

Valencia desde la Huerta al Ocio.

Pau Rausell Köster.
Universitat de València

1. Introducción.

Numerosa literatura, desde Touraine y Bell o Toffler en la década de los sesenta y setenta hasta las aportaciones más recientes de Castells, o Rifkin constatan, entre otras muchas cuestiones, la creciente importancia de la "dimensión simbólica" como atributo de los bienes, los territorios o de los propios grupos humanos. Algunos autores denominan a este nuevo marco de relaciones entre los significados, los territorios, los agentes económicos y los individuos como *capitalismo cultural*

La hipótesis del capitalismo cultural es aquella que nos indica que los procesos de generación de riqueza (y consecuentemente su distribución) se están ubicando con mayor intensidad en la producción de bienes simbólicos –entre ellos los culturales - frente al modelo del capitalismo industrial/comercial, donde el origen principal de creación de riqueza se asentaba en la producción de bienes tangibles. En términos periodísticos, uno de los principales autores de dicha hipótesis, J. Rifkin escribía ya en el año 2000

"- Una gran transformación está ocurriendo en la naturaleza del capitalismo. Después de centenares de años de convertir recursos físicos en mercancías, como fuente primaria para generar riqueza, ahora implica el transformar recursos culturales en experiencias personales y entretenimiento de pago. [...]El viaje del capitalismo está terminando en la mercantilización de la cultura humana en sí misma [...]"

Hay que advertir que toda prospectiva social que anuncia el advenimiento de nuevas eras contiene siempre ciertas dosis de exageración y plantea habitualmente una versión paradisíaca y otra apocalíptica. Como se puede intuir, la versión paradisíaca se plantea en el sentido de que por fin el ámbito simbólico es el aspecto central de las relaciones humanas, incluidas las comerciales y que nos acercamos a un tiempo en el que los seres humanos podrán dar rienda suelta a su capacidad creativa, comunicativa y encima el mercado les recompensará por ello. La versión infernal apunta a los riesgos de que:

"cuando la cultura es absorbida por la economía, sólo las relaciones culturales que pueden ser convertidas en comerciales serán patrimonio conjunto de la sociedad. La cuestión crítica en esta nueva Era del Acceso es si la civilización puede existir cuando, cada vez más, nuestras relaciones de experiencia al margen de la familia, se convierten en experiencias de pago"

Independientemente de que nos precipitemos al paraíso o al infierno, lo que sí muestra ciertos visos de plausibilidad es que nos encontramos ante una deriva que efectivamente nos apunta, al menos, a una creciente centralidad del conjunto de los bienes simbólicos en la articulación de las relaciones entre agentes económicos, sujetos y territorios. De esto hablan las teorías sobre la sociedad de la información y el conocimiento. Y que si bien puede que no signifiquen un cambio de paradigma en constitución esencial del capitalismo, sí nos indique que los científicos sociales tienen que prestar mayor atención a aquellos fenómenos relacionados con la creación, la producción, la distribución, el consumo y la conservación de bienes y servicios simbólicos.

Lo que resulta relevante en este nuevo entorno, **no son las características físicas o funcionales** de las cosas/espacios/personas, **sino sus significados**. Uno de los efectos de esas transformaciones tiene que ver con el redimensionamiento de las escalas físicas y la reordenación de las relaciones entre los espacios geográficos/políticos tradicionales. En este contexto "la ciudad" tiene unos atributos perfectos para convertirse en un contenedor de significados y en consecuencia en este nuevo marco adquiere una centralidad creciente.

2. Ciudad y Cultura.

La gestión de las urbes es, por tanto, en un complejo ejercicio que trata de fijar en un mundo móvil y acelerado todas las dimensiones que tiene que ver con:

- la circulación de relaciones que se establecen entre la ciudadanía representada y participante. (ciudad vivida)
- la ciudad como espacio de producción y generación de valor añadido (ciudad como unidad de producción)
- Y la ciudad como vórtice de consumo y atracción de flujos. (ciudad como espacio de consumo y distribución)

Y todo ello en un marco donde todos los demás ciudades se mueven también en búsqueda de nuevas especializaciones competitivas (marco dinámico). Y estas estrategias no son meramente económicas sino que tienen que ver con la manipulación de la dimensión simbólica y la construcción de identidades (Yeoh, B. 2005, Paul, D. 2004) lo que incluye la construcción de proyectos emblemáticos como parte de la regeneración cultural de la ciudad; estrategias de producción basadas en el desarrollo del sector de las industrias culturales y estrategias de consumo a través de la promoción y creación de la imagen de la ciudad ("city marketing"). A pesar de que convertirse en una ciudad global se ha constituido en uno de los elementos fijos de las agendas de las ciudades, la literatura científica tiene dificultades para identificar los rasgos que definitivamente convierten a una ciudad en una urbe global. Lo que sí resulta meridianamente claro que el discurso sobre el imaginario urbano, deviene en un elemento central, entendido como un conjunto de representaciones coherente, basado en la historia y que viene delineado por la arquitectura, el diseño urbano, el arte producido por sus habitantes y las imágenes y los discursos de la ciudad y sobre la ciudad que se han visto u oído en películas , revistas, televisión u otras formas de medios de comunicación

En este contexto la globalización empuja a las ciudades a un entorno competitivo donde ya no sólo han de ejercer de líderes espaciales de sus hinterlands sino que han de competir por nuevos ciudadanos, nuevos valores añadidos, fondos públicos, inversiones del capital en permanente movimiento, infraestructuras de conexión física o simbólica y eventos que singularicen y focalicen la atención del mundo durante un período concreto. Esta atención no sólo se muestra en el ámbito de los líderes urbanos sino también en el marco académico obras como *The creative city* de Charles Landry o *Cultural Planning, an urban renaissance?* de Evans o *Urban Competitiveness: Policies for Dynamic Cities* de Beeg confirman también que la cuestión se incorpora en el entorno de la divulgación y aparece el lema, más o menos periodístico de que el siglo XXI será el siglo de las ciudades

A pesar de que convertirse en una ciudad global se ha constituido en uno de los elementos fijos de las agendas de las ciudades, la literatura científica tiene dificultades para identificar los rasgos que definitivamente convierten a una ciudad en una urbe global. Como refiere

Darell, E. Paul (Paul, 2004, p.572). diversos autores enfatizan diversas características internas de la ciudades globales como ser centros de corporaciones multinacionales, centros financieros, centros de producción de servicios avanzados y productores de espectáculos globales. Trabajos más recientes acentúan aquellos aspectos relacionados con los flujos entre espacios, especialmente a la conectividad entre las propias ciudades. Así que nos encontramos en un entorno en el que existe un elevado grado de consenso, desde el punto de vista de los objetivos de las políticas urbanas para acceder a la liga de las ciudades globales, pero un elevado grado de desconocimiento sobre los conceptos, los medios y las herramientas para conseguirlo¹.

Cuatro dimensiones han de convertirse en atributos casi ineludibles en esa carrera hacia la competitividad urbana (Jensen, O.B. 2005). La ciudad del conocimiento y la formación, la ciudad emprendedora, la ciudad del ocio y la calidad de vida y la ciudad culta y creativa.



Adaptado de Skot-Hansen, D. (2005)

La racionalidad de las políticas culturales urbanas (véase gráfico) encaja con bastante precisión con estos nuevos requerimientos de las ciudades. La primera dimensión, la relacionada con la ilustración es la dimensión que conecta con los primeros desarrollos del concepto de cultura. Cultura es aquello que cultiva el espíritu y que avanza al individuo en su propio recorrido como ser humano. La cultura por tanto es el medio para el autoconocimiento, cubre

además parte de las necesidades afectivas y expresivas y posibilita la profundización cognitiva a través del arte. Esta dimensión en consecuencia justifica la intervención pública para que los ciudadanos se "encuentren" con las expresiones artísticas ya sea como practicantes o como consumidores/usuarios. Pero también cabe hablar de pensamiento conocimiento e innovación que constituyen los inputs del procesos de cambio social y económico

El fortalecimiento social tiene que ver con la capacidad de la dimensión simbólica de constituirse en la argamasa social que permite proyectos conjuntos. En este sentido cultura es más entendida como aquel conjunto de significados, prácticas y expresiones compartidas de un colectivo social. Los tres primeros atributos que aparecen en el gráfico (identidad, inclusión y cohesión) son los más convencionales y suponen que expresiones comunes fortalecen identidades comunes y por tanto favorecen la inclusión y la cohesión de la comunidad. La última característica (diversidad) es más sobrevenida ante la conformación de ciudades multiculturales y consiste en la idea que todas las formas de expresión cultural deben ser consideradas equiparables, de manera que grupos sociales diferentes como mujeres, trabajadores, minorías étnicas o lingüísticas, homosexuales, etc... mejoran sus oportunidades si tienen ocasión de reafirmar sus propias prácticas culturales dentro de marcos organizativos provistos por las ciudades. Además esta circunstancia otorga valor añadido al espacio urbano pues deviene un espacio tolerante, con capacidad de adaptarse y promover la innovación social.

¹ Parece que el proceso consiste en que a través de la manipulación de los usos del suelo, las orientación de las inversiones de capital así como la re/creación de la imagen se trata de construir la manifestaciones físicas de las cualidades de la ciudad global, para después impregnarlas de festivales culturales, eventos deportivos, edificios, jardines, plazas, incluso barrios enteros con significados simbólicos nuevos.

Quizás la dimensión menos clara sobre las responsabilidades públicas sea la relacionada con la diversión. En un primer momento parece que no constituya un objetivo claro de las políticas públicas. Sin embargo en la práctica se ha convertido en un objetivo explícito en el marco de es capitalismo cultural que describe Rifkin. El vector de la diversión y el juego aparece con gran claridad en los centros culturales (museos, auditorios, bibliotecas) donde la experiencia divertida se construye a partir de las nuevas demandas de públicos que no quieren sólo discurso serios y académicos. Naturalmente las críticas a esta dimensión tiene que ver con la espectacularización de la oferta cultural o su tematización y los riesgos de banalización y frivolidad.

Finalmente el más prosaico de los vectores tiene que ver con el impacto económico de la cultura. La cultura, como sector económico tiene una serie de ventajas que lo hacen especialmente atractivos para orientar la especialización productiva de las ciudades. Se trata de un sector emergente con demandas que crecen, en términos generales, a tasas superiores a la media del resto de los sectores productivos, por otra parte es intensivo en trabajo y en general poco depredador de recursos naturales. Algunos estudios incluso llegan a afirmar en el sector de la cultura, los trabajadores muestran unos niveles de satisfacción laboral percibida muy superior a otros sectores productivos (Towse, R., 2001). Los estudios de impacto económico han mostrado -algunas veces con excesivo entusiasmo, (Puffelen – 1996-, Baró y Bonet –1997-), con evidencias claras el efecto multiplicador de los equipamiento, y eventos culturales sobre la economía de las ciudades.

Reestructurando los conceptos de otra manera, podemos decir que la dimensión cultural, entendida de manera integral y transversal tiene que ver con tres vectores esenciales como atributos de la "ciudad global"; a) el primero relacionado con la competitividad económica, cada vez más ligada a la conectividad, la innovación, la investigación, la calidad del capital humano, la creatividad y la difusión del conocimiento, así como sus formas permeabilización social a través de la penetración de las nuevas tecnologías. b) Un segundo vector relacionado con la marca cultural de la ciudad, en sentido restringido que se refiere a la oferta de equipamientos y eventos, los modos de vida, la arquitectura, la calidad de los entornos urbanos, el diseño etc.. c) Y finalmente un tercer vector relacionado con los modos de articulación social entre las redes de agentes que definen a una ciudad, es decir el su estilo de "governance" urbana así como su propio modelo de planificación ciudadana.

Algunos ejemplos evidencian que es posible avanzar en alguna de estas direcciones, al mismo tiempo que se muestran notables carencias en otras².

² *Barcelona has become widely seen as a model of economic recovery. But it should be understood that its achievements have been in the field of urban renaissance. Since entry into the European Union, Barcelona leaders have pursued a long-term strategy starting with the Olympics, to capitalise upon its strategic location, cultural and environmental advantages, starting with the Olympics, which were used creatively to reconstruct much of the physical environment of the city and transform its international image. Clear political leadership and a sophisticated planning strategy have achieved a great deal.*

However, a recent internal review of Barcelona listed its strengths as: experience of transforming physical infrastructure; managing prestige projects; the quality of its architecture; its city centre; the wealth of design specialists; its cultural achievements; its international connections; its sophisticated urban planning system. These are clearly true. But it was also recognised in the strategic review that in terms of hard edged competitiveness, the city remains some way behind the heavy hitters of northern Europe. GDP is lower. Productivity levels are lower. Innovation levels are lower. Educational levels are lower. ICT facilities are not that well developed. Banks are conservative and venture capital is not readily available. Despite the size of student numbers, universities do not well serve the needs of the local economy. The city has maximised its assets and achieved what it could in the areas of urban renaissance. But it has much more to do to improve its economic competitiveness.

Informe de Office of the Deputy Prime Minister(2004)

3. La cultura como atributo de Valencia.

No cabe ninguna duda que la ciudad de Valencia ha sufrido un potente proceso de *re/imagineering* desde el inicio de los primeros ayuntamientos democráticos desde finales de los años 70. Es evidente que ese proceso se puede rastrear en términos históricos y que la imagen de la ciudad transita por diferentes metáforas a lo largo de los siglos (Boira, J. V. 2003), pero parece que la literatura identifica en estos últimos años un proceso de reposición de la ciudad en relación a Europa y en definitiva al conjunto del mundo. La utilización de elementos simbólicos y culturales para la reescritura de la imagen de la ciudad ha sido determinante durante todo este proceso, en el que pueden distinguirse 4 fases diferenciadas.³

79-85. El periodo racional. Que la ciudad funcione. Pensemos la ciudad.

Los primeras preocupaciones de los ayuntamientos democráticos consisten en hacer funcionar la ciudades a partir de una conceptualización contemporánea y acorde con la extensión de los requerimientos del incipiente desarrollo del modelo del Bienestar. Este es el caso, también de la ciudad de Valencia que se orienta a la creación de dotaciones básicas. Desde el punto de vista del pensamiento estratégico cabría destacar en este período el encargo del diseño del Cauce del río Turia (1982) y el esbozo de una política de liderazgo simbólico en el marco mediterráneo. Sin embargo no será hasta el período posterior cuando se consoliden estos primeros esbozos. En consecuencia los “hitos” que marcan el período son:

- PGOU. Ejecución del Jardín del Turia. La redacción y aprobación del primer PGOU⁴ de la democracia y la incorporación del antiguo cauce del río Turia como espacio ajardinado suponen la asunción de cierta racionalidad integral en el dominio de la conceptualización de la ciudad
- Palau de la Música.(1987). La construcción del Palau de la Música en el Jardín del Turia, representa la primera apuesta de envergadura sobre el papel que han de jugar los contenedores culturales en la definición de la imagen de la ciudad, optando por un modelo de recuperación de espacios para las manifestaciones culturales englobadas en la “alta cultura” y que suponía adaptarse al canon de las ciudades medias europeas
- Mostra de cinema de la Mediterrània (1979), Trobada de Música, Encontre d’escriptors. Todas estas acciones de programación cultural intentaban delimitar y reforzar el liderazgo simbólico en un espacio muy determinado como es el espacio del Mediterráneo. De manera aproximada se puede decir que los “policy makers” de la ciudad optan por acotar una “liga menor” frente a la jerarquía de las grandes ciudades europeas pero que por su potencia simbólica pudiera incluso visibilizar a la ciudad también en esas ligas mayores.

³ Naturalmente las referencias concretas a los años son discrecionales y no implican que los procesos descritos en cada una de las fases se manifiesten o se agoten exactamente dentro de la periodificación descrita

⁴ En 1987 se aprueba el Plan General de la Ciudad que determina los rasgos básicos de la ciudad. A partir de la aprobación definitiva por la Generalitat Valenciana del PGOU de la Valencia se abre un período de reordenación de la ciudad. Se inician proyectos como el ajardinamiento del antiguo cauce del río Turia, el Palau de la Música, el plan de rehabilitación del casco antiguo (Plan RIVA), se proyecta la tranviarización parcial, el soterramiento de vías de RENFE y la construcción del Parque Central con el desplazamiento de las playas de estacionamiento de RENFE, la Avenida de Francia, y un largo etcétera que terminan con la propuesta del Gobierno socialista de construir un área al sur de la ciudad denominado la Ciudad de las Ciencias. (Puncel, 1999).

Los factores que explican la dinámica de esta primera fase pueden rastrearse en los siguientes elementos:

- El liderazgo de un alcalde ilustrado
- La decantación de una trayectoria proyectiva que puede rastrearse desde finales del XIX y que se acelera por los desafíos de la *Riuà* y sus soluciones posteriores.
- La movilización de un grupo importante de la sociedad civil que está bregada en la conquista de la democracia.
- La necesidad imperiosa de ordenar una ciudad en un entorno ilusionante y que exige el desarrollo de ciertos niveles de Estado del Bienestar.

Por otra parte los factores que agotan dicha fase pueden ubicarse en:

- La transición entre la planificación y la ejecución exige elevados niveles de gobernanza y la gestión de la complejidad es costosa.
- Evidente desencuentro entre el Ayuntamiento y la Generalitat.
- Cierta institucionalización desmovilizadora de la ciudadanía activa.
- Movilización de las fuerzas contrarias al proceso racionalizador (batalla de Valencia)

El inicio de la Valencia casual. El asalto hacia la modernidad (1985-1991).

En estos primeros períodos de análisis, en la ciudad de Valencia no es posible encontrar un factor determinante que demandara imperiosamente la transformación de la ciudad. A mediados de los años 80 nos encontramos con una ciudad media sin graves problemas ni funcionales ni productivos que determinarían la agenda. Lo novedoso resulta del hecho del acceso de una nueva élite política al poder local (desde finales de los años 70) y al poder del gobierno regional (1982). Esta nueva élite está constituida por una joven generación que proviene principalmente de la Universidad y con influjos intelectuales del fusterianismo. Dicha generación acomete un salto hacia la modernidad tratando de soslayar y superar la imagen de ciudad ensimismada del Levante feliz y feraz y de base rural, que difícilmente ejerce la capitalidad simbólica de su espacio regional y referenciada en la iconografía de finales del Siglo XIX. (Blasco Ibáñez, Sorolla, La Huerta y la Barraca).

Los factores contextuales que explican la deriva de esta segunda fase pueden rastrearse en:

- Liderazgo de la Conselleria de Cultura. Al contrario que en la fase anterior y derivado del conflicto de poderes entre el ayuntamiento de Valencia y el Gobierno Regional, se puede decir que el liderazgo en la definición del contenido simbólico de la ciudad lo protagoniza el Gobierno regional con los proyectos del IVAM y la Ciudad de las Ciencias.
- Fase económicamente expansiva. A finales de los años 80, la economía española vive una notable fase expansiva que permite mayores alegrías presupuestarias y en consecuencia posibilita que se preste atención a grandes proyectos de infraestructuras culturales
- La perspectiva del 92. Los eventos del 92 marcan un horizonte esperanzado sobre las posibilidades de que dichos eventos tengan la posibilidad de transformar los grandes espacios urbanos españoles

- El agotamiento de la “gestión participada”. El modelo de gestión más abierto que deriva de la lucha por la democracia se reconvierte en otro más replegado sobre sí mismo y con una mayor componente tecnocrático

El cambio de grado, en el marco de la orientación de significantes de la ciudad se puede focalizar en la creación del Instituto Valenciano de Arte Moderno (IVAM), cuya génesis tiene un carácter meramente casual (véase Rausell, 2001) y que representa el gran salto de la ciudad huertana hacia el sueño ilustrado de la alta cultura representado en el arte moderno.

También cabe ubicar en esta estrategia la apuesta a principios de los años 90 por el proyecto de la Ciudad de las Ciencias y la torre de Telecomunicaciones⁵ que a parte de otras dimensiones significaba la apuesta por “producir” nuevo patrimonio urbano, frente a la alternativa de revalorizar el patrimonio existente concretado en el riquísimo casco histórico del centro de la ciudad

En consonancia, la acción pública muestra escaso interés y atención tanto a las manifestaciones de la cultura popular (fallas, música de bandas, toros, actos religiosos) como a la dimensión del patrimonio histórico más convencional. El problema de esta estrategia sentida (más que formulada) proviene de la minusvaloración de la reacción de las poderes desplazados que se resisten ante este posicionamiento muy ilustrado (con todas sus connotaciones positivas y peyorativas) con una verdadera batalla cultural sobre símbolos, formulación de identidades usos lingüísticos y referentes iconográficos. La manifestación de esta virulenta repulsa genera una fractura cultural que prácticamente perdura hasta hoy mismo.

Los resultados de esta primera fase cabe identificarlos en cierto “extrañamiento ciudadano”, que no conecta con esta visión proyectiva de la ciudad, a pesar de que el planeamiento está claramente orientado “erga intra” y hacia los residentes.

⁵ El proyecto de la ciudad de las Ciencias es un proyecto que se gesta a mediados de los años 80 bajo la iniciativa pública de la Generalitat Valenciana, en el periodo 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. Para ello se creó una empresa pública denominada VACICO (Valencia Ciencia y Comunicación S.A.). 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 en Poitiers 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 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 metros 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 Alambra en Granada” [sic].

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

- 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.
- 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
- Regenerar el espacio urbano de una amplia zona de la ciudad.
- Aportar una imagen de modernidad que articulara el “city marketing” de Valencia

Los recursos invertidos en el "capital cultural" urbano sólo pueden ser rentabilizado de manera muy parcial. El impacto económico, a través de los flujos turísticos, la reordenación urbana o la actividad de los sectores ligados a dicho capital, o los efectos sobre la cohesión cultural social son muy limitados.

Lo que sí resulta cierto es que Valencia entra a participar en algunos circuitos culturales internacionales de primer orden (arte contemporáneo, programación musical), y algunos otros de segundo nivel (cine).

El agotamiento de dicho planteamiento se materializa con la pérdida electoral de la gestión de la ciudad de Valencia en 1991, y el ascenso de un partido regionalista como Unión Valenciana que significa la materialización electoral de cierta corriente popular que se había sentido excluida desde punto de vista simbólico en ese tránsito de la socialdemocracia local

El período de tribulaciones (1991-1995). Hegemonía política de la derecha (1995-2003). Del sueño de a alta cultura a la cultura rutilante

En este período comienzan a verse las posibilidades de la transformación urbana a través de los ejemplos de Sevilla, Barcelona o Madrid que viven inmersas en la organización y celebración de los eventos ligados al año 92 (Exposición Universal, Juegos Olímpicos, Capital Cultural). La denominada Batalla de Valencia es parcialmente ganada por la derecha y el poder local también con el acceso a la alcaldía de la emblemática alcaldesa de la derecha Rita Barberá. Esta circunstancia origina una mayor complejidad en la intervención urbana que coincide al mismo tiempo con una fase económica recesiva y cierto trauma post-92. En el gobierno regional, aún en manos de la socialdemocracia también comienzan a cuestionar los impactos de las políticas culturales, circunstancia que implícitamente indica la voluntad de afinar con mayor precisión en la implementación de las políticas públicas.

En el devenir de la planificación cultural de la ciudad, persisten los proyectos liderados por el Gobierno Regional, aunque la deriva del Ayuntamiento de Valencia, gobernado por una coalición entre el Partido Popular y los Regionalistas, plantea una regresión folclorizante de la política cultural municipal que desvirtualiza la mayoría de las misiones anteriores como por ejemplo el liderazgo mediterráneo

El 1995, con la llegada al poder autonómico del Partido Popular, se paralizaron las obras de la Ciudad de las Ciencias. La torre de comunicaciones, símbolo ya asociado a la gestión de los gobiernos socialistas, debe ser retirada del proyecto y en una hábil jugada simbólica se añade un "Palacio de las Artes" que reconvertía a la Ciudad de la Ciencia en "de las Artes y la Ciencia"⁶. Es en este período donde queda constatado, documentado y difundido esa gran excepción que es el efecto Guggenheim en el ámbito de la planificación urbana y Valencia se lanza a la carrera de la arquitectura rutilante a través del star system arquitectónico (Foster, Calatrava, Moneo).

Al mismo tiempo, la derecha, sorprendentemente, continua la apuesta por la modernidad, incluso de manera más desaforada que en la etapa anterior y se lanza a la promoción de grandes eventos y contenedores culturales especialmente en sectores como las artes plásticas o el teatro.

⁶ Tras un segundo proyecto, diseñado por arquitectos de la Administración valenciana y que fue duramente criticado, la Generalitat decidió encargar al mismo 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

También se multiplican las candidaturas fallidas de la ciudad para eventos deportivos o culturales (Juegos del Mediterráneo, Capital Cultural de Europa, entre otros) y se construyen eventos propios con desigual fortuna (Bienal de Valencia, Valencia III Milenio). Todas estas apuestas en la esfera de la cultura y el pensamiento resultan relativamente impostadas y muestran debilidades estructurales desde el punto de vista de la sostenibilidad discursiva, ya que se proyectan y diseñan de espaldas al propio sistema de conocimiento de la ciudad constituido por sus universidades y centros de investigación. Dada la trayectoria histórica reciente, las características del liderazgo político populista de los conservadores y la propia dimensión del sistema de conocimiento e innovación de la ciudad resultaba bastante complicado y poco creíble desde el *city marketing* posicionarse a la ciudad en una posición de liderazgo en el ámbito de la cultura y el pensamiento.

Se trata también de un período en el que se consolida el discurso de la planificación estratégica en el ámbito urbano especialmente para el período 1999-2003 y se desarrolla la expansión de la ciudad en diversos ejes en a partir de una actividad inmobiliaria sin precedentes y sobre los terrenos de la huerta.

Esta década se puede resumir en una fase hiperactiva inserta en un discurso propagandístico sobre los grandes proyectos que finalmente resultan muy cuestionados en términos de su viabilidad financiera, su rentabilidad social y capacidad para la cohesión social ya que toda esta hiperactividad cultural, sin embargo se realiza enfrentada a los propios agentes culturales y a las élites intelectuales y académicas. Es posible incluso percibir cierta incomodidad de la clase política gobernante que tampoco pudo rentabilizar la apuesta simbólica alrededor de la cultura y el conocimiento, más allá de la visibilización de los grandes y rutilantes equipamientos culturales.

Valencia encuentra la fórmula⁷ (1993-2008). Desde la Copa del América a la Fórmula 1

Finalmente todas las tendencias descritas anteriormente se polarizaran con la designación de la ciudad como sede del America's cup y prácticamente toda la intervención urbana queda mediada por el evento, aunque podemos decir que realmente no aparece ninguna intervención nueva, más allá de las relativas a los equipamientos específicos para el evento. Básicamente el evento constituye el pretexto para acelerar y consolidar los proyectos ya existentes (Balcón al mar, ampliación del Puerto y Aeropuerto, Parque Central, etc..). Parece evidente que la especialización de la ciudad no pasa a medio plazo por convertirse en "ciudad de la vela",

Pero es en este periodo cuando se materializa la transformación desde la cultura rutilante a la estrategia de los eventos, que cada vez son más lúdicos-deportivos y menos culturales. Es en este nuevo espacio donde la clase política se encuentra efectivamente más cómoda y se reformula el significado de la ciudad desde la cultura hacia el ocio, el estilo de vida⁸.

Los eventos, mayores y menores se suceden desde entonces (visita del Papa, circuito urbano de la Fórmula 1, Macroconciertos – Heroés del Silencio, Madonna-, sesiones y

⁷ Véase Sorribes, J. (2008): "Las lógicas de la Fórmula". *El País*. 26/08/2008

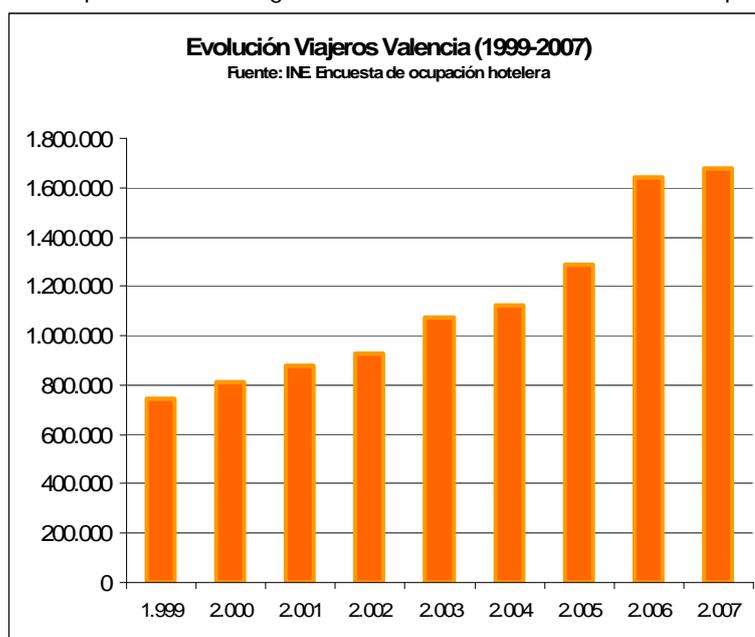
⁸ 'Vive Valencia' es el slogan de la programación cultural durante la celebración de la Copa del América se presenta como una marca "movilizadora y generadora de un estilo de vida, de dinamismo, de alegría y del impulso que está teniendo la ciudad". Un logotipo, dijo, que "invita a ilusionarse y apasionarse, emocionarse e integrarse" porque es "muy vitalista". A pesar de ello, agregó que se trata de una imagen "sencilla y clara" que busca "proyectarse en el mundo". Confío en que "dentro de unos años todo el mundo asocie Valencia con este "concepto vitalista", que diferenció de la marca turística de la Comunitat Valenciana.

presentaciones de la MTV) y parecen conformar el horizonte definitivo de la estrategia urbana.

4. El éxito de lo “casual”.

A partir del sucinto recorrido descrito en los párrafos anteriores, podemos detectar que en el diseño de referentes simbólicos y culturales de la ciudad de Valencia se ha transitado por una sucesión de referencias que van desde el complejo huertano, a la alta cultura del arte contemporáneo y el pensamiento, siguiendo por la cultura rutilante para llegar a la estrategia de los eventos, eso sí, dispuestos en suntuosos escenarios arquitectónicos. Es decir, hemos pasado del contenido elitista, al populismo del contenedor para llegar al contenedor como aterezo paisajístico. Y a este punto se ha llegado a través de un proceso de prueba y error, al margen de toda estrategia planificadora y naturalmente con unos niveles de gobernanza mínimos. En otros textos calificamos de dicho proceso como “ocurrencial”, en el sentido de que se trata de la sucesión de ocurrencias más o menos inconexas que se materializan a lo largo del tiempo. Nuestra hipótesis destaca que esto es posible por la circunstancia de que la ciudad de Valencia no manifiesta ningún problema estructural de gran envergadura⁹ y por tanto permite que las iniciativas fracasadas, los cambios en las orientaciones y en las estrategias, los costes de oportunidad, queden más o menos diluidos.

De lo que no cabe ninguna duda, dadas las evidencias, es que el resultado del proceso ha



sido un éxito en varias dimensiones. Si observamos el indicador del turismo¹⁰, podemos constatar que en una década Valencia se ha convertido en términos estrictos en un ciudad turística, cosa que no era a finales de los años 90. Las tasas de crecimiento de los visitantes en la última década muestran un vigor muy superior a la media de las ciudades turísticas europeas.

Varios factores y de muy diverso origen explican este fenómeno. En primer lugar Valencia partía de niveles muy bajos por lo que parte del vigor se puede justificar a una especie de ajuste de acuerdo a lo que le correspondería por su tamaño, patrimonio y significación histórica. En segundo lugar es

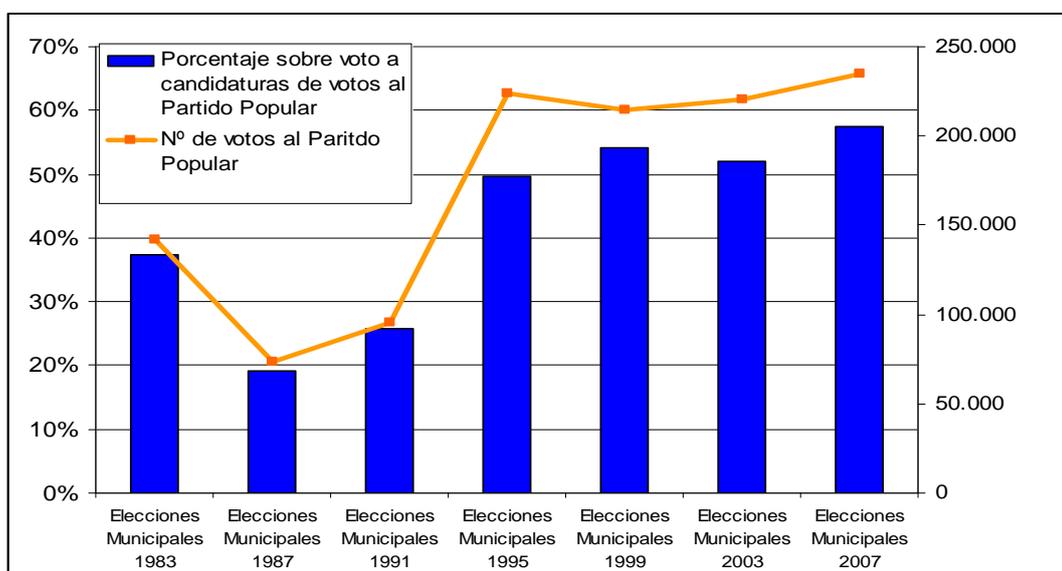
⁹ Se trata de un espacio urbano sin problemas de acceso a nuevas áreas de expansión, con una economía suficientemente diversificada que no requiere adaptaciones productivas traumáticas, con ventajas evidentes por razones geográficas en el marco de la conectividad dentro del corredor mediterráneo, equidistante a las dos principales áreas metropolitanas de Madrid y Barcelona, que no muestra dualidades urbanas excesivas, que por su dimensión puede disfrutar de las economías de aglomeración y no sufrir los costes de congestión en exceso)

¹⁰ El número de visitantes se está convirtiendo en un indicador necesario para observar “la fortaleza simbólica” de un determinado espacio, en el sentido de que representa el “share” de pantalla que mide la atención del resto del mundo hacia un territorio

evidente que el conjunto de la Ciudad de las Artes y las Ciencias se ha convertido en un "atractor" relevante que genera enorme atención y curiosidad y naturalmente los eventos han sido un elemento que explica los saltos en el número de viajeros. Pero también otros factores considerados más marginalmente por la literatura más oficial son relevantes; el papel del turismo académico reflejado en la creciente organización de congresos por las dos grandes universidades de la ciudad, el dinamismo de las ferias comerciales a partir de su expansión o el turismo Erasmus, la lógica de las *low cost* y la creciente conectividad aérea de la ciudad¹¹.

También la aceptación de los ciudadanos resulta esclarecedora, y así en una encuesta del 2005 un 33% de los ciudadanos de la ciudad de València consideraban que perciben la calidad de vida "mucho mejor que hace algunos años" otro 33% "algo mejor que hace unos años y apenas llega al 8% aquellos que perciben su calidad de vida en la ciudad "algo peor" o "mucho peor que hace algunos años"¹². Un 82% considera sentirse bastante satisfecho o muy satisfecho de residir en Valencia y un 64% piensa que Valencia irá a mejor en los próximos años.

Esta satisfacción ciudadana queda corroborada además por el creciente éxito electoral de mayoría conservadora que gobierna la ciudad.



En consecuencia estamos ante una estrategia que partiendo de actuaciones ocurrenciales y con un proceso muy de prueba y error, consolida una situación de éxito notable. Se trata del triunfo de "lo casual" en un doble sentido; se trata de procesos informales y no planificados que provienen de decisiones no conectadas entre sí. Básicamente se puede explicar como una sucesión más o menos afortunada de ocurrencias no planificadas, y de hecho todo el proceso requiere forzar la terminología de la planificación. El Centro de Estrategias y Desarrollo de Valencia (CEyD) pasa de hablar de líneas estratégicas (1995-1998), a "ámbitos de liderazgo" (1998-2002), para llegar a la "reprogramación permanente" que, de momento, plantea su horizonte para el período 2008-2015¹³

¹¹ Valencia casi duplica el número de vuelos en el aeropuerto entre 1997 y 2006, pasando de 48.000 a 88.000 vuelos anuales. En 2007 conectaba en vuelos directos con 33 ciudades europeas y 1 africana- Rabat-

¹² http://www.ceyd.org/ambitos/actores/comisiones_trabajo/cultura_ciudadana/encuesta_percepcion.pdf

¹³ Para entender la características sui generis de este tipo de planeamiento estratégico, resulta paradigmático que por ejemplo uno de los PE (proyectos estructurantes –según la terminología de ese nuevo pensamiento estratégico-) sea Dotar de una estrategia al Palacio de las Artes , cuando estamos hablando de un equipamiento cuyo coste

5. Algunos comentarios finales.

Como desarrollamos en otros textos, se puede defender que en la "imageening" de la ciudad de Valencia, algo se ha movido en los últimos 30 años y que efectivamente se cumplen la partes de los procesos que la literatura ha detectado que definen el reposicionamiento de las ciudades en esa búsqueda de la etiqueta de la ciudad global; proyectos como la remodelación de la fachada marítima, la insistencia en planes arquitectónicos emblemáticos, la reordenación de las señales de la estructura productiva hacia vectores relacionados con la sociedad de la información y el conocimiento, utilización de festivales y eventos deportivos, etc... , sin embargo quedan muchos flecos por resolver para imaginar a Valencia como una ciudad emprendedora, del conocimiento, la experiencia la creatividad y el ocio.

Es evidente que el catalizador de la reconversión de la ciudad de Valencia no es de origen esencialmente económico/funcional. Algunos de sus proyectos más simbólicos, incluso puede que sean antifuncionales en el sentido estrictamente económico. Así que su "reconstrucción" es más una reordenación semiótica cuyo objetivo final quizás no sea más que diluir sus atributos pre-modernos. En este sentido ni siquiera cuenta con la motivación proactiva de la ciudad de Barcelona de disputar centralidades a Madrid, ya que no cuenta con ciudades próximas sentidas como rivales.

Una de las primeras carencias parte del hecho de que la planificación no ha sido tal sino que hemos asistido a una secuencia de acontecimientos que responden a lógicas de agentes distintos (poder local, poder autonómico, promotores inmobiliarios, universidades, movimientos ciudadanos) que difícilmente se pueden someter sin falsear a la coherencia de una voluntad colectiva de planificación. Ni siquiera hoy, en un momento que sí es posible detectar un discurso de planificación urbana en activo, pensamos que dicho discurso tenga la más mínima influencia en el acontecer de las intervenciones urbanas más que como justificación discursiva posterior. Los procesos de decisión responden a lógicas ocurrenciales que cubre expectativas a muy a corto plazo y muy vinculados a intereses de grupos de presión muy concretos (sean estas facciones de partidos, agentes económicos, clubs deportivos, etc...). Pensar que la Bienal de Valencia, la Mostra de Cinema, la ampliación de la Avenida Blasco Ibañez, el fichaje de Zubin Metha o el Campus party responden a iniciativas con una lógica remotamente coordinada resulta una verdadera temeridad, conociendo el modelo de articulación social en la ciudad.

Es evidente que la ciudad de Valencia, en la última década ha estado transitando, desde el punto de vista de sus significados, desde una ciudad con complejo sobre su pasado huertano hacia una ciudad que hoy fija sus atributos en señalar un determinado estilo de vida vitalista que aprovecha básicamente su localización geoestratégica en el centro de corredor mediterráneo y que aprovecha su equidistancia de los dos grandes polos metropolitanos de Madrid y Barcelona. La señalización a través de la cultura se ha convertido, en este período, en un ejercicio fallido ya implicaba dificultades desde el punto de vista de la sostenibilidad discursiva. Hoy Valencia es una ciudad cuya emergencia se ha construido a partir de atributos culturales pero que han quedado diluidos en un magma más amplio relacionado con el ocio, los eventos deportivos, la calidad de vida el buen clima, etc... Valencia ha conseguido, con notable éxito, posicionarse en aquella dimensión de la ciudad que tiene que ver con la diversión, la recreación, sin embargo éste mismo éxito le ha

alcanza los 300 millones de Euros y que parece que se proyecta sin ninguna estrategia. O también afirmar que hay que fortalecer y coordinar la estrategia del conjunto de la Ciudad de las Artes y las Ciencias con la estrategia de la ciudad., con lo que explícitamente reconoce que a pesar de estar funcionando desde 1998, parece que no lo hace.

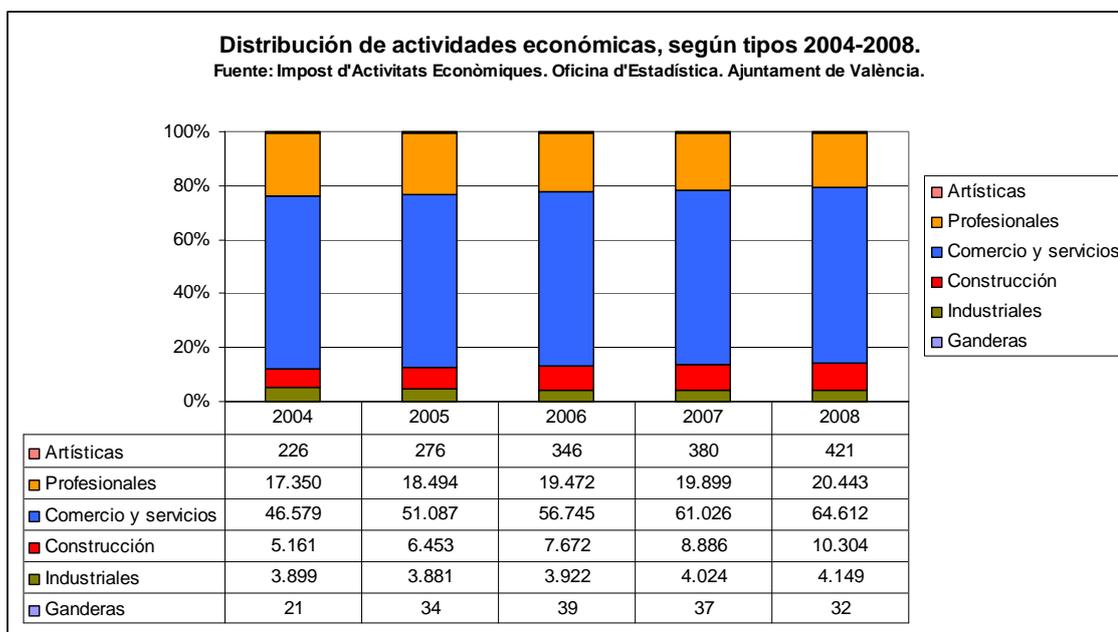
llevado a renunciar a la ciudad culta y a prestar poca atención ni por la ciudad del conocimiento ni por la gobernanza como atributo

La derecha en la ciudad ha encontrado en ese espacio ligado a los eventos una dimensión en la que se mueve con mucha más comodidad, que lo que se podía mover en el marco de la cultura y el pensamiento. Es cierto que todo este tránsito se ha realizado por exceso de capacidad, sin ningún guión planificador más que a nivel retórico y que la falta de problemas estructurales de la ciudad ha permitido que el coste de los errores pueda ser absorbido con facilidad. Y finalmente no cabe negar que los resultados, medidos en términos de éxitos objetivos, ya sea a través del indicador del turismo, de la satisfacción ciudadana, o de la legitimación electoral del partido gobernante han sido notablemente exitosos.

A partir de ahora, ¿cuáles son los riesgos?. En primer lugar quizás cabe destacar que alguno de los éxitos en el ámbito turístico puede ser explicado por cierto "efecto inauguración", pero que van a tener dificultades de persistencia en el tiempo, a menos que se insista con fruición en la estrategia de los eventos. Los datos de 2008, ya muestran cierto agotamiento

Por otro lado cabe destacar que en todo esto proceso se ha ignorado las críticas pero también las aportaciones de las élites pensantes y ciertos colectivos ciudadanos, precisamente aquellos más activos y más preocupados por el modelo de definición de la ciudad. De manera genérica el desarrollo urbano, a nivel de pensamiento se ha desarrollado de espaldas a los dos grandes centros de conocimiento que son sus dos principales universidades. En consecuencia tanto los niveles de gobernanza, como la conexión con las redes de conocimiento e innovación se encuentran muy lejos de los que deberían regir para aquellas ciudades globales del S. XXI.

Tampoco se pueden apreciar cambios notables en la especialización productiva de la ciudad que sigue ligada a sectores económicos tradicionales con especial tirón en los últimos años de actividades ligadas a la construcción y la hostelería, de escaso valor en términos de conocimiento y con poco efecto sobre la capacidad innovadora del territorio.



Finalmente, la ciudad se ha cargado de notables equipamientos culturales y recreativos y de ocio que en momento de menores alegrías presupuestarias pueden hipotecar cualquier otra estrategia que busque el desarrollo urbano a partir de pilares más sólidos de la sociedad del conocimiento y la innovación.

Valencia ha cubierto quizás las etapas más cosméticas del viaje hacia las ciudades del S. XXI, y en este proceso quizás se haya cargado con algunas hipotecas que puedan dificultar avances futuros, pero es el momento de plantear con mayor ambición y rigor las necesidades de los elementos nucleares relacionados con la gobernanza, el conocimiento, la innovación y la creatividad para situarse sosteniblemente en la jerarquía de las grandes urbes globales

Bibliografía.

- Begg (ed) (2002) *Urban Competitiveness: Policies for Dynamic Cities*. Bristol:Policy Press.
- Boira Maiques, J.V. (2003): "Science, politics and image in Valencia: a review of urban discourse in the Spanish City *Cities*. Vol 20, nº 6 p.413-419
- Boira, J.V. (1992): *La ciudad de Valencia y su imagen pública*. Departament de Geografia. Universitat de València.
- CEYD (2004): "Valencia en los primeros años del Siglo XXI. Análisis de situación para la estrategia 2004-2015: Documento para el debate ciudadano"
- E.Baró, Bonet Ll.(1997): "Els problemes d'avaluació de l'impacte econòmic de la despesa cultural". *Revista Econòmica de Catalunya*. Num 31. págs76-83.
- Evans, G. (2001) *Cultural Planning: an urban renaissance?* London: Routledge.
- Jensen. O.B (2005): "Branding the Comtemporary City. Urban Branding as Regional Growth Agenda". Plenary Paper for Regional Studies Association Conference. Mayo 2005. Aalborg
- Landry, Ch. (2000): *The creative city: a toolkit for urban innovators*. Earthscan publications. London
- Office of the Deputy Prime Minister(2004).Competitive European Cities: Where do the Core Cities Stand?. London
- Paul. D.E (2004): "World cities as hegemonic projects: the politics of global imagineering in Montreal". *Political Geography* 23. 571-596.
- Pryterch, David L. (2003): "Urban Planning and a Europed transformed: The landscape politics of scales in Valencia" *Cities*. Vol 20, nº 6 p.421-428
- Puffelen, Frank van(1996). "Abuses of conventional impact studies in the arts". En: *European Journal of Cultural Policy*, Berkshire (UK) : Harwood Academic Publishers. Vol. 2, núm. 2, p. 241-254.
- Puncel Chornet, A. (1999): "Valencia: opciones, Desorden Y Modernidad, O La Ciudad Que Se Devora a sí misma.". Scripta Nova. Revista Electrónica de Geografía y *Ciencias Sociales*. Nº 47, 1 de septiembre de 1999. Universidad de Barcelona.
- Rausell Köster, P.(2001): " Un análisis de la gestión del Instituto Valenciano de Arte Moderno (IVAM)", enBonet, Ll., Castañer, X.y Font J. (eds): *Gestión de Proyectos Culturales. Análisis de casos*. Edit. Ariel Practicum. Barcelona. pp 41-63
- Rausell, P "La ciudad de Las Artes y Las Ciencias de Valencia y el Turismo Cultural"en Font, J (2004): *Casos de Turismo Cultural*. Ariel. Barcelona
- Rifkin, J. (2001). "la Era del Acceso". Paidós. Barcelona
- Skot-Hansen, D. (2005): "Why Urban Cultural Policies". En Robinson, J. (ed): *Eurocult21. Integrated Report*. Helsinki
- Sorribes, J. (2001) : "El malestar urbano en Valencia: a propósito de los 'salvem'". *Métode*. Nº 125. Universitat de Valencia
- Towse, R. (2001): *Creativity, Incentive and Reward. An economic analysis of copyright and culture in the information age*. Edward Elgar Cheltenham, U.K.; Northampton, MA
- Yeoh, B. (2005): "The global cultural city? Spatial imagineering and politics in the (multi)cultural marketplaces of South-east Asia". *Urban Studies*, -6/May 2005, vol. 42, no. 5-6, pp. 945-958(14)