista Econòmica de Catalunya*. num 31.

Carrasco, Salvador(1999): *Análisis Factorial Aplicado a Indicadores Socioculturales de la Comunidad Valenciana. Estructura, Tipología y Potencialidad de los Municipios*. Tesis Doctoral, Departamento d'Economia Aplicada. Universitat de València

Casanelles Rahola, Eusebi (1999): Recuperación y uso del patrimonio industrial. En

<http://www.civila.com/uruguay/rionegro/Publicaciones/Eusebi.htm>.

Costa Sanz, et al. (1995): *Guía-Itinerari Arqueològic-Industrial de Port de Sagunt*. Edit. Fundació Municipal de Cultura. Sagunt.

Rausell, Pau (1999): *Políticas y Sectores Culturales en la Comunidad Valenciana*. Edit Tirant.

València

Schuster, J. Mark, Moncheaux, J., Riley A. (eds): *Preserving the build heritage. Tools for Implementations*. University Press. New England.

VI. Música y Teatro.

COMEDIANTS I COMEDIATS.

EL PAÍS 5/05/1998

Una de les enquestes del CIS comparava el 1995 l'activitat real i la ideal del temps d'oci. Alguns dels resultats són xocants. Els súbdits dels Borbons dediquem un 69% del nostre temps lliure a veure la tele, mentre que en les nostres preferències ideals desitjaríem dedicar-li tan sols el 25%. En aquest cas, la tele es converteix, emprant llicenciosament l'argot econòmic, en una "preferència vergonyant" que deixa en evidència la nostra dèbil voluntat; és a dir, consumim més televisió del que ens agradaria que desitjàrem consumir - i no és un treballengües—. Per contra, anem al cinema en la mateixa proporció que el que desitgem (un 27% del nostre temps real i un 29% del temps ideal), però en canvi, per al teatre, només ocupem un 8% del nostre temps, mentre declarem que desitjaríem dedicar-li un 18%.

És a dir, que anem al teatre menys de la meitat de les vegades que idealment desitjaríem. Per què, doncs, no hi anem? El consum de teatre té aproximadament els mateixos costos d'oportunitat (í tornem a l'argot econòmic) i de transacció que el consum de cinema. L'única resposta possible des de l'economia és inventar una anomalia del comportament del consumidor, que podríem anomenar com "el cas de la preferència honrosa". Això vol dir que els ciutadans no van al teatre (perquè en el fons els sembla un rotllo), però la manifestació de la preferència, tot i que no la realitzen efectivament, ja els honra. Així, no ens agrada molt el teatre, però desitjaríem que ens agradara. De vegades, sucumbim al nostre sentit del deure i assistim a alguna representació teatral. La veritat és que aquesta actitud no deixa de tenir una certa lògica.

Si ens limitem estrictament al contingut del producte consumit, resulta evident que el teatre compta amb no poques limitacions i competidors importants. Que uns exagerats homes i dones puguen a una tarima per contar-nos una història i reciten i

gesticulen monòlegs afectats i diàlegs inversemblants davant 600 persones com si foren reflexions íntimes i converses privades, resulta, si ho observem amb una mica de perspectiva, patètic. Per transmetre sensacions, emocions i missatges, el cinema té molts més recursos. I si del que es tracta és que l'espectador recree els contextos, què hi ha millor que la lectura directa de l'obra? És cert que el teatre disposa d'alguns avantatges: la sensació de participar en una tradició ritualitzada que prové dels orígens de la civilització i l'ansia del directe en un món cada vegada més virtualitzat. Però, per molt que s'hi entesten els puristes, Shakespeare hui seria director de cinema.

També és cert, i ja ho diuen els sociòlegs, que, al teatre, no s'hi va només a veure l'obra. La "distinció" de Bordieu, la manifestació d'un status intel·lectual o simplement una bona excusa per fer un tomb amb els amics són raons suficients per a convertir-se en espectador teatral. No es veuen obligats els professors, els funcionaris de nivell superior al 16A i fins i tot algun empresari modern a excusar l'escassa freqüència de visites a la butaca teatral per problemes de temps o perquè no han trobat ningú que es quede amb els xiquets? Impostem una preferència imaginària que ens dignifica però que, en exercir-la efectivament, ens avorreix.

Al teatre, no li fa massa falta el públic. De les 887 obres que, segons l'anuari d'*EL PAÍS* s'han representat a Madrid i Barcelona la temporada 1996-1997, més del 22% han tingut menys de 30 espectadors de mitjana per funció. La qual cosa implica més de 2.000 funcions on els actors han hagut de competir amb els seu propi ressò. Ni tan sols els ingressos per taquilla són la font principal. Si fem cas de les dades del Departament de Cultura de la Generalitat de Catalunya (l'únic on hi ha estadístiques culturals dignes de tal nom), el 1993, només un 27,8% dels ingressos dels teatres catalans provenien de la taquilla.

El teatre és, per tant, un fals desig del públic i, el públic, una falsa necessitat del teatre. El teatre mai no desapareixerà per falta d'espectadors —sempre es podria tirar mà d'un públic virtual—. El vertader perill està en la falta de comediantes. Al teatre, sí que s'hi compleix la llei de Say (que l'oferta genera la

seua demanda). Els comedians i el seu discurs generen la demanda captiva de classe mitjana il·lustrada acomplexada, de batxillers obligats, d'espais escènics i mediàtics, de crítics aspres, de polítiques públiques, de teatres nacionals i de patrocinis dels bancs amb peles per a gastar. I en aquest joc, el públic és només una marginal derivada segona, que podria arribar a zero. El que és realment divertit del teatre no és mirar-lo sinó fer-lo i, així, contra la crisi permanent del públic teatral, apareix una permanent massa crítica de teatre amateur. El que no és del tot lícit, senyors comedians, és invocar la necessitat del teatre en nom del públic. Dedicuen esforç a divertir-se i a guanyar peles, però deixen que "el públic" trie la seua pròpia i particular via de redempció.

LA CIUDAD DE LOS PRODIGIOS.

LEVANTE 25/06/1996

EL capital-arcilla es una pobre traducción del inglés de un concepto de la economía que se utiliza en algunos modelos para describir a un capital ideal que puede convertirse y reconvertirse sin ningún coste adicional en cualquier elemento de capital físico. Esta manifestación tan poética de una realidad tan prosaica como las cadenas de montaje o las palas excavadoras otorga a los teóricos de la economía una plasticidad y una capacidad creativa que ya quisieran para sí mismos muchos artistas. Naturalmente, luego (no se puede pedir todo) los modelos que surgen de estos supuestos sirven poco para explicar la realidad, menos para predecir su evolución, y sólo se utilizan con firmeza para prescribir a los torpes políticos y a las ineptas sociedades qué es lo que deben hacer en términos de política económica. Pero, ¡qué bellos son y qué arrebatos creativos deben proporcionar a sus autores la misma euforia imaginativa que deben estar disfrutando en estos momentos los responsables del proyecto de la Ciudad de las Ciencias de Valencia. Esta ciudad proteica, gracias al presupuesto-público-arcilla, es todo en potencia. Comunicaciones, justicia, ciencia, arte, ocio, son epítetos que se cuelgan y descuelgan a la ciudad virtual con la rapidez que permite la fecunda imaginación de sus padres

creadores. Me imagino a Calatrava pendiente en el teléfono de las llamadas de la factoría-Generalidad aplastando la maqueta de la torre de comunicaciones en plastelina y modelando rápidamente un galáctico Palacio de las Artes.

Dejando al margen fáciles ironías que permite el medio de la columna periodística, es evidente que en la ex Ciudad de las Ciencias resulta relativamente irrelevante la función concreta de los contenedores y los contenidos, porque lo que se está construyendo es un símbolo. Por eso resulta plenamente explicable que la derecha se niegue a plantar una torre, la de Calatrava, cuya imagen, y en los símbolos las imágenes son la savia, ya estaba ligada a la acción de gobierno del PSOE. La argumentación sobre la necesidad o no de un centro de comunicaciones resulta entonces baldía, de la misma forma que lo son los argumentos a favor o en contra de la necesidad de un Palacio de las Artes. Aun partiendo de estas premisas, es decir, que cualquier necesidad objetiva queda supeditada en esta discusión a la real voluntad política de construir un símbolo, quiero remarcar algunas diferencias en el planteamiento.

En el caso de la torre de comunicaciones fue posible pedir informes técnicos a las más variadas instituciones públicas y privadas sobre las necesidades y la rentabilidad económica y social del proyecto que luego se podían esgrimir contundentemente en la discusión política. Naturalmente, después de sesudos estudios y en función de quién encargara el informe, las conclusiones de los técnicos se inclinaban sin sorpresas hacia una u otra recomendación. La diferencia con el planteamiento del Palacio de las Artes es que nadie sabe a ciencia cierta cuáles son las necesidades y cuál es la rentabilidad económica y social de la cultura. Cuatro declaraciones grandilocuentes aceptadas por todos, tres principios generales sobre el papel de la cultura y un par de entrevistas con artistas e intelectuales locales, constituirían el magma impreciso pero suficiente para justificar cualquier gasto, por disparatado que fuera, en el campo cultural. Además, en el terreno de la estrategia política, para la derecha resulta un paso inteligente, pues deja presa a la izquierda en sus propias impresiones y

vaguedades. ¿Cómo se va a oponer la izquierda a un proyecto que contenga la palabra Arte con mayúsculas?

Las funciones que han trascendido sobre este Palacio de las Artes, que a buen seguro variarán a medida que transcurra el calor del verano, hablan de que este edificio acogerá la Filmoteca Valenciana, una escuela de cinematografía, un centro de las artes escénicas y un centro de música destinado a las bandas. También se ha leído que podría proporcionar a artistas espacios para instalar sus talleres. Las preguntas que se me ocurren a bote pronto sé que no tienen respuesta y quizás no la necesiten en esta historia de búsqueda de emblemas, pero las lanzo a aquellos que encargaron los informes sobre la torre de comunicaciones para que las consideren: ¿Existe algún estudio sobre el comportamiento de los usuarios de la Filmoteca? ¿Cómo modificará a la audiencia este traslado a las afueras de Valencia? ¿Es necesario un centro de música para las bandas dado que es el fenómeno de práctica y consumo cultural de mayor descentralización y dispersión en el País Valenciano? ¿No sería mejor utilizar esos recursos en una mayor dotación a los locales sociales de las bandas? ¿Se sabe cuántos artistas plásticos en activo existen en la ciudad de Valencia? ¿Se está seguro de que una de las necesidades básicas de estos artistas son los talleres? ¿Es rentable una escuela de cinematografía en un territorio con una estructura industrial cinematográfica raquítica? ¿O es que se sabe que la oferta de profesionales del cine creará su propia demanda? ¿Cómo y quién van a financiar los gastos corrientes y de personal de este contenedor cultural?

No descarto que las respuestas recomienden la idoneidad de un Palacio de las Artes, pero al menos reclamo que también para las intervenciones en cultura se formulen preguntas concretas al margen de la mayor de las veces bien intencionadas declaraciones generales. De lo que no cabe duda es de que el arte es un ingrediente básico en la cocina de los símbolos, y los símbolos, como los sueños, símbolos son...

LLENAR TEATROS.

LEVANTE 17/071996

"He llenado los teatros", confesaba Conejero como defensa de su gestión teatral, que parece que todos han calificado de desastrosa y ruinoso. Casi un año después, el director general de Promoción Cultural vuelve a declarar que una de las metas a perseguir es volver a llenar los teatros.

Esta anécdota nos lleva a reflexionar sobre cuáles deben ser los objetivos que orienten la política cultural. Un axioma que aparece sin discusión es aquel que declara que una sociedad con más cultura es mejor que una sociedad con menos cultura. Y en este contexto hablamos de cultura entendida en sentido kantiano y no antropológico. Es decir, de aquella que se refiere a la cultivación del espíritu y la mente a través del consumo de bienes culturales. Así, determinadas cifras se convierten en índices sobre la salud cultural de las naciones (cifras sobre lectura, asistencia a teatros o auditorios musicales) y mejorar dichas cifras, uno de los objetivos de las políticas culturales. Sin embargo, esta concepción, a pesar de que está completamente extendida y aceptada, resulta de una endeblez sorprendente si se profundiza un poco más en su análisis.

Lo más llamativo son los escandalosos contraejemplos. ¿No era culta la sociedad alemana de la segunda guerra mundial? Una significativa escena de la película de Spielberg, *La lista de Schindler* ilustra lo que queremos expresar. Durante la evacuación del gueto de Cracovia, en un momento de la brutal *razzia*, uno de los oficiales se pone a tocar el piano en una de las casas de los judíos. Dos soldados se detienen en la puerta de la habitación e inician una discusión, entre las ráfagas, sobre si la obra que está interpretando el oficial se trata de Mozart o Bach. Después se marchan tranquilamente a continuar la masacre.

También sería interesante investigar si los índices de lectura o la asistencia a los teatros eran más elevados en la antigua Checoslovaquia que en la antigua Yugoslavia. Estoy seguro que no encontraríamos diferencias sustanciales. Y sin embargo una sociedad resuelve de manera civilizada la división entre sus comunidades y la otra se lanza a una guerra brutal y salvaje

donde los asesinos vecinos que se prestaban la sal y el arroz se vuelven violadores, torturadores y asesinos.

Nadie ha demostrado con claridad que una sociedad que consume bienes culturales en proporción elevada esté inoculada contra los derrapajes de la barbarie, a menos que la definición de culta se realice de manera tautológica, es decir, será culta aquella sociedad que no utilice la barbarie para resolver sus conflictos. Pero entonces la calificación de culta no tendrá nada que ver con índices de lectura, ni con el número de orquestas sinfónicas, ni con las galerías de arte, ni con los museos, ni con nada de lo que es función de un político responsable de la política cultural. Tampoco a nivel colectivo existe ninguna correlación evidente entre mayor consumo cultural y mayor éxito económico o mayor felicidad, sea ésta medida como sea. La idea de la bondad social del consumo cultural, que nos coló algún ilustrado de hace doscientos o trescientos años en el imaginario colectivo, se ha de poner en cuarentena, a menos que alguien aporte argumentos más contundentes.

Hasta ese momento, el beneficio colectivo del consumo cultural —que no es poco— no es más que la suma de los beneficios estéticos o sociales que obtienen los individuos que consumen cultura y de los beneficios derivados del arrebato creativo y monetario que obtienen aquellos individuos que la producen. Por mucho que nos duela, no existen significativas mejoras en el funcionamiento social entre un colectivo que contenga muchos individuos dispuestos a dejar mensajes en la sección del cabinista de *Las Provincias*, frente a otro en que la mayoría de sus miembros sepan tararear las sinfonías de Mahler. No es mejor, en ninguno de los términos que podamos considerar como éxito colectivo, una sociedad de empedernidos lectores de literatura seria frente a otra de devoradores de prensa del corazón. En ambos casos, la primera sólo será más culta y eso sólo significa que consume más bienes culturales.

La persistencia y la extensión de esta mitología de la cultura resulta sospechosa pero simplifica considerablemente la labor de los políticos culturales, pues si el responsable de la política económica puede utilizar la tasa de crecimiento del PIB, la

ocupación y el déficit público, o el responsable de educación, el número de plazas escolares, como índices de lo acertado de su gestión pública, el responsable cultural puede hacer lo mismo con el número de auditorios inaugurados o la ocupación de los teatros. La diferencia estriba en que los primeros tienen a su alcance manuales con teorías sociales completas que orientan la práctica pública, definiendo tanto los objetivos como los instrumentos a utilizar según la orientación ideológica, mientras que el responsable cultural sólo cuenta con una idea genérica, las más de las veces equivocada.

Sólo los liberales tienen una receta clara para ésta y cualquier otra política: la mejor política cultural es la que no existe. Pero encontrar un liberal consecuente, a pesar de la supuesta ola neoliberal que nos invade, es un hecho tan raro como que un profesor de Económicas invite a café a su compañero de barra en el bar de la facultad (y eso que el café es muy barato). El señor Termes y Vargas Llosa son aún raros especímenes.

Por eso es significativo que la oposición al señor Conejero y su acertada destitución tenga más que ver con su estilo impertinente, exhibicionista y megalómano y con su poco rigor presupuestario que con su concepción del modelo de gestión teatral. Llenar teatros puede ser un objetivo intermedio válido si se explica con precisión cuál o cuáles son los objetivos últimos (generar una demanda estable de teatro, satisfacer una demanda latente, consolidar una oferta de grupos locales, integrar a los teatros de la ciudad en los circuitos de oferta de calidad, incentivar las actuaciones amateurs, rentabilizar socialmente las Infraestructuras de propiedad pública...), cuáles son las premisas filosóficas e ideológicas que lo sustentan y si se tiene claro a través de qué instrumentos se pueden obtener cualquiera de estos objetivos. Sólo a partir de estas definiciones es posible que exista una discusión política sobre la intervención pública en cultura que no tenga que ver con fobias y filias de los personajillos de turno ni con facturas de chicles.

A TENOR DE LA ÓPERA.

LEVANTE 28/11/1997

EL entusiasmo operístico de nuestro consejero de Cultura anuncia las primeras piezas de lo que se nos avecina con la futura Casa (¿con s sonora o sorda?) de la Ópera. Por cierto, modesta denominación de pretendido tono popular, para identificarla con el impresionante armazón proyectado por Calatrava. Si nuestros contenedores culturales son el Palau de la Música, la Casa de la Ópera y el Principal, al Rialto le correspondería El Comedor; a la Moraton, La Habitación, y a las bibliotecas municipales, Los Cuartuchos. Todo un universo de estancias al servicio de la cultura.

La ópera ha suscitado siempre reflexiones contradictorias sobre su simbología y sobre su funcionalidad social. Por una parte, se ha convertido en marca emblemática del nivel de desarrollo cultural de las ciudades europeas, y contar con una temporada estable de ópera ha significado uno de los requisitos para estar en la primera división de la jerarquía urbana europea. Por otra parte, para algunos movimientos de la izquierda, su notable carácter elitista la convirtió en símbolo de la decadente estética burguesa y fastuoso escaparate social de las clases altas. En esta relativa esquizofrenia se movió la política operística de los gobiernos del PSOE, que en sucesivas y desventuradas intenciones trató de establecer una oferta continuada de ópera. Los resultados más notables se obtienen en la consolidación del Taller d'Òpera del Palau de la Música, que actúa no sólo como cantera local de la producción lírica, sino también como vivero que sirve de acicate para todo tipo de iniciativas operísticas. En términos de exhibición, los momentos más esplendorosos son la temporada 91-92, cuando en el marco del programa Música 92 el 30% de las producciones y de las funciones representadas en el teatro Principal fueron de tipo lírico-operístico (en la temporada siguiente estos porcentajes se redujeron al 10,2% de las producciones y al 2,9% de las funciones), y posteriormente, al final de la temporada 94-95, cuando desde el Servei de Música de la Conselleria de Cultura se intenta organizar de manera rápida una minitemporada lírica a través de la revitalización de la

Orquesta Sinfónica de Valencia. El resto de la oferta se ha limitado a algunas representaciones en la sala privada Olympia y también alguna programación esporádica en el Principal de Alicante.

Es cierto que la aceptación por parte del público ha sido regularmente masiva, pero ha de tenerse en cuenta que la oferta ha resultado muy esporádica y los precios muy bajos. La primera objeción implica que no existe ningún tipo de dato que asegure que existirá una demanda regular y suficiente para una temporada estable de ópera. La segunda objeción nos lleva a plantearnos algunas cuestiones desde la perspectiva de la economía pública y de la economía de la cultura.

La ópera es carísima. Quizás el producto cultural con los costes más elevados por espectador. Un superficial y no muy científico cálculo puede mostrar que la producción de *Carmen*, que se estrenará los próximos días en el Principal con un coste de cincuenta millones y tres funciones, tendrá un coste por butaca de más de 15.000 pesetas, mientras que el precio de la entrada media se situará alrededor de las 3.500 pesetas, y todo ello teniendo en cuenta que se trata de un montaje relativamente modesto. Aunque el argumento resulta un punto demagógico, todo esto supone que las distintas instituciones que participan en la producción (todas ellas públicas) ofrecen más de 10.000 pésetas a cada uno de los espectadores para que disfruten de Bizet. Ciertamente generosas las instituciones. Es evidente que no es el único objetivo posible de esta política cultural ofrecer a los ciudadanos un producto escasamente ofertado por el sector privado, sino que también pueden contar como objetivos la promoción y perfeccionamiento de los cantantes locales que participan en la producción (¿no sería quizás más barato y eficaz becarlos para algún lado?). Sea lo que sea, parece evidente que dada la relación entre el coste y su impacto social aún en términos numéricos (3.000 espectadores como máximo, media docena de cantantes y unas decenas de trabajadores diversos), se habría de tener bien claro qué objetivos públicos persigue.

Si lo analizamos en términos cualitativos, las dudas aún son mayores. La ópera no sólo es cara, sino que su subvención es enormemente regresiva. En 1990, en Barcelona, del 3,1% de la población del área metropolitana que asistía al Liceu, el 2,5% era de clase alta; El 0,4%, de clase media, y el 0,2% restante era de clase baja (Saladrigues, R., 1987, *Revista Económica de Catalunya*, n.s 31), eso quiere decir que presumir de que los precios son más baratos significa presumir de que con el dinero de todos se ofrece 10.000 pesetas a cada uno de los espectadores melómanos de clase alta para que se den el gusto de escuchar Carmen. Cuestión que seguro que no resulta políticamente tan atractiva como aparecía en un principio. Los trabajos empíricos parecen demostrar que reducciones en el precio de la ópera no implican aumentos considerables de demanda, como tampoco los aumentos implican un descenso notable de espectadores. Se trata de un bien con una demanda bastante inelástica. Si quieren democratizar el acceso a la ópera, que es lo que se deduce del hecho de insistir en que las entradas sean más baratas, resulta claro que la reducción de los precios no es el instrumento adecuado, sino que resultarla más coherente establecer unos precios por butaca más próximos a su coste real y subvencionar parte de la entrada a colectivos o individuos desfavorecidos.

Si todo lo anterior se puede deducir de una única producción lírica, es evidente que pueden quedar muchas cosas por discutir, tanto en términos políticos como técnicos, respecto a una Casa de la Ópera, otra orquesta sinfónica y una temporada lírica estable. Son muchos miles de millones para que provengan, sin más, del sueño de una noche de verano del señor Camps. Sólo esperamos que si su deseo es convertirnos en un referente de la lírica mundial, que al menos tenga todos los datos necesarios en su mano.

ECONOMETRIA I TEATRE?*Equilibri*, nº 7. Gener 99

En general Art i Economia semblen dues paraules que barregen malament. L'Homo Oeconomicus i l'home artista es trobarien molt incòmodes si es toparen a un ascensor. L'un racional, monetàriament maximitzador i egoista, l'altre somniador, creatiu i interessat més per les seues necessitats expressives que pels *calés*. Per tant, com ens atrevim a ajuntar la deshonrosa paraula "Econometria" amb la sagrada "Teatre" ? El que és cert és que les dues visions sobre la natura humana no estan enfrontades, sinó que es toquen les dues d'esquena perquè no existeix l'Homo Oeconomicus pur com tampoc podem pensar en un artista pur inaccessible als incentius. Realment es tracta de dues cares de la mateixa moneda. O no penseu que si el Teatre és més barat hi assistirà més gent ?, o no penseu que un autor teatral tindrà en compte en el seu procés de creació les característiques imposades a la convocatòria d'un premi teatral tot i que no encaixen completament amb les " seues necessitats expressives?

Partint d'esta premisa metodològica des de l'Àrea d'Investigació de l'Economia Aplicada a la Cultura de la Universitat de València, i aprofitant un encàrrec de la coordinadora del Circuit Teatral Valencià, Amparo Puig, per a parlar sobre el públic teatral a les Jornades Tècniques de Programadors Teatral celebrades a la primavera del 97 a Puçol, vam tractar de fer una aproximació amb algunes tècniques estadístiques a la base de dades amb què compta el Circuit. Tot i que el treball que es va presentar allí es va fer amb una rapidesa poc habitual als treballs acadèmics, els resultats van ser sorprenents, demostrant amb fermesa que també els fenòmens culturals poden ser analitzats amb la caixa de ferramentes de l'Economia. La variable rellevant era per a nosaltres l'impacte de la política municipal teatral sobre el conjunt de la població, és a dir els espectadors per habitant que assolía la programació del Circuit en cadascun dels quaranta municipis amb què comptava en aquell moment la base de dades. Ben bé sabien que esta variable no era del tot perfecta perquè per una banda no

mesurava quants espectadors "diferents" hi assistien, i, per altra, no incorporava en quina proporció els espectadors "forasters" omplien les butaques del municipi programador. Tot i tenint en compte aquestes limitacions els resultats podien ser molt útils per l'anàlisi del fet teatral municipal. Així ens apareixia una llista que ens ordenava els municipis des dels 1.491 espectadors per habitant de Bellreguard fins als 0,03 de Orihuela i Vila-real o els poc més de 0.1 de Carcaixent.

Des d'este punt de partida i comptant amb les variables explicatives amb què comptaven vam clavar les xifres i l'ordinador va escopir els següents resultats:

- Equació

$$\text{ESPHAB} = 0,68 \text{ INDQUANT} + 0,36 \text{ TASOCUP} + 0,0012 \text{ INDACCUL} + 0,008 \text{ DATAANT} - 0,00035 \text{ PREU} - 0,05 \text{ AMATEUR} - 0,18 \text{ PROGFI} - 0,0004 \text{ AEORO} + 0,09$$

D'esta equació podem fer una primera interpretació des del punt de vista dels signes de les variables. Els espectadors per habitant que s'aconsegueixen en la programació del "circuit" depenen positivament (és a dir quan més gran és la variable explicativa més gran és la xifra dels espectadors per habitant) de: la quantitat ofertada, de la taxa d'ocupació dels teatres assolida, de l'índex d'activitats culturals de la ciutat i de la cadència de la programació —dies de mitjana entre espectacles programats—. Pel contrari quan més alt siga el preu mitjà dels espectacles programats, quan més teatre amateur es programe, quan més es programe en cap de setmana (divendres, dissabte i diumenge), i quan més gran siga l'aforament mitjà utilitzat, menys espectadors per habitant s'assoleixen. Tots estos resultats són estadísticament significatius.

Més enllà de la interpretació dels signes de les variables, podem fer una aproximació que tot i la sofisticació aparent de l'equació, inclou unes relacions que ja coneixen els programadors i que estan carregades d'obvietats i d'altres que no són tant òbvies a primera vista. És evident que les relacions que expliciten les dues primeres variables són de sentit comú: quan més s'oferta i quan més s'aconsegueix omplir els teatres més

espectadors hi aconseguirem. La tercera variable també era previsible, tot i que pot derivar uns matisos interpretatius importants: quan més activa culturalment és una població, més espectadors teatrals. Això vol dir que els consums culturals són béns complementaris i no competitius i, per tant, polítiques que fomenten un tipus de consum cultural poden tenir efectes positius sobre altres consums culturals (que en principi competeixen pel mateix temps - limitat - d'oci). L'última relació positiva és més xocant; el que diu el model és que quan més seguit es programe (és a dir que els dies entre espectacle i espectacle siga menor) menys espectadors per habitant obtindrem. Esta relació es podia interpretar pensant que el públic teatral és més o menys sempre el mateix i, per tant, una programació molt seguida dificulta que part d'este públic assistisca a totes les programacions. En definitiva, es pot considerar que tot i la normalització de la programació que implica la participació en un circuit, es pot dir que el teatre a estos municipis encara no ha institucionalitzat rutines d'oci i que el públic dóna millor respostes quan l'oferta es fa de manera esporàdica. Anar al teatre continua sent un fet excepcional i no rutinari (al contrari que per al cine, com demostren altres estudis).

Respecte a les relacions negatives també n'hi ha que són òbvies. Era previsible, -i així apareix en qualsevol model de demanda- que quan més alt fora el preu menys serien els espectadors. Per a calibrar l'efecte del preu, ho podem il·lustrar amb un exemple : Si a Alcoi, mantenint la resta de les característiques constants, incrementaren en 200 pessetes el preu mitjà del teatre (la mitjana en els darrers 3 anys ha estat de 176 pessetes.), es reduirien els espectadors per habitant en 0,07, cosa que significa per a una població com la d'Alcoi uns 4.500 espectadores anuals menys.

Altra variable que mostra una relació negativa és el percentatge de programació amateur, que pot interpretar-se com la preferència (per altra banda lògica) del públic per les altres categories d'espectacles. El que ja no resulta tan lògic és per què el percentatge de programació en cap de setmana afecta

negativament els espectadors. L'única explicació plausible és que programar en cap de setmana implica competir amb altres alternatives d'oci (anar de copes, sopar, cinemes, fer excursions...) molt institucionalitzades en els hàbits de consum i, per tant, aquells municipis que concentren la seua programació en cap de setmana obtenen pitjors resultats que aquells que programen en la resta de la setmana.

Finalment la relació negativa entre l'aforament mitjà i el nombre d'espectadors és també per a nosaltres molt més confusa i ens porta a la qüestió de les dimensions de les infraestructures. Les infraestructures són un dels elements més rígids dels elements que componen la programació teatral (tenim l'espai que tenim) i pot arribar a determinar l'estil de programació. El que ens diu la relació de l'equació, podria ser que els municipis que compten amb uns espais escènics molt grans tenen més dificultat per a fer una programació més flexible i que s'acoble a públics específics i per tant obtenen pitjors resultats en termes de espectadors.

Definitivament la relació econòmica ens proporciona una quantitat important d'informació, ens fa reflexionar sobre els distints elements que conformen l'estil de la programació teatral i ens pot indicar línies d'actuació per a modificar la variable dependent ESPHAB (és a dir, per definir i controlar el seu compliment de la política teatral local). Cal fer notar que quantitativament, les variables explicatives més importants són la quantitat ofertada, el preu i l'índex d'activitats culturals del municipi. Sobre esta última variable es pot fer poc a curt termini, però no sobre les altres dues.

El nostre treball, analitza unes altres qüestions que sols poden ser explicades molt breument en l'espai de què disposem ací. Així, intentem explicar (de manera menys afortunada) les variables que determinen la taxa d'ocupació dels teatres, i arribem a la conclusió que el màrqueting teatral i l'estil de gestió poden ser variables molt importants. També intentem aproximar-nos a les variables que determinen la quantitat ofertada, i en este cas no hi ha dubte que infraestructures i pressuposts són les variables clau. El treball utilitza també l'anàlisi factorial que tracta

de classificar els municipis en funció de tres factors: les condicions dels municipis, la professionalització de l'oferta i l'estil de programació. Finalment, el treball incorpora un informe per a cadascun dels quaranta municipis, comparant les variables estimades amb els models econòmics amb les variables mitjanes del conjunt dels municipis, intentant aportar una explicació de per què el municipi en concret té un comportament que va per baix o per dalt de la mitjana, tant respecte al total dels municipis com respecte al municipis de grandària semblant.

En definitiva l'instrumental estadístic, econòmic i econòmic ens ha aportat una muntanya d'informació útil que esperem que siga aprofitada pels gestors i que servisca, junt a altres anàlisis d'altres disciplines, a l'anàlisi de un fet tan complex com és el consum i la provisió cultural en general i el consum i la provisió teatral en particular. Economia i Teatre han de compartir seient al tramvia que ens porta a l'anàlisi de la creació, producció, provisió i consum de béns i serveis simbòlics amb l'objectiu de millorar el coneixement sobre els fets socials i, en definitiva, incrementar el seu control social en entorns democràtics. iQue el viatge ens siga abellidor.

VII. Política Cultural, equipamientos y instituciones

El conjunto de artículos sobre política cultural es en el que pienso que existe mayor esfuerzo pedagógico por revelar la importancia estratégica de los sectores culturales y la necesidad de contar con mecanismos mucho más depurados para su evaluación. Como se puede comprobar, una de mis obsesiones es la información (más concretamente la escasa predisposición a la transparencia) ya que ha sido uno de los quebraderos de cabeza que más esfuerzo y trabajo han requerido en el desarrollo de nuestra actividad investigadora.

*En esta sección incluyo también el recorrido de una polémica que definitivamente me ha proporcionado una fama (en minúsculas) notable: las réplicas y contrarréplicas a un artículo inicial de Consuelo Ciscar Casabán, Secretaria Autonómica de Cultura, titulado **Troya, Beckett y los intereses**. He de decir que Consuelo Ciscar, conocido personaje que ha imprimido una impronta especial a la política cultural autonómica, y a pesar de la aparente virulencia de la polémica, no sólo ha tenido la amabilidad de permitir la reproducción de sus artículos, sino que ha aceptado sin remilgos la redacción del prólogo del presente libro. Por ambas cosas le estoy profundamente agradecido.*

PAISAJES Y PERSONAJES DE LA CULTURA.

LEVANTE 29/09/1995

Soplan vientos de cambio en las instituciones culturales públicas y ahora que amenaza lluvias de Conejeros, como respuesta a los cambios en el IVAM, en Teatres de la Generalitat o el IVEI, he visto escrito por algún factótum cultural, que afirmaba con amargura que la cultura no puede estar sujeta a los vaivenes de la política. Esta es una declaración casi unánime en los agentes culturales y que ha llegado a calar incluso en individuos no vinculados estrictamente al campo cultural. Sin embargo, imagínense esta misma declaración referida a otros

aspectos de la actividad pública; la sanidad no debe estar sujeta a los vaivenes políticos, o la política industrial debe estar al margen de las pugnas ideológicas. ¿Por qué suponemos que los ciudadanos, cuando eligen una opción política sólo están eligiendo el modelo de la política industrial, sanitaria, educativa, laboral, urbanística y no el modelo cultural?. No olvidemos que el IVAM, el IVEI o Teatres de la Generalitat, no son la cultura, sino algunas de las herramientas de la política cultural que tienen como objetivo afectar al tejido cultural. Toda acción pública es consecuencial y si es consistente, es decir que los medios utilizados persiguen correctamente obtener los objetivos definidos, finalmente afecta el ámbito sobre el que actúa. Los aspirantes a gobernar, a partir de distintos juicios de valores, ofrecen unos objetivos en cada una de las áreas de la gestión pública, entre ellos la cultura, y si salen elegidos tiene el derecho de aplicar todos los cambios necesarios. Así, también, indirectamente, las exposiciones del IVAM deben estar sujetas a los cambios políticos.

A partir de aquí surgen, no obstante, algunas objeciones. En primer lugar la acción pública sobre la cultura tiene una fundamentación teórica mucho más liviana que en otros campos de la gestión pública, tanto desde un punto de vista técnico-teórico como ideológico. No está del todo resuelto, por ejemplo, qué hacer para ensanchar las audiencias de los conciertos de música clásica, o no están claros los efectos redistributivos de las subvenciones a los museos de arte contemporáneo, o qué efectos tiene sobre las editoriales las ayudas directas. La relativa escasez de estudios empíricos y el menor asentamiento del cuerpo teórico que los sustenta, es en este sentido una de las explicaciones. Tampoco a nivel ideológico, las cosas están más diáfanas. Si un socialdemócrata, liberal o conservador tiene más o menos clara la orientación de sus políticas sanitarias, educativas, industriales etc., en el caso de la cultura la cuestión es mucho más confusa, ya que contiene interrelaciones dudosas entre juicios éticos y estéticos. Otros aspectos añaden complicación al asunto. Son, con bastante frecuencia, los propios agentes culturales los que asumen la responsabilidad de su

gestión pública y éstos son muchas veces individuos "creativos e idiosincrásicos". Nadie negará la idiosincrasia y creatividad de personajes como Carmen Alborch, Morera, Sirera, Muñoz Suay o Lluís Fernandez o Angel Conejero -acertada expresión la de "Caballero del Imperio Huertano"- . Como consecuencia de estos factores, la política cultural, es muchas veces más errática que el resto de las políticas públicas y muy dependiente de las preferencias, fobias y filias de los responsables , lo que provoca que los nombramientos concretos tengan mayor relevancia que en otros ámbitos de la gestión pública.

Las críticas a la política cultural de la derecha, por tanto, no deben venir por el lado de los legítimos cambios de los responsables de las instituciones culturales públicas (podemos criticar la naturaleza y personalidad de los nuevos responsables, pero no el hecho del cambio) sino por otras vías.

En el programa electoral del PP sobre cultura, aunque existe (aspecto ya de por sí encomiable y novedoso) sólo aparecen algunos deseos genéricos, una fuerte crítica a lo que ellos denominan el "mito Ciscar" y una serie de propuestas inconexas la mayor de las veces y otras más o menos estrambóticas, como valencianizar el IVAM o arruinar (en sentido literal) el Teatro Romano de Sagunto. Dada la ausencia de una definición clara de su función objetivo y como aún no han emprendido ninguna acción significativa propia, la única crítica posible deriva de su grave indefinición lingüística y de la insensibilidad histórica de la derecha valenciana al hecho cultural. Esta derecha nuestra, no sólo ha sido refractaria a la cultura, sino que la ha utilizado como "causas belli" y, a través de su órgano de difusión, han satanizado mediante el anticatalanismo a varias generaciones de creadores y agitadores culturales. Probablemente la derecha zaplanista quiera sentirse libre y virgen de sus antecedentes históricos, pero mi miedo, como David Anisi dice, desde su solaz salmantino, sobre el miedo: "está en función de nuestro propio conocimiento; nuestra racionalización intuitiva o consciente, de las experiencias pasadas, y nuestra imaginación proyectada hacia el futuro". En consecuencia es un miedo fundamentado y legítimo.

Por otra parte, derivado que de la derecha, atendiendo a sus componentes ideológicos y no geográficos, cabe esperar un cóctel ecléctico de liberalismo en el aspecto económico de la gestión cultural, conservadurismo en lo estético y moral y conservacionismo en lo patrimonial. Esto significa quizás una reducción modesta de los gastos en cultura, unos millones de menos en exposiciones de artistas raros, en conciertos de música contemporánea y unos millones de más para teatro costumbrista, música clásica, incluso ópera, alguna exposición más de realismo tradicional por parte de algunos artistas locales, más para las bandas de música, menos para ese teatro que no entiende nadie, y probablemente un esfuerzo mayor en conservar el patrimonio. ¿Algo trágico?. Quizás, ... si creyeramos que la cultura, como la cara, es el espejo del alma de una sociedad. Sólo si lo creyeramos.

POR UNA POLÍTICA CULTURAL (II).

LEVANTE 12/11/1996

El 9 de Octubre, en este mismo medio apareció un artículo de Joaquín Calomarde a modo de manifiesto pidiendo el desarrollo de una política cultural, a no se sabe quién -¿a su propio partido? (el asterisco que identificaba al autor remitía a un escueto "PP", aunque el autor pienso que representa mucho más que eso). Calomarde, por lo que uno puede deducir de sus artículos en la prensa, es un extraño fenómeno de la derecha intelectual liberal valenciana (no único pero sí escaso) cuya actitud e identidad no queda afirmada por su refracción al hecho cultural. Por ello, la intención del presente artículo, desde la discrepancia ideológica, no es más que responder a lo que me parece una invitación a la reflexión sobre el ámbito de la política cultural. Compartimos plenamente sus apuntes y sus urgencias a que el diseño de las políticas culturales sobrepasen el nivel de las grandes declaraciones de intenciones -que todos podríamos firmar- y se sustenten en modelos donde se especifiquen la función objetivo, las prioridades y su instrumentalización en medidas concretas. Toda intervención del sector público es un acto consecuencial, es

decir, que persigue de manera consistente finalidades explícitas, o no, de su función de objetivos. La propia lógica de la intervención, obliga revelar el conjunto de razones que le impelen a actuar. Este conjunto de razones para que constituyan una justificación deben contener al menos un juicio de valor -por ejemplo, se debe fomentar la creación artística- y una argumentación lógica, verdadera y suficiente, que de manera inequívoca nos lleve a la intervención. La crítica ideológica consistiría en cuestionar el juicio de valor y la crítica técnica se centraría en la lógica de su instrumentalización. Si no se explicitan los objetivos de la política cultural, no sólo ambas prácticas de salud democrática se hacen imposibles sino que incluso la necesaria evaluación y *feed-back* que toda acción pública debe contener se desdibuja. Si no sabemos a dónde queremos llegar nunca podremos evaluar si el camino tomado es el correcto.

A partir de aquí, sin embargo me resultan extrañas varias de las cosas que plantea Calomarde. Me extraña que, desde su manifiesta posición liberal, ni siquiera cuestione ese supuesto carácter público de la cultura. Y ya no estoy hablando de las grandes declaraciones altisonantes, sino de aspectos muy concretos. ¿Es un servicio público el Palau de la Música?. ¿Es ese aspecto -su carácter de servicio público- lo que justifica que todos los ciudadanos subvencionemos a la clase media-alta de la ciudad de Valencia para que asista a refinadas interpretaciones de las mejores orquestas del mundo?. No digo que no sea así, pero sin argumentos más contundentes y sin el apoyo de datos más precisos, esa afirmación continúa dentro del ámbito de las declaraciones altisonantes. También me resulta chocante que el liberal Calomarde reclame una Ley de Música, después de afirmar que la mejor ley es aquella que no existe (¿para regular que los conciertos de las bandas acaben con el Himne de València?) y cuando estamos hablando de uno de los sectores cuyo desarrollo se ha producido por el impulso de la iniciativa social y de manera menos dependiente de la administración. ¿Estamos hablando de leyes o planes de impulso y desarrollo de un sector que cuenta con una dinámica propia?.

Decir que el sector editorial merece atención es lo mismo que exclamar que la merece la floración de los almendros en La Marina. Para un sector raquítico a nivel nacional (en 1993 el 5,7% de los títulos registrados y sólo el 2,1% de los ejemplares del conjunto del Estado español) esa "atención" debe explicitar si los problemas están en la creación, la edición, la distribución o en las librerías y en el consumo. Hablar del sector del cine es hablar de una docena de largometrajes en 5 años (y sorprendentemente -con el soporte de TVV- cinco producciones en el último año) y tres productoras con una actividad no únicamente ocasional. ¿Alguien se ha planteado si es racional intentar fomentar una industria cinematográfica de dimensión regional cuando se están cuestionando la propia viabilidad de la industria cinematográfica europea?

La política teatral ha sido una de las que, históricamente, mayores polémicas ha generado. Desde mi punto de vista es una de las políticas técnicamente más elaboradas. Es decir, ha afectado a casi todos los ámbitos relevantes (producción, exhibición, infraestructuras) aunque también considero que la indefinición de sus objetivos generales, su erraticidad y la presión del conjunto del sector que ha trasladado fobias y filias a la acción pública (no olvidemos que muchos de los gestores públicos teatrales provienen del propio sector) han situado la actividad teatral en un punto donde no se ha conseguido la definitiva profesionalización de algunas compañías y consolidación de algunas experiencias (como el circuit teatral) al mismo tiempo que se ha generado una excesiva dependencia del sector a las acciones de la administración. El momento creo que es realmente crítico y la indecisión de la actual administración está diluyendo algunas de las virtudes y acentuando alguno de sus vicios.

En general, la política cultural socialista, se podría calificar de indefinida, errática en algunos sectores, centralizada, que optó por una estrategia genérica de "exceso de capacidades" en busca de valores simbólicos y prestando menor atención a las rentabilidades sociales. Como descargo hay que decir que partían de cero y que quizás era necesario esa "política extensiva" como

medio de valorizar socialmente las actividades culturales. También me consta que la últimas administraciones, con Pilar Pedraza a la cabeza, realizaron un serio esfuerzo por racionalizar la política cultural, conscientes de que era el momento de sintonizar la acción pública con mayor precisión.

De la nueva administración no puedo decir más que, aunque no han cumplido las previsiones más apocalípticas auguradas por la izquierda, sus aportaciones a la política cultural han sido mínimas (con las excelentes excepciones del Consorci de Museus, la colaboración de TVV en la producción cinematográfica y algunas iniciativas de la Diputación de Valencia), y sus gestos desafortunados (el caso Conejero, el vacío institucional de la Dirección de Promoción Cultural, el asunto del IVEI, el enfrentamiento con la plataforma teatral valenciana...).

Creo que el tono del artículo de Calomarde también refleja cierta decepción y constituye una llamada a sus correligionarios para que se enfrenten a una acción de gobierno que ya va dejando de tener como excusa el efecto del recién llegado. De todas formas me congratulo de que la política cultural se convierta en tema de reflexión pública civilizada y no material de combustión política, tal como ha sido tradición en este país.

DE LA COPA AMÉRICA A CACSA Y TVCB. UN RECORRIDO POR LA VALENCIA OPACA.

EL PAÍS 13/11/2003

Cuando hace algunas semanas los representantes de las distintas administraciones anunciaban el soporte incondicional a la candidatura para la organización de la Copa América, lo hicieron con el irrefutable argumento del impacto que el evento deportivo generaría en la ciudad. Rato dijo que la cifra se situaría alrededor de los 1300 millones de Euros y unos 10.000 puestos de trabajo (*EL PAÍS* 16/09/2003). La precisión con los millones no es resultado del cálculo de los esforzados asesores del ministro, sino que es fruto del fácil acceso, a través de

Internet, y su posterior y aventurada traslación a la realidad de Valencia, del completo estudio encargado por la ciudad de Auckland, organizadora del evento en las dos ediciones anteriores. También es cierto que nadie ha hecho ninguna referencia a otros trabajos, igual de transparentes y accesibles que aclaran también que algunos no han ganado tanto. http://www.tri.org.nz/NZTRI/Documents/Winners_Losers_Americas_Cup.pdf.

Unos meses antes me invitaron a participar en un seminario en Las Palmas de Gran Canaria para hablar de la metodología de los estudios de impacto económico de eventos culturales, festivos y deportivos. Así que cumpliendo mis deberes intenté recopilar todos los datos posibles consiguiendo sin dificultad el estudio anterior, otro sobre la SEMINCI de Valladolid, unos más modestos sobre las Fallas de Valencia o las fiestas patronales de Granollers e incluso otros sobre la *Ryder Cup* en Cádiz, o el Mundial de Atletismo de Sevilla del 99. Dió la casualidad que el 4 de Marzo de 2003, leí en *EL PAÍS*, que el director de la empresa pública CACSA presentaba en "pública" rueda de prensa, el estudio encargado a la "semipública" institución IVIE (Instituto Valenciano de Investigaciones Económicas). Me congratulé de mi suerte ya que mi intervención me permitiría aportar un caso reciente y a buen seguro de calidad, que de paso serviría para promocionar ésta mi ciudad. Así que me dirigí a la página de Internet del IVIE y comprobé que me podía descargar artículos como *The talmud rule and the securement of agents.* o *Quasi-geometric discounting: a closed-form solution under the exponential utility function*, pero no apareció el estudio que buscábamos. Así que consulté con el director del "semipúblico" IVIE, que con amabilidad, pero muy celoso de las obligaciones de confidencialidad, me remitió a la empresa "pública" CACSA, propietaria del estudio. A través del correo electrónico solicitamos a la dirección de CACSA echarle un vistazo a ese estudio que afirmaba que: *el impacto económico del funcionamiento ordinario del complejo de la Ciudad de las Ciencias [...] genera 37,1 millones de euros de manera directa, más otros 47,3 millones de manera inducida. [...], en puestos de*

trabajo ha supuesto la generación de 1.065 empleos asociados a la explotación, a los que hay que añadir otros 2.866 puestos de trabajo inducidos. Pero el correo parece que se encenagó en las procelosas aguas de Internet y nunca tuvimos la más mínima respuesta. Así que me fui a Canarias con un informe de 262 páginas sobre Auckland y un recorte de prensa sobre Valencia.

Hace poco, por otras circunstancias, me interesé por otro estudio de la "semipública" IVIE sobre *La demanda de servicios turísticos de la ciudad de Valencia y su impacto económico* encargado por el Turismo Valencia Convention Bureau (TVCB), institución "semiprivada" pero que cuenta con el loable objetivo público de promocionar la actividad turística en la ciudad de Valencia. Nos remitieron un simple resumen de prensa con algunos resultados que ya habíamos leído en los medios de comunicación, y cuando pedimos el informe completo, la correctamente formal respuesta fue que era imposible ya que se trataba de un documento de uso interno (sic) por el que la institución había pagado una considerable cantidad de dinero. Así que de nuevo nos quedamos sin poder comprobar ni la ficha técnica de la encuesta, ni la metodología y tuvimos que hacer un acto de fe sobre los datos que nos ofrece el resumen para la prensa.

Estos tropiezos con los celosos guardianes de la intimidad pública nos suceden en multitud de ocasiones, con muchas otras instituciones, dibujando un mapa donde los esfuerzos por entender nuestro entorno inmediato, por buscar preguntas y respuestas, por avanzar en el conocimiento, se empantanan en el barrizal de la opacidad. En la mayoría de los casos esta querencia por lo oscuro ni siquiera es de reserva frente a las posibles críticas, o con el propósito de la utilización ventajosa de la información (en la mayoría de los casos no saben qué hacer con ella). Lo lastimoso es que se trata de simple y gratuita fobia a la transparencia, de mezquino recato frente al derecho de los ciudadanos a la información y de cicatera y estéril demostración de poder.

La información es la savia de la competitividad de los territorios en el siglo XXI y eso significa que debemos convertirla en bien público. Que fluya entre agentes privados, administraciones, investigadores y empresas y que cada uno de ellos la valore a través de la toma de decisiones, de nuevos estudios aún críticos, de la detección de nuevas oportunidades de negocio y de nuevos mecanismos de participación social. Que seamos capaces de crear ciclos retroalimentados en los que a cada vuelta generemos mayor valor añadido a la información inicial. De esta forma el elevado coste de los estudios sólo puede ser argumento para ampliar, y no reducir, su difusión, tratando de obtener una mayor rentabilidad social de los mismos. Que la información sea la herramienta para la construcción de consensos informados y que nos evite proyectos, intervenciones y debates infructuosos y reiterados. Y eso, les digo, es el impacto del conocimiento, mucho mayor y continuado que el de la Copa América y sin que la decisión dependa de las tribulaciones de un suizo multimillonario.

TROYA BECKETT Y LOS INTERESES.

Consuelo Ciscar Casabán. EL PAÍS 7/11/2001

Troya es la ciudad del desastre, el topónimo que ha servido a muchas generaciones para ejemplificar la tragedia y la ruina de una ciudad que luchó contra la indignidad de sentirse sometidos y humillados al poder de las armas.

Algunos, los menos, han pretendido armar la de Troya con motivo de la nueva política cultural de la Generalitat Valenciana. Y para ello no han dudado a la hora de propalar con música de pandereta que allí - aquí, en la Comunidad Valenciana- es Troya. No se han escamoteado medios, cual ejército ateniense, para bombardear una política cultural que crece y se asienta a pasos agigantados en el ámbito nacional e internacional. Sin embargo, sentados en su plácida poltrona olvidan una premisa fundamental: nada ni nadie ha elevado el nivel cultural adormecido en su sillón. Las estrategias sólo tienen su plasmación real

en el campo de batalla. Y allí es donde llevamos más de seis años esperando el contraste de realidades culturales. ¿Llegará Godot en las próximas calendas?

Realidades culturales que cuentan con más de ochocientas exposiciones, con sus correspondientes reflexiones en los catálogos que las acompañan, con unos Diálogos Iberoamericanos consolidados, con el Premio Internacional de las Artes, con la I Bienal de Valencia o con el estreno mundial de la versión de Ramón de Irigoyen de Las troyanas y con la elaboración de una Ley para las Artes Escénicas. Éstas son realidades para el debate, para la participación y para el contraste. Lejano queda el sol beckettiano que brillaba al no tener otra alternativa sobre lo nada nuevo.

¿Con qué y con quién se puede debatir, contrastar y participar en el campo cultural?

Los medios son tribuna privilegiada desde la que trasladar, criticar, informar, e incluso alabar, la política cultural que cada sociedad en un momento determinado elige. Esa nebulosa en la que se mueven las responsabilidades de gobierno y la crítica sosegada que pueden ofrecer los medios merece una pequeña reflexión. En caso contrario, ahora sí, se puede armar la de Troya. Las luchas cainitas adquirirían un protagonismo que sólo corresponde a las sociedades en su conjunto, no a los grupos de presión, que en ocasiones se parapetan en el puro individualismo.

¿Hasta qué punto es cara una Bienal en la que el sector privado ha aportado el 70% del presupuesto?

La eclosión cultural de la Comunidad Valenciana no es el fruto de un cruce de constelaciones sino que más bien se asienta sobre el diseño de una estrategia basada en tres ejes: a) asunción y exploración de los valores artísticos de la sociedad; b) internacionalización de esos mismos valores, y c) participación de la sociedad civil en su extensión.

'El gran objetivo que anima la actuación del Gobierno es alcanzar una sociedad donde la cultura sea un hecho asumido por la totalidad de los ciudadanos, totalmente integrado en sus vidas', afirmaba el presidente Zaplana.

Este objetivo, calificado de pretencioso en su momento, es el que nos ha conducido hasta la realidad actual. El ciudadano se siente participe de la cultura. No le basta con saber sino que conoce y actúa. Y para ello ahí está la Bienal, donde la comunicación entre las artes ha gozado de una interacción en la que el público además de espectador ha sido actor, tanto en las propuestas presentadas como a través de los medios. Europa y América han estado presentes en una muestra pluridisciplinar en la que, una vez más, los medios han desarrollado un papel fundamental. Sin ellos, que puntualmente han acudido a nuestras citas con tenacidad de gota malaya, el esfuerzo hubiera sido vano y los presupuestos consumidos, estériles.

Y ahora los presupuestos. De nuevo el debate, ¿es cara la cultura? ¿se invierte demasiado en cultura? Un esfuerzo denodado por -de nuevo- armar la de Troya en un *totum revolutum* en el que subyace el corifeo crítico a las muestras que han recibido el aplauso generalizado de la crítica internacional. ¿Hasta qué punto es cara una Bienal en la que por primera vez la iniciativa privada ha colaborado en más de un 70% de su presupuesto? O, ¿dónde está la carestía de un estreno mundial de una nueva versión de *Las troyanas* en la que han colaborado Irene Papas, Joan Cerveró, el Coro de Valencia, La Fura dels Baus, Mujeres del Cant d'Estil, Santiago Calatrava y Vangelis? Pero quiero insistir con una tercera cuestión de las cifras que tanto parecen preocupar al selecto grupo ¿debe mantenerse nuestra política cultural en segunda división por no poder acceder a los máximos representantes de la cultura actual? Y para cerrar los interrogantes, ¿cuál es el coste de la Atenas del Partenón, la Florencia de Brunelleschi o la Barcelona olímpica? Y, si de andar en zapatillas y bata se trata, ¿Música 92 fue el gran proyecto de coste cero?

Son preguntas de difícil respuesta. Pero si en algo podemos ayudar ahí van algunas: la Bienal ha supuesto la traslación al ámbito internacional de las nuevas propuestas en el mundo del arte y, ¿su coste? inferior al de una campaña de promoción de unos grandes almacenes para el día del padre. Economía y cultura han topado en un mismo proceso. Las campañas publicitarias hubiesen sido efectivas en el corto plazo, sin embargo, en el ámbito de cultura, la inversión actúa

de sedimento y se mide en el largo plazo. Paradoja o demagogia, lo cierto es que alcanzar los resultados de promoción de la Comunidad Valenciana hubiese necesitado no menos de tres Bienales.

Las troyanas son una realidad que se representará en Roma y Atenas además de en Sagunto; Irene Papas es directora artística de la Fundación de las Artes Escénicas ubicada en Sagunto; la estructura móvil diseñada por Calatrava está a disposición de la Generalitat Valenciana y la música de Vangelis también. ¿Aún es cara la inversión?

La eclosión cultural de la Comunidad Valenciana se ha consolidado en tres frentes, Europa, América Latina y el Arco Mediterráneo y, por primera vez, Estados Unidos y Asia han intercambiado exposiciones con la Generalitat Valenciana. Manuel Valdés, Santiago Calatrava, Miquel Navarro, Carmen Calvo, Sanleón, Cardells y otros tantos valencianos han compartido esta apasionante apuesta con Yoko Ono, Vangelis, Rostropovich, Irene Papas y un largo etcétera que no sólo expone su obra sino que además compartirán sus experiencias con los jóvenes artistas valencianos.

La inversión está ahí, la realidad la acompaña. En el Parlamento, además se puede debatir la política cultural y los medios deben reflejar las inquietudes sociales. Pero por vez primera la Comunidad Valenciana se ha aposentado en el movimiento artístico internacional sin alzar la voz, sin estridencias. Y en ello radica el poder de atracción de la Comunidad Valenciana. ¿Puede calificarse de cara aún nuestra promoción cultural? Tan cara como segura se siente una sociedad que acompaña su crecimiento económico con una mayor demanda cultural.

EL PROBLEMA DE HELENA.

EL PAÍS 10/11/2001

En una de las versiones sobre el mito de Helena que recrea Eurípides se presenta una escena en la que Lacedemonia, su hija, le recrimina que abandone Esparta y le insta a sujetar sus pasiones por Paris para no mancillar la memoria de la ciudad. Helena contesta: 'La grandeza de este peñasco de campesinos sólo emergerá cuando llorando mi ausencia, sus lágrimas formen

un río que llegue al mar'. Esta anécdota de la leyenda, viene a cuento del artículo de Consuelo Císcar, *Troya, Beckett y los intereses* reclamando debate, participación y contraste sobre la política cultural, me imagino que sin armar la de Troya como parece que ahora se está armando.

Respondiendo solícito a dicha reclamación he de decir que hay al menos una afirmación sobre la que estoy de acuerdo con Consuelo Císcar; como ella dice 'lejano queda el sol beckettiano que brillaba al no tener alternativa sobre lo nada nuevo'. Nada que objetar. Pero permítanme que haga algunas matizaciones marginales. Para ordenar el debate, quizás proponer algunos ámbitos posibles de discusión con el objetivo de no derrapar en el '*totum revolutum*' en el que subyace el *corifeo crítico* que acertadamente señala la autora.

En primer lugar se puede debatir, como en toda política pública, sobre los objetivos finales. Es el debate intrínsecamente ideológico. Distintas maneras de mirar el mundo determinarán distinto conjunto de objetivos. Así, restringiendo al ámbito de la política cultural, una visión liberal de la producción artística definirá unos objetivos que primen la no interferencia en la creación y que sean los usuarios los que definan a través de la expresión de sus demandas (de mercado o no) la orientación de la intervención pública (p.e. ¿la política cinematográfica?). Una visión socialdemócrata, mucho más paternalista e intervencionista, pensará que es posible educar a las demandas y defenderá actuaciones que traten de orientar la producción hacia lo que de antemano han definido como buenas prácticas (p.e. ¿teatro clásico frente a musicales o producciones costumbristas?). Estamos hablando de principios genéricos pero deben poder traducirse en objetivos concretos. Definir el objetivo final con la expresión atribuida a Zaplana 'alcanzar una sociedad donde la cultura sea un hecho asumido por la totalidad de los ciudadanos, totalmente integrado en sus vidas' es, en vez de pretencioso, de una completa vacua fatuidad que realmente dificulta el debate social. Si Consuelo Císcar defiende que es ese objetivo 'el que nos ha conducido hasta la realidad actual'

significa que o nos encontramos con una realidad igual de vacua y fútil o nos ha escamoteado muchos escalones intermedios.

Para intentar profundizar en las 'fuentes de los objetivos' es conveniente acudir a los programas electorales. En el del año 95 la definición de objetivos se limitaba a una fuerte crítica a lo que denominaban el mito Ciscar (Ciprià) y a una serie de objetivos más o menos inconexos como valencianizar el IVAM, o arruinar (en sentido literal) el Teatro Romano de Sagunto. Una legislatura y media después no han desciscarizado la política cultural y aún no han arruinado el Teatro Romano. El problema de los contratos políticos no es que exista letra pequeña sino que hay muy poca letra grande. A pesar de todo, han ocurrido muchas otras cosas más que sí que se encarga la directora general de Promoción Cultural de relatar y que nos llevan a otros niveles de debate.

La indefinición de objetivos genéricos provoca efectos en cascada que también limitan el debate social. Si no sabemos cuáles son los objetivos tampoco podemos entrar a evaluar la idoneidad de los instrumentos. Si la Bienal consistía en una campaña de promoción de unos grandes almacenes para el día del Padre, ¿qué objetivos concretos *ex ante* de impacto mediático se tenían?, ¿en términos publicitarios se ha comparado la idoneidad frente a otras propuestas alternativas como patrocinar el Valencia CF? Si el objetivo general también era que 'el ciudadano se sienta partícipe de la cultura', ¿qué objetivos concretos de participación se tenían? ¿qué ciudadanos? ¿se ha conseguido? Imposible contestar porque nos consta la poca sensibilidad de los actuales y anteriores gestores de la política cultural por recopilar información sobre la realidad cultural. Así, no se tiene ningún dato o estudio sobre los efectos de la Ciudad del Teatro en la estructura teatral, sobre la potencial demanda audiovisual o las necesidades formativas de la Ciudad de la Luz en Alicante, sobre el grado de satisfacción de los usuarios de la Xarxa de Museus, sobre las necesidades de espectáculos líricos en Valencia y su relación con el Palau de les Arts, sobre el mercado de trabajo de los artistas plásticos etc... Para articular la participación de los ciudadanos en la política cultural lo primero que habría que hacer es orientar recursos y diseñar un marco

estable de indicadores culturales para contrastar supuestas intuiciones.

Si Consuelo Ciscar me informara como ciudadano que le ha costado 125 millones sensibilizar a 150 ciudadanos por el arte contemporáneo contestaré que es cara la política cultural (no la cultura). Si me cuenta que con 3.000 millones ha conseguido incrementar el índice de lectura 7 puntos le contestaré que me parece barato. En general diré que el esfuerzo presupuestario de la Generalitat, en términos comparativos y tal como demuestran los datos, tampoco es para echar las campanas al vuelo. Y nos resultan extraños algunos datos que reflejan la prioridad efectiva, y no sólo declarativa, de la política cultural. Resulta extraño que la dotación del Institut Valencià de la Música, a pesar de que existe bastante consenso sobre el hecho de que la música es el elemento cultural más singular, sea una tercera parte que el destinado a Teatros de la Generalitat o una cuarta parte que el destinado al IVAM. Y en este contexto presupuestario también resulta al menos sorprendente que la dotación para eventos singulares como la Bienal o la producción de *Las Troyanas* sean de la magnitud que es. Al menos como ciudadano no me cabe más remedio que exigir que pongan un poquito más de esfuerzo en convencerme de la bondad de los proyectos y de la magnitud de los impactos, y por favor, sin recurrir a la Florencia de Brunelleschi.

En este marco de escasez de información y falta de transparencia, hablar seriamente de eclosión cultural de la Comunidad Valenciana resulta al menos atrevido. Un estudio con datos del 99, realizado por nuestro equipo de investigación y publicado en la revista ICE del Ministerio de Economía sobre la provisión de cultura en música clásica, cine y teatro, a nivel provincial muestra que la ubicación de Valencia, Castellón y Alicante se encuentra en posiciones más bien modestas y a años luz de Madrid y Barcelona. No niego que haya algunos artistas plásticos valencianos (¿15, 20?) que ahora circulan a nivel internacional con mayor fluidez que en otros momentos. Y aquí quedan reflejados los peligros de este estilo de política cultural recurrente. Ante la falta de elementos contrastables para el

debate, la orientación de la políticas culturales puede derivar sin peligros hacia querencias personales o estar sujeta a presiones de lobbys hábiles.

Para los que hayan llegado al final del artículo, advertirles de que la anécdota del principio es completamente ficticia. Pero, ¿cómo hablar de política cultural sin una referencia a los clásicos?

HELENA SIN PROBLEMAS.

Consuelo Ciscar Casabán EL PAÍS. 20/11/2001

El problema de Helena titula Pau Rausell Köster su respuesta a un artículo mío publicado en este mismo periódico el pasado 7 de noviembre, que unía el drama de una ciudad con el más fiel representante del teatro del absurdo del siglo pasado. Entre el drama y el absurdo... los intereses ¿creados? ¿Considera ciertamente que es Helena el problema o radica éste en Paris, su raptor?

Bienvenido sea, señor Rausell, a esta colina del Aeropago que tan gentilmente nos presta *EL PAÍS*, para debatir sobre política cultural, pero antes dejemos clara nuestra posición, no nos ocurra como a aquel disputador del Padre Feijoo que en su alucinación por la causa del vulgo, quiso confirmar sus propios errores con nuevas vulgaridades.

Mi propuesta de debate partía de la necesidad de contrastar proyectos. Cada uno de nosotros en la esfera individual podemos proponer, discrepar y debatir, pero también raya ello el límite de la nebulosa si no acogemos en nuestro seno un conjunto de sensibilidades que van más allá de la opinión personal. Ésta se puede canalizar por medio de otra institución (¿la universidad?), hacia una opción política diferente (¿aquí se desconoce?), o mediante un colectivo (¿artistas, profesores...?).

Pese a esa indefinición, que parece reafirmar mi idea de 'grupos de presión, que en ocasiones se parapetan en el puro individualismo', conversaremos de objetivos y 'vacuas futilidades'. La oposición entre visión liberal y socialdemócrata que se aduce como 'distintas maneras de mirar el mundo' -y parece que únicas- es reducir sobremanera las visiones existentes, además de retrotraernos a 1989 cuando el muro de

Berlín separaba opciones. Hay otros caminos en la política -y también en la política cultural-, por donde transitar; por ejemplo ofrecer desde la Administración cauces para la participación de los artistas en los foros artísticos o acercar las periferias para crear nodos desde los que tejer incipientes propuestas.

Por otro lado, conceptualizar de 'vacua fatuidad' la extensión de la cultura y la integración de ésta en la vida ciudadana representa dar por zanjado un debate que ya Umberto Eco, en su clásico *Apocalípticos e integrados*, recogía hace más de dos décadas al asumir un debate antiguo aún hoy sin resolver. Y que posiblemente su resolución pasará por la convivencia entre ambos antes que por el triunfo de uno de ellos.

Pero quiero atenerme a la literalidad de sus palabras para no dejar que los cerros de Úbeda sirvan de parapeto por el que peregrinar unas veces sí y otras también. No hubo ni en 1995, ni tampoco en 1999 tentación alguna de 'arruinar', ni de desciscarizar política alguna. Más bien los programas electorales, al menos los presentados por el presidente Zaplana hasta ahora, tienden hacia la confluencia de intereses sin políticas de tierra quemada. Así una lectura desapasionada de *Los principios inspiradores del programa. Un renovado impulso para la cultura en la Comunidad Valenciana* podría ofrecerle la luz que todo investigador debe buscar. Ni hubo mito Ciscar en su momento, ni ahora Helena ha sido seducida por Paris. La política cultural del último sexenio tiene en la exploración, internacionalización y en la participación su estrategia para conseguir sus objetivos. Objetivos que se están alcanzando cuando la I Bienal de Valencia tiene asegurada su continuidad; la Ciudad de las Artes Escénicas en Sagunto o la de la Luz en Alicante inician su andadura mediante convenios internacionales con Roma o Atenas; o cuando la Ley de Patrimonio, la de Cinematografía o la de la Música han tomado carta de naturaleza tras años de discusión. Y así podríamos continuar.

Insiste usted en la indefinición de 'objetivos genéricos' pese a las realidades para rematarlo con las 'supuestas intuiciones'. Y aquí es difícil rebatir cuanto de intuición destilan sus palabras. ¿O se trata de afirmaciones a vuela pluma? Un programa electoral, en este caso el votado por la mayoría de los valencianos, tiene el respaldo

proporcionado y los objetivos suficientemente claros como para poderlos contrastar con la realidad actual. Pero para ello es preciso consultarlos. Otra cosa es despreciar el programa en su literalidad, para reafirmarse en la subjetividad. ¿No aparecía en el programa electoral alguna de las acciones llevadas a cabo hasta el momento? Puede continuar calificando de 'ocurrencial' la política cultural actual y ofrecer propuestas alternativas como patrocinar al Valencia CF, pero eso no garantiza otra forma de enfocar los objetivos.

Elegir el índice de lectura como balanza para mensurar la política cultural y ponerle un dígito (7 puntos) muestra una vez más una visión alicorta de lo que es la cultura actual. Pero me resigno a aceptar su base objetiva de análisis y me vuelvo a preguntar, ¿elevó esos siete puntos el programa Música 92, o más recientemente la celebración del V Centenario de la Universidad de Valencia? No traigo a colación la Florencia de Brunelleschi, sólo dos acontecimientos recientes en el tiempo y en el espacio. ¿O serán los 33.000 millones de pesetas del Fòrum 2004 los que aumentarán proporcionalmente el índice de lectura en Cataluña? ¿También ahora las comparaciones son desproporcionadas? La lectura es un índice, al igual que lo es el número de salas expositivas, los centros de enseñanza musical, las rehabilitaciones del teatro Talía, Olympia y el Micalet y la apertura del Espai Moma o los 3.584 millones de pesetas del programa plurianual que financiará 116 actuaciones en el período 2001-2006, pero eso sí, un parámetro que es necesario complementar con otros para medir el nivel cultural de una sociedad.

La participación social -y ahí están los datos- es una realidad incuestionable. Los más de 200.000 asistentes a las distintas instalaciones de la Bienal en su primera edición superan con creces las expectativas iniciales. Los quince o veinte artistas que circulan en el ámbito internacional no son fruto de las ocurrencias de una noche de verano, entre otras razones porque no caben en una noche los 405 artistas que han tenido cabida en las 251 exposiciones internacionales; más bien atienden a la consolidación de unos objetivos que en mi anterior artículo calificaba de 'internacionalización'. Ahora otros los califican de provincianos. Tan provinciano como el conejo de Kusturica,

el Luciano Berio de *La vera Storia*, o el Peter Greenaway de *La maleta de Tulse Luper*. No encontrar datos contrastables para una política cultural asentada sobre la responsabilidad y la fijación de objetivos concretos me lleva a considerar el nacimiento de una especie de nuevos francotiradores exenta de perdigones con los que abatir su presa. Helena ha sufrido ingentes mudanzas en la historia pero nada de todo ello ha sido óbice para que, pese al rapto que sufrió a manos de Teseo, ganase mayor prestigio de parte de los griegos y ello le diese la posibilidad de huir junto a Paris. Y esto, para los que también han llegado al final de este artículo, no es ficticio. Como tampoco lo son titulares como *La gran explosión valenciana* o *Valencia. Retrato de una ciudad en pleno despegue*.

Volver a Helena de Troya recrea el mito. Los objetivos, los instrumentos y las infraestructuras no alcanzan la consideración de mito. Por eso seguimos andando.

VÉRTIGOS DESDE EL AREÓPAGO.

EL PAÍS 7/12/2001

Déjeme resumir a los pacientes lectores, si aún existen, una modesta controversia que se sucede en las páginas de este periódico de un tiempo a esta parte. Consuelo Ciscar, directora general de Promoción Cultural, lanzó el 7 de noviembre un estupendo artículo titulado *Troya, Beckett y los intereses* en el que con la metáfora de la tragedia clásica y el teatro del absurdo defendía por una parte las realizaciones de su modelo de política cultural, anunciaba una supuesta eclosión cultural valenciana y por la otra reclamaba un debate sobre dicho modelo que no se limitara, entendí yo, a afirmar lo vergonzosamente caras que resultaron la Bienal y el montaje de *Las Troyanas*. Tres días después aparecía en este mismo periódico un artículo firmado por mí y titulado *El problema de Helena*, que atendiendo a dicho reclamo trataba de exponer que la indefinición de los objetivos limitaba las posibilidades del debate social y que realmente en esa situación no existen mecanismos para evaluar seriamente la política cultural, calificándola de ocurrencial, en el sentido que no respondía a un modelo estratégico de planificación en el que los

instrumentos fueran coherentes y consistentes con los fines declarados y finalmente limitando esa supuesta eclosión cultural. Cuatro días más tarde *EL PAÍS*, estoicamente, publicaba un nuevo artículo titulado *Elena sin problemas* donde, con el desparpajo que se adivina en el título, se rebatían gran parte de los argumentos en un sorprendente juego de artificio, en el que como en el camarote de los hermanos Marx, se amontonaban con ingenio el Padre Feijoo, Umberto Eco, Shakespeare, los cerros de Úbeda, Teseo, Paris y el conejo de Kusturica, entre otros.

Al margen de algunos fuegos fallidos y su capacidad para rebatir la anécdota como si se tratara del argumento principal quisiera lamentar mi incapacidad para ubicarme fuera de esos grupos de interesados que componen el 'corifeo crítico'. En poco más que nada, Consuelo Ciscar me atribuyó, con sutileza, la responsabilidad de defender los intereses, supongo que ilegítimos, de la Universidad (Dios la libre de mi defensa, excelentísimo rector) y de alguna otra misteriosa 'opción política', así como deducía que mis críticas al actual modelo de política cultural hacían buenos el programa Música 92, el del V Centenario de la Universitat de València o el programa Fòrum 2004 de Barcelona. Si mi adscripción ideológica de izquierdas y mi condición de universitario (por razones de azar profesional pero también metodológicas de posicionamiento en el análisis y crítica de la realidad social) le resultan condiciones que invalidan mi capacidad para participar con rigor en ese debate que usted misma reclama, entonces empiezo a sospechar que de nuevo nos encontramos ante un requerimiento brillante y efectista pero con poco impacto y con escasa voluntad transformadora de la realidad. ¿Quizás como la Bienal?

Respecto al programa Música 92, puede ver en mi libro *Políticas y Sectores Culturales de la Comunidad Valenciana* cuál es la valoración que hago de él, en cuanto al programa del V Centenario de la Universidad debo confesarle que nunca lo he analizado con profundidad. Lo que sí puede ser más útil para ir un poco más allá de esa voluntad de epatarnos mutuamente con agudezas supuestamente eruditas y retomar con cierta

relevancia el debate es el ejemplo citado del Forum 2004, evento que la ciudad de Barcelona organiza bajo el título de Fòrum Universal de les Cultures. La proyección temporal ya es un dato significativo ya que implica cierta planificación y enumeración de objetivos concretos. ¿Sabe usted lo que programará, producirá o formará la Ciudad del Teatro de Sagunto en el 2004? ¿Se han diseñado los objetivos sobre cuántos municipios participarán en el Circuit Teatral Valencià en 2004? (Son ejemplos ilustrativos, señora Ciscar, no el argumento principal). O mejor aún, ¿sabía en 1998 que se iba a celebrar la Bienal de Valencia?

El proyecto Fòrum 2004 es uno de los resultados del Plan Estratégico del Sector Cultural de Barcelona ya presentado en el año 99 y en el que se ofrecía un completo diagnóstico con sus puntos fuertes (sin recurrir a titulares de periódicos como fuentes válidas para describir la realidad) y de sus debilidades y en el que participaron durante un largo proceso más de 350 agentes sociales representativos que van desde profesores universitarios (se ve que allí no invalidados para el análisis y la discusión del diagnóstico) al presidente de la Colla de Geganters de Barcelona pasando por políticos del área metropolitana, representantes de fundaciones, de empresas privadas ligadas al sector de la cultura, asociaciones profesionales, directores de museos, periodistas, usuarios, artistas, editores y un largo etcétera. Es, evidentemente, otra manera de entender la participación, frente a sus supuestos 200.000 visitantes de la Bienal.

Quiero también destacar que en ese mismo plan estratégico de la cultura, junto con objetivos últimos tan genéricos como 'fer de la cultura un element clau de la cohesió social' (afirmación a la que seguro se apunta su presidente Zaplana) se compromete a muchos otros tan cuantificables como llegar a conseguir la mitad de la producción audiovisual del Estado español, duplicar las personas ocupadas en el sector cultural, conseguir 4 millones de espectadores teatrales, doblar los espectadores de la música en vivo, conseguir 10 millones de visitantes para los museos de la ciudad etc.

Si a ello le sumamos que la Generalitat de Catalunya elabora y distribuye unas estadísticas sobre los sectores culturales que

permiten contrastar incluso a ciudadanos no especialistas la distancia entre realidad y objetivos, no tengo más remedio que reconocerle que mi especialización profesional, el análisis de las políticas culturales, resulta allí más fácil que aquí.

En ese mismo artículo Consuelo Ciscar me daba la bienvenida a una extraña colina de Aerópago, que a menos que se refiera a una nueva forma de comprar billetes de avión, debo deducir que se refiere a la colina de Areópago (esos duendes escritores que todos tenemos que a veces se vuelven disléxicos, supongo) donde se reunía el tribunal supremo ateniense, y he de decir que me da un poco de vértigo, así que me bajo.

CULTURA UN MODELO ESTRATÉGICO.

Consuelo Ciscar Casabán EL PAÍS 27/12/2001

Vértigos desde el Areópago (gracias por aclarar la metátesis, tan necesaria para ocupar un párrafo de su artículo) es la nueva entrega que el Sr. Pau Rausell Köster nos ofrecía el pasado 7 de diciembre en las páginas de *EL PAÍS*, para responder a un trenzado diálogo que desde el inicial *Troya, Beckett y los intereses* emprendí el 7 de noviembre.

Parece insistir en encontrar lo desconocido para usted; ese santoral que cualquiera conoce por público -eso sí, si ha tenido la delicadeza y la paciencia de leerse el programa electoral del Partido Popular-. Las políticas culturales, como experto investigador en esta área, parten de una demanda social que se plasma en los programas políticos y más concretamente en los programas electorales de los partidos. Un análisis riguroso de éstos y su grado de cumplimiento durante el período de cuatro años será lo que nos permitirá concluir realidades sobre una base real. Lo contrario, permítame Sr. Rausell, hace cojear cualquier método de análisis. No lo invalida su adscripción ideológica, ni su condición laboral, ni mucho menos sus sospechas, sino algo tan sencillo como desconocer unos objetivos de gobierno que se llevan a cabo en el día a día de la práctica política.

Califica de anécdotas cada una de las respuestas a sus preguntas. Y en pura lógica debo responderle que sólo hay respuestas anecdóticas

a preguntas anecdóticas, pero al fin y a la postre respuestas son a cuanto a usted le interesaba. ¿O ya no le interesan?

Las responsabilidades de gobierno en materia cultural son fruto de la dinámica social y, en la mayoría de casos, el mejor método para su análisis parte de la comparación con otros acontecimientos semejantes en sus finalidades aunque siempre dispares en los medios y presupuestos invertidos. Por ello saqué a colación el programa Música 92, la conmemoración del V Centenario de la Universidad o el Fòrum 2004, tres acontecimientos exentos de la indefinición de objetivos con que se califica a la política cultural que impulsa el presidente Zaplana desde la Generalitat. Despacha el primero con la simple remisión a su libro que, en mi caso, debo decirle que sí que he leído (una que se preocupa por saber lo que dicen los otros); en cuanto al segundo, confiesa no haberlo analizado en profundidad, por lo que me permito recordarle que sólo las actividades de la calle de La Nau, La Nau torna a València han sobrepasado los mil millones de pesetas en adecuación y repristinación del edificio, además de las propias actividades, casi el triple de presupuesto que todas las llevadas a cabo en de los cinco meses de la Bienal, desarrolladas en los seis espacios expositivos de la ciudad. Y, finalmente, el tercero, el Fòrum Universal de les Cultures.

Aquí se explaya con una serie de preguntas que califica de ejemplos ilustrativos para sustentar su proyección temporal, como forma de planificación y enumeración de objetivos concretos. Es posible que usted no conociese en 1998 que Valencia iba a ser sede de la Bienal, pero ya un año antes lo supo el presidente Zaplana y, en ese año, 1998, se conocía la distribución espacial y la participación en ella de más de 150 artistas y en 1999 fue acogida con gran entusiasmo en la presentación del programa cultural que se llevó a cabo en el Museo de Bellas Artes de Valencia, y en 2000 su diseño estaba concluido. No estamos ante una ocurrencia, por tanto, sino ante un acontecimiento temporalmente planificado y con unos objetivos tan genéricos o tan vacuos como 'fer de la cultura un element clau de la cohesió social' o 'alcanzar una sociedad donde la cultura sea un hecho asumido por la totalidad de los ciudadanos'. En cuanto a los otros dos ejemplos ilustrativos debe saber que sí. Sí se conocen los objetivos del Circuit

Teatral Valencià en 2004 y se sabe el programa y fases de formación de la Ciudad del Teatro de Sagunto en esa misma fecha. Y, para ello, como a cualquier ciudadano interesado en la cultura me ofrezco a explicárselos para su posterior análisis riguroso.

Si algo ha faltado en el desarrollo de la política cultural durante el último sexenio no ha sido planificación y mucho menos la participación. Aquí han participado empresas privadas (más de un 70% de la Biental es inversión privada), periodistas (un sinfín de artículos dan fe desde 1995 de la política cultural desarrollada), directores de museo, asociaciones profesionales, artistas, editores y el mismo largo etcétera que usted reclama para Barcelona. Todo ello con una inversión muy inferior a los 53.000 millones (318 millones de euros) que se están invirtiendo para una programación hasta hoy fallida y plagada de dimisiones, aunque esto lo silencie en su anterior artículo.

¿Cómo se postran admirados, con mirada estrábica y hasta genuflexos nuestros expertos en cuantificación económica de la gestión cultural ante el Fòrum Universal de les Cultures y niegan el pan y la sal al esfuerzo aquí realizado? 53.000 millones para 141 días, frente a los 900 para 133 días. Pero, con todo, ¿cuál es el plato fuerte del programa? Mstislav Rostropovich y Peter Brook. El primero se ha comprometido con la Generalitat Valenciana para llevar a cabo un amplio programa entre nosotros y el segundo acaba de recibir en Valencia, el Premio Mundial de las Artes y tiene un proyecto con nosotros para el año 2002. Dos personajes vistos con mirada diferente al igual que antes lo han sido artistas como Peter Greenaway y Robert Wilson.

Dejemos de otear con mirada de lince a ciudades como Madrid o Barcelona para recuperar las gafas del relojero que se aplica a su labor diaria con la política cultural valenciana que a día de hoy cuenta con un desarrollo de infraestructuras, una legislación cultural que ha generado los Institutos de Música y Cine, el Centro Coreográfico (único en España), un Encuentro Mundial de las Artes, un Consorcio de Museos, con una proyección de nuestro arte en el exterior, una Biental o unos Diálogos Iberoamericanos que han dado como resultado a La gran explosión valenciana (véase *EL PAIS Semanal*, 18.03.2001) o a

Valencia. Retrato de una ciudad en pleno despegue (Magazine, 03.06.2001).

Con todas estas razones, argumentos al fin y al cabo, espero que no se baje de este Areópago en el que todos cabemos porque como dijo Churchill 'estoy profundamente en desacuerdo con lo que usted dice, pero daría mi vida porque usted nunca pierda la libertad de seguir diciéndolas', aunque en ese usted, quepan también quienes pretenden ofrecer a la sociedad valenciana un modelo alternativo de política cultural hasta ahora desconocido. Porque los intelectuales enriquecen el debate pero son los políticos quienes lo llevan a la práctica. Y, esta vez, sin Lacedemonias, Paris, Helenas o Hermanos Marx que nos retrotraigan a los clásicos con los que tanto hemos disfrutado con su lectura o visión.

CONSELL VALENCIÀ DE CULTURA.

EL PAÍS 12/12/2002

Gràcies al Consell Valencià de Cultura sabem que el color blau de la bandera valenciana ha de ser "Azul Ultramar para objetos pintados (entre Pantone Reflex Blue c. y Pantone 279 c.) y Azul Índigo para objetos teñidos (Pantone 3015 c. 3005c. I 2995 c.). Amb la mateixa convicció ens informen que "se utiliza tradicionalmente el término "paella" indistintamente para designar el contenido y el continente, mientras que "paellero" o "paeller" es el lugar adecuado para el guiso". També tenim la portentosa aportació de representar entre d'altres a Joan Fuster, en un proposat Museu Imaginari de la Literatura Valenciana amb una màquina d'escriure portàtil Olivetti Piuma, una bata i unes plantofes (sic). I aquest museu amb la voluntat de corregir els baixos índexs de lectura i desconeixement dels nostres autors...

És cert que alguna altra cosa fa, i sembla que com a institució va jugar un bon paper en la pacificació lingüística, però no és això pel que varen morir tantes flors, i els requeriments de l'estructuració dels sectors culturals a la Comunitat Valenciana demanen alguna cosa més. Partim del fet que la competitivitat

d'un territori vindrà determinada a mig i a llarg termini pel seu model de gestió de la producció simbòlica, és a dir, de com es crea, es produeix, es distribueix, es consumeix i es conserva la cultura i en això el Consell Valencià de Cultura hauria de ser alguna cosa més que una canongia gerontocràtica que dedica 4 pàgines a informar l'avantprojecte de la Llei del Llibre en coses de tanta maror com que "En el tercer paràgraf, línia 3 substituir poderosa per solvente".

Sembla a més que en els últims temps el CVC, es limita per obligació de la Llei de Patrimoni en una vetusta oficina de recursos de contenciosos sobre béns patrimonials (12 dels 18 últims informes tenen a veure amb qüestions de protecció del patrimoni), quan, precisament a la seua composició de membres, menys persones adients hi ha per a fer-ho. Com molt bé reconeixia el propi catedràtic de bioquímica E. Primo Yúfera quan va ser designat per a dirigir la Comissió de Llegat Històric i Artístic. Encara amb molt bona disposició en el mirar, l'actual funcionament del Consell Valencià de Cultura no passa de ser una mediocre editorial, una ignorada veu en l'àmbit dels grans temes com l'Horta o les energies renovables, i una decimonònica institució amb cap ni miqueta d'influència sobre l'estructura dels sectors culturals a la Comunitat Valenciana i, a més, de descuidada comptabilitat tal i com assenyala la Sindicatura de Comptes.

I això no sols per la descarada voluntat d'ignorar a la institució per part del Consell, sinó també per la escassa qualitat de la informació que manufacturen. Aspecte que demostra, que per molt bona voluntat que hi posen 22 persones, per a informar i assessorar la política cultural no és suficient amb asseure's al voltant d'una taula i emetre opinions de café sense coneixements de política cultural, sense anàlisi de experiències comparades, sense informació sobre la realitat dels sectors, sense una metodologia adient, ect..

El que hauria de ser una institució com el CVC, amb voluntat consultiva i assessora en una societat complexa com la nostra, és convertir-se en un ens generador de coneixement i informació estructurada perquè el agents culturals, tan privats com públics

pogueren prendre decisions acurades a la demanda d'una societat que cada vegada més ubica en el centre dels seus interessos la producció simbòlica. Del que es tractaria, per exemple, és que dirigiren l'articulació i creació d'un sistema d'indicadors i estadístiques culturals, que controlaren i coordinaren l'actual llibre blanc sobre el sector audiovisual, que elaboraren infobaròmetres sobre comportaments de demanda cultural, que relataren un llistat de "*best practices*" en la gestió cultural municipal, que difongueren les noves reflexions al voltant de la política cultural, que establiren una metodologia d'avaluació de les intervencions públiques, que redactaren memòries anuals sobre l'estat dels sectors, que col·laboraren en la redacció del pla estratègic per a la Ciutat de les Arts,...són tantes coses en aquest territori de gota freda cultural on cada matí ens despertem en algun macroprojecte artístic, que realment u pensa que està malbaratant-se una institució certament singular.

També és veritat que amb un milió de euros, no es poden fer *virgueries*, (1,8 en té el Consell Jurídic Consultiu). Però no és cap disbaixa que amb una mica més de determinació, un posicionament més contundent per part dels membres amb trellat es podria reconvertir un organisme peculiar que aportaria valor afegit i participació al funcionament dels sectors culturals. La solució passa per triplicar el pressupost, dotar-se de recursos tècnics i humans per a generar, gestionar i difondre informació i coneixement, fixant-se en el funcionament d'altres organismes que ja ho fan (per exemple el Centre Valencià d'Investigació per a la Societat de la Informació –CEVALSI-) i no sempre pensar que els músics, els escriptors, els escultors i els pintors són els més adients per a informar i assessorar la política cultural. Inclús com a higiene mental no estaria malament pensar que habitualment son els menys indicats.

POLÍTICA CULTURAL, VIDEOJUEGOS Y MOBY DICK.

EL PAÍS 25/07/2003

Una de las tesis más extendidas en la primavera del año 95 era que una victoria del PP de Zaplana supondría una debacle

apocalíptica para los incipientes agentes, sectores y recursos culturales convirtiendo este territorio en un erial y la política cultural en un limitado instrumento de gestión de los espacios de la banalidad o de los elementos más folclorizantes. A pesar de que los miedos eran fundados, los años han demostrado que no fue así. Después de algunos titubeos iniciales como los amagos de valencianizar el IVAM, arruinar (en sentido literal) el Teatro Romano de Sagunto, la gestión de Conejero en Teatros de la Generalitat o el acoso y derribo del IVEI, resulta sorprendente comprobar que probablemente la política cultural ha sido una de las políticas públicas más continuistas en el cambio del ciclo político entre socialdemócratas y conservadores. Y esta continuidad resulta más paradójica en un entorno donde la cultura ha supuesto una de las *causas belli* más frecuente y arrojada entre derecha e izquierda.

Para explicar esta extraña continuidad cabría entender que es especialmente en el ámbito de la cultura donde la aventura de Zaplana hacía mayores aguas. Su extrañamiento territorial, sus propias limitaciones culturales, y su enfrentamiento "estructural" a los agentes culturales convierten el espacio cultural en un elemento que acompleja al proyecto político. Así se dota desde el punto de vista de la jerarquía política una rara autonomía a la política cultural (quizás había poco que ganar y por tanto también poco que perder), lo que finalmente ha provocado incluso cierta sobreactuación. Los estudios recientes sobre el gasto público en cultura de las autonomías parecen demostrar que la Comunidad Valenciana es una de las que muestran mayores tasas de crecimiento en los últimos años. También la lluvia de proyectos, contenedores y equipamientos nos ubica en una insólita incontinencia cultural

A pesar de estos excesos, a grandes rasgos, entre la etapa del PSOE y la del PP no se puede encontrar excesivas variaciones sustanciales en la definición de los objetivos de la política cultural o en la articulación de sus instrumentos de intervención. Incluso se repiten algunos tics muy similares: a) muy poco interés por evaluar las políticas (a excepción de la última etapa de Pedraza), b) una querencia especial por las artes plásticas, c) el mismo

desinterés por las Sociedades Musicales (si descontamos el exitoso pero limitado programa Música 92 y a pesar de la Ley de la Música), d) el recurso a personajes providenciales para la gestión y orientación de la política como los Morera, Llorens, Sirera, Muñoz Suay, Alborch en la etapa del PSOE, y los Berlanga, Papas, Settembrini en la del PP, e) la escasa participación y el limitado debate ciudadano en el desarrollo de proyectos y f) la fascinación por las obras emblemáticas. Estas dos últimas características se han exacerbado especialmente en la última legislatura del PP.

Como señalamos en otros artículos, la mayor maduración del sector cultural exigía también una mayor profesionalización de las políticas culturales, no sólo sus aspectos técnicos y de recursos humanos (como así ha ocurrido) sino y principalmente en la elaboración de los objetivos y la evaluación de la eficiencia de sus instrumentos. Si pensamos que la política cultural se inventa con la llegada del PSOE y le otorgamos una década para su "construcción", podemos considerar que en el 2003 prácticamente contamos con los mismos sistemas de información sobre el funcionamiento de los sistemas culturales que en 1993, el mismo desconocimiento sobre las relaciones entre causas y efectos, y mismos estilos de decisión y construcción de las políticas culturales...Quizás hasta una década perdida en las posibilidades de afectar realmente al entramado que configura nuestro sistema de producción simbólica.

En estos momentos cualquier intervención inteligente en el ámbito de la cultura pasa por configurar previamente un sistema estable y continuado de información, estadísticas e indicadores culturales que sirva a los agentes -tanto públicos como privados- a tomar decisiones y a contar con herramientas que permitan su evaluación. Y que permita a los ciudadanos participar en el debate sobre las políticas a un nivel que vaya más allá de las retóricas grandilocuentes que rodean el discurso sobre la cultura. Esta opción, que ya tomaron catalanes y vascos y que empiezan a tomar los gallegos mediante su Conselho Galego da Cultura es la única posible vía de profundización del calado

democrático de una política cultural cada vez más compleja y multidimensional.

Estamos hablando de una política cultural proyectiva que puede vehiculizar a través de su articulación las posibilidades de desarrollo en aspectos tan relevantes como la vertebración simbólica del territorio, el impacto económico de un sector con tasas de crecimiento muy superiores a la media del resto de los sectores económicos y -lo que es más importante- la dimensión de la calidad de vida de los ciudadanos en aspectos tan vitales como sus posibilidades de desarrollo integral personal a través de las capacidades expresivas o estéticas de la práctica o el consumo cultural. Compartimos la idea de que nos adentramos en el capitalismo cultural donde la competitividad de los territorios se va a fundamentar en la cantidad, potencia, versatilidad y transferibilidad de sus contenidos simbólicos. Por tanto hablar de política cultural no es sólo hablar del modo de gestión de aquellos elementos ornamentales y marginales al hecho social, sino que estamos hablando de dimensiones estratégicas del cogollo que dibuja la frontera de posibilidades de una sociedad.

Dentro de 4 años, como ciudadano y desde una perspectiva ideológica crítica, me gustaría poder evaluar la etapa de Esteban González con menos análisis inspirados en impresiones y más en datos. Y dentro de dos años me gustaría que él pudiera tomar decisiones menos provocadas por percepciones y más por información solvente. Y eso compartiendo su afirmación de que puede haber tanta literatura en un videojuego como en *Moby Dick*.

CULTURA BARATA CULTURA.

EL PAÍS 5/07/2003

Uno de los objetivos que mayor consenso alcanza en el campo de la política cultural es el concepto de "democratización de la cultura". Esta democratización se puede entender en varias dimensiones pero quizás la más tradicional tiene que ver con el hecho de que todos los ciudadanos tengan la opción, si lo

desean, de acceder al consumo y a la práctica de bienes actividades y servicios reservados, en sociedades premodernas, a las élites económicas y culturales. Es decir, que tener la opción de escuchar al trompetista Marsalis, asistir a una obra de Chejov o poder contemplar una exposición de Piero Dorazi no sea sólo un privilegio de las clases altas. Parte de la intervención pública en cultura se legitima a través de la argumentación precedente y así uno de los instrumentos básicos para conseguir dicho objetivo es que el sector público se encargue de proveer esos bienes y servicios culturales y los ofrezca a precios públicos, por debajo de los precios de mercado, asumiendo el supuesto de que una de las barreras de acceso es la barrera económica.

En este contexto parece que la situación en Valencia es de verdadero placer para el consumo de la denominada "alta cultura". Según los datos que aparecen en el reciente Anuario de la SGAE sobre 2002, en la Comunidad Valenciana una entrada media de teatro (recaudación total partida por espectadores totales) cuesta menos de la mitad que en el resto de España (4,9 Euros frente a 10,4), un poquito más de la mitad en el caso de la danza (6,0 frente a 11,6), bastante menos de la mitad en el caso de la ópera (13,7 frente a 30,4), un par de euros menos en la música sinfónica (11,7 frente a 13,8) y una tercera parte en el caso de la música de cámara (2,8 frente a 8 euros). Y encima por tres euros te regalan 7 u 8 exposiciones de la Bienal de impacto mundial.

Ante esta situación de verdadera jauja parece que a nuestros políticos culturales no sólo hay que cargarlos de medallas de encomiendas de Isabel la Católica sino preparar rápido los expedientes para una canonización segura ahora que están baratas. ...¿Pero qué pasaría si no nos creyésemos el supuesto inicial?. Es decir si pensásemos que la restricción presupuestaria no es una restricción relevante para la democratización de la cultura. Sabemos que la entrada media a un partido de fútbol de primera división en la temporada 2001/2002 costó 24,1 Euros (y 19,8 en segunda división) y nadie parece reclamar deficiencias en la democratización del fútbol. También numerosos estudios, entre ellos el excelente de Roberto

Luna sobre el consumo teatral en la ciudad de Valencia, demuestran que sólo para una parte muy pequeña de los no asistentes, el precio resulta una variable explicativa de su no asistencia.

¿Qué pasaría si pensásemos que probablemente la democratización de la cultura es uno de los fracasos más estrepitosos –no sólo en España- de las políticas culturales?. Con datos de 1998 un 97% de los españoles no ha asistido a una ópera ni a un espectáculo de danza, un 90% no ha asistido nunca a una sesión de música clásica, un 75% nunca ha asistido a una obra de teatro...Si pensamos, como nos indican numerosos estudios, que el consumo de alta cultura sigue siendo un hábito de las clases medias-altas, unos precios subvencionados y muy bajos no significan más que el conjunto de la ciudadanía –cuya mayoría no consume servicios culturales- está transfiriendo recursos –dinero.. para saltarnos jergas- de los impuestos para que una minoría rica e ilustrada disfrute de música clásica, teatro y arte contemporáneo a precios de saldo. Por ejemplo, un estudio sobre los asistentes al Liceu de Barcelona mostraba que más del 80% se encuadraban en la clase alta y sólo el 6% se asignaban a clase baja. Si uno se pusiera a las puertas del Palau de Valencia en un concierto lírico podría comprobar la sonrisa de notarios, médicos, catedráticos y abogados pagando apenas 30 Euros por sesiones cuyo coste por asistente está 4 o 5 veces por encima de lo que pagan.

Así y paradójicamente la política cultural con su pretensión democratizadora se convierte en una de las intervenciones públicas más regresivas fiscalmente. Curiosamente las prácticas culturales con un consumo de clase más transversal son las que comparativamente resultan más desfavorables para los consumidores valencianos. La entrada media de cine vale aquí un poco más que en el resto de España y las entradas a conciertos de música popular están por encima de la media española (4,6 euros frente a 4,0). La cuestión no es baladí y tiene implicaciones redistributivas importantes. Si los casi 34.000 espectadores valencianos de ópera pagaran la entrada al precio medio de España (30 Euros) obtendríamos más de medio millón de Euros,

dinero que podría solventar en gran parte los problemas de financiación y funcionamiento de las escuelas de música de las Sociedades Musicales. Si los más de 200.000 visitantes del IVAM pagaran hasta lo que vale la entrada del Thyssen (6,6 Euros) en vez de los dos euros de tarifa normal, tendríamos casi un millón de Euros más que podrían incrementar en un 50% las ayudas a la producción teatral..... y señor Esteban González si alguien supiera lo que nos cuesta la Bienal, sería factible calcular lo que podríamos cobrar en el Muvim, la Beneficencia y en el San Pius V para salirnos de rositas.

IVAM: LA CALDERILLA QUE SE NOS ESCURRE POR EL SOFÁ.

EL PAÍS 19/05/2004

Dicen los medios que Consuelo Ciscar fue nombrada en su día secretaria autonómica para que no alcanzara la dirección del IVAM y que hoy se convierte en directora gerente del mismo para que deje de ser secretaria autonómica. De esta doble negación gramatical sólo nos cabe destacar su paradójico proceso, pero nos otorga pocas pistas sobre la idoneidad o no de la decisión en términos de análisis de las políticas públicas. La política cultural valenciana nos ha demostrado con frecuencia que se mueve en un estilo que podríamos denominar "ocurrencial" en la definición de los objetivos y "culebrónico", en sus procesos de implementación, donde los golpes de guión son frecuentes, aparecen nuevos personajes, y éstos adoptan perfiles maniqueos, alternando entre héroes y villanos cuyas adscripciones parece que sólo pueden plantearse en términos de fobias y filias extremas. En principio no habría nada que objetar a esta dinámica vitalista y apasionada —y sin duda más divertida— de la gestión pública y de su interpretación y participación... a menos que afectara al calado democrático de la misma y/o a su eficacia y eficiencia en la persecución de fines colectivos.

Desde la perspectiva de la dimensión democrática, a pesar de las apreciaciones de nuestro amigo Pep Benlloch, es mejor que la directora sea Consuelo Ciscar que lo sea Kosme Barañano. No olvidemos que el IVAM no es sólo un museo sino que es el

organismo que implementa la política pública de promoción y difusión del arte contemporáneo en la Comunidad Valenciana. Es frecuente en el ámbito de la política cultural fichar a gestores para que "desarrollen sus proyectos", como si éstos sólo tuvieran una dimensión artística. La diferencia entre Kosme Barañano y Consuelo Ciscar es que, como ciudadanos, podemos exigir responsabilidades a la segunda (la hemos elegido, directa o indirectamente), mientras que sobre el primero ni siquiera podemos poner objeciones a los más de 275.000 Euros (más de 48 millones de pesetas) que cobra al año según consta en los informes de la Sindicatura de Cuentas. Son demasiados los recursos públicos que ponemos en sus bolsillos y en sus manos para que la responsabilidad sólo sea artística. No olvidemos que el IVAM se lleva en términos presupuestarios casi el 20% de los recursos de la promoción cultural. Es decir, un quinto de la política cultural de este gobierno es el IVAM. Mi opinión es que la gestión cultural exige más política y no menos. Desde la perspectiva de la eficiencia de los procesos, no tenemos ninguna duda sobre las demostradas capacidades de Consuelo Ciscar para organizar y gestionar. Sin ninguna duda su currículum (a pesar de las dudas que a algunos les pueda suscitar las titulaciones caribeñas) y su inversión en capital relacional efectuada en los entresijos de la administración y en la gestión cultural, resultan mucho más adecuadas para la eficiencia que la cátedra de Historia del Arte de Barañano y sus estancias en Heidelberg. Tampoco desde el punto de vista de la capacitación sobre el conocimiento del mundo artístico Ciscar, como ella misma se encarga de señalar, está peor que lo que estuvo Carmen Alborch cuando asumió la dirección. La dimensión más peliaguda de la cuestión sin duda radica en el análisis de eficacia, es decir, la adecuación entre los instrumentos y las finalidades perseguidas (colectivas, se entiende). Aquí, sin embargo, el problema principal tiene poco que ver con las características del gerente-director y más con un conjunto de supuestos falaces sobre los que se asienta el IVAM en particular y algunas otras instituciones de política cultural en general. Si no sucumbimos a los habituales consensos no demostrados, no nos cabe más

remedio que constatar que resulta difícil defender que el IVAM haya tenido algún efecto (más que marginal) en la modificación de la sensibilidad del conjunto de la ciudadanía de la Comunidad Valenciana por la consideración y el reconocimiento del arte contemporáneo. Y ése era, según consta en la ley 9/1986, uno de sus objetivos principales. Tampoco ha tenido efectos notables en alguna de las otras dimensiones que se le supone a los proyectos museísticos desde que se inventó aquello del impacto económico de la cultura. El IVAM ni ha servido para regenerar urbanamente la zona donde se ubica, ni ha originado ninguna impronta especial en la articulación del sector del arte en la ciudad y mucho menos en el conjunto de la Comunidad Valenciana. Creo que nadie podría encontrar ningún rasgo diferencial del sector de las artes plásticas atribuible a la existencia del IVAM. Tampoco ha generado flujos de visitantes. Sólo cabe observar que mientras en el período 1999-2002 se han incrementado en un 24% el número de viajeros a Valencia, decrece en un 19% los visitantes al IVAM. Quizás cabría señalar un moderado efecto allá a mediados de los años 90 en el *citymarketing*, al otorgar una imagen de modernidad a una ciudad tradicionalmente huertana. Pero dicho efecto ha quedado amortizado por la proliferación de centros de arte contemporáneo en otras ciudades y por la aparición de otros elementos arquitectónicos en la ciudad que cumplen dicha función. Es cierto que el IVAM supone una oferta de excelencia en el ámbito del arte contemporáneo a la que acceden más o menos unas 5.000 o 10.000 personas, especialmente profesionales liberales, de la comunidad universitaria, estudiantes de Bellas Artes, funcionarios y docentes, del área metropolitana de Valencia, con elevada formación y renta. Y es cierto que son precisamente esos beneficiarios los que constituyen el núcleo del movimiento Ciutadans per una Cultura Democràtica o el grupo Ex-amics de l'IVAM. Es también cierto que supone un excelente trampolín para sus gestores y trabajadores de alto nivel que capitalizan el prestigio y acceden a unos circuitos con elevados salarios y lo mismo se puede decir de unos pocos artistas, comisarios y críticos de arte. Es cierto también que cumple la

función de un espacio relacional para las élites políticas y culturales. A pesar de todas esas certezas y quizás por algunas de ellas, no cabe más que constatar que el IVAM, con permiso de algún lugar común de la *intelligentsia* local, seguirá siendo (lo ha sido siempre), a pesar de Consuelo Ciscar, un instrumento de política cultural muy caro y muy ineficaz. Si a todo esto les sumamos la sospechas de la escasa proclividad de Consuelo Ciscar por los procesos que traten de evaluar la política cultural, su limitada querencia por la moderación y la templanza, su renuencia a la participación y a la transparencia y su escaso interés por la dimensión democrática de la gestión cultural, nos lleva a aventurar que los tres euros que el IVAM nos cuesta por cabeza a cada uno de los valencianos seguirán siendo la calderilla que se nos escurre por las traseras de los sofás y hasta incluso puede que se conviertan en cuatro o cinco.

EVENTOS.

LEVANTE 5/08/2004

Arte Flamenco, Certamen Internacional de Bandas, Eclèctic, Electra, Este, Feria de Julio, Festival de Cinema Jove, Festival de Jazz del Palau, Mostra de Cinema, Off..., estos son, mes arriba, mes abajo y por orden alfabético, algunos de los eventos que con mayor o menor dinero público se vienen celebrando en estos momentos en la ciudad de Valencia. Y la próxima y florida primavera se convertiría en tropical monzón si alargáramos el horizonte temporal y incluyésemos, bienales, veos, congresos mundiales de las artes, observatoris y demás productos de la floreciente ingeniería cultural que nos distingue. Nada que objetar. No seré yo quien no defienda que es mejor más oferta cultural que menos.

Las objeciones me asaltan cuando comprobamos que un estudio como el del profesor Roberto Luna sobre el Consumo de Teatro y Danza en la Ciudad de Valencia tarda casi tres años en hacerse público. Se trata de un estudio, inicialmente encargado por el Ayuntamiento de Valencia en el año 2001, a instancias de la AVETID (Associació Valenciana de Empreses de Teatre i Danza) que trataba de dar respuesta a la pregunta de por qué

van los ciudadanos de Valencia al teatro. O mejor dicho, y esto es una de las consecuencias del estudio, finalmente explica por qué los ciudadanos no van al teatro. El trabajo, que constituye uno de los ejercicios más rigurosos y completos sobre el análisis de demanda de teatro realizados a nivel europeo y que parte de una muestra de 1.800 encuestas, deambuló, una vez acabado, entre los cajones de los responsables políticos, hasta que el autor tomó la iniciativa (y el coste) personal de editarlo. Una vez publicado, y con la información que contiene, cualquier lector medio podría implementar algunas intervenciones adecuadas para aumentar los espectadores de teatro. Y si esto es así para cualquier lector medio, qué decir de los avezados responsables de la política teatral pública. Yo, si lo fuera, tendría durante algún tiempo al libro como libro de cabecera y asaltaría al autor a preguntas para que me aclarara apreciaciones, conceptos y métodos. Me consta, sin embargo que la recepción de la publicación ha sido más bien tibia.

Un hecho significativo es que a pesar de la eclosión de proyectos culturales y el dinero público destinado a los mismos a lo largo y ancho de la Comunidad Valenciana, no existe, al menos que a nosotros nos conste, ninguna empresa de consulting especializada en temas culturales. Sí hay muchas dedicadas a la gestión cultural, pero ninguna orientada a la elaboración estudios de viabilidad de proyectos culturales, análisis de sectores culturales, estudios de demanda, análisis de públicos, etc... Empresas que sí están presente en otras Comunidades Autónomas mucho menos desbocadas en la ejecución de sus políticas culturales. Naturalmente Cataluña, y Madrid, y por este orden, concentran el mayor número de estas empresas, que viven principalmente de las demandas del sector público, pero también Navarra, Andalucía, Galicia o Canarias cuentan con ellas. Las escasas demandas que genera nuestro sector público se cubren por empresas de otras comunidades autónomas (el caso del mapa de librerías encargado por la Generalitat a BCF Consultors de Barcelona o el Libro Blanco del Audiovisual encargado a Corporación Multimedia de Madrid). La conclusión evidente es que desde la perspectiva local los

proyectos culturales, sean éstos de evento o de cemento, no necesitan de ninguna justificación, análisis o estudio previo ni consecuentemente tampoco de ninguna evaluación posterior. Todo lo que se haga en nombre de la cultura está bien hecho, y la eficiencia, la eficacia o la equidad quedan relegados al oscuro rincón de las incomodidades prescindibles.

Estos datos, que si bien circunstanciales, ilustra la descompensación evidente del desarrollo de la política cultural reciente. Junto a la incontinencia ocurrencial de la política cultural se ubica el manifiesto desinterés, por parte de los responsables, en tratar de averiguar cuáles son los efectos de las intervenciones, cuáles son las características de los sectores culturales sobre los que se interviene, cómo se articulan, qué relaciones establecen con las demandas... Y esto es así porque en realidad las políticas culturales en este país no son realmente políticas públicas en el sentido estricto de palabra ya que en el fondo no pretenden transformar la realidad sobre la que actúan, sino que se convierten en caros abalorios que meramente visten y decoran la acción pública. Circunstancia que nos hace sospechar que las intervenciones en cultura se han convertido en fútiles sobreactuaciones de una derecha acomplejada que ha encontrado en la estrategia de los eventos su particular camino de redención hacia la modernidad

VIII. Lengua y otros .***ECONOMIA DE LA LENGUA.***

LEVANTE 26/07/2001

Ara que anem aclarint que són els filòlegs els que han de parlar sobre les qüestions normativitzadores de la llengua, és el moment adient de plantejar què poden fer altres ciències per ella. Usar una llengua és un fenomen exclusivament humà i per tant complex. Explicar-ho resulta un exercici necessàriament caleidoscòpic; raons històriques, socials, psicològiques, ideològiques, antropològiques, legals, neuronals, tecnològiques, fisiològiques... i, encara que vos sàpia malament, econòmiques, entre d'altres poden explicar per què en un moment concret un ésser humà emprà un registre i una llengua i no un altra.

Estaria ben segur que per a explicar perquè un espècimen de setze primaveres en compte de dir: "quedem demà tots, a les deu, en el centre comercial per a anar al cinema", expressa "qdem dma tts, 10, en cc xa cnma", la ciència social més adient és l'Economia. Estalviar-se uns duros n'és la motivació principal tot i que quatre sociòlegs rebuscats parlem de "la necessitat de comptar amb un dialecte propi que evidencie la fractura dels espais generacionals". Però l'Economia de la Llengua és útil també en altres casos menys evidents. Ja Adam Smith assenyalava que els humans comercien perquè tenen la capacitat de comunicar-se i, hi ha treballs d'economistes que tracten de demostrar que una part dels fluxos comercials ve explicada per raons lingüístiques. Es a dir tracten de demostrar que comerciem més amb aquells que parlen la mateixa llengua que nosaltres, qüestió que des del sentit comú, sembla prou obvia, però que la teoria del comerç internacional convencional no té massa en compte. En general podem dir que l'Economia de la Llengua és l'aproximació des de les ferramentes econòmiques a aquells fenòmens on la variable lingüística és una variable rellevant... I

sembla que és rellevant en molts més casos dels que podríem sospitar en una primera pensada.

Així per exemple, François Grin ha determinat recentment que per a un treballador de la zona francòfona suïssa saber alemany li reporta uns guanys en mitjana d'un 23% més que un altre amb la mateixa formació i experiència (més que el coneixement de l'anglès). Per altra banda, per a una suïsa de la part de parla alemanya el coneixement del francès sols li reporta un 15% més de guanys salarials mentre que el coneixement de l'anglès li pot reportar més d'un 25%. Aquesta mateixa recerca, calculant els costos de l'aprenentatge de les llengües, determina que la rendibilitat dels diners destinats a la formació lingüística és a Suïssa; un 6,48% per a l'alemany i un 4,71% per a l'anglès en la Suïssa francòfona i un 12,57% i un 9,99% per l'anglès i francès en la Suïssa germànica respectivament. Com es pot comprovar la rendibilitat de les llengües, en Suïssa, és, en qualsevol cas, superior a la rendibilitat de molts productes financers.

La pregunta ara és: Un valencià amb habilitats lingüístiques en llengua catalana, obté diferències salarials, en les mateixes condicions de formació i experiència?. Si la resposta fora sí (i des d'ací aprofite per si algú li abelleix finançar la recerca) probablement la situació del valencià per les properes dècades estaria assegurada. Ja sé que no és rellevant per a ser President de la Generalitat Valenciana.. però i en altres casos?.

Una altra visió valuosa aporta aquesta aproximació de les variables salarials, qüestionant la perspectiva més convencional (i també més naïf) que el declivi del català és directament degut a raons de mercat. Així queda prou manifest que la recompensa pel coneixement de l'anglès, a mesura que va generalitzant-se es va reduint, al mateix temps que es va incrementant el "premi de mercat" per a l'adquisició d'altres habilitats lingüístiques d'espais econòmics amb suficient capacitat de demanda. És a dir, si bé la dinàmica de l'expansió de les llengües, dirigida per les forces de la globalització, apunta al reforçament de la importància de l'anglès, també conté en sí mateixa mecanismes que ens asseguren que altres llengües no ho tenen tant cru. Especialment per a aquelles llengües usades per comunitats amb suficient

capacitat de demanda (ja siga pel nombre de consumidors –xinés i rus- com per la capacitat de compra –alemany-).

En aquest sentit, el català no està tan mal posicionat en l'ecosistema de les llengües mundials i, per exemple, la seua presència a Internet es situa al voltant del 0,15% (al mateix nivell que el turc i sols a la meitat que el polonès)

No és cert que ningú no guanye diners per fer ús del català i que tot siguen actituds voluntaristes i fruit de certa consciència nacional heroica. El mercat també premia l'ús del català.

Per tot això pense que s'ha de reconduir el discurs dels drets lingüístics del català. Al missatge clàssic de llengua minoritària, oprimida i agredida que sols pot tenir certes recompenses en termes de reconeixement institucional i algunes transferències de recursos per una salvaguarda quasi museística, cal afegir-li un altre discurs que valore molt més l'ús lingüístic. L'àrea de parla catalana té les suficients condicions de dimensió poblacional, dinamisme econòmic, capacitat de compra, projecció exterior, posicionament tecnològic i voluntat política per a exigir no a les institucions polítiques sinó a les organitzacions de mercat que consideren que és rendible utilitzar el català. Més important que un parlamentari valencià pugua parlar en la seua llengua a Brussel·les és que Microsoft considere el català com a segona o tercera llengua per al seu software.

...I tot això conclou amb la proposta que les Acadèmies de les llengües haurien d'anar fixant no sols a filòlegs i escriptors sinó també a economistes.

¿PROFESOR VIRTUAL?

El PAÍS 3/07/2000

Resulta evidente que las nuevas tecnologías de la información y la comunicación (TIC) constituyen un cambio inédito que implica una creciente eficiencia en la gestión de la producción simbólica para el sistema de enseñanza. Esta revolución, con otros factores sociales, sume a la práctica docente en una crisis sin precedentes. Se cuestiona cuáles son los conocimientos o

destrezas que se debieran transmitir, cómo hacerlo, quién debiera asumir tal responsabilidad e incluso su porqué. Enseñanza pública o privada, de conocimientos teóricos o prácticos, con currícula abiertos o cerrados, orientados al mercado laboral o enseñar a aprender, etc. La cada vez mayor velocidad de obsolescencia de los planes de estudio aparece como un síntoma claro de este proceso.

Hay que señalar que el modelo de presentación docente, en el ámbito de las Ciencias Sociales ha variado muy poco desde el inicio de la actividad universitaria hasta hoy. No resultaría exagerado afirmar que las técnicas docentes son muy similares a las de hace 350 años.

Si consideramos las funciones tradicionales del profesor universitario, podemos decir que sus tareas son las de un gestor y manipulador (en el sentido de transformador) de información, cuyos objetivos, deliberados o como subproductos, son múltiples. Una de sus dimensiones, la formativa, implica ejercitar la capacidad de construir modelos mentales e interpretativos sobre la realidad social, autónomos y enmarcados en un entorno valorativo. Dirigir el contenido, el tono y la melodía del discurso y al mismo tiempo fortalecer la autonomía del pensamiento y su perspectiva crítica son objetivos de la formación universitaria que raramente se alcanzan simultáneamente en la práctica docente.

Las nuevas tecnologías transforman los mecanismos de transmisión, gestión y manipulación del conocimiento, al tiempo que permiten dibujar nuevos objetivos y finalidades del proceso educativo. Así estamos transitando de una técnica narrativa clásica (lineal y conclusa), que actualiza sus contenidos como máximo una vez al año a otra hipertextual y actualizable online. De un marco tecnológico limitado, basado sobre todo en las técnicas de la presentación oral y principalmente unidireccional a otro múltiple y basado en las técnicas de presentación de imágenes, textos y sonidos y con múltiples potencialidades de interactividad. De unas habilidades dramáticas (teatrales) personales que dependen de las características individuales del emisor (el profesor) y que no se pueden externalizar, a capacidades de diseño de entornos bisensoriales (imagen y

sonido) y externalizables. Pasamos también de un entorno presencial, colectivo, público, excluyente a partir del punto de saturación, sincrónico en el tiempo y afecto (enriquecido o empobrecido) por las dinámicas de grupo a otro virtual, particular y privado, no excluyente, asincrónico y donde queda por ver cómo se establecen las dinámicas de grupo.

Las fuentes a partir de las cuales se elaboran los materiales docentes dejan de ser limitadas y reducidas al monopolio del profesor, tanto por sus mayores habilidades técnicas como de accesibilidad física, a convertirse en un recurso casi ilimitado. *Workingpapers*, revistas especializadas online, informes de instituciones bancarias, fuentes estadísticas, catálogos bibliográficos, referencias periodísticas o enciclopédicas o incluso trabajos elaborados se sitúan a golpe de ratón de cualquier estudiante en Internet. El profesor puede limitarse, en esta dimensión educativa, a ser un "buen portal" que oriente con acierto, en la selva informativa, hacia las querencias de los estudiantes.

El papel de las TIC en la obtención de información relevante libera a los profesores universitarios de muchos recursos que pueden ser empleados en el desarrollo y, profundización de otras habilidades emotivas fundamentales, desde nuestro punto de vista, en la eficiencia del proceso educativo. Aún en un entorno dominado por las nuevas tecnologías, la comunicación visual-afectiva que se establece en el entorno tradicional del aula deviene, más aún, en una variable estratégica de vital importancia. De lo que se trata ahora es de transmitir entusiasmo por el conocimiento. Desde el punto de vista individual, como herramienta y camino de desarrollo integral de la personalidad, la formación de la identidad propia y las relaciones afectivas y de vecindad con nuestros congéneres. Desde el punto de vista social, implica la digestión de esos conocimientos instrumentalizados como recursos para una participación social con mayores grados de libertad, en un marco valorativo humanista donde la ciudadanía y la solidaridad -como símbolos de compromiso social-, el criterio propio y la autonomía -como elemento de libertad individual-, los valores democráticos

y el respeto a las diferencias -como modelo de articulación social- y también la capacitación competente en el desarrollo profesional devienen la verdadera matriz para juzgar la idoneidad del sistema universitario.

Resulta paradójico pretender que las transformaciones propiciadas por las nuevas tecnologías sean aplicadas por un cuerpo docente que generacionalmente no se ha formado en ellas y que discursivamente no comparte. La velocidad del cambio social y del entorno informacional provoca que únicamente por razones cronológicas se esté produciendo un "gap tecnológico", de manera que aquellos profesionales de la gestión y transmisión del conocimiento -los profesores universitarios- cuentan con menos recursos, habilidades y predisposición mental que los perceptores de dichos conocimientos. Esta disfuncionalidad no es baladí y tampoco tenemos la seguridad de que los costes de la adaptación no sean mayores que los costes de la no adaptación. Pero, entre las dos soluciones posibles, esperar al recambio generacional o propiciar una política deliberada de adaptación, apostamos sin duda por la segunda. Y esto es competencia de las autoridades universitarias.

IX. Sectores Culturales y Turismo cultural

VALENCIA, LA CULTURA EN LA DEFINICIÓN DEL DESTINO TURÍSTICO.

GESTIÓN EN H. CUADERNOS DE GESTIÓN Y DIRECCIÓN DE HOTELES Y RESTAURANTES. Nº 18. Abril de 2004

Valencia en el marco de la emergencia del turismo urbano

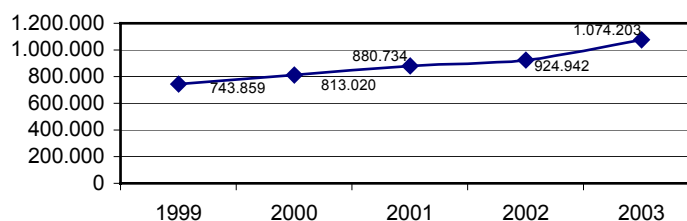
El turismo urbano o metropolitano es un fenómeno complejo, que se presenta, desde mediados de los años 80 como uno de los sectores turísticos con demandas emergentes. Variadas razones, tanto desde el punto de vista de la demanda como de la oferta, pueden explicar esta tendencia. Desde el punto de vista de la oferta cabe señalar que la crisis del capitalismo de base industrial que afecta a las economías occidentales desde principios de los años setenta afecta a la estructura funcional de las grandes metrópolis y, en este contexto, aparece el turismo como sector del terciario que puede utilizarse para la creación de empleo y riqueza y para la revitalización y regeneración de urbes orientadas a la actividad industrial (Law 1993) . En segundo lugar, la diversificación y la flexibilización del sistema productivo, junto con el debilitamiento del Estado-Nación (especialmente en Europa), otorga a la ciudad una nueva posición protagónica como espacio relevante en la generación de ideas, la difusión del conocimiento, la puesta en práctica de las innovaciones y la expresión de la personalidad cultural de los territorios. La ciudad se convierte así en un espacio atractivo tanto para visitarlo, como para vivirlo o incluso trabajar en él. Negocios, eventos deportivos, festivales culturales, compras, se articulan así en un entramado difuso e interconectado de opciones que suceden en la ciudad, no sólo como soporte territorial de dichas actividades sino como expresión propia de la personalidad del espacio urbano. También desde la propia dinámica del mercado

turístico, la maduración de los productos turísticos más convencionales obliga a buscar alternativas que mantengan las tasas de rentabilidad y que den respuestas a demandas cada vez más exigentes, segmentadas y variables.

Las evidentes ventajas de la ciudad de Valencia en términos de accesibilidad, se pueden resumir en que se encuentra en el centro del corredor mediterráneo, que constituye uno de los ejes vertebradores del crecimiento europeo, que se encuentra equidistante de los dos grandes espacios metropolitanos y centros económicos españoles como son Madrid y Barcelona y que además es el espacio de conexión entre Andalucía y Europa. A pesar de ello, tradicionalmente, Valencia no ha sido un destino turístico en el sentido del turismo urbano convencional. Enclavada la ciudad en el centro de unas amplias zonas costeras caracterizadas por su turismo de sol y playa, los escasos visitantes a la ciudad de Valencia, se perfilaban casi exclusivamente como visitantes de turismo de negocios, ligados a las ferias, congresos y otros. El modelo de turista de ocio genérico se limitaba a la semana de celebración de las Fallas, durante el mes de marzo.

Sin embargo, desde finales de los años 90 se adivina un notable cambio en la caracterización del perfil turístico, y ya comienza hablarse de Valencia como un destino de turismo urbano en sentido mucho más convencional. En este sentido cabe decir que le sucede un fenómeno muy similar al ocurrido a otras grandes metrópolis españolas como Barcelona en el primer quinquenio de los 90 y Bilbao en el segundo o Málaga en estos momentos.

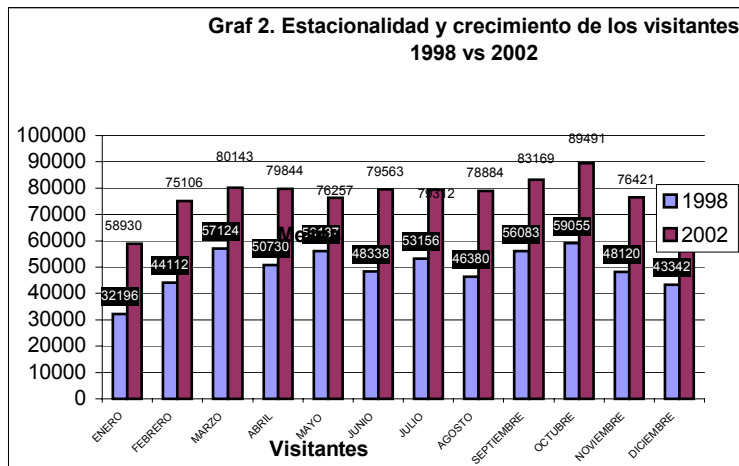
Graf 1 Visitantes Ciudad de Valencia (1999-2003). Fuente: INE. EOH



Así, en términos de viajeros, Valencia superó en 2003 el millón de visitantes (vid. Graf 1) y los dos millones de pernoctaciones, y se sitúa en el 5º lugar de entre las capitales de provincia no ligadas a destinos de sol y playa (como podrían ser Palma de Mallorca o Las Palmas de Gran Canaria).

Parece claro que los visitantes a la ciudad de Valencia muestran una estructura motivacional más diversificada y por tanto la ciudad de Valencia consigue mayores cuotas de mercado en el sector de turismo de ocio urbano, que caracteriza a las grandes áreas metropolitanas y que supuestamente viene motivado por factores como la oferta cultural y lúdica y por el patrimonio histórico artístico de la ciudad. En el entorno del mercado turístico europeo Valencia se sitúa al nivel aproximado de las ciudades intermedias europeas (Dusseldorf, Dresden, Hannover, Turín, Génova, Zürich). El destino, además, se ha desestacionalizado bastante, lo que permite una creciente profesionalización del sector.

Aunque no existen datos normalizados estadísticamente también parece que en los dos últimos años se ha incrementado notablemente el número de excursionistas a la ciudad.



**Tabla 2. Viajeros en Valencia.
Motivos de la visita 2002-2003**

Motivo de la visita	%Vertical (N= 2895)
Negocio-Congresos	6,7
Negocio- Ferias	15,9
Negocio-Otros	39,3
Ocio-CAC	5,4
Ocio-Turismo General	24,6
Ocio-Familia	7,0
Otros	1,0
Total	100

Fuente: VCB (2003). La Demanda de Servicios turísticos de la ciudad de Valencia y su impacto económico: Situación Actual y perspectivas de futuro

Las tasas de crecimiento en el número de viajeros muestran un notable dinamismo en los últimos años y especialmente en el año 2003, aunque hay que decir que el grueso de los viajeros (más del 60%, véase tabla 2) tienen aún como motivación principal aquellas

relacionadas con el negocio.

Múltiples variables explican este despegue definitivo del turismo urbano en la ciudad de Valencia, y algunas de ellas tiene un carácter exógeno. Ahora bien, para explicar este crecimiento también cabe señalar los esfuerzos realizados por la ciudad en la construcción de determinadas infraestructuras

Tabla 1

Variación % de los viajeros en las principales ciudades españolas (1999-2003)			
Málaga	30,4	Toledo	2,6
Salamanca	24,4	Granada	1,3
Valencia	24,3	Alicante	0,8
Zaragoza	18,8	Sevilla	-3,2
Barcelona	8,3	Cordoba	-3,4
Santander	7	San Sebastián	-6,7
Madrid	5	Bilbao	-9,3
Total	4,4	Coruña	-21,9
Vigo	3,5	Santiago	-23

Fuente Exceltur(2003)

especializadas y directamente relacionadas con el turismo de ocio, de negocios y de congresos, así como en tratar de conseguir "nominaciones" para eventos internacionales.

El papel de la cultura en la conformación del destino turístico.

El aspecto que sí resulta singular es cómo ha conseguido Valencia ubicarse en esa segunda o tercera división del turismo urbano. La reordenación urbana de la ciudad, por tanto, no ha sido respuesta, como en otros casos debida, al declive de los sectores industriales tradicionales (caso de Bilbao, Manchester) ni con el objetivo de crear *distritos culturales* (Barcelona) que mejoraran la competitividad de la ciudad en este "capitalismo cultural" del siglo XXI, sino que la estrategia de Valencia ha consistido en visualizar un salto desde una realidad provinciana y periférica hacia una imagen de ciudad innovadora y moderna. Es por ello que el *city marketing*, y en general la valorización de la ciudad se ha realizado a partir de la señalización de los elementos culturales, la difusión del conocimiento y el valor de la ciencia, y sobre todo a partir de la inversión en nuevos elementos patrimoniales (tangibles e intangibles) despreciando los recursos existentes. Así frente a los recursos consolidados

como ciertas expresiones de la cultura popular y festiva (fallas, música de bandas, cultura del agua, gastronomía) y el gran patrimonio histórico artístico de la ciudad (centro histórico monumental, Historia y Literatura del Siglo de Oro valenciano) se ha optado por la inversión/creación de nuevos recursos patrimoniales que implicaran ese salto hacia la modernidad. Este proceso se inicia a mediados de los años 80, y la construcción del IVAM y del Palau de la Música son buena muestra de ello. Esta tendencia se acentúa a mediados de los años 90 con la apuesta clara por la arquitectura rutilante que puebla a la ciudad de emblemas del "star system" arquitectónico (Calatrava, Foster, Félix Candela) y que se materializa en el impactante complejo de la Ciudad de las Artes y las Ciencias.

Esta estrategia se complementa con la voluntad de apostar también por los atractivos "de lo efímero". Valencia en los últimos años ha presentado su candidatura fallidamente a eventos como Ciudad Europea de la cultura, como sede de los Juegos del Mediterráneo, etc. y finalmente ha conseguido ser la ciudad organizadora de la prestigiosa Copa del América para el año 2007. En el ámbito de los festivales desde principio de los años 80 con la Mostra de Cinema del Mediterrani hasta la Bial de Valencia (2001, 2003) o el festival VEO (*València Escena Oberta*) ha tratado de significarse como destino cultural sin demasiado éxito.

La Ciudad de las Artes y las Ciencias como atracción primaria.

El proyecto de la Ciudad de las Ciencias es una idea proyecto que se gesta a mediados de los años 80 bajo la iniciativa pública de la Generalitat Valenciana, en el período de gobierno del Partido Socialista Obrero Español. En un principio se trataba sólo de una Ciudad de las Ciencias, con un Museo y un Cine Planetario, e incorporaba, frente al proyecto actual, una torre de telecomunicaciones. El conjunto se completaba con un aparcamiento y zona ajardinada que servía de nexo entre las distintas instalaciones. El proyecto fue encargado al arquitecto

valenciano Santiago Calatrava en 1991. Según los diseñadores del proyecto se trataba de "una nueva generación de parques temáticos, intensivos en tecnologías y poco extensivos en territorio y trabajo". Los referentes en el contexto europeo consistían en Futurescop o más concretamente en la Ciudad de las Ciencias de la Villete en París. La voluntad inicial ya consistía en convertirse en un elemento de anclaje del turismo cultural. [...], "existe un segmento de mercado en la región valenciana sin cubrir, que es el del turismo cultural –recuérdese que tan sólo el 4% por ciento de los visitantes de la Comunidad Valenciana argumentan motivos culturales en la elección de su destino turístico- que podría ser cubierto en parte por una oferta lúdico-cultural-científica como la que supondrá la Ciudad de las Ciencias de Valencia. A su vez, este turismo cultural de Parques Temáticos puede ejercer un efecto simbiótico con su entorno más próximo, potenciando el turismo de ciudad en el área metropolitana de Valencia o incluso el de Ferias y Congresos o el propio turismo de playa, [...]"

El papel de la torre de comunicaciones (382 metro de altura), al margen de la pretensión de ordenar el espacio radioeléctrico, cubría la función de ejercer de elemento arquitectónico singular y emblemático que representara a la ciudad de Valencia, al modo de la "torre Eiffel en París, el Empire State en Nueva York o la Alhambra en Granada" [sic].

Los objetivos del proyecto inicial según los informes elaborados a principios de los años 90 eran:

- a) Actuar como elemento de oferta complementaria al turismo ya existente, especialmente al turismo de negocios y congresos (en un momento de fuerte competencia dentro del territorio español) y al de sol y playa.
- b) Afectar al conjunto de la población residente con la ampliación de la oferta de ocio a alto nivel, el impacto sobre la difusión educativa y de la cultura científica.
- c) Regenerar el espacio urbano de una amplia zona de la ciudad.
- d) Aportar una imagen de modernidad que articulara el *city marketing* de Valencia

El 1995, con la llegada al poder autonómico del Partido Popular, se paralizaron las obras. La torre de comunicaciones, símbolo ya asociado a la gestión de los gobiernos socialistas, debe ser retirada del proyecto y en una jugada maestra se añade un palacio de las artes que reconvertía a la Ciudad de la Ciencia en "de las Artes y la Ciencia". Tras un segundo proyecto, diseñado por arquitectos de la Administración valenciana y que fue duramente criticado, la Generalitat decidió encargar a Calatrava una remodelación de la idea original. En el nuevo diseño, el proyecto se completó con un parque oceanográfico universal diseñado por el arquitecto Félix Candela (también valenciano, nacido en 1910) considerado uno de los maestros de Calatrava y autor de obras como el Palacio de los Deportes de los JJ OO de México y de su Ciudad Universitaria.

La Ciudad de las Artes y las Ciencias finalmente cuenta en estos momentos con 3 elementos a los que se accede con entrada de pago, que son el Museo de Ciencias Príncipe Felipe, el Oceanográfico, el Hemisférico. El Palacio de las Artes aún está en construcción y el Umbráculo es un espacio ajardinado para pasear. Los resultados sobre el número de visitantes han sido notables y en pocos años el complejo se ha convertido en uno de los espacios más visitados de España. Según la propia CACSA, los visitantes a los espacios gratuitos del Museo Príncipe Felipe superan los 4,2 millones de visitantes anuales¹.

Las entradas para el Hemisférico y el Museo Príncipe Felipe se han estabilizado a partir del año 2002, después de cierto efecto inauguración, alrededor del medio millón de visitantes que tienen sus picos de asistencias, lógicamente en períodos vacacionales (Marzo y Agosto). El Oceanográfico por el

¹ El control del acceso a espacios gratuitos del Museo de la Ciudad de las Artes se realiza a través de células que se limitan a contabilizar el paso por un determinado sitio de acceso, lo que no permite discriminar las duplicaciones o los accesos repetidos del propio personal i, etc... Para que nos sirva como cifra comparativa, el Centro Comercial El Saler, que se encuentra a menos de 100 metros de la entrada de la CAC, declara que en el 2003 tuvo 11 millones de visitantes.

contrario, aún contando con que los visitantes del año del 2003 no son significativos por tratarse del primero, puede que se aproxime a los 2.000.000 de visitantes anuales.

Los riesgos de la estrategia de la CAC.

Aunque la relación no sea del todo evidente, parece claro que el despegue del número de visitantes a la ciudad de Valencia coincide con la entrada en funcionamiento de la Ciudad de las Artes y las Ciencias. Esta circunstancia ilustra la dificultad de sostener un destino turístico con referentes de "alta cultura" (p.e, El IVAM, la música clásica, el Museo de Bellas Artes) y como cierta banalización del contenido cultural de la ciudad y cierta tematización de su oferta (Oceanográfico, y en general el conjunto de la Ciudad de las Artes y las Ciencias) puede provocar una mayor atraktividad.

Los riesgos de esta estrategia radican en los peligros de sostenibilidad del destino. Si atendemos en primer lugar a la dimensión financiera, podemos decir que la inversión pública en la CAC (empresa mercantil cuyo único titular es la Generalitat Valenciana) se aproximará a finales del 2005 a más 850 millones de Euros, y sus necesidades de financiación actual suponen el 10% de la deuda pública de la Comunidad Valenciana, que a su vez tiene el nivel de endeudamiento respecto PIB más alto de todo el Estado español.

Tabla 4.	2002	<i>Euros</i>
ACREEDORES LARGO PLAZO CACSA		600.574.745
ACREEDORES CORTO PLAZO CACSA		200.079.790
Total		800.654.535
Total Deuda Reconocida por el BE a CV		6.870.000.000
%deuda CAC sobre deuda Total		11,7%

Fuente: Sindicatura de Cuentas y Banco de España

Tabla 5. Deuda de algunas Administraciones subcentrales. 2003		
CCAA	Milones Euros	% PIB
Andalucía	7.338	7,3
Cataluña	9665	7,1

Galicia	3156	8,0
La Rioja	164	3,0
Madrid	6246	4,9
País Vasco	1084	2,3
C. Valenciana	7668	10,6
TOTAL	43.565	5,9
Corporaciones Locales	23.243	3,1
Fuente: Banco de España		

Hasta ahora, parece que la solvencia como unidades de negocio de cada uno de los elementos de la CAC muestra bastantes dificultades. Sólo como ejemplo, cabe señalar que en el 2002 sólo los gastos financieros eran superiores al total de ingresos de explotación.

En segundo lugar no queda del todo claro que el *target* de demanda que cubre sea aquel que se corresponde estrictamente con el turista cultural, tal como lo define Chías (Chías, J.,2001) sino que dada la espectacularización de la propuesta arquitectónica y la oferta lúdica del oceanográfico y del hemisférico, nos atrevemos a pensar que se trata de un visitante que combina las características del turismo de parques temáticos (muy concentrado en el contenido del complejo "tematizado" y ajeno a la realidad que lo envuelve) y de excursionistas nacionales, que no pernoctan, y que tienen sus residencias a "distancia de automóvil".

Esta hipótesis explicaría por una parte la circunstancia de que a pesar del impacto que sobre el destino tiene el complejo

Tabla 6: Cuenta de Pérdidas y Ganancias de CACSA 1998-2002 (Euros)

	1998	1999	2000	2001	2002
Ingresos					
De actividades					
Ordinarias	2.019.401	2.031.421	3.816.427	18.045.402	22.235.995
Subvenciones de Capital y de explotación	5.174.714	432.729	342.577	1.100.976	1.218.693
Financieros	90.152	30.051	42.071	60.768	144.438
Resto de Ingresos	252.425	114.192	156.263	102.179	239.231
Total	7.536.692	2.608.393	4.357.338	19.309.325	23.838.357
Gastos					
Gastos de personal	1.099.852	1.628.743	2.920.919	3.429.569	2.845.458
Amortizaciones	2.031.421	3.155.314	4.928.299	12.194.889	12.510.658
Financieros	4.952.340	5.499.261	13.889.390	22.780.948	25.179.133
Resto	6.689.265	8.137.704	12.537.112	17.242.074	30.293.257
Total	14.772.878	18.421.021	34.275.720	55.647.480	70.828.506
Resultado	7.236.186	15.812.628	29.918.383	36.338.155	46.990.149

Fuente: Sindicatura de Cuentas de a Comunidad Valenciana. Informes varios años

CAC, y del elevado número de visitantes sólo un 5,4 % de los viajeros que pernoctan en la ciudad de Valencia vengan explicadas por el mismo.

También explicaría por qué, a pesar de que observamos que, en el período 1999-2002, se ha producido un incremento del 24% de viajeros a la ciudad de Valencia, sin embargo un conjunto de sitios turísticos, de cierta referencia cultural, muestra una caída global del 9% en el número de visitantes.

Por lo que podríamos inferir que de momento la CAC está ejerciendo cierto efecto "crowding out" o desplazamiento sobre la demanda de sitios culturales. Lo que estamos aventurando es que el visitante que visitaba la ciudad de Valencia por razones de negocios, ferias o congresos, con un tiempo limitado y que tenía ciertas preferencias genérica por demandar sitios culturales, antes de la existencia de la CAC optaba por visitar algún equipamiento como en IVAM (uno de los museos de arte

Tabla 7: Evolución del número de visitantes a lugares turísticos de la ciudad de Valencia. 1999-2002

Centros de visita turística	1999	2000	2001	2002	Tasas de crecimiento o 1999/2003
Sant Pius V (Belles Arts)	218.947	124.098	220.732	186.854	-15%
Museu Ceràmica González Martí(*)	176.291	120.307	104.625	91.899	-48%
Almodí	72.167	116.478	37.296	85.404	18%
Reials Drassanes	38.729	21.570	18.891	57.661	49%
IVAM	265.111	266.053	210.865	215.923	-19%
Museu Blasco Ibàñez	19.512	17.924	18.229	44.025	126%
Museu de la Ciutat	47.042	40.197	43.736	72.707	55%
Museu Taurí	13.440	23.109	30.253	22.524	68%
Total	853.238	731.736	686.628	778.999	-9%
Visitantes ciudad de Valencia	743.859	813.020	880.734	924.942	24%

Fuente: Anuario Estadístico Municipal, INE EOH y elaboración propia

moderno más prestigiosos de España) o el Museo San Pio V (la mejor pinacoteca de arte clásico en España después del Museo del Prado), mientras que en estos momentos sustituye esa opción por la visita al complejo de la CAC.

La dimensión del gasto del viajero cuyo motivo principal de visita es la visita a la Ciudad de las artes y las Ciencias, nos revela también alguna de sus características. En primer lugar destaca que es el viajero con un menor gasto total, situándose en un 75% del nivel medio de la muestra y sólo muestra gastos superiores a la media en el caso del gasto en entradas de museos (vinculada naturalmente al coste de la entrada de los elementos de la CAC) y en el gasto en ocio ligado a cines y teatros (3,9 euros frente al 1,5 de la media de la muestra. Estamos hablando por tanto de un visitante modesto en cuanto

Tabla 8: Gasto medio diario en función del motivo de la visita (euros)

2002/2003	Negocio Congresos	Negocio Ferias	Negocio Otros	Ocio Familia	Ocio- Genérico	Ocio- CAC	Total Muestra
Gasto total	302,5	164,5	177	122,1	142,1	121,5	161,9
Alimentación	33,6	43,7	49,5	30,8	35,7	33,3	41,7
Tiendas	17	17,1	24,1	16,5	31,1	19,2	23,4
Ocio (Teatros, Cines)	1,2	0,7	1	1,8	2,1	3,9	1,5
Entradas a Museos	2,4	1	1,3	2,2	7,4	7,7	3,2

Fuente VTCB (2003). *La Demanda de Servicios turísticos de la ciudad de Valencia y su impacto económico: Situación Actual y perspectivas de futuro*, y elaboración propia

a su impacto de gasto y que sí muestra una mayor tendencia hacia el consumo de bienes y servicios culturales como el cine y el teatro, aunque esta tendencia sea muy discreta en términos absolutos de la dimensión del gasto², y por tanto el impacto sobre la oferta cultural es muy limitada.

² Si hacemos un cálculo apresurado; podemos determinar que de los aproximadamente 54.000 viajeros cuyo motivo principal de visita es la CAC, y cuyo gasto medio por en cines y teatros es de 3,9 Euros, obtenemos un gasto global de 210.000 Euros, lo que no da para unas 43.000 entradas de teatro o cine a un precio medio de 4,7 Euros (Rausell, 2003). Sólo de Teatro en el 2002 se contabilizan más de

La participación de los residentes.

Otra dimensión del riesgo está relacionada con el replanteamiento de la imagen de la ciudad para los propios residentes. Cabe destacar el complejo de la denominada Ciudad de la Artes y las Ciencias, que está transformando las propias señas de identificación del conjunto de la ciudad de Valencia.

Tabla 9. Grado de identificación de la ciudad con distintos entornos

Colectivo Encuestado	CAC *	Valencia Monumental Histórica**	Valencia Arquitectónica Contemporánea***
Estudiantes	4,36	4,48	4,32
Turistas Extranjeros	4,12	4,47	3,88
Residentes	4,41	4,45	3,98
Turistas CV	4,15	4,15	3,84
Turistas Nacionales	4,73	4,44	4,2
Visitantes	4,42	4,23	3,8

* Oferta lúdica del Oceanográfica, Museo y Hemisférico
 ** El centro histórico, La Catedral, La Lonja, el Miguelete
 *** CAC, el IVAM, El MUVIM, El Palacio de Congresos

En una reciente encuesta³ sobre los transeúntes de la ciudad de Valencia realizada por estudiantes de Turismo en la que aparecía una pregunta sobre el grado de identificación de elementos de la ciudad (Escala: 1 poco, 5 mucho) aparecían los resultados de la tabla 9. Lo que parece demostrar que la ciudad de las Artes y las Ciencias se ha convertido ya en un referente de la ciudad que supera claramente, en el caso de algunos colectivos, el referente patrimonial más convencional. Este es el caso especialmente para los turistas nacionales.

230.000 espectadores y de cine podemos estar hablando de más de 3 millones de espectadores.

³ (n=465).

Los discursos que sustentan los mensajes de enclaves culturales y sociales complejos, como son las ciudades, se construyen a partir de procesos históricos y se articulan a partir de ciertos consensos sociales. La totalidad de las variables, por tanto, no siempre son controlables por los expertos tecnocráticos del *citymarketing* o los expertos de mercadotecnia empresarial. La complicidad con los contenidos, la identificación y la participación, la interiorización por parte de los residentes son elementos fundamentales en el largo plazo. La sostenibilidad discursiva, por tanto sólo se puede mantener en el caso que los mensajes simbólicos sean encarnados y trenzados con la efectiva identificación cultural de los ciudadanos y los usos que éstos hacen del espacio urbano. Y a este respecto los ciudadanos han tenido poco que decir. Las intervenciones, han tenido un marcado aire tecnocrático, han eludido cualquier debate, han rehusado la participación ciudadana y no han sabido articular consensos sociales que interioricen y extiendan una nueva imagen de la ciudad diseñada tanto para los residentes como para los visitantes. Las decisiones tomadas hasta ahora en un marco de elevado déficit democrático condicionan la evolución del entrono urbano para las próximas décadas

Es evidente que a pesar de tratarse de un argumento central en la definición del proyecto, activar el turismo cultural no es el único objetivo de la Ciudad de la Artes y las Ciencias. El conjunto activa y visualiza un proceso de difusión de una nueva racionalidad en los usos, atributos y cualidades de lo urbano, convirtiendo a Valencia en una metrópoli con nuevos espacios reinterpretados por nuevos intereses, objetivos y necesidades que, efectivamente, reflejan tendencias internacionales de racionalización de actividades y procesos económicos que afectan al tejido social de la ciudad. Precisamente esta capacidad de afectar a las tramas sociales obliga a que estas variables se deban incorporar al conjunto de objetivos de gestión del equipamiento.

A los evidentes beneficios privados de la implicación pública en los grandes proyectos habrá que cubrirlos con la adecuada

pátina de legitimación social que pasa por la participación, por la transparencia y la comunicación de las intervenciones, por la generación de consensos políticos, por la interiorización y apropiación de los colectivos ciudadanos. Una gran parte de las intervenciones ligadas al turismo cultural como la propia Ciudad de las Artes y las Ciencias o la organización de la Bienal de Valencia, la Mostra de Cinema, la programación del IVAM, se viven en el ámbito de la política local con un elevado grado de crispación y disenso. Si pensamos que se tratan de intervenciones cuyas perspectivas para consolidar sus efectos tiene una larga proyección temporal y que implican no sólo unas elevadas inversiones iniciales sino también unos elevados gastos de explotación, pensamos que se endrían dedicado muchos más esfuerzos a articular los consensos básicos. De lo que se trata es de trenzar los proyectos al tejido civil para que sirvan a una efectiva revalorización de los espacios ciudadanos y que al mismo tiempo sinteticen ricas experiencias y posibilidades para un efectivo turismo cultural.

Bibliografía

1. Ayuntamiento de València. Anuarios Estadísticos, 2000, 2001, 2002, 2003.

Chias, Josep (2001): "Estudio sobre la significación del Turismo Cultural en España y sus potencialidades" en Tourespaña (2001): Turismo Cultural. *Estudios de productos turísticos*. Nº3.

2. Exceltur(2003):" Situación y perspectivas de la evolución del sector hotelero español en las principales zonas urbanas". Monográfico.

3. Instituto de Estudios Económicos (2003): *La Inversión en equipamientos recreativos y culturales emblemáticos como motor de desarrollo turístico: El caso de la Comunidad Valenciana*. Instituto de Estudios Económicos Serie Informes. Madrid.

4. Law, C.M(1993): *Urban Tourism. Attracting Visitors to Large Cities*. Mansell.

5. Sindicatura de Cuentas de la Comunidad Valenciana. Informes 2002,2001,2000.

6. Valencia Tourism Convention Bureau(2003): La demanda de Servicios Turísticos de la Ciudad de Valencia y su Impacto Turístico. Informe no publicado.

CULTURA Y PRODUCCIÓN SIMBÓLICA EN LA COMUNIDAD VALENCIANA. UN ANÁLISIS SECTORIAL E IMPLICACIONES TERRITORIALES.

ARXIU DE CIÈNCIES SOCIALS .Nº 7 novembre 2002.
(Con Salvador Carrasco)

1.Introducción.

Que el capitalismo globalizado de principios del siglo XXI está virando hacia entornos donde la centralidad se sitúa en los modos de gestión de la producción simbólica, es una cuestión que desde nuestra perspectiva, requiere ya más discusión sobre cómo nombrarla que sobre el hecho en sí. Sea la Sociedad de la Información, el Digitalismo, la Nueva Economía , el Capitalismo Informacional, el Capitalismo Cultural o cualquier otro término que se acuñe, el hecho cierto es que la generación, producción transmisión, conservación y reciclaje de la información, el conocimiento, las experiencias y la cultura van a determinar no sólo la configuración de los espacios sino las bases de su competitividad a medio y largo plazo. La gestión de la producción simbólica, por tanto, deviene en un elemento estratégico en la definición de la trama de jerarquías territoriales aún en mayor medida que la disposición de los medios de producción. Barcelona, Berlín y La Habana, se ubican en el mundo básicamente a partir de su capacidad como contenedores simbólicos y no como centros de producción material (aunque también lo son en el caso de Berlín y Barcelona).

En este contexto, también las Ciencias Sociales han de prestar más atención a los procesos de generación de capacidades para gestionar la producción simbólica y por tanto

todo diagnóstico territorial ha de incorporar el análisis de sus recursos simbólicos y la observación de sus modos de generación, producción, distribución, consumo y conservación/reciclaje. En el presente artículo tratamos de dibujar una descripción de las características y el posicionamiento de una parte de ese difuso conjunto de la producción simbólica que es la cultura, entendida en nuestro caso en un sentido muy restringido, y cómo ésta se manifiesta sobre el territorio de la Comunidad Valenciana.

En el punto 2 tratamos de aproximarnos a la dimensión cuantitativa del fenómeno en términos de ocupación y renta. En el punto 3 nuestro análisis ubica las dimensiones territoriales erga-intra (es decir la jerarquía de sistemas culturales locales dentro de la Comunidad Valenciana), y erga-extra (respecto a otros espacios territoriales de España). A continuación, en los puntos 4, 5 y 6 tratamos de describir los rasgos más característicos y diferenciadores de distintos sectores culturales en la Comunidad Valenciana, para pasar al punto 7 en el que ofrecemos una explicación sobre el papel jugado por las políticas culturales en la configuración de dichos sectores. Finalmente ofrecemos algunas conclusiones.

2. Las grandes cifras; Renta y Ocupación de los sectores culturales en la Comunidad Valenciana.

Para aproximarnos al fenómeno de la producción cultural, quizás el procedimiento inicial sea tratar de acotar la dimensión cuantitativa del mismo. Así, la Comunidad Valenciana contaba en el segundo trimestre de 1999 con 24.500 ocupados en actividades culturales⁴, lo que constituye un 8,6% del total de

⁴ Las actividades culturales comprenden a partir de la Clasificación de Actividades Económicas (CNAE 93), según la nueva metodología sobre indicadores y estadísticas culturales las siguientes: edición, artes gráficas, reproducción de soportes grabados, fabricación de aparatos de recepción, grabación y reproducción de sonido e imagen, fabricación de instrumentos musicales, actividades cinematográficas y de video, actividades de radio y televisión, otras actividades artísticas y

ocupados en el sector del conjunto del Estado Español y un 1,7% del total de ocupados en todos los sectores de la Comunidad Valenciana .

Tabla I: Ocupación en el sector de la cultura. 1999	Ocupados (en miles)	Distr. Porcentual	% ocupados
Murcia (Región)	2,8	1,00	0,7
Castilla-La	5,7	2,00	1
Galicia	9,8	3,50	1
Andalucía	24,5	8,60	1,1
Aragón	5,4	1,90	1,2
Resto de CC.AA.	14,4	5,10	1,3
Canarias	8,6	3,00	1,5
Castilla y León	12,9	4,50	1,5
Comunidad	24,5	8,60	1,7
Baleares (Illes)	5,3	1,90	1,8
País Vasco	14,7	5,20	1,9
TOTAL	284	100,00	2,1
Cataluña	81,1	28,60	3,4
Madrid	74,2	26,10	3,8

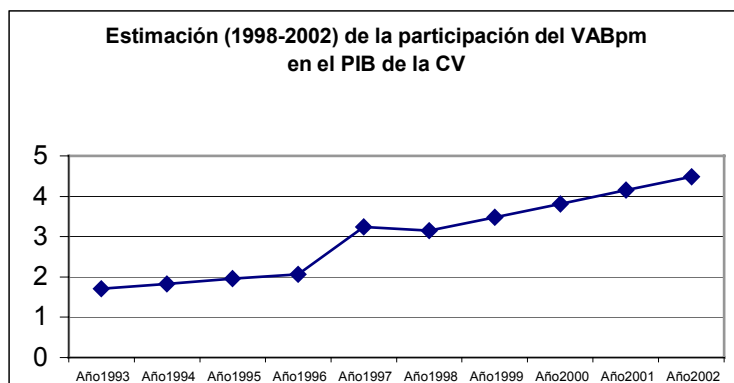
Fuente: Ministerio de Cultura (2002): *La cultura en cifras*

Estas cifras representan una posición modesta de la CV en la jerarquía de sistemas culturales del conjunto de España, con el mismo número de ocupados (en términos absolutos) que Andalucía, pero por debajo del 10% a escala nacional, lo que le correspondería aproximadamente por su peso poblacional y económico. Asimismo la especialización relativa de la ocupación de la CV en el sector cultural está bastante por debajo de Cataluña y Madrid (3,4 y 3,8% de ocupados en actividades culturales sobre el total de ocupados respectivamente), pero también se encuentra por debajo del País Vasco y Baleares.

El Valor Añadido Bruto a precios de mercado entre 1993 y 1997 de las actividades de la cultura y el ocio ha mostrado unas

de espectáculo, Actividades de agencias de noticias, actividades de bibliotecas archivos y museos y otras instituciones culturales

tasas de crecimiento interanual en la Comunidad Valenciana de casi el 25%, por lo que con estimaciones relativamente prudentes, podríamos hablar de que en el año 2002 la participación del VABpm del sector de la cultura y el ocio podría rondar el 4,5% del PIB de la Comunidad Valenciana⁵.



Fuente: adaptación de García, Fernández y Zofio (2000)

Esta cifra, aún distante de los datos referidos a Madrid y Cataluña que podrían situarse en el 12% y el 7% respectivamente nos muestra que la participación en el PIB regional del sector de la cultura y el ocio se sitúa por encima de otras actividades como la agricultura o el sector de la energía⁶.

3. Producción simbólica y territorio.

Una vez acotada la dimensión pasemos a analizar como se asienta sobre el territorio. En este sentido cabe considerar que la producción simbólica ejerce una doble funcionalidad a partir de la perspectiva del análisis territorial

⁵ Estimaciones propias a partir de García, Fernández y Zofio (2000)

⁶ La agricultura representaba el 2,9% del VAB y el sector de la energía el 3% en el año 2000. Fuente IVIE, *Datos Básicos de la Comunidad Valenciana.2001. Generalitat Valenciana*

Desde el punto de vista interno la cultura conecta con el territorio en varias dimensiones: a) por una parte se trata de un sector económico con tasas de crecimiento superiores al conjunto de la economía y en general poco depredador del medio: es decir, con capacidad de generar valor añadido, renta y ocupación sin excesivos costes. b) En segundo lugar la producción simbólica es el ingrediente básico en los procesos de cohesión territorial al construir los sentimientos de identidad y pertenencia. c) Finalmente el acceso a la práctica y el consumo de cultura satisface unas demandas que van más allá de la mera ocupación del tiempo de ocio y que tiene que ver con la capacidad de desarrollo integral de los ciudadanos a través de sus elementos expresivos y comunicativos: es decir, tiene que ver con su calidad de vida.

Desde el punto de vista de las relaciones con otros espacios territoriales la producción simbólica establece el marco de las relaciones de competencia, colaboración y complementariedad, de manera que se pueden establecer relaciones de dominación cultural y económica con espacios permeables a nuestra producción simbólica⁷, y se pueden establecer redes de colaboración o complementariedad con espacios de comunicación simbólica recíproca. Es por ello que la potencia de la producción simbólica de un territorio dibuja con mucha determinación la frontera de posibilidades de crecimiento y desarrollo de un espacio.

Territorialización de los sistemas culturales locales de la Comunidad Valenciana.

La producción, la distribución y el consumo cultural son fenómenos ligados a la realidad urbana y se benefician de las

⁷ La penetración mundial del capitalismo Norteamericano no puede entenderse sin el papel que juega la industria de la producción simbólica de Hollywood.

economías de aglomeración de las grandes ciudades⁸. Desde esta perspectiva, la estructura de las ciudades y su jerarquía contextualiza por tanto la provisión de cultura en la Comunidad Valenciana. A partir de los trabajos de Carrasco, (Carrasco,2000) podemos establecer 4 tipologías de Sistemas Culturales Locales. El primer nivel hay que ubicarlo en la ciudad de Valencia donde se concentra gran parte de la creación, producción, distribución y consumo de cultura del total de la Comunidad Valenciana y que como veremos más adelante sigue un modelo de "gran ciudad", generando incluso cierto efecto succión (Rausell, Carrasco, 2000) que eclipsa algunas actividades que se manifiesta en las comarcas de las coronas metropolitanas.

⁸ Madrid y Cataluña –por el efecto de Barcelona- concentran más del 55% de la ocupación y casi el 80% de las ventas. Fuente; García, Fernández y Zofio (2000) y Ministerio de Cultura: *Las cifras de la Cultura en España*.



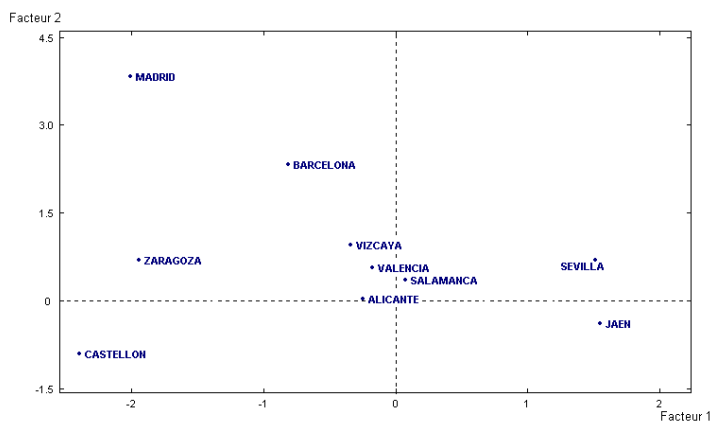
En segundo lugar tenemos a los espacios conformados por la ciudad de Alicante y la ciudad de Castellón (junto con Vila-Real y Benicàssim). En ambos casos la capitalidad provincial es contrastada en términos de provisión cultural, aunque en términos absolutos son sistemas bastante distanciados de la realidad de la ciudad de Valencia. En tercer lugar podemos definir a los Sistemas Culturales de tercer orden que se ubican principalmente en el espacio de las Comarcas Centrales y cuya

distancia a las ciudades de Alicante y Valencia les dotan de cierta personalidad y autonomía, aunque su realidad en términos de producción, distribución y consumo cultural queda determinada por la lógica de la dimensión local (Rausell et alli. 2002) que en el mejor de los casos (Alcoi, Gandia) se sitúa entre los 50.000 y 60.000 habitantes. Finalmente podemos describir cierto dinamismo de otros núcleos menores ubicados en realidades geográficas más periféricas cuyas características son muy variadas y entre las que podríamos destacar: a) Sistemas locales castellanoparlantes y de cierta dimensión poblacional (Requena, Orihuela, Villena), b) Sistemas locales con cierta singularidad en términos histórico-artísticos (Morella), c) Sistemas Locales muy próximos a las grandes capitales, pero en los que subsiste cierta lógica propia (Elche, Sagunto).

Es evidente que la variable poblacional es la variable más relevante para determinar el dinamismo de los sistemas culturales locales, y que las relaciones entre los sistemas culturales locales es claramente radial (participación en el Circuit Teatral Valencià, Consorci de Museus, programas del SARC, etc..) con su centro en la ciudad de Valencia.

La provisión de cultura en la Comunidad Valenciana en un análisis regional.

Si tratamos de profundizar en el ámbito de los "estilos" de provisión de actividades culturales, para tratar de caracterizar el modelo cultural de la Comunidad Valenciana, podemos utilizar el análisis de Carrasco, y Rausell, (2001) que nos muestra algunas informaciones de interés. En dicho análisis se estudia la provisión de servicios culturales en los sectores de Cine, Teatro y Música Clásica y con datos de 1998 podemos obtener una clara fotografía de la posición y el estilo de provisión de cultura en las provincias de la Comunidad Valenciana.

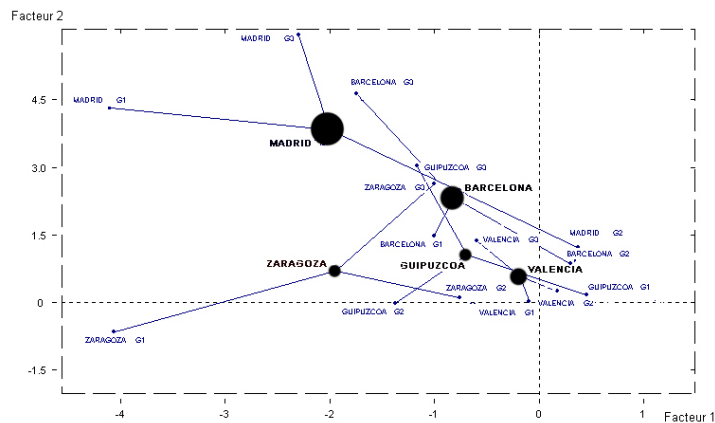


Fuente: Adaptación de Carrasco&Rausell(2001)

Aunque simplificando⁹ la representación gráfica del plano factorial anterior podría interpretarse como que cuanto más a la izquierda se encuentre situado el punto, mayor es la cantidad provista per cápita de cine, teatro y música, mientras que cuanto más hacia arriba esté situada la provincia, esta provisión se realiza de manera más profesional y actúan en mayor medida los mecanismos de mercado. El centro del eje de coordenadas representa el comportamiento medio. La primera información que cabe destacar es que a pesar de que los datos se hayan relativizado por habitante, la provincia de Valencia se encuentra muy cerca de la media de las provincias españolas y muy lejos de las posiciones de Barcelona y Madrid. Además es posible encontrar otras provincias que proveen más per capita y lo hacen de forma más profesional. Alicante se sitúa prácticamente en la misma cantidad de provisión, aunque esta provisión se realiza dependiente de estructuras de "no mercado" en mayor medida. Castellón por el contrario presenta unos índices de cantidad per cápita muy superiores (superiores incluso a los de Madrid) pero con un índice de provisión profesional muy bajo.

⁹ Para más detalles consultar Carrasco y Rausell (2001).

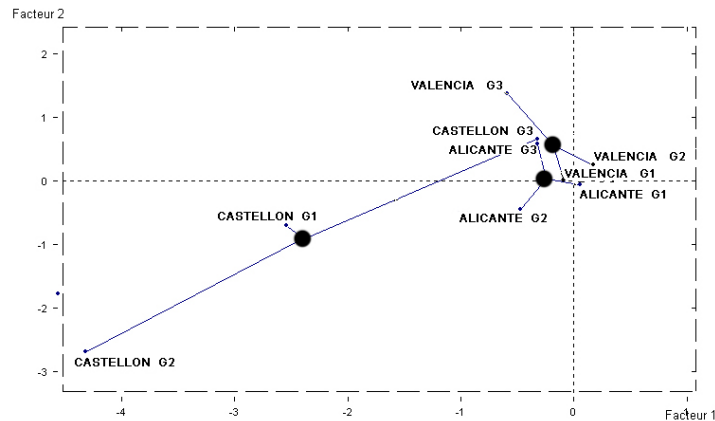
Si atendemos al estilo de provisión¹⁰ podemos observar en el gráfico una representación de provincias españolas con mayor población donde cada una de ellas está representada por una red formada por el posicionamiento de cada provincia respecto a las artes escénicas (G1), la música clásica (G2), y el cine (G3), y que el centro de gravedad de la red queda situado en el plano factorial. A partir de este análisis podemos observar que la provincia de Valencia repite el estilo de las provincias que contienen grandes ciudades de manera que es la provisión teatral per cápita (G1) la que orienta principalmente el indicador de cantidad hacia la izquierda. La provisión de teatro constituye así el verdadero elemento diferenciador de la oferta cultural de las grandes ciudades.



Por el contrario, la música se oferta de forma mucho más territorializada, de manera que los ratios per cápita (G2) son bastante menos favorables para los territorios con grandes ciudades. Finalmente la provisión de cine (G3) sí que parece mostrar importantes economías de escala de manera que en las

¹⁰ El "estilo de provisión" vendría a conceptualizar las relaciones entre los distintos subsectores (cine, música clásica, teatro) y cómo cada uno de ellos desplaza al centro factorial hacia su posición.

grandes ciudades la oferta cinematográfica representa el segmento más de mercado de la provisión cultural. Aún con este estilo genérico de gran ciudad, la ubicación de Valencia en este contexto muestra un moderado mejor comportamiento de la provisión en música que Barcelona y Madrid¹¹ y una notable debilidad de la provisión teatral. La situación de la provisión de cine podríamos decir que corresponde a su escala.



Por el contrario, ni Alicante ni Castellón muestran ese estilo de gran ciudad y, el elemento más destacable, es que ofrecen prácticamente el mismo índice de cine, y que Castellón destaca enormemente por su provisión per capita de música clásica (el efecto de las Sociedades Musicales) y en menor medida de teatro en entornos muy ligados a las políticas culturales.

Una vez realizada cierta aproximación territorial, explicitamos seguidamente algunas de las características de los sectores que componen la actividad cultural.

¹¹ Cuya explicación habría que atribuirle sin duda a la oferta derivada de la existencia de las Sociedades Musicales (Rausell, Estrems 1999).

4. Las industrias culturales.

El sector audiovisual.

La actividad del sector audiovisual está a nivel nacional muy concentrada en Madrid y Barcelona, por tanto sólo cabe hablar de un modesto sector que cubre parte del mercado regional y cuyas unidades más profesionalizadas se encuentran ligadas a la actividad de la televisión autonómica. Según las estimaciones realizadas por los estudios previos al *Libro Blanco del Sector Audiovisual* encargado por la Generalitat Valenciana¹² se trata de un sector compuesto por unas 600 empresas de las cuáles el 60% se encuentran radicadas en la provincia de Valencia con una facturación de entre 400 y 465 millones de euros, que emplea a unos 7.000 trabajadores directos¹³, lo que supondría un 0,5% de la población ocupada y un 0,7% del PIB regional. La actividad global del sector y especialmente la producción viene muy condicionada por las actuaciones de la administración autonómica y la RTVV. En 1997 y en 2000 los agentes relevantes han firmado sendos protocolos para la promoción y fomento del sector con la Administración Autonómica con resultados difíciles de calibrar a medio plazo. El hecho cierto es que la capacidad de producción propia de largometrajes que podría actuar como indicador de la madurez del sector nos muestra una irregularidad y debilidad notable en los últimos 7 años. Actualmente se está en fase de expectativa ante un proyecto como la Ciudad de la Luz en Alicante¹⁴ que

¹² GRP consultores (2002): *El Sector Audiovisual de la Comunidad Valenciana: situación, dimensiones y perspectivas. Documento de Síntesis*. http://www.portaveu.gva.es/radiografia_audiovisual.htm

¹³ De los cuáles 800 son de la corporación RTVV.

¹⁴ Proyecto consistente en la ubicación de un complejo relacionado con la producción audiovisual (parque temático, estudios de rodaje, centro de formación, ect...) en Alicante, promovida por la Sociedad Parque Temático de Alicante (más de 9,6 millones de euros de capital, propiedad en un 98,5% de la Generalitat Valenciana).

podría reorientar y quizás redimensionar la trayectoria del sector.

Si atendemos a los contenidos, la producción valenciana parece que sólo ha mostrado ser competitiva en el género denominado tele-basura.

Desde el punto de vista de la demanda la Comunidad Valenciana constituye uno de los mercados con los indicadores más potentes del conjunto del Estado. El consumo de radio se sitúa por encima de la media nacional, la asistencia media por habitante al cine es de 3,6 cuando la media se sitúa en el 3,3. Respecto al consumo de televisión nos ubicamos en la tercera posición (234 minutos en 1999)¹⁵ sólo superados por Cantabria, Castilla la Mancha y Extremadura.

El sector editorial.

El sector de la edición de libros es una de las industrias culturales que mayores tasas de crecimiento ha mostrado en los últimos años. Como en el resto de las industrias culturales la cifra de negocios se concentra en Cataluña (especialmente Barcelona) y Madrid (más del 70% de los títulos editados) ubicándose la Comunidad Valenciana por detrás de Andalucía con un 5,7% del número de títulos en el año 2001.

Tabla 2. Evolución de la edición de títulos.

	Número de títulos					Tasas			
	1997	1998	1999	2000	2001	98/97	99/98	00/99	01/97
España	54943	60426	61426	62224	67012	9,98	1,65	1,30	21,97
C.V	2,8	3,2	3,5	3,2	3,8	13,	7,9	-8,36	31,48
Alicante	426	495	560	512	630	16,20	13,13	-8,57	47,89
Castellón	100	185	132	155	215	85,00	-28,65	17,42	115,00
Valencia	2371	2602	2850	2579	2964	9,74	9,53	-9,51	25,01

Fuente: adaptado de Ministerio de Cultura:

A pesar del incremento diferencial de la producción valenciana, el porcentaje de representación en el conjunto de

¹⁵ Fuente: Asociación para la Investigación de los Medios de Comunicación (AIMC). Estudio General de Medios.

España aún ha perdido posiciones, ya que en 1996 se situaba en el 5,8%. Destacando las características diferenciales del sector en la Comunidad Valenciana, podemos decir que se trata de un sector compuesto por empresas de tamaño mediano y pequeño (seis empleados de media, frente a los 23 de Cataluña) con unas tiradas bastante por debajo de la media nacional¹⁶ (1.628 ejemplares frente a los 4.481 de tirada media nacional) aspecto que parece indicar un sector relativamente atomizado con reserva del mercado regional en lengua valenciana, y con importante protagonismo de la edición institucional (Generalitat Valenciana y Universidades). Según muestra la tabla 3 sus especializaciones relativas respecto a las materias son la edición de libros de texto no universitario (30,5% en la CV frente al 24,4% del total de las zonas), la edición de libros científicos/técnicos (18,8 frente al 10,8%) los libros de divulgación general (13,2% frente al 8%), y los cómics (1,4% frente al 0,8%).

Tabla 3 - Año 2000. Distribución por tipo de la edición de títulos.

	Tot.	Mad. Cat.	Eusk.	Andal.	Galic.	Valencia	
Verticales %	100	100	100	100	100	100	
Literatura	17,8	14,8	21,7	16,7	12,4	19,9	11,4
Infantil y juvenil	16,4	14,6	18,2	28	7	21,4	9,8
Texto no universitario	24,4	26,1	21,5	29	22,7	32,6	30,5
Científico/Técnico	10,8	13,1	8,4	3,4	15,2	5,5	18,8
Ciencias sociales y	11,4	15,7	6	13,6	25,5	3,4	13,2
Libros prácticos	5,8	5,5	7,4	1,5	0,8	1,0	0,2
Divulgación general	8	5,5	10,7	3,5	5,2	12,5	13,2
Diccionarios/Encicloped	2,3	2,1	2,7	1,6	0,2	1,2	1,3
Cómics	0,8	0,1	1,6	0	0	0,2	1,4
Otros	2,4	2,4	1,9	2,7	11,1	2,3	0,2

¹⁶ Por lo que el porcentaje de participación en el conjunto del Estado Español, en términos de ejemplares se reducía al 2% en el año 2000 y la facturación alrededor del 1% (4.035 millones de pesetas, frente a los 420.000 del conjunto de España). Fuente: Instituto Nacional de Estadística (INE). *Estadística de la Producción Editorial de Libros. Y XIII estudio del comercio interior del libro en España. 2000*. Federación de Gremios de Editores de España: <http://www.federacioneditores.org/>

Fuente: *XIII estudio del comercio interior del libro en España*. 2000.

En cambio la literatura y la edición infantil y juvenil tienen una presencia relativa, bastante por debajo de la media nacional.

Desde el punto de vista de la demanda, podemos señalar que según muestran los estudios de hábito y consumo de libros en España, en la Comunidad Valenciana se dan una de las tasas más altas de no lectores (más de un 52% de no-lectores, sólo superados por Andalucía) aunque sin embargo los lectores frecuentes (un 34% que leen libros alguna vez a la semana) dedican más horas que la media nacional. Por otra parte una importante dificultad para la edición en valenciano es que el porcentaje de lectores en valenciano sólo es del 19% (mientras que en Cataluña es del 48%, en Baleares del 35%, en Galicia del 25% y en Euskadi del 20%)¹⁷

5. Las artes plásticas, museos y patrimonio.

Las artes plásticas han constituido desde los inicios de la política cultural de los gobiernos autonómicos uno de los sectores insignia de la intervención pública. Sin embargo, en términos comparativos la estructura del sector queda como en muchos otros ámbitos, en tercer lugar pero lejos de la densidad y potencia de Madrid y Barcelona.

Tabla 4. Infraestructura global del mercado de arte, por Comunidad Autónoma.

	<i>Galerías de arte</i>	<i>Casas de subasta</i>	<i>Críticos tasadores</i>	<i>Salas de exposición complement.</i>	<i>Asociaciones</i>
TOTAL	853	20	378	759	107
Cataluña	213	7	78	147	27
Madrid (Comunidad de)	205	12	135	128	29
Comunidad Valenciana	98	0	53	86	6
Andalucía	73	0	27	86	6
País Vasco	54	0	5	57	8
Baleares (Illes)	42	0	12	18	5

¹⁷ Fuente: *Encuesta de Hábitos de Lectura y compra de libros en España*. 2001. Federación de Gremios de Editores

Tabla 4. Infraestructura global del mercado de arte, por Comunidad Autónoma.

	<i>Galerías de arte</i>	<i>Casas de subasta</i>	<i>Críticos tasadores</i>	<i>Salas de exposición complement.</i>	<i>Asociaciones</i>
Castilla y León	40	0	6	77	4
Galicia	24	0	18	25	5
Asturias (Principado de)	22	0	3	20	4
Aragón	20	1	19	36	5
Cantabria	16	0	1	18	1
Resto	46	0	21	61	7

Fuentes: - Unión de Asociaciones de Galerías de Arte de España (UAGAE).

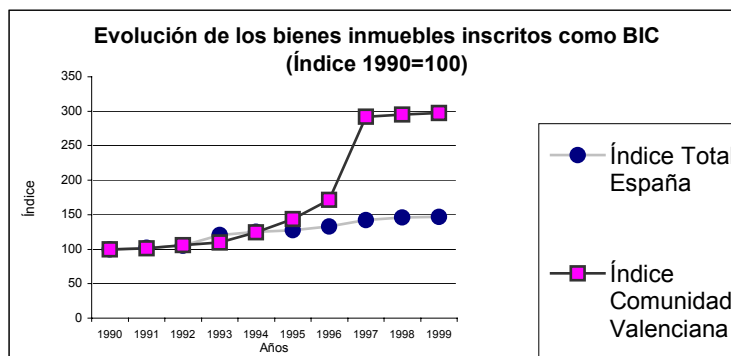
- Agenda Lápiz 2.000

Tampoco parece detectarse variación en las posiciones relativas en los últimos 10 años. Las galerías de arte valencianas en 1993 representaban el 12% del total nacional, la misma cifra que puede observarse en el año 2001. También entre 1994 y el año 2000 se ha pasado en la Comunidad Valenciana de 3,1 museos por 100.000¹⁸ habitantes (igual que la media nacional) a 3,9 (mientras que la media nacional alcanzaba sólo los 3,6). La protección del patrimonio inmueble, por el contrario sí que parece haber concentrado la atención a partir de 1995 como puede comprobarse en el gráfico siguiente, con un crecimiento notable de la inscripción de bienes inmuebles para declaración de Bienes de Interés Cultural. Así se ha pasado de 218 bienes inscritos en 1990 (el 2,4% del total nacional) a 648 (el 4,85% del total nacional)

Museos y patrimonio constituyen el vínculo más evidente entre cultura e impacto económico a través de la generación de flujos de visitantes, pero también constituyen los ladrillos sobre los que asienta la memoria colectiva y por tanto la cohesión social y el sentido de la pertenencia. Por ello hay que ser

¹⁸ Para este mismo índice Alemania cuenta con un 7,1, Italia un 6,3, Grecia un 2,2 y Portugal un 3,1

cuidadoso en la gestión de ambos objetivos para evitar que a través de la "tematización" de nuestro legado histórico lo estemos banalizando hasta el extremo de no servir como referente simbólico¹⁹



En el ámbito del arte contemporáneo el IVAM continúa siendo un referente indiscutible y concentra gran parte de la atención presupuestaria del gobierno autonómico²⁰. Al mismo tiempo se van consolidando también otros espacios, como l'Espai d'Art Contemporani de Castelló, y la política expositiva se ha diseminado por el territorio gracias a la articulación del Consorci de Museus. El problema del arte contemporáneo, en el que la Comunidad Valenciana podría tener algunas ventajas competitivas es que aún aportando elevado valor añadido simbólico al territorio, desde el punto de vista económico el impacto es reducido y además desde la perspectiva de los hábitos culturales continúa siendo uno de los sectores con mayores dificultades para atraer a públicos y por tanto la legitimación de la intervención pública resulta difícil ya sea

¹⁹ El ejemplo extremo sería Terra Mítica.

²⁰ El presupuesto para el IVAM en el 2002 es de 2.005 millones de pesetas un 14% más que en el año 2001. El número de visitantes del IVAM fue de 184.000 en el año 2000 y 210.000 en el 2001.

desde la argumentación de la "democratización de la cultura" como desde la visión más financiera.

6. El teatro y la música clásica.

El teatro y la música clásica, junto con las artes plásticas son las actividades culturales que en mayor medida visualizan el "contenido" cultural de un espacio territorial. Es por ello que muchas veces se habla de mayor o menor dinamismo en función de los parámetros que configuran a estas actividades. Desde el punto de vista cuantitativo real y de impacto sobre ocupación y renta, es evidente que estas actividades aportan contribuciones muy modestas frente a las industrias culturales convencionales.

Teatro.

La producción teatral valenciana.

La realidad de la producción del teatro profesional en la Comunidad Valenciana se compone de la producción pública y de un número relativamente reducido de compañías agrupadas²¹ en la AVETID²² que manifiestan una clara dependencia de la política de subvenciones del sector público en un doble sentido. Por una parte, aproximadamente una cuarta parte de sus ingresos provienen directamente de las subvenciones²³ y, por otra, su supervivencia viene condicionada por la participación en circuitos de exhibición públicos

²¹ En 1994 la AVETID agrupaba a 16 compañías y en el 2002 a más de 25, aunque algunas de ellas con actividad irregular. También habría que tener en cuenta a algunas compañías que no se incluyen en la asociación por su carácter jurídico, pero cuya actividad es altamente profesional como L'Horta Teatre.

²² Associació Valenciana d'Empreses de Teatre, Dansa i circ.

²³ En Rausell, 1999, página 282, se aportan algunos datos para principios de los años 90. En la actualidad la política de ayudas consiste en: a) Ayudas a la creación, b) Concertación, producción y giras de empresas de teatro, c) Ayudas para la producción y giras de empresas de danza, d) Mantenimiento de salas de exhibición, e) Ayudas a la formación e investigación f) Ayudas a entidades sin ánimo de lucro, g) Ayudas a proyectos de especial interés

(campañas del SARC, Circuit Teatral Valencià, Teatros Públicos). La estructura empresarial de la producción teatral no llega a dar el salto definitivo hacia la profesionalización tanto en los aspectos artísticos como de gestión (Bellvis, L., 2002) aunque ya hay un grupo importante de compañías con tasas de pervivencia empresarial bastante prolongadas. La política teatral, tan relevante para el modelo de funcionamiento del sector dada su inmadurez, prácticamente no ha variado en la última década y las subvenciones directas muestran una lánguida tendencia hacia el estancamiento.

Tabla 5. Ayudas de Teatros de la Generalitat (millones ptas)	98	99	00	01	02
a) Ayudas a la creación	2,4	2,4	2,4	2,4	2,4
b) Concertación, producción y giras de empresas de teatro y danza	125,0	159,0	177,6	162,1	161,9
d) Mantenimiento de salas de exhibición	0,0	6,0	7,0	6,0	6,0
e) Ayudas a la formación e investigación	6,0	7,0	8,0	8,0	5,0
f) Ayudas a entidades sin ánimo de lucro	9,0	13,0	16,0	16,0	16,0
g) Ayudas a proyectos de especial interés	7,6	7,6	9,0	9,0	7,6
Total	150,0	195,0	220,0	203,	198,8

Fuente: Teatros de la Generalitat.

En estos momentos (otoño 2002) se vislumbran una serie de cambios que pueden cambiar las circunstancias en las que se desenvuelve el sector desde el punto de vista de la producción. En primer lugar una serie de éxitos artísticos en los dos últimos años han ampliado la notoriedad y las fronteras limitadas de la producción valenciana y ya no resulta tan infrecuente observar a compañías valencianas en los principales centros de exhibición nacionales (Madrid y Barcelona). Por otra parte un difuso proyecto denominado la Ciudad del Teatro de titularidad pública, diseñado como espacio de formación, producción y exhibición en las antiguas instalaciones de Altos Hornos del

Mediterráneo del Puerto de Sagunto²⁴ pueden servir de catalizador para la consolidación integral de la actividad teatral. Finalmente también hay que destacar la presente discusión sobre la Ley del Teatro que cambiará el marco institucional de actuación.

La exhibición de teatro en la Comunidad Valenciana se articula alrededor de tres ejes: la exhibición de los teatros directamente gestionados por entes públicos como Teatros de la Generalitat (4 salas en Valencia y 1 en Alicante), o Diputaciones (programación de teatro infantil), la escasa exhibición privada muchas veces ligada a espacios gestionados por compañías de teatro, y la exhibición municipal en torno al Circuit Teatral Valencià. A partir de esta red de exhibición, de las aproximadamente 40.000 funciones anuales que se han celebrado en España de promedio en los últimos 3 años, más de 4000, de promedio, se han realizado en la Comunidad Valenciana, lo que supone un 10% del total²⁵, cifra que se corresponde con la magnitud poblacional del territorio. Sin embargo cabe matizar esta cifra, ya que si consideramos la segmentación entre teatro aficionado y profesional, podemos detectar que respecto al teatro profesional sólo se representan el 7% de las funciones a nivel nacional, mientras que en el caso del teatro aficionado este porcentaje supone más del 17%. Cifras que demostrarían una relativa especialización de la Comunidad Valenciana en la exhibición del teatro aficionado²⁶. La caída de espectadores de teatro profesional en el último año en el conjunto de España queda compensada en la Comunidad Valenciana por el notable incremento de espectadores de teatro aficionado.

²⁴ En Rausell y Carrasco (2000:a) se analizan las posibilidades y las virtudes del uso cultural del Patrimonio Industrial de Puerto de Sagunto

²⁵Fuente: SGAE(2002): Anuario SGAE 2002.

²⁶ Recientes experiencias como el circuito del café-teatro en la ciudad de València muestran las posibilidades de demanda del teatro aficionado de pequeño formato.

La exhibición y el consumo.

Tabla 6. Evolución de los espectadores de Teatro en la Comunidad Valenciana

(valores absolutos)			
	1999	2000	2001
España	9.736.735	10.294.020	9.643.094
Profesional	7.290.931	7.377.853	6.453.447
Aficionado	2.445.804	2.916.162	3.190.062
Com Valen	1.037.894	1.123.211	1.229.595
Profesional	649.090	487.346	593.527
Aficionado	388.804	635.865	634.998
(índices 1999=100)			
Año	1999	2000	2001
España	100	105,72	99,038
Profesional	100	101,19	88,513
Aficionado	100	119,23	130,430
Com Valen	100	108,22	118,470
Profesional	100	75,08	91,440
Aficionado	100	163,54	163,321

Fuente: Anuario SGAE 2002 y elaboración propia.

Recientes estudios sobre la demanda de teatro en Valencia muestran que, a pesar de la elevada deseabilidad social manifiesta sobre el teatro, sólo un 7% de la población muestra hábitos de asistencia teatral (Luna, 2002) y que las posibilidades de crecimiento de la demanda son mayores en ciudades medias (de 30.000 a 200.000) y pequeñas (menos de 5000) que en la grandes. Esto dibuja una situación en la que la oferta teatral básicamente ligada a las grandes ciudades puede estar desparramándose a municipios más pequeños y contribuyendo de alguna forma a la democratización del acceso y, por tanto, contribuyendo a la mejora de la calidad de vida de ciudadanos no residentes en áreas metropolitanas. El Circuit Teatral Valencià y otras experiencias similares (como las campañas del SARC) singularizan la experiencia valenciana en un marco donde los mercados están bastante fragmentados (por razones lingüísticas y por los costes de movilidad de las compañías). La opción del teatro valenciano, una vez

establecida con cierta dignidad la red de infraestructura física de exhibición, en estos momentos pasa por consolidar el sector de producción a través de ayudas públicas más imaginativas y abordar con mucha mayor información y mejor "fine tuning" políticas de estímulo de la demanda. La competitividad del sector así dependerá de razones ligadas a la creatividad y acierto de sus protagonistas y no de las deficiencias estructurales del sector.

Música Clásica.

La música es sin duda, y al margen de tópicos, el verdadero factor diferencial de la realidad cultural de la Comunidad Valenciana. La existencia de las Sociedades Musicales marca la diferencia en el ámbito de la formación y la práctica musical. La aparición de las Sociedades Musicales se remonta a mediados del siglo XIX y en muchos casos su existencia es fruto del esfuerzo asociativo de la parte más dinámica de la sociedad civil. Las consecuencias actuales de este fenómeno histórico, que se organiza federativamente a partir de los años sesenta, son en primer lugar la consolidación de una densa red de práctica y aprendizaje musical, convirtiendo la música en el hecho cultural con mayor grado de territorialización en la Comunidad Valenciana.

Según los datos que aparecían en el I Congreso de Sociedades Musicales, en los primeros años de la década de los 90 se estimaba un presupuesto global del conjunto de las Sociedades Musicales que no llegaba a los 900 millones de pesetas. En 1997 esta cifra alcanzaba los 3.500 millones de pesetas y en la actualidad podemos estimar que supera ampliamente los 5.000 millones de pesetas. Estas cantidades evidencian, en primer lugar, que las Sociedades Musicales tienen impactos económicos y de ocupación de dimensión relevante para el sector de la cultura en la Comunidad Valenciana, y en segundo lugar, que dicho impacto es creciente en el tiempo y que aún se encuentra lejos de sus límites. Esta importancia económica aún es mayor si consideramos el efecto multiplicador

sobre otras actividades e industrias vinculadas (edición musical, industria fonográfica, fabricación de instrumentos, formación musical, música en vivo de otros géneros) y toda la "economía gris" generada alrededor de las Sociedades Musicales. A pesar de estas apabullantes dimensiones la atención pública sobre el fenómeno oscila entre la indiferencia y la franca animadversión.

La oferta de música clásica al margen de las Sociedades Musicales se concentra en los auditorios con programación regular de las grandes ciudades (Valencia, Alicante, Castellón, Torrent, Alcoi..) y en los numerosos festivales. El resultado es una densa oferta de conciertos que suponen casi el 15% de media entre los años 1997 y 2001 del total de la oferta española, también el 15% de los espectadores, aunque sólo suponen el 5,6% de la recaudación, aspecto que demuestra que la provisión se hace en mayor medida que en el resto de España en circuitos subvencionados por el sector público o a través del "tercer sector" que constituyen las Sociedades Musicales.

Tabla 7. Conciertos, recaudación y espectadores de música clásica. Comunidad Valenciana y España. Promedio 1997-2001

Promedio 1997-2001	Comunidad Valenciana		
	España	Valenciana	CV/España
Conciertos	15.820	2.322	14,7%
Recaudación (euros)	28.664.553	1.617.677	5,6%
Espectadores	5.065.203	786.959	15,5%

Fuente: Anuario SGAE 2002 y elaboración propia.

La música reúne todos los rasgos relevantes para convertirse en elemento estratégico de la producción simbólica en la Comunidad Valenciana. Su carácter de código universal (y por tanto intercambiable con el resto del mundo), el ingente capital humano acumulado a través de la práctica y la formación musical, la excelente red civil y de infraestructuras de las Sociedades Musicales que llega a todo el territorio, la reducción de los costes de transmisión a través de la digitalización que permiten las nuevas tecnologías, la evidente conexión con elementos ligados a la configuración de la

identidad colectiva y el sentido de pertenencia, la robustez de la demanda interna de música ligada a los fenómenos festivos,... son suficientes argumentos para justificar una orientación estratégica de intervención basada en las capacidades competitivas del sector musical.

7. Política Cultural.

Si consideramos el conjunto del sector de la cultura y el ocio tal y como lo hacen diversos autores (García, Fernández, Zofio, 2001), parece ser que la participación del sector público en la generación de valor añadido y ocupación es relativamente modesta. De los datos disponibles para 1997, el sector público, en el conjunto de España, sólo aporta el 8% del VABpm y el 7,4% de los asalariados de la producción y ocupación cultural. En este contexto la Comunidad Valenciana se sitúa en una zona bastante intermedia (90% VABpm privado y 10% público, 7,8% de asalariados públicos), entre aquellas comunidades donde la participación pública queda muy reducida por el dinamismo de la generación privada de riqueza (Cataluña 4,3%, Madrid 1,6%, Aragón, 4,35%) y aquellas Comunidades donde la participación del VABpm del sector público supera el 14% (Andalucía, Castilla y León, Castilla la Mancha, Extremadura, Galicia). Sin embargo, estas cifras resultan engañosas respecto a la importancia de las políticas culturales en la articulación de los sectores y las actividades culturales y, más aún, en la configuración de los sentidos simbólicos de dicha producción y sus posibilidades de generar cohesión social y mayor calidad de vida. El sector público es sin duda uno de los principales demandantes y uno de los principales proveedores de infraestructuras de producción, exhibición, y distribución, sin las cuáles sería imposible el desarrollo de muchas actividades que, finalmente, constan como generadoras de VAB privado. Es por ello que la importancia de la política cultural trasciende a su dimensión estrictamente económica.

Para caracterizar la política cultural en la Comunidad Valenciana en primer lugar podemos atender a su dimensión presupuestaria, sobre la que podemos afirmar que se mueve,

en términos comparativos, en posiciones bastante modestas. Entre 1993 y 1997 (y las tendencias no han variado significativamente desde entonces) el gasto público se situaba en torno al 2,4% y 4,4% del gasto público total, adscribiendo la CV al grupo de CCAA que menor interés mostraban por las políticas culturales, junto con Andalucía, Extremadura, y Navarra (García, Fernández, Zofío, 2000). Si atendemos a los datos de gasto público per cápita la CV se situaba en 1997 alrededor de la media nacional (un poco más de 100 euros). De este gasto público total, aproximadamente una tercera parte corresponde a los gobiernos autónomos y otras dos terceras partes corresponden a las corporaciones locales (García, Fernández, Zofío, 2000).

Respecto al modelo de política cultural, podemos decir que en el ámbito de los ayuntamientos ha seguido una lógica estrictamente local y ni siquiera en los municipios más dinámicos se ha considerado a la política cultural como un elemento estratégico para el desarrollo territorial (Rausell et alii, 2002). El estilo por tanto, cuando en el mejor de los casos superaba el umbral de mero escaparate de las fiestas patronales, y de la construcción de infraestructuras básicas ha sido insuficiente para generar hábitos de consumo y demandas, o estructuras relativamente estables y autónomas de oferta. Sólo algunas experiencias como el Circuit Teatral Valencià o los programas y campañas del SARC han tenido cierto impacto sobre la regularidad en la programación y la profesionalización de la gestión por parte de los técnicos municipales.

Respecto a la responsabilidad de los gobiernos autonómicos, cabe decir que la política cultural "se construye" en el período de los gobiernos del PSOE-PSPV (1982-1995) a partir de dos ejes, la construcción extensiva de infraestructuras culturales y cierta "normalización" en la provisión de servicios culturales con modelos diversos según sean los sectores de intervención (veáse Rausell, 1999). En términos comparativos con otras CCAA y atendiendo a la atención presupuestaria recibida por cada sector, podríamos decir que el modelo valenciano muestra una querencia mayor hacia los museos (especialmente por el

peso del IVAM) y el teatro y un menor interés relativo por la arqueología y el patrimonio y la promoción del libro (Rausell, 1999, pág 361). Considerando que especialmente en la CV la cultura ha sido un factor importante de enfrentamiento ideológico entre los partidos mayoritarios²⁷, podemos observar que, paradójicamente, una de las políticas públicas más continuistas desde el giro conservador en la presidencia del gobierno autonómico, sea precisamente la política cultural²⁸. En cuanto al modelo global de intervención prácticamente no podemos encontrar ninguna novedad sustantiva que permita hablar de diferencias ni desde el punto de vista de los objetivos, ni de los instrumentos²⁹. Algunas grandes infraestructuras como la Ciudad de las Artes y las Ciencias en Valencia, la ciudad de la Luz en Alicante o la Ciudad del Teatro en Sagunto, o eventos (Bienal, Encuentro Mundial de las Artes) se encuentran aún en una nebulosa fase de concreción que dificultan la posibilidad de determinar si van a significar un cambio cualitativo en el marco de los sectores implicados o sólo se trata de iniciativas que, aún con vistosos impactos mediáticos, tengan escasa capacidad de afectar a la realidad. Lo que resulta evidente es que este tipo de actuaciones se enmarcan en un entorno de propuestas ocurrenciales que no

²⁷ PSOE de orientación socialdemócrata y Partido Popular de orientación liberal-conservadora.

²⁸ Respecto a la "querencia sectorial", podríamos decir que la política cultural del partido conservador, mantiene el interés por el arte contemporáneo y los museos, pero sustituye el teatro por patrimonio y muestra el mismo desinterés por el libro.

²⁹ Naturalmente esta afirmación debe entenderse como una necesaria simplificación para explicar la globalidad de la situación. Es evidente que alguna que otra experiencia como el Consorci de Museus sí que ha supuesto un avance notable en la territorialización de la oferta expositiva, que quedaba prácticamente concentrada en la ciudad de Valencia. También es de destacar, especialmente en las artes plásticas, el esfuerzo realizado para dar a conocer internacionalmente a autores valencianos.

responden a ningún tipo de planificación estratégica³⁰. Desde el punto de vista normativo las nuevas leyes que regulan el funcionamiento de los sectores culturales (Ley de la Música de 1998, Ley del Patrimonio 1998 o Ley del Teatro en fase de discusión) no necesariamente tienen impacto transformador si no se las dota de los textos reglamentarios correspondientes y de asignaciones presupuestarias suficientes, como ha sido evidente en el caso de la Ley de la Música cuyo impacto hasta el momento ha sido "externalizar" a través de un organismo autónomo (Instituto Valenciano de la Música) la anterior limitada política desarrollada desde el Servicio de Música de la Conselleria de Cultura³¹.

Por otra parte, y en general, se puede hablar de una maduración de las políticas culturales, fruto en parte de una notable especialización y profesionalización de los recursos humanos destinados a la gestión cultural pública, pero aún así seguimos en un "estilo de política pública" donde ya se ha alcanzado cierto grado de consenso sobre los valores y los objetivos pero cuyo grado de certeza sobre los medios, los hechos y el conocimiento son muy débiles³². La ausencia de estudios, fuentes estadísticas normalizadas y en general de mecanismos y sistemas de evaluación de las políticas culturales hace que el debate social se limite a la discusión sobre

³⁰ Un ejemplo, aunque anecdótico, evidente de esta circunstancia, es que ya se haya puesto la primera piedra para la construcción de la Ciudad de la Luz de Alicante y en cambio no se ha acabado el libro blanco sobre el audiovisual valenciano que es el sector sobre el que se supone que tiene que afectar la intervención.

³¹ El mismo análisis cabría hacer para el creado Instituto Valenciano de la Cinematografía.

³² Es el estilo decisorio que Meny y Thoening denominan pragmática y en el que se recurre a los supuestos expertos de prestigio (véase en nuestro caso a Irene Papas, Berlanga, ect.), se utiliza el empirismo para el desarrollo de las actuaciones (se hace lo mejor que se puede) o se desarrollan variantes estratégicas. Meny, I., Thoening, J.C(1992): *Las políticas públicas*. Ariel Madrid

actuaciones muy concretas³³ o se dirima en el espacio de los discursos grandilocuentes y de fácil consenso pero huecos de actuaciones, compromisos y verificaciones.

8. A modo de conclusiones.

La dimensión de las actividades de la producción simbólica se encuentra en la Comunidad Valenciana en un limbo incómodo. Por una parte, estructuralmente responde, gracias a la situación de Valencia, a las condiciones de una "gran ciudad" y disfruta, por tanto, de algunas de las ventajas que suponen las economías de aglomeración en el ámbito de la creación, producción y consumo cultural. Sin embargo, la distancia (en términos de dimensiones) a los grandes centros de producción nacional como Madrid y Barcelona ejercen un papel seriamente limitativo y de subordinación, especialmente patente en el marco de las industrias culturales. Aunque a corto y medio plazo resulte inviable alcanzar dichos niveles, sí que habría que pensar en opciones estratégicas que permitieran el salto que nos aproximara a los de cabeza y nos despegara del pelotón. Observar cuáles podrán ser los nichos de especialización que pudieran permitir establecer redes de complementariedad con los grandes centros españoles o europeos puede ser una vía posible.

Desde el punto de vista sectorial el sector del arte contemporáneo puede ser importante ya que aunque sus efectos a nivel interno resultan limitados, sí que genera el suficiente prestigio para mejorar las condiciones de negociación en la lucha por las jerarquías espaciales.

La competitividad de las raquílicas industrias culturales (edición y audiovisual) sólo puede plantearse a partir de decididas, acertadas y bien dotadas intervenciones del sector público. La propuesta de la Ciudad de la Luz puede que sea de estas características, sin embargo, nos preocupa que la ligereza

³³ Resulta paradigmático que la actual oposición ciudadana a la política cultural del partido conservador se articule a través de una plataforma que trata de evitar el traslado de un claustro renacentista.

del proceso y que su ubicación en la ciudad de Alicante cuestione de alguna manera la capitalidad de la ciudad de Valencia en un espacio donde ya las capitalidades (tanto las provinciales como la autonómica) tan necesarias para la competitividad de la producción simbólica, se expresan de formas muy débiles.

La música, por el contrario, debiera a nuestro entender convertirse en elemento central de la atención colectiva como opción estratégica en la articulación del sistema de producción cultural en la Comunidad Valenciana, planteando claramente como objetivo el "*sorpasso*" en el ámbito de la oferta de música de bandas y sinfónica a nivel nacional, pero también a medio plazo en actividades conexas como la edición de partituras, producción fonográfica de determinados segmentos, fabricación de instrumentos, música en vivo de Jazz, la formación de alto rendimiento,...

Respecto a la dinámica territorial interna hay que afirmar que la democratización del acceso a la cultura y la mejora de la calidad de vida de los ciudadanos pasa por consolidar los sistemas culturales de tercer y cuarto orden para que las posibilidades de consumo y práctica cultural de calidad sea accesible a aquellos que no habitan en las áreas metropolitanas. La estructura de red y la lógica supralocal deben imperar para potenciar las ciudades medias de la Comunidad Valenciana.

Finalmente, al analizar la responsabilidad de las políticas culturales podemos decir que prácticamente no ha habido cambios sustanciales en la transición entre el gobierno socialdemócrata al conservador, cuestión que por una parte ha permitido a los agentes del sector moverse en un entorno más o menos estable, pero por otra parte, y desde nuestra apreciación, se ha perdido, durante al menos el último quinquenio, la posibilidad de articular políticas de mayor calado y profundidad y con mayor conocimiento de las intervenciones y sus efectos. La mayor maduración del sector cultural exigía también una mayor profesionalización de las políticas culturales, no sólo sus aspectos técnicos y de recursos humanos (como así

ha ocurrido) sino, y principalmente, en la elaboración de los objetivos y la evaluación de la eficiencia de sus instrumentos. Prácticamente en el 2002 contamos con los mismos sistemas de información sobre el funcionamiento de los sistemas culturales que en 1992, el mismo desconocimiento sobre las relaciones entre causas y efectos y los mismos estilos de decisión y construcción de las políticas culturales...quizás hasta una década perdida en las posibilidades de afectar al entramado que configura nuestro sistema de producción simbólico, en un momento que deviene en un factor estratégico para la definición de la competitividad de los territorios a medio plazo.

Bibliografía

1. Bellvis, Luís (2002): "Análisis de la situación de las empresas productoras de teatro y danza en la Comunidad Valenciana". Informe Nimeo.
2. Carrasco, Salvador (2000): Análisis factorial aplicado a indicadores culturales de la Comunidad Valenciana: Estructura, tipologías y potencialidades de los municipios. Tesis Doctoral, Departamento de Economía Aplicada.
3. Carrasco, Salvador y Rausell, Pau. (2001): "La provisión de cultura en España desde una perspectiva del análisis regional". Información Comercial Española: Revista de Economía nº 792.
4. Cuadrado, M; Frasset, M; Molla, A (1998): "Segmentation of Performing Arts Audiences. An Empirical Study". Proceedings of Tenth International Conference on Cultural Economics, Barcelona.
5. Frey, B.S Y Pommerehne, W.W. (1989): Muses and markets. Explorations in the Economics of the Arts. Oxford, Basil Blackwell.
6. García, M^a Isabel et alii. (2000): La industria de la Cultura y el Ocio en España. Su aportación al PIB (1993-1997). Madrid. Fundación Autor.

7. GRP consultores (2002): El Sector Audiovisual de la Comunidad Valenciana: situación, dimensiones y perspectivas. Documento de Síntesis.
http://www.portaveu.gva.es/radiografia_audiovisual.htm
8. Luna, Roberto (2002): "Informe sobre los hábitos de consumo de teatro en la ciudad de Valencia". Documento de síntesis presentado a la prensa. Nimeo pendiente de publicación.
9. Meny, I., Thoeneing, J.C (1992): Las políticas públicas. Ariel Madrid.
10. Ministerio de Educación Cultura y Deporte (2002): Las cifras de la cultura en España. Estadísticas e indicadores. Secretaría general Técnica. Madrid.
11. Rausell, Pau (1999): Políticas y sectores culturales en la Comunidad Valenciana. Tirant lo Blanch. Valencia.
12. Rausell, Pau y Carrasco, Salvador (2000:a): "El patrimoni industrial de Sagunt: un factor possible de desenvolupament territorial", en Reconversión y Revolución. Universitat de València. Valencia .
13. Rausell, Pau y Carrasco, Salvador. (2000:b): "La relevancia de les Societats Musicals i la cultura en el desenvolupament territorial del Camp de Turia". Mirades al Camp de Turia Nº 2.
14. Rausell, Pau et alii (2002): Cultura: factor estratègic per a les Comarques Centrals. Xarxa d'Institucions d'Estudis Comarcals (XIEC). Gandia
15. Rausell, Pau y Estrems, Jose Antonio (1999): "Una aproximación económica a las sociedades musicales". Revista de Economías Pública, Social y Cooperativa, nº 31. Junio de 1999.
16. SGAE (2000): Informe Sgae sobre hábitos de consumo cultural. Fundación Autor. Madrid.
17. SGAE (2001): Anuario de las Artes Escénicas, Musicales y Audiovisuales. Fundación Autor. Madrid.
18. SGAE (2002): Anuario de las Artes Escénicas, Musicales y Audiovisuales. Fundación Autor. Madrid

ÍNDICE

I. PRÓLOGO.	1
II. AVISOS DEL AUTOR.	5
ECONOMÍA Y CULTURA. UNA PAREJA DE HECHO.	9
III. EL CINE.	15
LA GUERRA DEL CINE.	16
IV. TELE Y LIBROS.	21
TELEBASURA, CANAL 9 Y LAS PREFERENCIAS VERGONZANTES	21
RETÓRICAS DE LA TELEFOBIA.	25
LA ENDIABLADA ESENCIA DE LA AUDIENCIA.	29
ELEGIR EL PRESENTE.	32
DE TELEVISIÓ.	34
LLARGA VIDA AL LLIBRE, O LLEGIR NO CURA.	36
"ESCRITORES-ESCRITORES" Y PLAGIOS.	39
V. PATRIMONIO.	43
LA BATALLA DE SAGUNTO.	44
DE SID BONO, EL TEATRO ROMANO Y EL BIEN PATRIMONIAL.	47
EL PATRIMONI INDUSTRIAL DE SAGUNT: UN FACTOR POSSIBLE DE DESENVOLUPAMENT TERRITORIAL.	51
VI. MÚSICA Y TEATRO.	65
COMEDIANTS I COMEDIATS.	65
LA CIUDAD DE LOS PRODIGIOS.	67
LLENAR TEATROS.	70
A TENOR DE LA ÓPERA.	73
ECONOMETRÍA I TEATRE?	76
VII. POLÍTICA CULTURAL, EQUIPAMIENTOS Y INSTITUCIONES	81
PAISAJES Y PERSONAJES DE LA CULTURA.	81
POR UNA POLÍTICA CULTURAL (II).	84
DE LA COPA AMÉRICA A CACSA Y TVCB. UN RECORRIDO POR LA VALENCIA OPACA.	87
TROYA BECKETT Y LOS INTERESES.	90
EL PROBLEMA DE HELENA.	93
HELENA SIN PROBLEMAS.	97
VÉRTIGOS DESDE EL AREÓPAGO.	100
CULTURA UN MODELO ESTRATÉGICO.	103
CONSELL VALENCIÀ DE CULTURA.	106

POLÍTICA CULTURAL, VIDEOJUEGOS Y MOBY DICK.	108
CULTURA BARATA CULTURA.	111
IVAM: LA CALDERILLA QUE SE NOS ESCURRE POR EL SOFÁ.	114
EVENTOS.	117
VIII. LENGUA Y OTROS	121
ECONOMÍA DE LA LENGUA.	121
¿PROFESOR VIRTUAL?.	123
IX. SECTORES CULTURALES Y TURISMO CULTURAL	127
VALENCIA, LA CULTURA EN LA DEFINICIÓN DEL DESTINO TURÍSTICO.	127
CULTURA Y PRODUCCIÓN SIMBÓLICA EN LA COMUNIDAD VALENCIANA. UN ANÁLISIS SECTORIAL E IMPLICACIONES TERRITORIALES.	143