

Joaquim Rius-Ulldemolins

Cultura, gobernanza local y desarrollo urbano

Políticas culturales en Barcelona y València
en perspectiva comparada



Calidad en
Edición
Académica
Academic
Publishing
Quality

PUV
UNIVERSITAT
DE VALÈNCIA

Cultura, gobernanza local y desarrollo urbano

Políticas culturales en
Barcelona y València
en perspectiva comparada

Joaquim Rius-Ulldemolins

Universitat de València



Colección: Desarrollo Territorial, 20
Director de la colección: Joan Romero
Cátedra de Geografía Humana. Universitat de València

Consejo editorial:

Nacima Baron	École d'Urbanisme de Paris
Dolores Brandis	Universidad Complutense de Madrid
Gemma Cànoves	Universidad Autónoma de Barcelona
Inmaculada Caravaca	Universidad de Sevilla
Josefina Cruz Villalón	Universidad de Sevilla
Carmen Delgado	Universidad de Cantabria
Josefina Gómez Mendoza	Universidad Autónoma de Madrid
Francesco Indovina	Istituto Universitario di Architettura di Venezia
Oriol Nel·lo	Universidad Autónoma de Barcelona
Andrés Pedreño	Universidad de Alicante
Rafael Mata	Universidad Autónoma de Madrid
Carne Miralles	Universidad Autónoma de Barcelona
Ricardo Méndez	CSIC
Joaquim Oliveira	Director de Política Regional y Urbana de la OCDE
José Alberto Rio Fernandes	Universidade do Porto
Andrés Rodríguez-Posse	London School of Economics
Julia Salom	Universitat de València Estudi General
Joao Seixas	Universidade Nova de Lisboa

© Del texto: Joaquim Rius-Ulldemolins, 2018

Publicacions de la Universitat de València
puv.uv.es
publicacions@uv.es

Corrección: Iván Martínez Navarro
Maquetación: Letras y Píxeles, S. L.
Fotos de la cubierta: Adam Lang
Diseño de la cubierta: Celso Hernández de la Figuera



Esta obra está bajo una Licencia Creative Commons Reconocimiento-NoComercial-SinObraDerivada 4.0 Internacional.

ISBN: 978-84-9134-347-9 (papel)
ISBN: 978-84-9134-994-5 (PDF)
DOI: <http://dx.doi.org/10.7203/PUV-OA-994-5>
Edición digital

Contenidos

Lista de tablas.....	11
Lista de gráficos	13
Lista de figuras y mapas.....	15
Agradecimientos	17
Presentación.....	19

CAPÍTULO 1. ESTRUCTURA URBANA, DINÁMICA CULTURAL Y TERRITORIO: DISTRITOS, CLÚSTERES Y BARRIOS ARTÍSTICOS..23

1.1 Los creadores en las grandes ciudades. Factores infraestructurales de localización, estrategias profesionales y dinámicas comunitarias	23
Las razones infraestructurales de localización de los artistas	28
Las características del trabajo artístico: razones socioprofesionales de la concentración de los creadores.....	29
Barrios artísticos: la agrupación de creadores como formación de comunidades urbanas	33
1.2 Clústeres culturales y dinámica urbana	35
Tipología de clústeres culturales en Barcelona.....	37
El clúster de industrias culturales.....	40
La agrupación de instituciones culturales	42
Los distritos culturales.....	44
Las escenas artísticas.....	46
1.3 Estructura y dinámica urbana del mercado del arte	48

Barrios y calles de galerías, un fenómeno universal en el mundo del arte	48
La sociología del arte, la profesión de marchante de arte y el análisis de los clústeres de galerías.....	50
La sociología del arte estructuralista y el análisis de los clústeres artísticos.....	50
La sociología del arte interaccionista y el análisis de los clústeres artísticos.....	53
El análisis sociológico de la configuración espacial del mercado artístico.....	55
Posmodernidad, ciudad creativa y clusterización de la producción y el consumo cultural.....	60
Comparación de las perspectivas teóricas del análisis de la clusterización de las galerías de arte	66
1.4 Cultura y autenticidad en los procesos de regeneración urbana. <i>Place branding</i> en el centro de Barcelona	68
Sociedad postindustrial, gobierno local y ciudad creativa.....	68
La producción de la fascinación y la autenticidad: cultura, marca y territorio	69
Regeneración urbana, clusterización cultural y <i>place branding</i> en el centro de Barcelona.....	72
Producciones artísticas y marca Raval	75
Comunidad artística, sector comercial y marca Raval	77
CAPÍTULO 2. CULTURA, POLÍTICA Y DESARROLLO TERRITORIAL	81
2.1 Desarrollo urbano y política cultural	81
Modelo de desarrollo y ciudad creativa.....	81
La política cultural como vector de desarrollo local	83
2.2 El modelo Barcelona y la política cultural	84
El desarrollo de la política cultural en Barcelona	85
El modelo de política cultural de Barcelona: el caso del Fórum Universal de las Culturas 2004.....	86
2.3 Desarrollo urbano y política cultural en Valencia	90
El desarrollo de la política cultural en Valencia	91
La instrumentalización de la cultura y el deporte: el modelo de los grandes eventos e infraestructuras.....	94
El pinchazo de la burbuja cosmopolita y el impacto de la política cultural	95

2.4 Modelos de política cultural y modelos de equipamientos culturales: de los modelos nacionales a los modelos locales	100
Modelos de políticas culturales y tipos de equipamientos culturales: de los modelos nacionales a los modelos locales	101
El modelo liberal y centroeuropeo de política cultural y tipos ideales de instituciones culturales	102
La emergencia de modelos locales de política cultural y los nuevos tipos de equipamientos culturales.....	103
Modelo de política cultural y modelo de equipamientos culturales: el caso de Barcelona	105
Desarrollo urbano, política cultural e instituciones culturales en Barcelona.....	107
Gobernanza y financiación pública multinivel de los grandes equipamientos culturales de Barcelona	109
Las grandes instituciones culturales de Barcelona: presupuesto y subvenciones públicas	112
El porcentaje de ingresos públicos de las grandes instituciones culturales de Barcelona.....	113
La titularidad de los grandes equipamientos culturales de Barcelona: un análisis multidimensional	115
CAPÍTULO 3. INSTITUCIONES CULTURALES: POLÍTICA CULTURAL, GOBERNANZA LOCAL Y DESARROLLO URBANO	121
3.1 Las grandes instituciones culturales nacionales: gobernanza local y articulación entre política cultural y gestión artística	121
Las grandes instituciones culturales como objeto de estudio	121
Cambios socioeconómicos, política cultural y gobernanza de las instituciones culturales.....	122
El nacimiento de las grandes instituciones culturales y la oposición entre dirección artística y gestión.....	123
Cambios macrosociales y transformación del rol de las organizaciones culturales de la alta cultura.....	124
El rol directivo como una tarea creativa orientada a la creación de valor público.....	125
Política cultural, nueva gestión pública e instrumentalización de las grandes organizaciones culturales	127

La articulación entre responsables políticos y managers de las instituciones culturales nacionales: un análisis cualitativo	128
3.2 Gobernar el Gran Teatre del Liceu de Barcelona: del Liceu de las élites al «Liceu de todos»	135
Políticas culturales y grandes instituciones culturales	137
La nueva gestión pública, los procesos de agencialización y los contratos programa de las grandes organizaciones artísticas públicas	139
Trayectoria y evolución del GTL: del Liceu de las élites al Liceu «de todos»	140
Los condicionantes económicos y de gestión al gobierno del Liceu	142
Costes e ingresos del Liceu: un frágil equilibrio	143
Los instrumentos de gobierno: la supervisión directa y los contratos programa	144
Los contratos programa del Liceu como instrumento de gobierno	146
¿Es posible realmente gobernar los teatros de ópera?	148
3.3 El Palau de les Arts de Valencia: «elefantes blancos» culturales y gobernanza pública	150
Política cultural, génesis y modelo de gestión del Palau de les Arts	151
Gestión y gobernanza del Palau de les Arts: un desgobierno institucionalizado	153
Financiación, gestión y valor público del Palau de les Arts	156
Balance: ¿de la joya de la corona a un peso muerto?	160
CODA: PROMOCIÓN DE LA GOBERNANZA, LA PARTICIPACIÓN Y LA SOSTENIBILIDAD EN LA POLÍTICA CULTURAL	163
La política cultural en la ciudad emprendedora	163
Política cultural, grandes eventos y los límites de la ciudad creativa	164
Democratización de la cultura, protección de la creación y reconocimiento de la diversidad cultural	166
Gobernanza y participación en la concepción, tutela y evaluación de las políticas culturales	167

Centralidad urbana e innovación cultural	169
Un paradigma que supere el modelo instrumentalizador de la ciudad creativa: la apuesta por la sostenibilidad	170
ANEXO	173
Relación de las personas entrevistadas.....	173
BIBLIOGRAFÍA.....	177

Lista de tablas

Tabla 1.1. Tipología de clústeres culturales	39
Tabla 1.2. Principales corrientes teóricas y perspectivas de análisis de la dinámica de clusterización del mercado del arte	67
Tabla 2.1. Equipamientos culturales de proximidad por distrito en Valencia (2017).....	99
Tabla 2.2. Modelos de política cultural y tipo ideal de equipamiento cultural .	103
Tabla 2.3. Grandes equipamientos culturales y número de administraciones públicas titulares (2012).....	110
Tabla 2.4. Financiación de los equipamientos culturales de Barcelona por administración pública (temporada 2009-2010)	111
Tabla 2.5. Principales elementos de la titularidad de las instituciones culturales de Barcelona	116
Tabla 2.6. Otros elementos de la titularidad de los equipamientos culturales de Barcelona	117
Tabla 2.7. Variables de construcción del indicador sintético de titularidad de las instituciones culturales.....	119
Anexo. Relación de las personas entrevistadas.....	173

Lista de gráficos

Gráfico 2.1. Evolución del número de visitantes en los museos y lugares patrimoniales en la ciudad de Valencia	96
Gráfico 2.2. Evolución del número de visitantes del Museu de les Ciències Princep Felip y el IVAM	97
Gráfico 2.3. Evolución de los préstamos y usuarios de las bibliotecas en la ciudad de Valencia (2011-2015)	97
Gráfico 2.4. Presupuesto global y aportaciones públicas de los grandes equipamientos culturales de Barcelona (temporada 2009-2010)	112
Gráfico 2.5. Porcentaje de financiación pública y presupuesto global de los grandes equipamientos culturales de Barcelona (temporada 2009-2010)	114
Gráfico 2.6. <i>Continuum</i> público-privado y porcentaje de financiación pública (temporada 2009-2010)	118
Gráfico 3.1. Esquema de gobierno a partir del contrato programa entre las administraciones públicas y el Gran Teatre del Liceu	145
Gráfico 3.2. Ingresos de la Fundació Palau de les Arts (2013-2014).....	156
Gráfico 3.3. Evolución del número de espectadores del Palau de les Arts (2008-2014)	158
Gráfico 3.4. Comparación del coste por espectador y coste público por espectador de los teatros de ópera (2010)	159
Gráfico 4.1. Ámbitos de la cultura, agentes culturales y gobernanza cultural local	168
Gráfico 4.2. Cultura y sostenibilidad en la planificación cultural local	171

Lista de figuras y mapas

Figura 1.1. Exposición «Escenas del Raval» (1998) y el Sonar Village (2011) en el Centre de Cultura Contemporània de Barcelona (CCCB).....	75
Figura 1.2. <i>Street art</i> en el Raval	77
Figura 1.3. Plantillas <i>Raval Power</i> y <i>Super-Rawal Stencils</i> , 2008	78
Figura 1.4. Club Zentraus Raval Bass Session, Show Rawal Launch, Concert Barcelona Raval Sessions y Raval Off-Sonar Off Party (entre 2006 y 2012)	78
Figura 1.5. Imágenes de comercios del barrio del Raval (entre 2006 y 2012) .	79
Figura 1.6. Cartel Ravalejar frente al MACBA (2008).....	80
Mapa 1.1. Casos de estudio de los clústeres culturales en Barcelona (2017)..	40
Mapa 1.2. Clústeres de galerías en París (2014).....	59
Mapa 1.3. Clústeres de galerías en Nueva York (2014).....	63
Mapa 1.4. Instituciones culturales y educativas y empresas creativas en el Raval (2012)	74
Mapa 2.1. Bibliotecas y Universitat Popular en la ciudad de Valencia (2017).	98
Mapa 2.2. Clústeres de instituciones culturales de Barcelona	108

Agradecimientos

El presente trabajo es el resultado de casi dos décadas en relación con las políticas culturales y la ciudad. En el transcurso de esta trayectoria se ha contado con financiación de diversas instituciones y con la colaboración de diferentes institutos de investigación que enumeraremos a continuación. En primer lugar, los trabajos sobre Barcelona arrancan en el marco del Centre d'Estudis sobre la Cultura, Poder i Societat de la Universitat de Barcelona, en el que entre 1999 y 2005 se desarrolló un ambicioso proyecto sobre la dinámica cultural de la ciudad, con el apoyo del Ajuntament de Barcelona y la Fundació Autor. Después, entre 2006 y 2011, se llevó a cabo otro proyecto, este comparativo sobre la política cultural territorial. Ambos fueron financiados por el Ministerio de Ciencia e Innovación - Plan Nacional de I+D+i (Ref. CSO2008-05910/SOCI) y participaron diversos equipos de investigación, entre ellos uno de la Universitat de Barcelona y otro de la Universitat de València. Posteriormente, el trabajo sobre el desarrollo de distritos culturales y regeneración urbana partió de un proyecto financiado por el Centre de Cultura Contemporànea de Barcelona, desarrollado en el marco del Institut de Govern i Polítiques Públiques (Universitat Autònoma de Barcelona). Con relación a las instituciones culturales, el trabajo se ha desarrollado en el marco de la investigación financiada por el Ministerio de Ciencia y Competitividad (Proyecto: Museos y barrios artísticos: arte público, artistas, instituciones; Ref. HAR2012-38899-C02-01) entre 2012 y 2014. Más recientemente, desde 2015, se ha participado en el proyecto «El papel dinamizador del arte público en distritos degradados», financiado por el Ministerio de Economía - Plan Nacional de I+D+i (Ref. HAR2015-6628-C4-3-P). Finalmente, la coordinación de la fase de diagnóstico del Plan de Cultura de València elaborado por encargo de la Regidoria de Recursos y Patrimoni Cultural de l'Ajuntament de València también ha sido un complemento para desarrollar este trabajo.

En el marco de todos estos proyectos se ha entrevistado a cerca de un centenar de agentes centrales en el campo de la política cultural urbana (regidores de cultura, jefes y técnicos de cultura, consejeros y secretarios autonómicos, directores artísticos y mángers de instituciones culturales, líderes vecinales y de movimientos sociales) que enunciaremos en el anexo del libro. Por otra parte, algunos fragmentos de los capítulos de este libro han sido publicados en forma de artículo en revistas académicas, siendo revisados y actualizados para este libro. En todo

Agradecimientos

caso, quiero agradecer a los editores de las revistas su permiso para la utilización del material previo. Finalmente, quiero mostrar mi agradecimiento a todos los profesores e investigadores con los que he podido compartir análisis y debates sobre la relación entre ciudad y cultura, empezando por el que fuera mi director de tesis y miembro del Collège de France Pierre-Michel Menger, el catedrático de sociología Antonio Ariño y el catedrático de Ciencia Política Joan Subirats, así como otros investigadores y amigos/as como Juan Arturo Rubio, Santi Martínez, Victoria Sánchez, Mariano M. Zamorano y Gil-Manuel Hernández. Tampoco quiero olvidarme de mencionar a Maria Patricio y Verònica Gisbert, a quienes he tenido el placer de dirigirles la tesis doctoral y aprender conjuntamente. A todos ellos y ellas mi agradecimiento más sincero.

Esperemos que el presente libro contribuya a desarrollar la necesaria reflexión sobre la política cultural y el desarrollo territorial y, finalmente, a realizar un balance ponderado sobre las virtudes (y los retos ante posibles efectos adversos) de la creciente centralidad de esta en la ciudad.

JOAQUIM RIUS-ULLDEMOLINS
València, 2018

Presentación

La cultura, entendida como esfera de actividad humana dirigida a la elaboración simbólica, ha tejido una estrecha relación con la ciudad a partir del Renacimiento. Desde las ciudades-estado italianas y sus catedrales y palacios de refinada arquitectura hasta las megalópolis de Oriente próximo y sus rascacielos y museos bandera, las artes han conformado un elemento de identidad y atracción para las urbes y proyectan las aspiraciones y el modo de vida de sus habitantes. Tanto es así que para algunos autores la cultura de una ciudad conforma uno de los elementos centrales definidores de su proyecto de convivencia y de construcción de bienes materiales y simbólicos (Ariño Villarroya, 1992; Scott, 2010). En todo caso, ciertamente se puede comprobar que la ciudad ejerce un poderoso efecto de atracción, un efecto gravitatorio según la metáfora de Pierre-Michel Menger (1993), hacia los creadores e intermediarios culturales desde los inicios de la Modernidad y la construcción de los estados-nación (Casanova, 2001; Eliás, 2010). No por casualidad en las grandes ciudades aparecen las mayores innovaciones culturales lideradas por los genios que desestabilizan el orden cultural de la sociedad (Bourdieu, 2013). Sin embargo, las renovaciones culturales no son obra de individuos aislados, sino que son producto de espacios sociales y rituales de interacción que se desarrollan en espacios urbanos densos. Sin embargo, más allá de la dimensión comunitaria, ritual o de focalización de las energías creativas humanas, la ciudad debe ser analizada también como un espacio social en el que la cultura expresa sus estructuras, oposiciones y conflictos entre estilos que, en ocasiones y de una forma indirecta, pueden expresar conflictos sociales e ideológicos (Sapiro, 2016). La ciudad y sus fronteras simbólicas aparecen entonces como un telón de fondo o como expresión fenoménica del conflicto, y al mismo tiempo como resultado de un sistema de oposiciones entre arte puro y arte comercial, arte consagrado y arte emergente, centro y periferia (Bourdieu, 2002*b*).

Por otra parte, hablar de ciudad es referirse a los espacios centrales de la cultura; las instituciones culturales que ordenan el mundo creativo concentran en gran medida las luchas por el poder simbólico y caracterizan en gran medida el peso y la identidad cultural de las ciudades. En este sentido, la concentración de la cultura aparece muy relacionada con el desarrollo de los museos, los teatros y las óperas, primero bajo los auspicios de las élites ilustradas y, ya en el siglo xx, bajo el signo de la democratización y el pluralismo de las sociedades avanzadas

(Dubois, 1999). Así, desde su invención en los años sesenta, la política cultural en el contexto del desarrollo del Estado del bienestar y las instituciones culturales han acumulado objetivos, formas de implementación, áreas de intervención y discursos legitimadores (Urfalino, 1996). Asimismo, el conjunto de tendencias que podemos englobar como proceso de globalización y el posfordismo han erosionado los modelos tradicionales y el marco nacional de desarrollo de la política cultural. En este contexto se ha generado un giro local y una instrumentalización de la cultura para el desarrollo territorial (Bianchini, 1993a; Gray, 2002; Gray, 2007). Sin embargo, esta orientación ha demostrado en una década sus posibilidades y sus límites y efectos negativos, generando una creciente oposición y reflexión acerca de la necesidad de orientarla hacia un equilibrio entre sus objetivos y específicamente hacia una capacidad generativa en lo cultural (Menger, 2010; Novy y Colomb, 2013). Un intento de superar este *cul de sac* se ha gestado a partir de la consideración de la política cultural como un sistema que, como otros subsistemas sociales, puede ser analizado como un conjunto de agentes en relación permanente que tiende hacia el equilibrio y la cooperación (Sztompka, 1993). Diversas ciudades han desarrollado diferentes proyectos con esta orientación sistematizadora y que mayoritariamente ha sido concebida como una planificación sostenible de la cultura (Evans y Foord, 2008; Kagan y Hahn, 2011). La gobernanza cultural aparece como una estrategia emprendedora y participativa a fin de establecer un contenido más global y sostenible en su apuesta por la cultura como herramienta central en su estrategia de desarrollo (Rius-Ulldemolins, 2005). Un intento que ha demostrado sus inconsistencias y contradicciones por el empeño en desarrollar la ciudad a base de grandes eventos (Rius-Ulldemolins y Sánchez, 2015).

Por otra parte, desde su construcción como instituciones de la alta cultura por parte de las élites sociales y económicas, las instituciones culturales nacionales han cambiado de función social y política (DiMaggio, 1991). A pesar de las críticas que reciben por aparecer como agentes poco dinámicos con relación al cambio cultural y de las acusaciones de elitismo que recurrentemente reciben (Agid y Tarondeau, 2007), estas siguen constituyendo el pilar central de la política cultural, absorben una gran parte de los recursos públicos y privados dedicados a cultura y son objeto de la mayor parte de disputas por la hegemonía cultural en las ciudades. Además, la crisis de legitimidad de las políticas culturales y su orientación instrumental posterior en pro de una nueva centralidad social han provocado que, desde el campo político, se haya replanteado la misión de las grandes instituciones culturales, que hasta entonces se planteaba como definida puramente desde el campo artístico (Gray, 2007). Actualmente, las instituciones se han conceptualizado como un instrumento de la política cultural, y no como entes completamente autónomos (Coppinger *et al.*, 2007), al servicio del desarrollo de la imagen de la ciudad y de su desarrollo urbano. Un giro que convierte la gestión artística en un elemento central del desarrollo local y la política urbanística que plantea el reto de la necesaria gobernanza de la política cultural y el debate acerca de cómo combinar el paradigma de la ciudad creativa con una orientación sostenible que evite sus desbordamientos instrumentales y sus efectos perversos desde el punto de vista de

la elitización social y la exclusión de la participación cultural de amplias capas de la población.

El presente libro se plantea abordar el reto de conectar estos debates internacionales con la realidad de dos destacados casos locales, las ciudades de Barcelona y València. Dos ciudades con diferencias notables, pero con significativos elementos comunes que desde la recuperación de la democracia local han hecho una decidida apuesta por la cultura –las instituciones, los distritos y los eventos culturales– como vector de desarrollo local y planificación urbana. Sin embargo, como observaremos, las dos ciudades han desarrollado modelos y trayectorias diferenciadas en cuanto a la forma de implementación y gobernanza de esta estrategia. Así, el análisis de la rica y compleja realidad cultural de estas dos ciudades nos permitirá, en primer lugar, y desde la perspectiva de la sociología de la cultura, analizar las causas de la concentración de los creadores en las ciudades en general y en determinados enclaves, que llamamos, con su denominación anglosajona, clústeres culturales. Asimismo, estudiamos las causas de la estructura urbana del mercado del arte y la formación de distritos artísticos diferenciados en Barcelona, París y Nueva York. Esta creciente centralidad de las artes se refleja en la conformación de marcas urbanas basadas en las producciones culturales elaboradas sobre un determinado espacio urbano o en este, como es el caso del centro de Barcelona.

En segundo lugar, presentaremos el resultado de las investigaciones sobre cultura, política y desarrollo territorial, a partir de un análisis del llamado Barcelona de desarrollo local y cultural y de la instrumentalización de la cultura en València a partir de grandes infraestructuras culturales, señalando así la creciente centralidad del marco local para el desarrollo de estrategias emprendedoras dentro del paradigma de la ciudad creativa. De este modo, las instituciones culturales serán el centro de la tercera y última parte de libro, en la que, a partir del análisis de caso del Palau de les Arts de València y el Gran Teatre del Liceu de Barcelona –las instituciones culturales de mayor dimensión y relevancia simbólica de estas dos ciudades–, se analizará la relación entre la esfera política y la gobernanza cultural local, que tiene una relevancia cada vez mayor para la definición de la imagen de marca de la ciudad y la definición de los objetivos de la política cultural y, con ello, de la hegemonía cultural. Finalmente, en el último apartado, que hemos definido como coda, se avanzará a modo conclusivo lo que, según nuestro punto de vista, constituyen los retos pendientes de la relación entre gobernanza local y desarrollo urbano en el futuro.

1 Estructura urbana, dinámica cultural y territorio: distritos, clústeres y barrios artísticos

1.1 Los creadores en las grandes ciudades. Factores infraestructurales de localización, estrategias profesionales y dinámicas comunitarias

La concentración de los creadores en las ciudades ha sido, para los análisis historiográficos desde el siglo XIX, uno de los elementos *taked for granted*, como una parte más de la narración del desarrollo de las obras, como parte del paisaje en el que el protagonista era el genio creador y las obras reconocidas. Sin embargo, a finales del siglo XX algunos historiadores del arte, como los italianos Enrico Castelnuovo y Carlo Ginzburg (1979), destacaron ya la dimensión geográfica de la creación y la movilidad de los artistas entre las diversas ciudades. Asimismo, problematizaron una cuestión que había quedado en la penumbra o «impensada», como la calificaría Pierre Bourdieu (1992): los artistas también podían ser creativos e innovadores en las periferias o ciudades secundarias y no solo en las capitales (ídem). Sin embargo, esta tendencia observable acerca del Renacimiento se verá completamente modificada por la construcción de un proceso aparentemente paradójico: la construcción de un campo artístico pretendidamente universal y la centralización creciente en las capitales de los nuevos estados-nación de las instituciones artísticas y los creadores (Casanova, 2001; Menger, 1993). El caso paradigmático será París, que se convertirá en capital de un Estado que concentrará las instancias de consagración artística –o el monopolio de la violencia simbólica en términos bourdieusianos (Bourdieu, 2012)–, pretendiendo definir las normas y estilos artísticos –con relativo éxito– durante al menos el siglo XIX, hasta convertirse en la capital cultural de ese mismo siglo (Charle, 1998a).

De este modo, por qué se concentran los creadores en las grandes ciudades¹ ha sido una cuestión que históricamente ha atraído la atención de una diversidad de estudiosos y académicos interesados por el mundo cultural. A los historiadores del arte les ha llamado la atención este fenómeno al examinar el surgimiento de los nuevos estilos artísticos (Franck, 2003; Lottman, 1981). Unos análisis que han tomado más la forma de relatos descriptivos y mitificadores –en el sentido que le da Natalie Heinich (1992)– del estilo de vida bohemio que la forma de análisis sobre las causas de esta concentración. Estos análisis descriptivos nos muestran que los artistas no solo se agrupan en las grandes ciudades, sino que además lo hacen en determinados barrios y en calles específicas en grandes capitales mundiales como, por ejemplo, Londres desde el surgimiento de la modernidad artística a mediados del siglo XIX (Lorente, 2000). Una concentración que, posteriormente, han ido confirmando los datos de censos de artistas realizados en diversos países desde finales del siglo XX hasta la actualidad (Gaquin, 2008; Moulin, 1992).

Más tarde, la cuestión de la concentración de los artistas llamó de nuevo la atención a parte del mundo académico y, concretamente, a los especialistas en el campo de las políticas culturales, sobre todo al comprobar que, tras dos décadas de esfuerzo por parte de los poderes públicos para favorecer la descentralización cultural, los artistas seguían concentrándose en las grandes ciudades. Este poder gravitatorio de las grandes ciudades, como lo calificó el sociólogo francés Pierre-Michel Menger, planteaba un desafío al análisis al que este autor respondió con las herramientas analíticas de la socioeconomía de las profesiones culturales (Menger, 1993). Este fenómeno, el de la concentración, no era producto, por otra parte, de la estructura político-administrativa, dado que el propio funcionamiento se ha podido observar en Francia, país con un elevado grado de centralización, y en Noruega, país tradicionalmente descentralizado (Mangset, 1998),² sino que se debía a razones específicas de las profesiones artísticas.

1. Partimos de la definición de la figura de artista que hace la sociología del arte, esto es, la persona que forma parte de un campo artístico por reconocimiento del propio sector (Becker, 1984; Moulin, 1992). La figura del artista comprendería, según una definición clásica en el estudio de las profesiones culturales, a actores, directores, bailarines, músicos, compositores, dramaturgos, escritores, pintores, escultores y fotógrafos (Markusen y Schrock, 2006a). Por el contrario, se ha evitado la definición más amplia de creador o clase creativa por entender que es una categoría demasiado amplia que mezcla en un conjunto social categorías demasiado heterogéneas (Peck, 2005) o conduce a una sobreestimación, al no poder diferenciar entre profesiones creativas o empleos auxiliares, como es el caso de las artes gráficas (Méndez *et al.*, 2012).

2. Los dos estudios realizados en los años noventa por Pierre-Michel Menger (1993) y Per Mangset (1998), respectivamente, a partir de la explotación de datos de encuestas a las poblaciones artísticas, muestran un alto grado de concentración en la capital: los artistas franceses están concentrados en un 70 % en la región de la capital, mientras que un 38 % de los artistas noruegos residen en los límites administrativos de Oslo. No obstante, como podemos observar, hay un grado inferior de concentración en Noruega en comparación con Francia. Por lo tanto, a pesar de no ser una hipótesis explicativa de la concentración, como

A partir de los años noventa, especialmente a partir del impacto del libro de Richard Florida *The rise of creative class* (Florida, 2002b), el interés por esta cuestión desbordó el ámbito académico: su difusión mediante una red de consultoras que han divulgado sus ideas en torno a las estrategias de desarrollo «creativas» de forma más o menos estereotipadas (*cf.* Manito Lorite, 2010) ha comportado que la cuestión de la presencia de creadores en las ciudades se haya convertido en una cuestión fundamental para las élites políticas y económicas. Si en los años setenta y ochenta los gobiernos de los estados-nación se planteaban como objetivo la descentralización de la creación cultural y, por lo tanto, de los creadores (Mangset, 1998), a partir del nuevo milenio la atracción de los creadores (y, por lo tanto, el incremento de la concentración) se convierte en el objetivo de la política cultural de los gobiernos locales, que en un giro emprendedor y neoliberal (Harvey, 1989a) abandonan la finalidad redistributiva a nivel territorial para convertir la cultura en un elemento de competición entre las ciudades (Menger, 2010).

Este interés por la concentración de los artistas desde las áreas económica y política ha conllevado que una cuestión que apenas despertaba la atención de unos pocos académicos de historia del arte y de la sociología de la cultura (Mangset, 1998; Menger, 1993; Moulin, 1983; Moulin, 1992) haya logrado la consideración de científicos sociales de diversas áreas, especialmente de la geografía económica, de los estudios urbanos o de la economía de la cultura (Karlsson, 2010; Lorenzen y Frederiksen, 2007).

Podemos encontrar una gran cantidad de nuevas aportaciones a esta cuestión, pero quizá una limitación común a estas es que no contemplan la racionalidad de la decisión de concentrarse del artista, limitándose a resaltar las cuestiones infraestructurales que las acompañan. Es por ello por lo que diversos autores han señalado la necesidad de reintroducir el debate sobre las causas de la concentración y el papel relevante de las interacciones sociales y los marcos sociales en los que se desarrolla, a fin de analizarlas y comprenderlas en profundidad, y no como meras constataciones estadísticas de su resultado, la concentración urbana (Comunian, 2011). Con este propósito algunos autores han reintroducido las nociones de *milieux* creativo (Currid y Williams, 2010) o escena creativa (Molotch y Treskon, 2009). En este sentido, aunque se distinga entre factores de localización *hard* y *soft* (Méndez *et al.*, 2012),³ estos análisis no pasan de concebir al individuo

veremos más adelante, la estructura política sí puede influir en el grado o la intensidad de esta concentración.

3. La literatura dirigida a analizar la localización de la llamada clase creativa ha tendido a destacar los factores de localización *hard* como las infraestructuras, los equipamientos, los servicios profesionales, la oferta inmobiliaria amplia, la presencia de instituciones universitarias y de I+D o la disponibilidad de un mercado de trabajo cualificado abundante y diversificado (Musterd *et al.*, 2007). Más recientemente, ha puesto el énfasis en los factores de localización *soft* a partir de la propuesta de Florida (2002a) y ha destacado factores como el multiculturalismo (Landry y Bianchini, 1995), la presencia de una escena artística local dinámica (Zukin, 1995), una rica oferta de ocio, gastronómica y de vida nocturna (Chatterton y Hollands, 2002; Lloyd y Clark, 2001) y la existencia de espacios públicos orientados

orientado por una racionalidad económica simple que, como sabemos, no puede explicar los comportamientos humanos de forma satisfactoria (Polanyi y Stiglitz, 2006) y que no tiene en cuenta las reglas de la economía invertida que han caracterizado el campo cultural desde la modernidad (Bourdieu, 2002b). Algunos autores han destacado, con razón, que el problema deriva en parte de una cierta desconexión entre las miradas macro- y micromeso, entre diferentes perspectivas de análisis de la concentración de artistas (Currid y Williams, 2010). Por una parte, desde hace más de treinta años se ha desarrollado una creciente literatura de análisis etnográficos que se ha centrado en fenómenos como la influencia entre creatividad urbana y sector del diseño (Molotch, 1996); la formación de la subcultura del punk (Hebdige, 2004); la formación de un barrio bohemio en Chicago, foco de la nueva industria de los media digitales (Lloyd, 2002), o la conexión entre escenas creativas en los barrios neoyorkinos (Currid y Williams, 2010). Por otra parte, más recientemente, a medida que diversos autores y las administraciones públicas ponían mayor atención en este objeto —y, por lo tanto, le dedicaban mayores esfuerzos y recursos—, se han desarrollado estudios macrosociales que han explotado los datos económicos de los censos y las estadísticas laborales (Markusen y Schrock, 2006a; Méndez *et al.*, 2012), se han generado complejos modelos econométricos para calcular el nivel de clusterización de los artistas (O'Hagan y Hellmanzik, 2008), la productividad generada por esta (Borowiecki, 2013) o para analizar el nivel de concentración del *buzz* artístico a partir de la geolocalización de las fotos sobre eventos culturales (Currid y Williams, 2010). No obstante, este despliegue metodológico (y de medios económicos), además de contener importantes problemas epistemológicos,⁴ no ha conseguido grandes avances a la hora de

al ocio y al deporte de la clase media (Zukin, 1995). Esta visión ha recibido fuertes críticas por la falta de resultados concluyentes (Peck, 2005).

4. Por una parte, los estudios de tipo histórico que, a partir de herramientas econométricas, parten de la hipótesis de relacionar causalmente a los artistas consagrados y las obras más reputadas a partir de fuentes escritas (enciclopedias de historia del arte). A partir de contemplar una correlación positiva entre la permanencia en las grandes ciudades y la creación de obras consagradas, dicen estar midiendo el efecto de la localización (Hellmanzik, 2010; O'Hagan y Hellmanzik, 2008). Estos estudios no contemplan, por lo tanto, el conjunto de la población artística, que los estudios históricos calculan en decenas de miles y que conforman la bohemia artística concentrada en las capitales culturales (Graña, 1964; Lorente, 2000), sino solamente unos centenares que son los que el mercado del arte, en un primer momento, y la historiografía, posteriormente, han consagrado. Además, desconocen que el valor artístico que recogen es producto de la competición del campo artístico (Bourdieu, 2002), es decir, el resultado de la interacción y el trabajo de múltiples artistas e intermediarios del mundo artístico (Becker, 1984), y no el resultado de la creación demiúrgica de un genio aislado, como parecen concebir estos estudios econométricos que ignoran así cuatro décadas de investigaciones en las ciencias sociales sobre la cuestión. Por otra parte, otro artículo pretende estudiar la concentración del *buzz* artístico indirectamente a partir de un fenómeno que se considera «proxy»: la base de datos de imágenes Getty (Currid y Williams, 2010). Sin embargo, tal y como reconocen sus autores, a partir de esta metodología no están observando directamente el *buzz* artístico, sino la representación que de él hacen

explicar de forma comprensiva y pluridimensional las razones de la concentración de los artistas, al no relacionar estas aproximaciones cuantitativas y macrosociológicas con elementos más cualitativos y microsociológicos. Así pues, es posible apuntar que solo a partir de la combinación de diferentes perspectivas se avanzará de forma efectiva en su análisis.⁵

Así pues, analizaremos las tres aproximaciones posibles al fenómeno de la concentración de los artistas. En primer lugar, analizaremos las condiciones macrosociológicas (elementos infraestructurales de localización) que favorecerían la concentración de los artistas, haciendo un examen crítico de las aportaciones que ha habido en este sentido durante la última década y que han dominado en buena medida el debate sobre la cuestión. En segundo lugar, recuperaremos las contribuciones de la sociología de las profesiones artísticas, en su mayor parte francesa, que introduce valiosas aportaciones en un nivel mesosociológico para la comprensión del fenómeno de la concentración (Menger, 1993; Moulin, 1983; Moulin, 1992) y que permite entender la racionalidad de la concentración dentro de un campo social relativamente autónomo como es el artístico (Bourdieu, 2002*b*). Un tipo de aproximación que es, en gran parte, ignorada en el debate que se desarrolla actualmente en revistas anglosajonas y que supone el abandono de buena parte de los avances que se habían realizado en este campo. Por último, se presentará un tipo de tratamiento más microsociológico o etnográfico, a través del cual se estudiará la concentración de artistas como la formación de comunidades en los barrios céntricos de las grandes ciudades (Lloyd, 2002), en las que prima un vínculo social de amistad y de colaboraciones informales (Currid y Williams, 2010).

La combinación de estas tres perspectivas nos permitirá comprender los factores infraestructurales, las estrategias profesionales y las dinámicas comunitarias que explican la concentración de los artistas desde una perspectiva pluridisciplinar. Finalmente, se propondrá el caso de los artistas visuales en Barcelona como ejemplo de una aproximación pluridimensional del fenómeno de la concentración artística, con una primera aproximación a los factores infraestructurales que ofrece la capital catalana para atraer a los artistas, un análisis del mercado de trabajo

estas agencias, o lo que es más limitado y distorsionador, los eventos que congregan a las *celebrities*, puesto que estos eventos generan las fotos más cotizadas por los medios de comunicación. Por lo tanto, el estudio no examina lo que se proponía, a saber, el intercambio de información dentro de la escena artística urbana, sino solamente la concentración en la representación de la escena artística comercial y mediática. En estos casos, el despliegue metodológico, medios y tecnología, esconde en el fondo la pobreza del marco analítico, en el que se obvian en gran parte los condicionantes institucionales, las cadenas cooperativas y las estrategias de los agentes del campo artístico, para dirigir la atención hacia factores infraestructurales, por una parte, y hacia la selección de un subproducto de la cadena de valor artístico, las obras consagradas y/o sus representaciones gráficas, por otra.

5. La utilización de las técnicas de investigación en las ciencias sociales puede y debe llevarse a cabo en favor de una construcción científica del objeto de estudio y, por lo tanto, no son incompatibles siempre que se controlen los condicionantes epistemológicos que conllevan y se pongan al servicio de este objetivo (Bourdieu, 1994).

artístico y paraartístico de la ciudad y, por último, una focalización en la comunidad artística del Raval, un barrio del centro de Barcelona. Estos análisis se basarán en tres fuentes: 1) los datos estadísticos sobre la economía creativa, el mercado del arte y las profesiones artísticas; 2) los resultados de la explotación de las entrevistas a artistas y agentes del mundo artístico barcelonés, y 3) la observación etnográfica del mercado del arte.

Las razones infraestructurales de localización de los artistas

Uno de los discursos habituales en el análisis de la concentración de los artistas es el que explica este fenómeno por la concentración previa de los intermediarios culturales: los artistas se concentran allí donde tienen su sede las empresas de las industrias culturales, que son su canal principal de relación con el público y los consumidores de su arte desde finales del siglo XIX (White, 1993). Desarrolladas habitualmente por la economía de la cultura, parte de las teorías de la clusterización de las industrias culturales han sido desarrolladas en los años noventa por Allen J. Scott (1999). Básicamente, estos análisis se basan en una relectura del concepto de distrito industrial marshalliano por parte de Michael Porter (2000), su aplicación al campo de las industrias culturales (Lorenzen y Frederiksen, 2007) y su posterior ampliación al campo de las llamadas industrias creativas (Cooke y Lazeretti, 2008). De forma resumida, podemos afirmar que estos análisis se fundamentan en destacar la reducción de los costes de intercambio, la mayor accesibilidad a una mano de obra cualificada y la facilidad en los procesos de colaboración, interacción y competencia entre las empresas del clúster (Scott, 2000; Scott, 2010).

La localización en los barrios céntricos facilita el acceso a una «mano de obra» cualificada y flexible (punto que ampliaremos en el próximo apartado) y la colaboración con las industrias auxiliares, así como con los proveedores de materiales artísticos que, como señala Howard Becker, posibilitan y condicionan el desarrollo de las actividades creativas y sus productos finales (Becker, 1984). Finalmente, la concentración habilita la posibilidad de establecer alianzas entre agentes del sector (como las inauguraciones colectivas entre diversas galerías de arte o la alianza entre marchantes, críticos y casas de subastas) y una asociación espacial y simbólica entre instituciones culturales e intermediarios culturales, tal y como muestra la tendencia de los marchantes de arte a situarse cerca de los museos de arte contemporáneo (Lorente, 1997). Por otra parte, no debemos obviar que la proximidad geográfica facilita que los intermediarios y los creadores puedan, de forma informal, influir en las decisiones de financiación de los poderes públicos tomadas teóricamente a partir de criterios de imparcialidad pero que, al contar con miembros del propio campo artístico, siempre están sujetas a presiones externas (Mangset, 1998; Mangset, 2009).

Otros factores de carácter económico, raras veces tomados en consideración en los análisis de la concentración de las industrias culturales, son la concentración de la demanda cultural en las grandes ciudades. A pesar de la democratización y

descentralización en el acceso a la cultura experimentadas los últimos cincuenta años, los análisis macrosociológicos del consumo cultural en diversos países (Ariño Villarroya, 2010; Donnat, 2004) muestran que en las grandes ciudades se produce una concentración de la demanda cultural de los productos culturales no reproducibles digitalmente (pintura y escultura, artes escénicas o música en directo). Asimismo, también se concentran en las grandes ciudades los públicos altamente educados y con patrones de consumo omnívoros (Peterson, 1992), y más proclives a aceptar propuestas artísticamente arriesgadas (Menger, 1988). Es especialmente importante la presencia de público joven con formación artística o directamente la existencia de jóvenes aspirantes a entrar en el campo de los creadores profesionales, porque constituye a su vez el principal público que asiste y sirve de primer filtro a las propuestas innovadoras que posteriormente, si superan esta etapa, entrarán en el circuito comercial (Becker, 1984). Además, siendo el sector cultural un mundo social en el que la construcción del valor se efectúa también en la fase del consumo la difusión se revela especialmente importante para los productos culturales (Di Maggio, 1987). Esta difusión viene vehiculada por parte de los medios de comunicación de ámbito nacional y agencias de prensa internacional que se encuentran a su vez muy concentradas en pocas sedes. Las informaciones e imágenes sobre los eventos artísticos suelen centrarse, en gran parte, en los desarrollados en las grandes ciudades, convirtiendo así a estas en el foco de atención cultural por encima de otras actividades desarrolladas en otras ciudades y contribuyendo, por lo tanto, a definir centros y periferias culturales (Currid y Williams, 2010). A su vez, la presencia de artistas atrae a los flujos turísticos, lo que retroalimenta la concentración de la demanda artística (Markusen y Schrock, 2006a).

Otro elemento que ha sido destacado para explicar la concentración de los artistas en las grandes ciudades es la existencia de un mercado inmobiliario abundante y relativamente a buen precio que facilita la instalación residencial y la creación de talleres de artistas, sobre todo en barrios antiguamente populares o industriales, como el SoHo de Nueva York (Simpson, 1981). Sin embargo, este es un hecho controvertido y algunos autores han afirmado que la concentración de artistas atrae a una segunda oleada de nuevos residentes gentrificadores que finalmente acaba expulsando a la propia comunidad artística (Kostelanetz, 2003). Sin entrar en detalles sobre esta cuestión ampliamente debatida en los últimos treinta años (Deutsche y Gendel Ryan, 1984; Ley, 2003), podemos concluir que el precio de las viviendas no es un elemento determinante (aunque indudablemente condiciona) en la localización de los intermediarios y creadores artísticos y, en cambio, sí lo es la voluntad de estar conectado a unas redes profesionales o a una comunidad artística (Molotch y Treskon, 2009).

Las características del trabajo artístico: razones socioprofesionales de la concentración de los creadores

Hemos podido analizar las causas infraestructurales y económicas que facilitan e inducen a la concentración de los artistas. Pero no hemos examinado hasta ahora

cuáles son las motivaciones y los condicionantes profesionales que explican que estos se sientan atraídos por las grandes ciudades. Esta atracción se manifiesta de forma evidente en la emigración de los artistas hacia estos enclaves, en una tendencia que algunos autores han descrito como un fenómeno físico: un magnetismo o una fuerza gravitatoria (Menger, 1993). Pero, abandonando estas metáforas y las aproximaciones mecanicistas a las que nos conducirían (y que hemos criticado anteriormente), partiremos del concepto de acción social estratégica. Esta noción nos permite entender que los factores infraestructurales no explican las acciones individuales, puesto que estas deben entenderse como reacciones estratégicas a los condicionantes y a las normas institucionales características de cada campo social (Crozier y Friedberg, 1982). En este sentido, el grado de concentración en una ciudad no es resultado de factores *hard* y/o *soft*, sino el resultado de miles de decisiones estratégicas de artistas que deciden abandonar sus lugares de origen y concentrarse en las capitales nacionales o en las ciudades globales. El reto, pues, radica en analizar los condicionantes y las reglas del mundo artístico para comprender las estrategias individuales.

Por todo ello, según el sociólogo francés Pierre-Michel Menger, una de las principales explicaciones del comportamiento de los artistas requiere analizar las especiales características del mercado de trabajo artístico y las estrategias profesionales de los artistas, fenómenos que vendrían a explicar su tendencia a la aglomeración en las grandes ciudades (Menger, 1993). Su punto de partida es una teoría general sobre la incertidumbre del trabajo artístico. Los artistas profesionales tienden a ser *risk takers* dentro de un entorno muy incierto, como es el mundo de la creación artística, en el que cambian los gustos de los consumidores rápidamente (Menger, 1989). Para adaptarse a este entorno los artistas tienen que aprender a «gestionar la incertidumbre» a partir de estrategias de portafolio profesional (Menger, 1999), puesto que, a pesar de la inseguridad del éxito profesional, de la precariedad laboral y de los bajos salarios, las profesiones artísticas tienen una fuerte capacidad para atraer a nuevos aspirantes en una tendencia creciente desde los años ochenta (Menger, 2009). Por lo tanto, hay un excedente constante de aspirantes a las profesiones artísticas, que se va ampliando año tras año por el éxito de los estudios artísticos.

¿Cómo se explica, por lo tanto, esta tendencia obstinada a elegir estas ocupaciones ingratas? Según Menger (1993), ello responde a las compensaciones sociales no económicas (y más adelante quizá también a las económicas; para quien tenga éxito son muy altas), en una dinámica parecida a la del *winner takes all* (Frank y Cook, 1995). El campo de las artes está muy jerarquizado: algunas estrellas obtienen un nivel muy alto de reconocimiento artístico y económico, mientras que la mayoría apenas consiguen sobrevivir trabajando como artistas. No obstante, al principio de la carrera es difícil prever con exactitud quién va a tener éxito y quién no, y los artistas mantienen la esperanza de triunfar y conseguir el premio del reconocimiento, a pesar de no tener ninguna garantía para ello.

Estas características profesionales específicas del campo artístico explican la concentración en las grandes ciudades. Los artistas necesitan participar en una gran cantidad de proyectos *ad hoc* para, con una práctica de ensayo y error, ir

probando si tienen talento para triunfar, e ir progresando en su carrera artística. Y ello solo puede encontrarse en grandes ciudades donde hay un mercado artístico abundante y diversificado. Además, necesitan poder compararse con otros artistas en una misma etapa de la carrera profesional para descubrir si realmente son lo suficientemente talentosos para proseguir en este tipo de carrera y conseguir finalmente el reconocimiento a pesar de la incertidumbre estructural de la profesión.

Por otra parte, los artistas necesitan poder acceder a mercados de trabajo diversificados y a mercados de trabajo alternativo (trabajos paraartísticos como la docencia artística u otras profesiones cercanas como el diseño gráfico o trabajos no artísticos) para sobrevivir. Menger (1993) señala que solo en las grandes ciudades se puede encontrar este tipo de mercados de trabajo, amplios y flexibles, mediante los que los aspirantes son capaces de sobrevivir durante el periodo de prueba, error y selección, antes de tener éxito o ser expulsados de la profesión. Por otra parte, el proceso de formación y socialización –y la adaptación a un mercado laboral diversificado y flexible– depende por lo general de las redes informales de información del propio medio artístico, que a su vez requieren la densidad social de las zonas urbanas (Storper y Venables, 2004).

En definitiva, la concentración de los creadores se revela como una decisión racional si se analizan las características socioeconómicas de las profesiones culturales. Tomando en consideración las profesiones culturales como un elemento de la cadena de creación de valor cultural (Becker, 1984), estas requieren la cooperación de otras profesiones e intermediarios culturales que, como hemos visto, también se encuentran mayoritariamente concentrados (Markusen y Schrock, 2006a).

Desde este punto de vista, la residencia en las grandes ciudades facilita la pertenencia a la comunidad de los artistas integrados –por contraposición a los artistas *outsiders* (Zolberg y Cherbo, 1997)– y la cooperación con las instituciones e instancias de profesionalización y consagración propias de los mundos artísticos: las grandes ciudades concentran los centros de formación artística en sus niveles superiores, las sedes nacionales de academias y asociaciones profesionales, los museos o instituciones nacionales que con sus decisiones de compra de colecciones o de programación de obras sirven de instancias de consagración artística a nivel nacional. Por ello no es extraño que los artistas más integrados en el sector artístico nacional y con una mayor reputación artística y más ingresos profesionales estén más concentrados en las grandes ciudades (Menger, 1997), especialmente en sus barrios céntricos (Montgomery y Robinson, 1993). Se produce, por lo tanto, un efecto de mayor concentración de los segmentos más altos de la pirámide artística: la élite está más concentrada que el resto de la población artística. La concentración puede ser entendida entonces como una producción y reproducción de la jerarquía de los valores artísticos (Mangset, 1998).⁶

6. Algunos autores se han propuesto demostrar el impacto de la concentración geográfica en la productividad cultural. Concretamente, un estudio ha mostrado que la productividad de los compositores de música clásica en el siglo XVIII y XIX se incrementó mientras residían en

Las últimas tres décadas hemos asistido, por una parte, a un crecimiento del sector artístico y con ello a un incremento de los aspirantes a entrar en el campo artístico y, por otra, a una generalización de la situación de empleo intermitente que ha puesto en tensión los sistemas de seguridad social o políticas públicas específicas para estos colectivos (Menger, 2005). En este sentido se ha generado un nuevo colectivo bohemio en las grandes ciudades que vive al límite de la pobreza. Un fenómeno, el de la sobrepoblación artística y su condición de trabajador precario y vulnerable,⁷ que si bien no es nuevo, ya que fue la condición histórica de la bohemia de los siglos XIX y XX, ha impulsado a estos nuevos bohemios a agruparse de nuevo en antiguos barrios populares, como veremos en el siguiente apartado.

Esta flexibilización del mercado artístico, paralela a la difusión del mercado de trabajo intermitente y precario (Corsani y Lazaratto, 2008), ha ido de la mano de la debilitación de los mecanismos para paliar esta tendencia –juzgada estructural en las profesiones artísticas– con la consiguiente socialización del riesgo artístico (Menger, 1991). Esta realidad ha conllevado la cada vez mayor dependencia de estos profesionales de la pluriactividad, especialmente en las artes visuales (Bureau *et al.*, 2009).

Desde el punto de vista de Menger, el creador aparece como un actor racional que actúa estratégicamente en un sistema social con normas específicas que condicionan pero no determinan su actuación (Crozier y Friedberg, 1982), y actúa con el objetivo de minimizar sus riesgos y maximizar los beneficios (simbólicos y económicos) en un contexto de cambio e incertidumbre. No obstante, este razonamiento estratégico basado en una pauta de competencia por el dominio simbólico (Bourdieu, 2002b) y profesional (Menger, 1993) no explica la pauta de aglomeración en determinados barrios artísticos observada desde finales del siglo XIX (Charle, 1998b) y la creación de comunidades caracterizadas por la solidaridad de grupo (Simpson, 1981). Así pues, a pesar del valor científico de la contribución

las grandes capitales de la música del momento, París y Viena (Borowiecki, 2013). No obstante, la noción de productividad es problemática en cultura y, como ha mostrado Howard Becker, la creación del artista depende en gran parte del proceso de producción y valoración de toda la cadena de trabajo cooperativo propio de los mundos artísticos (Becker, 1984). Por lo tanto, creemos que lo que estaría midiendo este estudio sobre los compositores no es tanto la productividad individual, sino la capacidad de estos mundos de producir obras, ejecutarlas y valorarlas internacionalmente, una de las razones por las que los compositores (y otros artistas) se concentrarían en las grandes ciudades.

7. Frente a las visiones idealizadas que a veces se dan de los artistas como parte de la clase creativa (Florida, 2002a) o bien como participantes de la vida de las *celebrities* (Currid-Halkett y Scott, 2013), los estudios disponibles sobre las condiciones de trabajo y de vida de la mayoría de los artistas nos llevan a concluir que una gran parte –variable en función del país y del sector artístico analizado– viven en situaciones de pluriactividad y precariedad (Bureau *et al.*, 2009), lo que según algunos autores es una muestra avanzada de una tendencia general, del capitalismo flexible (Menger, 2001) o, desde una perspectiva crítica, una muestra de la explotación a la que somete a los trabajadores inmateriales el capitalismo cognitivo (Blondeau *et al.*, 2004).

de Menger (1993) para entender las razones profesionales de la concentración de los creadores, creemos, como Per Mangset (1998), que debemos tener en cuenta otras variables de tipo sociocultural para comprender la tendencia a formar comunidades artísticas que reflejan un patrón de vida no solamente basado en los esquemas de la competencia, sino en patrones de cooperación y solidaridad (Farrrell, 2001).

Barrios artísticos: la agrupación de creadores como formación de comunidades urbanas

Los análisis económicos y de las profesiones artísticas suelen destacar la extraordinaria concentración de los artistas en las grandes ciudades y exponen razones para su localización relacionadas con ventajas infraestructurales o profesionales. No obstante, los factores económicos o profesionales no explican completamente la concentración de los artistas y se debe introducir un análisis microsociológico de los barrios artísticos como marcos de interacción y desarrollo de rituales creativos (Collins, 2009).

Así, la literatura de la vida bohemia, desde su inicio a mediados del siglo XIX, destaca el estilo de vida no-convencional que, según Chiapello (1998), forma parte de la crítica artística a la vida burguesa y, según Bourdieu (2002b), del *habitus* propio del campo artístico. En este sentido, la concentración de los creadores en una zona facilita la emergencia de una subcultura bohemia (Fischer, 1995). Su agrupación posibilita la creación de una «masa crítica» suficiente para generar instituciones que reproduzcan esta subcultura y la muestren al exterior de la comunidad, reivindicando así su estatus de agente social (ibíd.). Los barrios artísticos aparecen, en este sentido, como el escenario de la vida bohemia, separados de los espacios urbanos de la clase media acomodada (Lloyd, 2010).

En el caso de los barrios de artistas podemos interpretar la concentración como una forma de crear redes de solidaridad entre creadores (Simpson, 1981). En estos priman los lazos sociales afectivos y personales, con lo que podríamos asimilar los grupos y redes de artistas a una comunidad en un sentido cercano al que utilizó Ferdinand Tönnies (1887 [2002]). La dimensión comunitaria de los clústeres de creadores es objeto de relato en numerosas ocasiones por la historia del arte o los estudios literarios (Franck, 2003; Lottman, 1981) y la sociología (Lloyd, 2010; Simpson, 1981). Este tipo de literatura caracteriza las relaciones entre creadores a partir de los lazos de amistad, relaciones desinteresadas –tal y como las conceptualiza Bourdieu, como el «interés en el desinterés» (Bourdieu, 2002a)–, la mezcla entre trabajo y ocio, la coincidencia entre espacio de trabajo y espacio de residencia (materializado en el taller de artista, después conocido como *loft*), la relación con el entorno social dentro del clúster y la valorización y transformación estetizante del entorno urbano y residencial (Chalvon-Demersay, 1999). Asimismo, hay que recordar que los artistas son individuos en su mayoría inmigrados a la gran ciudad o del extranjero (Moulin, 1992), a menudo en ruptura con su medio y su familia de origen por su decisión de dedicarse a la creación artística (Lloyd, 2002). En este sentido, la formación de comunidades les supone un soporte psi-

cológico frente a un aislamiento social, y un trabajo, el artístico, definido por su individualismo e incertidumbre en lo que al éxito se refiere, especialmente en los inicios de carrera (Menger, 2009). Por otra parte, la formación de comunidades les permite rodearse de un ambiente tolerante hacia conductas sociales consideradas «desviadas», como puede ser un estilo de vida bohemio o una opción sexual diferente, lo que explicaría la coincidencia entre los barrios frecuentados por gays y lesbianas con la presencia de comunidades artísticas (Sibalis, 2004).

Estas comunidades, además, conforman no solo espacios de sociabilidad sub-cultural, sino una red social que permite y facilita el desarrollo de actividades creativas que podríamos describir como un medio creativo o como una escena cultural (Bennett, 2004). Habitualmente se han analizado las escenas artísticas locales como el entramado de espacios urbanos donde se ponen en contacto los creadores emergentes, público *fan* –gran parte de ellos también artistas– y los *gatekeepers* del mercado artístico (Crane, 1987) de una o varias subculturas artísticas (Shank, 1994). Asimismo, actualmente existen estudios que destacan la dimensión urbana de las escenas artísticas, con lo cual se muestra que existen redes de espacios formales e informales (bares, clubes, apartamentos particulares) que permiten el desarrollo de relaciones creativas en proyectos *ad hoc* (Lloyd, 2010). Estas situaciones de proximidad facilitan el *buzz*, una alta densidad de interacciones e intercambio *face-to-face* entre actores de la escena local que no se podrían reproducir en otros entornos (Storper y Venables, 2004) y que, por otra parte, son decisivos en el sector cultural por dos razones: primero, porque el valor de los bienes culturales es más incierto y dependiente de la recepción (Becker, 1984) y, segundo, porque el consumo cultural en gran medida se realiza colectivamente en unas dinámicas sociales ritualizadas (Gainer, 1995) y se forman los gustos y se comparten de forma social en espacios urbanos socialmente definidos para ello (Crewe y Beaverstock, 1998).

Por otra parte, desde una perspectiva microsociológica, Randall Collins afirma que las comunidades artísticas posibilitan los «rituales de interacción» propios de la esfera creativa, sustentados en los encuentros presenciales y en la creación de lazos fuertes (Collins, 2009). Esta agrupación facilita que los miembros de las comunidades artísticas, por tanto, coincidan en espacios físicos, en reuniones, ensayos y exhibiciones, e intercambien ideas que impulsan colectivamente la creatividad y la innovación. Estos rituales físicos no pueden sustituirse por rituales mediatizados, porque el compromiso personal de los autores decae cuando las interacciones no se realizan en un contexto cara a cara. Coincidir en un mismo espacio urbano facilita que los rituales de interacción sean efectivos porque los encuentros cara a cara generan un contagio emocional entre los participantes que impulsa la creatividad. De este modo, la posición en la comunidad intelectual, la capacidad que tiene el individuo para establecer lazos fuertes con otros miembros, se convierte en un recurso fundamental que impulsará la productividad y la creatividad del individuo (Collins, 1987).

Por último, si bien el concepto de escena artística se ha aplicado especialmente al sector musical, algunos autores insisten en que, actualmente, estas escenas artís-

ticas se caracterizan por conectar a nivel urbano a una diversidad de creadores de diversas disciplinas artísticas o creativas en un sentido amplio (diseñadores, arquitectos, decoradores, etc.) y por fomentar las fertilizaciones cruzadas entre diversos sectores artísticos que se revelan más fructíferas en oposición a los esquemas de competición propios del campo artístico moderno (Bourdieu, 2002b), lo que explicaría también el interés de los artistas por situarse en contextos urbanos de alta densidad y con diversidad de creadores (Currid y Williams, 2010).

1.2 Clústeres culturales y dinámica urbana

En las últimas décadas numerosos proyectos de clusterización cultural han visto la luz en España, especialmente en grandes ciudades como Barcelona, Madrid o, en menor medida, en Valencia, Sevilla o Zaragoza. A imitación de otras ciudades europeas y de otros países desarrollados o emergentes (O'Connor y Gu, 2012), los gobiernos estatales, regionales o locales han desarrollado proyectos de fuerte inversión en equipamiento cultural y políticas de fomento para el desarrollo de empresas e instituciones caracterizadas por la generación de bienes y servicios culturales. Dentro de este tipo de estrategias se pueden distinguir dos claras orientaciones: en primer lugar, las que tienen como meta el desarrollo de sectores económicos vinculados a la producción de bienes culturales a partir del fomento de actividades relacionadas con las llamadas industrias culturales o creativas (cine, radio, televisión), el diseño (web, textil, gráfico, industrial), la moda, la publicidad, la fotografía y la arquitectura (Scott, 2000). En segundo lugar, las que tienen como finalidad la generación de servicios culturales para el atractivo turístico y comercial a través de la recuperación del patrimonio existente de los centros urbanos (regeneración urbana), la creación de instituciones y equipamientos culturales (como museos y centros culturales), la organización de eventos, etc. (Evans, 2001; García, 2004; Landry y Bianchini, 1995). Ambos tipos de estrategias poseen una inscripción urbana específica caracterizada por la concentración de empresas, instituciones y agentes en los denominados *clústeres* o distritos *culturales*. El desarrollo de estrategias y procesos de clusterización se puede inscribir en el marco de transformaciones económicas y culturales de las sociedades postindustriales (Bell, 1976a), donde la cultura se convierte en un factor clave para conseguir ventajas competitivas (Harvey, 1989a) al crear barreras de entrada para productos procedentes de otras ciudades competidoras (Power y Scott, 2004). En este contexto la política cultural se orienta de forma instrumental hacia la promoción económica (Gray, 2007) y se convierte en un elemento central para el desarrollo económico de las ciudades (Scott, 2000).

En concomitancia con estas transformaciones emerge toda una literatura que intenta describir el nuevo escenario urbano mediante nociones como *ciudad creativa* (Landry y Bianchini, 1995) y políticas que buscan potenciar la competitividad de las ciudades en el mercado global a través del desarrollo de sectores vinculados a las *industrias creativas* (DCMS, 1998) y la atracción de «talentos» o, en palabras de Richard Florida, de la llamada *clase creativa* (Florida, 2002a). A pesar de que

la teoría de la clase creativa planteada por Florida (Florida, 2002a) y su amalgama de los creadores culturales con otros profesionales han sido repetidamente criticadas (Markusen, 2006; Peck, 2005; Pratt, 2008), los discursos sobre ciudad creativa y clústeres culturales se han convertido en un tipo de discurso seductor y a la vez engañoso, como el que denuncia Franckfurt (2005). Un discurso que fascina a las élites políticas y económicas, ofreciendo un modelo de desarrollo a la vez que un discurso legitimador para las políticas orientadas a instrumentalizar la cultura para el desarrollo social y económico (Belfiore, 2009). No obstante, al igual que el discurso sobre el impacto social del arte, los discursos sobre ciudades creativas resultan la mayoría de las veces un elemento legitimador para los responsables políticos más que una realidad comprobada empíricamente (Belfiore y Bennett, 2008). El discurso oficial sobre los beneficios de la clusterización cultural raramente constata sobre el terreno sus efectos en los procesos de creatividad e innovación cultural. En definitiva, el concepto de clúster es teóricamente caótico y es utilizado como panacea para el desarrollo económico y social (Martin y Sunley, 2003), a partir de la mezcla no controlada de diversas perspectivas disciplinares, conceptos teóricos y realidades observadas.

La mayor parte de la literatura insiste en afirmar que la clusterización cultural genera beneficios por la concentración y la densidad de intercambios entre agentes culturales (Markusen, 1996; Wu, 2005). Sin embargo, la creciente atención a los efectos de los clústeres culturales conlleva que se analice la importancia de las dinámicas sociales subyacentes tras los fenómenos de clusterización, que no pueden ser explicadas solamente por la aglomeración y densidad de transacciones económicas (Scott, 2000) ni por la infraestructura urbana (Comunian, 2011). Las interacciones que se producen *face-to-face*, lo que algunos autores llaman *buzz* (Storper y Venables, 2004) y que se desarrollan en espacios de encuentro, el llamado «tercer espacio» (Lloyd, 2010), son fundamentales para posibilitar y potenciar la productividad cultural de estos intercambios (Currid, 2009). Como veremos, estos intercambios están, no obstante, muy condicionados por el contexto social e institucional en el que se desarrollan y por lo tanto por el tipo de clúster cultural y urbano en el que se enmarcan. Resulta necesario, por lo tanto, reflexionar sobre estas configuraciones socioespaciales a partir de poner en correlación el tipo de relación que se establece entre las interacciones sociales y el contexto urbano donde se inscribe el clúster. Para esta tarea resulta central la construcción de *modelos* o *tipos* de clúster culturales, teniendo en cuenta: *a*) el objetivo de la aglomeración de actores, *b*) el sistema organizativo, *c*) los patrones de interacción, *d*) la política pública dominante, *e*) el organismo implementador y *f*) la dinámica de gobernanza. Por ello afirmamos que la dimensión social es un factor central para entender los procesos de creación e innovación cultural en los clústeres culturales. Por ello se analizan comparativamente cuatro sectores urbanos de Barcelona correspondientes a los distritos de Sant Martí (Glories y Poblenou) y Ciutat Vella (zona Norte y Sur del barrio del Raval), caracterizados por haber sido objeto de políticas de regeneración urbana y desarrollo económico a partir de la creación de instituciones e instalación de empresas culturales y del conocimiento.

Tipología de clústeres culturales en Barcelona

La ciudad de Barcelona resulta relevante para el análisis de las dinámicas culturales urbanas debido a su considerable patrimonio, industrias y actividades culturales. Durante la segunda mitad del siglo XIX y el primer tercio del siglo XX la acción concertada de las élites y del poder local crea instituciones culturales de prestigio y promueve grandes eventos, como las exposiciones universales de 1888 y 1929. Una tradición que resurgió con el periodo democrático, convirtiendo la cultura en un elemento identitario central y en un factor clave para estrategias globales de redefinición y de promoción internacional de la ciudad (Degen y García, 2012). Estas estrategias se centran en la creación de grandes eventos culturales como elemento de transformación simbólica y material de la ciudad (Subirós, 1998) y se concretan en el desarrollo de clústeres culturales orientados hacia la regeneración del centro de la ciudad (Rius-Ulldemolins, 2008) o la reconversión de los antiguos espacios industriales en desuso (Martí-Costa y Pradel i Miquel, 2012). Por otra parte, este tipo de estrategias provocan la combinación de actuaciones vinculadas a la planificación urbana y cultural (Subirós, 1999), lo que genera una considerable cantidad y diversidad de clústeres culturales.

Los clústeres culturales han generado una gran cantidad de literatura académica que tiene por objetivo su análisis desde aspectos económicos, urbanos o sociales (Karlsson, 2010; Lorenzen y Frederiksen, 2007). Sin embargo, la mayoría de estos estudios entienden la existencia de un solo tipo de clúster cultural, a pesar de reconocer su gran diversidad en términos de configuración espacial, niveles de interacción o dinámicas de gobernanza (Cinti, 2008). Algunos autores han propuesto definiciones de los clústeres culturales según variables vinculadas a la actividad económica, las dinámicas culturales desarrolladas o el contexto social y urbano donde se inscriben (Montgomery, 2003; Moomas, 2004). Otros autores han elaborado clasificaciones a partir de su situación dentro de la trama urbana (Frost-Kumpf, 1998), del nivel de intervención del Estado (Wen Wen, 2012) o de su contexto organizativo (Redaelli, 2008). Quizá la tipologización más interesante es la de Santagata (2002), en la que diferencia los clústeres en términos de *output* económico distinguiendo así entre *clúster de industrias culturales*, *distrito cultural* (basado en denominaciones de origen controladas) y los *distritos de museos*. Los primeros producen bienes culturales para el mercado, los segundos rendimientos monopólicos basados en los derechos de propiedad intelectual y los terceros impactos socioeconómicos sobre el territorio. No obstante, desde nuestro punto de vista, a pesar del valor de estas aportaciones al debate sobre la clusterización cultural, no se ha elaborado una tipología multidimensional que observe al mismo tiempo todas las variables relevantes y que recoja los avances en investigación de diversas disciplinas y, especialmente, la aportación que puede hacer la sociología de la cultura y las artes en este campo de análisis.

A diferencia de la literatura tradicional sobre el tema, aquí se afirma la existencia de cuatro tipos diferentes de clústeres culturales en la ciudad de Barcelona a partir de la articulación de variables vinculadas a: *a)* el objetivo de la aglomeración de actores, *b)* el sistema organizativo, *c)* los patrones de interacción, *d)* la política

pública dominante, e) el organismo implementador y f) la dinámica de gobernanza. De esta manera podemos distinguir los siguientes tipos de clúster: 1) Los *clústeres de industrias culturales*, o la concentración de empresas del sector cultural con el objetivo de conseguir una disminución de costes y ventajas competitivas de la clusterización. 2) La *agrupación de instituciones culturales* como forma de planificación urbana, orientadas a favorecer las economías de escala. 3) El *distrito cultural*, como un producto de los proyectos de regeneración urbana, creando así espacios mixtos de difusión y consumo cultural. 4) Las *escenas artísticas* que conforman una red de espacios, creadores y públicos asociados a la creación, agrupados para conformar una comunidad local.

La tipología presentada en este estudio no pretende ser una clasificación estanca, sino una propuesta de *tipos ideales* que no se reflejan de forma perfecta en la realidad empírica, sino que son modelos a los que los diferentes casos examinados se aproximan. También podemos encontrar casos que compartan ciertas características de dos modelos o que en un mismo espacio urbano se puedan encontrar dos dinámicas distintas de clusterización. No obstante, como veremos, estas dinámicas de clusterización, a pesar de solaparse territorialmente, forman, por sus características organizativas y dinámicas de interacción, realidades relativamente autónomas. También es posible que un clúster empiece siendo de un tipo y evolucione hacia otro, bien a partir de acciones planificadas bien mediante las dinámicas urbanas y sociales no previstas, por lo que estas clasificaciones son históricamente contingentes.

En la tabla 1.1 presentamos los cuatro tipos de clústeres culturales según diversas variables que nos permitirán caracterizarlos como realidades económicas, sociales, culturales y urbanas diferenciadas.

A continuación, analizaremos los diferentes tipos de clústeres culturales y veremos de qué manera sus objetivos, su sistema de organización, los patrones de interacción, la política pública dominante, el modo de implementación y la dinámica de gobernanza afectan a los procesos de innovación cultural. Para esta finalidad se tomarán como casos de análisis cuatro clústeres culturales de la ciudad de Barcelona (mapa 1.1): 1) El distrito 22@, ubicado en el barrio del Poblenou, en tanto que tipo de *clúster de industrias culturales*. 2) Glòries, como *clúster de instituciones culturales*. 3) La zona norte del barrio del Raval, en tanto que *distrito cultural*. 4) La zona sur del barrio del Raval, en tanto que *escena artística*. Los casos 1) y 2) se inscriben dentro del distrito de Sant Martí, y los casos 3) y 4) dentro del distrito de Ciutat Vella.

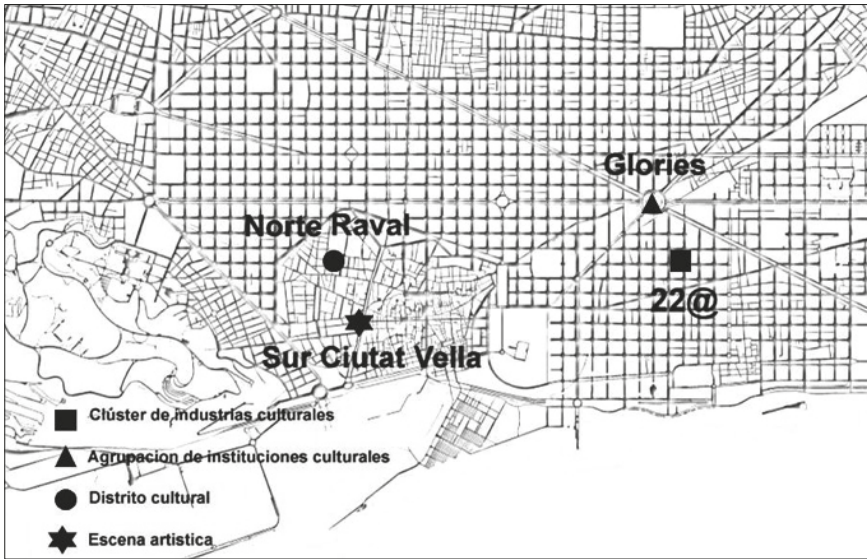
Ciertamente, existen en la ciudad de Barcelona otras zonas en las que se desarrolla una oferta y dinámica culturales considerables. Es el caso de las concentraciones de ciertos sectores culturales, como las galerías de arte en la zona de Consell de Cent (Eixample) o las tiendas de diseño en el Born (Ciutat Vella), que serían un caso híbrido de clúster cultural, pero con el componente de distrito cultural, al estar orientadas al consumo. No obstante, estas concentraciones siguen una lógica sectorial específica y su repercusión urbana es limitada (Rius-Ulldemolins, 2012a). Por lo tanto, se ha considerado que los cuatro casos elegidos son los más representativos para contrastar la tipología por tener una mayor relevancia a niveles urbano y cultural.

TABLA 1.1
Tipología de clústeres culturales

	<i>Clúster industrias culturales</i>	<i>Agrupación de instituciones culturales</i>	<i>Distrito cultural</i>	<i>Escena cultural</i>
Perspectivas de análisis	Geografía, Economía	Sociología de las organizaciones, Ciencia política	Geografía, Sociología urbana. Planificación urbana, marketing	Sociología de las artes y la cultura, <i>Cultural Studies</i>
Definición	Concentración de industrias culturales	Agrupación de grandes organizaciones culturales públicas o del tercer sector	Regeneración de un espacio urbano a partir de intervenciones públicas e inversión privada	Establecimiento de una comunidad de artistas y de consumidores culturales
Objetivo, concentración	Economías de escala, intercambio de informaciones, colaboraciones flexibles	Mancomunidad de servicios, concentración de la oferta, proyectos concertados	Dinamización comercial, atracción de la demanda y el turismo, <i>branding</i> urbano	Lazos de solidaridad, refuerzo de la identidad. Impulso de la creatividad
Sistema organizativo	Sistema industrial	Campo organizacional	Regeneración urbana, <i>branding</i> urbano	Comunidad, creación
Patrones de interacción	Asociación	Gobernanza multinivel	Partenariado público-privado	Comunidad
Política pública dominante	Promoción económica	Política cultural (sectorial)	Política urbanística	Política cultural (creadores)
Organismo implementador	Agencias de desarrollo económico	Gobierno, ministerios y agencias culturales	Agencias de desarrollo local y promoción turística	Ministerios y agencias culturales
Dinámica gobernanza	Mixta	<i>Top-down</i>	Mixta	<i>Bottom-up</i>

Fuente: Elaboración propia.

MAPA 1.1
Casos de estudio de los clústeres culturales en Barcelona (2017)



Fuente: Elaboración propia.

El clúster de industrias culturales

Génesis, organización y pautas de interacción. Los clústeres de industrias culturales se interpretan como una respuesta de las industrias culturales a las necesidades de innovación para competir en un mercado cada vez más global (Scott, 2010), en los que la clusterización aporta economías de aglomeración y, por lo tanto, ventajas competitivas (Scott, 2001). No obstante, estas ventajas no se consiguen por la simple concentración espacial sino que deben concretarse en interacciones entre las empresas y los profesionales que lo componen, especialmente a partir del *face-to-face* (Currid y Williams, 2010; Storper y Venables, 2004), el acceso a proveedores especializados, una mano de obra cualificada y la transferencia de conocimientos entre empresas (Moomas, 2004) que facilitan las colaboraciones por proyecto flexibles que caracterizan a los mercados de trabajo artísticos (Menger, 2009).

Las interacciones sociales en los clústeres de industrias culturales se enmarcan dentro de una lógica asociativo-utilitaria propia de las transacciones económicas. Por este motivo, el tipo de lazo social dominante dentro de este marco se puede caracterizar a partir de la noción de *sociedad* de Tönnies (Tönnies, 1887 [2002]): un tipo de interacción en el que priman las relaciones económico-profesionales y no las de amistad. En las interacciones asociativas los lazos se definen principal-

mente a partir de interacciones basadas en proyectos destinados a la producción y venta de bienes y servicios culturales (Cooke y Lazzeretti, 2008; *cf.* Krätke, 2011).

Podemos encontrar en los años ochenta y noventa casos de clústeres culturales que se han desarrollado de forma *bottom-up*, especialmente en las grandes ciudades (Scott, 2000). No obstante, desde la adopción de los paradigmas de la *economía creativa* (Markusen *et al.*, 2008) por parte de las administraciones públicas y sus agencias de desarrollo económico, los clústeres de industrias culturales han sido objeto de promoción y planificación (Turok, 2003), creando de esta forma una dinámica *top-down* en su gobernanza. Una tendencia que se ha incrementado en los intentos de países periféricos o emergentes de emular las estrategias de clusterización iniciadas por los países anglosajones (O'Connor y Gu, 2012).

El clúster de industrias culturales del 22@. El distrito 22@ surge en el año 2000 como un nuevo plan de ordenamiento urbanístico cuya finalidad es convertir la antigua área industrial de Poblenou en un polo de nuevas industrias vinculadas a la creatividad y el conocimiento. Para ello el Ayuntamiento instrumenta un plan de refuncionalización del suelo que sustituye la calificación del suelo industrial tradicional de Barcelona (22 A) por una nueva (22@) que admite la instalación de empresas y equipamientos relacionados con las nuevas tecnologías. Además de la rezonificación, el plan de reordenamiento incluye la inversión pública para la generación de actividades innovadoras, nuevos modelos de equipamientos, generación de viviendas y espacios públicos, recuperación del patrimonio industrial existente e infraestructuras acordes a la nueva rezonificación. El plan 22@ define cinco zonas o clústeres destinados a la creación, invención y desarrollo en el área de los media, el diseño, las TIC, la energía y la biotecnología. Si bien el caso del 22@ se planifica como un sector destinado a las industrias creativas y del conocimiento, los clústeres de media y diseño pueden agruparse dentro del sector de industrias culturales.

Tomando en consideración los dos subclústeres del sector cultural, los media y el diseño, agrupan un total de 169 empresas de muy diverso tamaño y estructura jurídica. Dentro de las empresas existen editoriales, productoras audiovisuales y compañías de teatro (como La Fura dels Baus y Focus). Este tipo de subclúster se plantea como una estructura de gobernanza público-privada. El sector de media está liderado por el Centro de Innovación Barcelona Media (Barcelona Media, 2012). La otra pieza de coordinación del clúster, el Parque Barcelona Media, prevé dedicar 12.000 m² al desarrollo del sector media, actualmente en construcción. En este caso se trata de un proyecto de cooperación público-privada con la participación del Ajuntament de Barcelona, la Universitat Pompeu Fabra y la productora audiovisual MediaPro. Por otra parte, el subclúster de diseño, de reciente creación, intenta poner en relación empresas (como G-Star Raw, Node, Morera), instituciones (como BCF), espacios de creación específicos (como Palo Alto y Hub Desing) y universidades (como la Universitat de Vic, la UPC y el IAAC).

A pesar de constituir un ejemplo de clúster cultural diseñado e implementado de forma *top-down*, el 22@ ha intentado generar dinámicas de asociación transversales entre empresas, y para ello cuenta con una asociación que facilita el *networking*, el 22@network. Sin embargo, el Plan 22@ ha provocado un impacto

negativo en las redes sociales, la fisonomía y las actividades preexistentes en el barrio del Poblenou. Así se produce una expulsión conflictiva de las actividades industriales (Marrero Guillamón, 2003), procesos de aburguesamiento o elitización urbana (Jutgla *et al.*, 2010) y desaparición de la mayor parte de los espacios que albergaban talleres de artistas (Martí-Costa y Pradel i Miquel, 2012). Así, también se ha podido observar la instalación a partir de 2015 de nuevos espacios dedicados a una fusión de cultura y comercio, como el Palo Alto Market Fest, celebrado en sus primeras ediciones en la Fábrica Palo Alto de Poblenou, y que mezcla en un solo espacio muestras de arte, muebles y ropa *vintage*, *foodtrucks* y música y teatro de calle. También es significativo el traslado a Poblenou en 2016 de la prestigiosa Sala Beckett, dedicada al teatro independiente, en concreto a una antigua cooperativa, reformada con la ayuda del Ajuntament de Barcelona.

En este sentido, la implementación del 22@ ha sido inicialmente conflictiva, y la baja densidad de redes colaborativas con los distintos actores sociales del barrio, en especial las entidades vecinales y los espacios de creación artística, ha generado un nivel de creatividad e innovación cultural no tan significativo como el esperado en el sentido de generación de valor artístico en un sentido estricto. Sin embargo, la constitución de la asociación *Poblenou Urban District* en 2012, como agrupación de agentes culturales y comerciales (desde galerías de arte a hoteles), muestra la consolidación como clúster de industrias culturales y su creciente hibridación como distrito de consumo cultural y de ocio, planteando así la necesidad de reconsiderar su catalogación solo como un clúster cultural híbrido.

La agrupación de instituciones culturales

Génesis, organización y pautas de interacción. Durante las últimas décadas diversos investigadores, desde la perspectiva de la sociología de las organizaciones o de la ciencia política, han analizado el surgimiento y desarrollo de las instituciones culturales como un proceso de institucionalización del campo artístico y de la política cultural (DiMaggio, 1987b; DiMaggio, 1991). A partir de su surgimiento como política pública en los años sesenta, los equipamientos culturales son uno de los principales brazos ejecutores y escaparates de la política cultural, pero mientras que en sus etapas fundacionales estos funcionaban como una herramienta de institucionalización de la alta cultura para su difusión entre la población, a partir de los años ochenta se convierten en un instrumento para conseguir otros fines sociales o económicos (Rius-Ulldemolins y Rubio, 2013). En el caso francés, se empieza a dirigir la atención hacia su capacidad para potenciar y embellecer la ciudad, a la vez que revitalizan sus zonas menos favorecidas (Urfalino, 1994). Es en este contexto en el que nacen los *Grands Travaux* parisinos que serán posteriormente emulados a nivel internacional, como el caso del distrito de Museos de Viena, una forma de planificación y *branding urbano* (Evans, 2003). En el marco de estos proyectos nace la idea de clusterizar los equipamientos culturales con el doble objetivo de aumentar su impacto y generar sinergias colaborativas que tiene una gran influencia en los responsables culturales barceloneses.

Los proyectos de clusterización de instituciones culturales se plasman en la construcción de grandes infraestructuras que requieren un equipo de gestión relativamente numeroso, funcionalmente especializado y con una jerarquía centralizada en su interior. Se trata, por lo tanto, de lo que en sociología de las organizaciones se caracteriza como organizaciones burocráticas (Crozier, 1964). Hacia el exterior, las dinámicas de interacción entre diferentes instituciones culturales están condicionadas por enfrentamientos político-institucionales (entre partidos o entre diferentes administraciones públicas), las diferentes definiciones sobre la misión de cada institución cultural, la rivalidad de sus directores artísticos (que perciben las colaboraciones como un atentado contra la libertad artística) o el marco jurídico-legal (que dificulta el establecimiento de colaboraciones entre las instituciones y con el sector privado). Sin embargo, los agrupamientos de clústeres culturales nacen con la idea de compartir servicios (proveedores) y equipamientos (archivos, salas de ensayo, auditorios, etc.) y a la vez aumentar la capacidad de atraer a visitantes o usuarios. En este caso las políticas de clusterización son completamente planificadas y *top-down*, considerándose proyectos de alta prioridad que requieren una gobernanza multinivel y que son lideradas frecuentemente por parte de los máximos dirigentes políticos (como el presidente Mitterrand en el caso francés).

La agrupación de instituciones culturales de Glòries. El proyecto de Glòries como agrupación de instituciones culturales nace a principios de los años noventa, cuando el entonces alcalde de Barcelona, Pascual Maragall, convence a los responsables de la Generalitat de Catalunya de situar su proyecto estrella, el Teatre Nacional de Catalunya (TNC), en esta zona urbana. Esta elección era considerada una apuesta estratégica. Por este motivo, la constitución de un nuevo clúster constituía un reto para atraer a los visitantes y se consideró necesario concentrar diversos equipamientos para convertirlo en un polo de atracción ciudadana. Siguiendo esta lógica, al edificio del TNC, inaugurado en 1997, se le unió dos años después el Auditori de la Música. Obra del arquitecto Rafael Moneo, el Auditori es la sede de la Orquesta Simfònica de Barcelona y Nacional de Catalunya e integra el Museu de la Música. Para completar el polo musical, en 2003 se inaugura la Escola Superior de Música de Catalunya en un edificio adyacente. Al igual que el TNC, el Auditori es planeado como un proyecto mixto de regeneración urbana y clusterización cultural. Finalmente, la última gran institución en incorporarse al clúster es el Disseny Hub de Barcelona (DHUB) diseñado por Bohigas-Mackay. Según Mascarell (2002) se trata de «un equipamiento básico en el marco de la nueva centralidad que tendrá la plaza de las Glòries» y en el que según la visión del entonces regidor de cultura se puede ver cómo «la cultura contribuye a la creación de la ciudad nueva y que la ciudad tiene en cuenta la cultura a la hora de diseñar su crecimiento».

El TNC, el Auditori y la ESMUC constituyen grandes equipamientos culturales que gestionan presupuestos importantes y cuentan con amplias plantillas. Sus dinámicas organizativas, por lo tanto, son características de las grandes organizaciones y los procesos de colaboración son motivados o bien por decisiones estratégicas de gestión o bien por el impulso de las administraciones públicas titulares de los equipamientos. En las entrevistas a los máximos responsables de estas instituciones culturales no han situado la colaboración con los otros componentes del

clúster como una de sus prioridades, a pesar de que el contrato programa del TNC fija como objetivo la cooperación entre las instituciones culturales públicas (Rubio y Rius-Ulldemolins, 2012). Una de las pocas experiencias de colaboración entre el TNC y el Auditori se da en el terreno de la accesibilidad social de la cultura. El programa *Apropa cultura* proporciona oferta cultural adaptada a las personas con problemas de exclusión social junto con estos dos equipamientos. Asimismo, la configuración más compacta de los dos edificios, el Auditori y la ESMUC, junto con su pertenencia al sector musical, ha facilitado, por el contrario, algunos procesos de colaboración creativa. Por ejemplo, la ESMUC programa conciertos de diverso tipo en el Auditori en los que colaboran con la orquesta nacional dependiente de esta. Se trata, en este caso, de la única relación de tipo artística que se desarrolla entre los equipamientos culturales de Glòries.

Los distritos culturales

Génesis, organización y pautas de interacción. A diferencia de los clústeres industriales culturales, los distritos culturales se conciben como concentraciones de equipamientos culturales, educativos, tiendas, restaurantes y otras ofertas de ocio nocturno. No serían, por lo tanto, espacios especializados sectorialmente, sino de uso mixto de difusión y consumo cultural (Frost-Kumpf, 1998). Desde los años ochenta han sido concebidos como una herramienta de regeneración de los centros de las ciudades o barrios afectados por procesos de desindustrialización o marginalización (Bianchini, 1993b). No obstante, a diferencia de las agrupaciones de instituciones culturales, la iniciativa pública ejerce solamente el rol de catalizador inicial, y el protagonismo lo detenta el sector privado cultural y otros profesionales y empresas del sector creativo o del ocio (Strom, 2002).

Los distritos tienen una relación intensa, aunque ambivalente con el entorno urbano. Por una parte, estos distritos son cada vez más conscientes del peso de la marca asociada con el espacio urbano como estrategia de promoción local e internacional (Rius-Ulldemolins, 2008). Los discursos de *branding urbano* para ser efectivos deben elaborarse a partir de los valores de la autenticidad asociados al lugar (Jones y Smith, 2005) y deben establecer una relación con la propia identidad local (Moomas, 2002). Una de las estrategias para promover los distritos culturales son las grandes instituciones culturales diseñadas por arquitectos internacionales (Evans, 2003) que ejercen un poder de atracción hacia otros actores del mundo artístico como artistas y galeristas (Moulin, 1997). También se utiliza la presencia de un patrimonio histórico (a menudo, protegiendo y valorizando elementos heredados de un pasado popular e industrial, como es el caso del SoHo en Nueva York) como una estrategia para promover un elemento residencial distintivo, el *loft living*, así como un nuevo estilo de vida (Zukin, 1995).

No obstante, esta estrategia tiene un límite claro. Los clústeres de consumo cultural nacen con un objetivo: atraer al visitante ocasional y fidelizar al comprador. Por ello se encuentran situados en lugares donde la clientela potencial está próxima residencialmente o bien son lugares bien comunicados y zonas habituales

de consumo y ocio de las clases medias. Por lo tanto, su relación con el espacio urbano se divide entre una estrategia discursivamente proteccionista en lo urbanístico y comunitarista en lo social pero que esconde una dinámica instrumental. La formación de un nuevo distrito simbólicamente atractivo y seguro para las nuevas capas medias (Zukin, 1982; Zukin, 1995) puede generar procesos de gentrificación que finalmente desvirtúen su patrimonio histórico y disloquen la comunidad local, convirtiéndolo en un espacio de consumo estandarizado (Peck, 2005). Un proceso que al mismo tiempo puede comportar la expulsión de la comunidad artística (Kostelanetz, 2003) y/o de la escena creativa (Molotch y Treskon, 2009) para finalmente convertirse en un simple clúster de tiendas de lujo (Evans, 2003).

En las dinámicas de interacción en los distritos abundan los casos de partenariado público-privado. Su desarrollo es liderado por las agencias de desarrollo local y promoción turística, jugando en este caso las políticas culturales un rol secundario. Los distritos culturales forman parte de una planificación postindustrial adaptada a las necesidades de promoción territorial estratégica (Evans, 2001) y su dinámica de gobernanza no es *top-down*, al no ser actuaciones completamente planificadas ni previsible en su desarrollo, ni tampoco *bottom-up*, puesto que el Estado y las grandes empresas ejercen un rol central en la dirección de estos procesos como parte de una estrategia global de potenciación de la ciudad creativa (Landry y Bianchini, 1995).

El distrito cultural del norte del Raval. El desarrollo del distrito cultural del norte del Raval viene impulsado por las administraciones públicas catalanas (bajo el liderazgo del Ajuntament de Barcelona) que, a mediados de los años ochenta, impulsaron el proyecto de reutilización para usos culturales de la antigua Casa de la Caridad y que finalmente se convirtió en dos instituciones culturales diferenciadas: el Centre de Cultura Contemporània de Barcelona y el Museu d'Art Contemporània de Barcelona, inaugurados a mediados de los años noventa. Estos fueron el símbolo de un proceso más global de regeneración urbana que, a través de empresas mixtas (primero PROCIVESA y en una segunda etapa, FOCIVESA), consiguieron atraer la inversión privada en infraestructuras y a nivel residencial, así como la implantación de nuevas actividades profesionales y comerciales relacionadas con la cultura, el ocio y el turismo (Subirats y Rius-Ulldemolins, 2008). El distrito cultural del norte del Raval es hoy en día un polo de instituciones culturales (además de las citadas también encontramos, entre otras, el Foment de les Arts Decoratives), educativas (Facultat de Història y Geografia) y científicas (como la sede barcelonesa del CESIC o el Instituto Barcelona de Estudios Internacionales), así como numerosas empresas y profesionales del sector cultural y creativo, como teatros, estudios de diseño, galerías de arte o editoriales. Asimismo, este clúster cultural se ha expandido hacia el sur del barrio del Raval gracias a la Filmoteca de Catalunya, inaugurada en 2012 en la plaza Salvador Seguí.

El distrito cultural del norte del Raval se ha convertido también en un polo de consumo y ocio: podemos encontrar un clúster de restaurantes vegetarianos, así como tiendas de diseño o de música. Un distrito que se dotó de una gobernanza al crear en 2002 la Fundació Tot Raval, que agrupa a los agentes públicos, privados

y del tercer sector favorables a la promoción del distrito. Todas estas actividades citadas, junto con una intensa labor de promoción de la «marca Raval», han generado como efecto visible un tráfico de visitantes calculado en 18,8 millones de personas anuales, lo que lo sitúa como cuarto espacio comercial de Barcelona (Fundació Tot Raval, 2012). En este caso su productividad cultural se ha basado más en una alianza con la escena artística instalada en el sur de Ciutat Vella que en una interacción o coordinación entre los participantes del distrito, que ha sido más bien de intensidad baja. Aquí se confirma la tesis de Manuel Delgado (Delgado, 2007), en el sentido de que la construcción del distrito cultural del Raval forma parte de una estrategia política para redefinir este espacio urbano según las necesidades de producción y consumo simbólico de la sociedad postindustrial (Lloyd, 2010).

Las escenas artísticas

Génesis, organización y pautas de interacción. El concepto de escenas artísticas ha sido utilizado por la sociología de las artes y los *Cultural Studies* para analizar las agrupaciones de creadores y consumidores alrededor de expresiones artísticas practicadas por una comunidad local, translocal o virtual (Bennett, 2004). Habitualmente se han analizado las escenas artísticas locales como el entramado de espacios urbanos o situaciones *face-to-face* donde se ponen en contacto los creadores emergentes, público *connoisseur* –gran parte de ellos también artistas– y *gatekeepers* del mercado artístico de una o varias subculturas artísticas (Shank, 1994). Asimismo, actualmente hay estudios que destacan la dimensión urbana de las escenas artísticas, mostrando cómo surgen en un barrio concreto en el que se produce una concentración de creadores que podemos calificar de neobohemios por sus actitudes culturales y vitales (Lloyd, 2010). Si bien el concepto de escena artística se ha aplicado especialmente al sector musical, algunos autores insisten en que, actualmente, estas escenas artísticas se caracterizan por conectar a nivel urbano a una diversidad de creadores de distintas disciplinas artísticas o creativas en el sentido amplio (diseñadores, arquitectos, decoradores, etc.) y fomentar las *fertilizaciones cruzadas* en sus dinámicas creativas (Currid y Williams, 2010).

A diferencia de los clústeres de industrias culturales, las escenas culturales se enmarcan en relaciones del tipo comunitarias. Dentro de este marco, priman los lazos sociales afectivos y personales (Tönnies, 1887 [2002]). La dimensión comunitaria de escenas culturales que agrupa a creadores es relatada en numerosas ocasiones por la historia del arte o los estudios literarios (Franck, 2003; Lottman, 1981) y la sociología (Lloyd, 2010; Simpson, 1981). Este tipo de literatura caracteriza las relaciones entre creadores a partir de lazos de amistad, las relaciones *desinteresadas* (tal y como las conceptualiza Bourdieu (2002a), el «interés en el desinterés»), la mezcla entre trabajo y ocio, la coincidencia entre espacio de trabajo y espacio de residencia (materializado en el taller de artista, después conocido como *loft*), la relación con el entorno social dentro del clúster y la valorización y transformación del entorno urbano y residencial (Chalvon-Demersay, 1999).

Los análisis económicos y de las profesiones artísticas suelen destacar la extraordinaria concentración de los artistas en las grandes ciudades y exponen ra-

zones para su localización: mayor abundancia de trabajos artísticos y espacios de formación y consagración o una mejor remuneración y prestigio (Menger, 2009). No obstante, los factores económicos o profesionales no explican completamente el fenómeno de las escenas culturales. La literatura de la vida bohemia, desde su inicio a mitad del siglo XIX, destaca el estilo de vida no-convencional, que según Chiapello (1998) forma parte de la crítica artística a la vida burguesa y según Bourdieu (2002b) del *habitus* propio del campo artístico. En este sentido, la concentración de los creadores en una zona facilita la emergencia de una subcultura bohemia (Fischer, 1995). Su agrupación genera la creación de una «masa crítica» suficiente para generar instituciones que reproduzcan esta subcultura y la muestren al exterior de la comunidad. Las escenas culturales aparecen, en este sentido, como el escenario de la vida bohemia, separadas de los espacios urbanos de la *middle-culture* (Lloyd, 2010).

Diversos estudios reflejan este sentido de comunidad de los barrios artísticos donde se sitúan las escenas culturales. Estos trabajos se centran, por lo general, en el tipo de relación que la comunidad de artistas establece con el barrio; su capacidad de transformación social y urbana (Simpson, 1981); los cambios sociales que provocan el tipo de vínculo afectivo que se establece (Chalvon-Demersay, 1999); los lugares comunes de encuentro y la utilización del ambiente social y urbano como material para la elaboración simbólica (Lloyd, 2010), y su implicación en la lucha política contra los proyectos de reforma que puede implicar su expulsión provocada por fenómenos de gentrificación (Zukin, 1989) o para construir instituciones que les permitan proyectar al resto de la sociedad sus creaciones y reivindicar su estatus de agente social (Fischer, 1995). Las dinámicas de las escenas culturales son por definición *bottom-up*, a pesar de que sus participantes puedan llegar a obtener ayudas a la actividad por parte de las administraciones públicas. Es más, pueden llegar a producirse situaciones de enfrentamiento con los proyectos de las administraciones públicas que amenacen su desarrollo (Martí-Costa y Pradel i Miquel, 2012), aunque a veces pueden establecer dinámicas de cooperación en torno a proyectos compartidos de dinamización sociocultural de los barrios en los que se encuentran (Kagan y Hahn, 2011).

La escena artística del sur de Ciutat Vella. Desde inicios del siglo XX el sur de Ciutat Vella siempre ha poseído la fama de barrio bohemio y marginal (Villar, 1997). Por ello, en las primeras etapas del proceso de regeneración urbana a principios de los años ochenta ya existía una población artística en torno a lo que entonces se llamaba el barrio Chino (que comprende el sur del Raval y del barrio Gótico). Este sustrato preexistente se vio potenciado con la entrada de nuevos creadores atraídos por la doble condición de barrio bohemio y del proceso de creación de nuevas instituciones culturales ligadas al arte y la cultura contemporánea (Subirats y Rius-Ulldemolins, 2008).

A partir de los años noventa, podemos observar el surgimiento de una escena artística que reproduce una subcultura bohemia, al margen de la Barcelona «oficial» (Aisa y Vidal, 2005). En efecto, el barrio ha heredado el mito del barrio Chino como espacio de espectáculos transgresores, algunos de los cuales aún perviven (El Cangrejo, Café Teatro Llantiol, Teatro Riereta). Esta herencia se com-

bina con la renovación que protagonizan jóvenes creadores que han abierto salas fuera del circuito comercial (Espai Mer, Areatangent, Forn de Teatre Pa'Tothom, Miscelanea, Almazén) que forman una red de espacios donde mostrar las creaciones y que son como nodos de una red de pequeños grupos de creadores que residen o tienen el Raval como espacio de trabajo y de ocio. Mención aparte merece la Sala Conservas que «... casi tiene un componente clandestino...». La vocación alternativa de este local quiere encaminarse a ofrecer una programación que responda a los gritos de rebeldía de la juventud en contra de aspectos como la globalización (Vidal, 2001).

Esta escena alternativa, que es autogestionada y autofinanciada y, por lo tanto, de carácter dinámico, pero con altibajos, se intenta consolidar y proyectar más allá de la propia comunidad artística a partir de diversos intentos de ocupación del Teatre Arnau y del Teatro El Molino en 2006, dos conocidas salas de espectáculos del Paral·lel. Durante el periodo del Gobierno socialista, y convergente el enfrentamiento entre el colectivo neobohehio, continuó con diversas ocupaciones y desalojos de espacios reivindicados por el colectivo; sin embargo, esta pauta conflictiva ha mutado en colaboración con el equipo de gobierno de Barcelona en Comú. En 2017 se ha aprobado la conversión del antiguo Teatre Arnau en un espacio cogestionado entre el Gobierno local y la Plataforma Recuperem l'Arnau que propone convertir el espacio en teatro, museo del Paral·lel y espacio comunitario. Se pretende convertir, por lo tanto, el espacio en un laboratorio tanto de innovación cultural como social.

1.3 Estructura y dinámica urbana del mercado del arte

Barrios y calles de galerías, un fenómeno universal en el mundo del arte

Todo observador del mundo del arte se habrá preguntado alguna vez por qué las galerías de arte se concentran en ciertas calles de determinadas grandes ciudades: rue Laffitte (*Rive droite*), rue des Beaux Arts (*Rive gauche*) y rue Vieille du Temple (*Le Marais*) en París; 57th Street (*Midtown*), 10th Avenue (Chelsea) o Washington Street (Dumbo-Brooklyn), concentran una gran parte de las galerías de arte en capitales artísticas. Asimismo, es frecuente que las galerías de arte lleven el nombre de la zona o la calle donde están situadas. Así, cabe preguntarse por qué para los marchantes de arte es tan importante el espacio como para dedicarle el nombre de su establecimiento. En segundo lugar, encontrar una galería de arte no es fácil para los no iniciados en el mundo del arte. Usualmente están repartidas por la ciudad, pero en zonas en las que no es usual vivir, trabajar o pasear. O más bien, están concentradas en algunos barrios, calles o manzanas. Las galerías de arte, es cierto, son un sector poco relevante a nivel económico. Pero cuando pasas por una calle de galerías notas un ambiente especial. Proporcionan a la ciudad esa imagen de ciudad cultivada y cosmopolita que gusta y atrae a nativos y foráneos. Por lo tanto, será interesante que intentemos analizar el porqué de esta extraña e intensa

relación entre el mundo del comercio del arte y la ciudad, que cristaliza en forma de clústeres de galerías.

Ciertamente, el fenómeno de los barrios artísticos es un objeto de estudio que de forma creciente ha llamado la atención de los científicos sociales. Una atención que ha aumentado de forma paralela a la importancia otorgada a la economía de la cultura y las industrias culturales (O'Connor, 2007). Así, desde los años setenta han aparecido algunos estudios sobre la formación de los nuevos barrios artísticos, especialmente el SoHo de Nueva York, en los que de forma más analítica se reconstruye el proceso del surgimiento de un distrito artístico y la interrelación entre los artistas, galeristas, coleccionistas y *amateurs* del mundo del arte que se dan cita en estos enclaves urbanos (Kostelanetz, 2003; Simpson, 1981). Por último, más recientemente, han aparecido algunos estudios sobre la configuración urbana de los barrios de galerías que muestran la aparición de diversos distritos de galerías en grandes centros artísticos como Nueva York (Molotch y Treskon, 2009; Zukin y Braslow, 2011), o bien en otras ciudades emergentes como Seúl (Kim, 2007) o en ciudades periféricas como Barcelona (Rius-Ulldemolins, 2012a). Habitualmente, los análisis de estas configuraciones suelen pivotar en los análisis de tipo económico (precio de las obras, alquiler, etc.) y en el análisis bajo este paradigma de la evolución de los clústeres galerísticos (Molotch y Treskon, 2009).

Ciertamente, esta perspectiva tiene una capacidad interpretativa de la concentración en un clúster: tal y como establece la socióloga del mercado del arte Raymonde Moulin, estando la demanda dispersa, el monopolio local ofrece escaso interés y por lo tanto las galerías de arte se concentran para así poder atraer la demanda (Moulin, 1983). Sin embargo, si bien la agrupación de galerías en parte se puede explicar por esta dimensión de la demanda, entendemos que no se puede explicar la clusterización por puras razones económicas, sino que al tratarse el arte de una esfera de actividad relativamente autónoma y con normas específicas (Becker, 1984; Bourdieu, 2002b) debe tenerse en cuenta no solo los factores económicos o macrosociológicos, sino también las dimensiones meso y microsociológicas. Es decir, para analizar la formación de distritos artísticos se ha de tener en cuenta la configuración y normas del sector artístico (y su doble vertiente económica y simbólica) y las dinámicas de interrelación (de cooperación y competencia) de los propios agentes implicados, los marchantes de arte. Esta perspectiva nos permitirá desarrollar un análisis sociológico de la dinámica de clusterización desde una perspectiva global, como reflejo de una estructura y como respuesta a una actuación estratégica. Ello nos habilitará para responder a los numerosos interrogantes que siguen abiertos: por qué existen diversos clústeres artísticos y no solo uno, o por qué a veces las galerías se mudan de distrito o qué causas explican el crecimiento y declive de los diversos clústeres galerísticos.

Este capítulo, basado en los resultados de una investigación comparativa sobre barrios artísticos, abordará en primer lugar la razón de la concentración de las galerías de arte en clústeres, a partir de las contribuciones de la sociología del arte. Y analizará en detalle las aportaciones de sus principales corrientes, la estructuralista y la interaccionista (Menger, 1992). En tercer lugar, a partir de estas aportaciones teóricas se analizarán las estructuras y dinámicas de clusterización del mercado

del arte desde principios del siglo xx hasta la actualidad a partir de los casos de las dos principales capitales artísticas de los siglos xx y xxi, París y Nueva York, lo que revelará la relación dialéctica entre la evolución de la configuración espacial del mercado artístico y la conceptualización que de ella hace la sociología del arte. A continuación, se analizará el impacto de las dinámicas posmodernas y de la globalización en la configuración urbana de los clústeres galerísticos. Y, finalmente, se realizará un balance de la utilidad, vigencia y límites de la sociología del arte y la cultura en el análisis de este fenómeno.

La sociología del arte, la profesión de marchante de arte y el análisis de los clústeres de galerías

Desde la Segunda Guerra Mundial ha experimentado un notable desarrollo en diversos campos de estudio y en su fundamentación teórica (Zolberg, 1990). Partiendo de un enfoque centrado en la influencia del marco macrosociológico en el objeto artístico y su recepción, perspectiva cercana a la historia del arte y dominante hasta mediados del siglo xx (Furió, 2000), una corriente central de la sociología del arte se ha orientado progresivamente desde entonces hacia el estudio de los sectores culturales, las profesiones y las prácticas artísticas o la construcción de la evaluación y la recepción cultural (Heinich, 2012; Hennion, 2004; Moulin y Cardinal, 2012). A grandes rasgos podemos dividir esta segunda fase de la sociología del arte en dos importantes corrientes: la sociología del arte estructuralista y la sociología del arte interaccionista (Ariño, 1997; Menger, 1992). Dos perspectivas que, aunque no constituirán su objeto de estudio principal, se revelarán como las más útiles para fundamentar sociológicamente el análisis entre mercado del arte y espacio urbano (Rius-Ulldemolins, 2012a). Por ello, a continuación, analizaremos brevemente las bases teóricas y conceptuales de cada corriente y cómo estas dos corrientes conceptualizan e interpretan los procesos de clusterización artística. Concluiremos con un balance sobre la vigencia y los límites de las perspectivas sociológicas presentadas, así como con la necesidad de desarrollar nuevas herramientas analíticas e investigaciones empíricas para comprender actualmente el fenómeno de la clusterización del mercado del arte.

La sociología del arte estructuralista y el análisis de los clústeres artísticos

En la primera corriente, destaca la figura del sociólogo Pierre Bourdieu y su pensamiento sociológico, aunque podemos encontrar a otros autores que han contribuido en mayor o menor medida y en diferentes etapas a su desarrollo como, por ejemplo, Christophe Charle y su estudio del campo literario (Charle, 1998b), Alain Darbel en el análisis de las visitas a los museos (Bourdieu *et al.*, 2003), Luc Boltansky en el caso de la práctica de la fotografía o la constitución del campo del cómic (Boltanski, 1975) o Jean Claude Grignon y Jean-Claude Passeron en el

estudio de la cultura popular y su relación con el campo literario y la dominación simbólica (Grignon y Passeron, 1989).⁸

Sin pretender analizar todo el vasto desarrollo teórico de Pierre Bourdieu y centrándonos en el campo artístico, podemos afirmar que a partir de los años setenta este autor elabora su concepción del campo artístico moderno (Bourdieu, 1977). En primer lugar, Bourdieu definirá el arte como un campo autónomo que no puede ser analizado desde los parámetros de otros campos (Bourdieu, 2001). Esta autonomía se construye a partir de la ruptura con otras esferas que lo condicionaban, como la economía, la política y la religión, en el marco del proceso de división funcional de la sociedad y su modernización (Lash, 1997; Weber, 1944a). De este modo, Bourdieu caracteriza el arte como un espacio social autorregulado que se rige por unas oposiciones estructurantes características de este campo.

La primera oposición la constituye el antagonismo entre el polo del arte puro y el polo del arte comercial. Una oposición que delimita, respectivamente, el subcampo autónomo, autorregulado por el propio campo artístico, y el subcampo heterónimo, condicionado por otros campos, especialmente el económico (Bourdieu, 1977). La segunda oposición se produce a causa de la rivalidad entre las vanguardias emergentes y la vanguardia consolidada. Las vanguardias emergentes pugnan por entrar en el campo artístico y ganar capital simbólico a partir de una apelación a los principios de innovación y autenticidad. Por su parte, la vanguardia consolidada ejerce un dominio del campo y trata de impedir el éxito de las revoluciones artísticas para conservar su capital simbólico acumulado. Finalmente, para Pierre Bourdieu se produce una homología estructural entre el campo de la producción, la distribución y el consumo cultural que reproduce estas oposiciones, con lo que se producirán alianzas formales y/o cooperación informal entre los diferentes agentes del campo, es decir, artistas, galeristas y coleccionistas o público en general (Bourdieu, 1991).

Este marco de análisis que pretende revelar las reglas del campo artístico ha ejercido una gran influencia y también ha recibido numerosas críticas (Menger, 1992) sobre las que no profundizaremos. En todo caso, la conceptualización del mundo artístico como campo de oposiciones y luchas se refleja en la forma de interpretar los procesos de clusterización. Y aunque ya avanzamos que para Bourdieu y su escuela de análisis el espacio no es una variable explicativa del campo en

8. Esta tradición de aplicación de la perspectiva artística ha encontrado su continuación en los trabajos de Gisèle Sapiro sobre el campo intelectual (Sapiro, 1996) o de una nueva generación de sociólogos franceses que –como muestra el libro editado por Jeanpierre y Roueff– parten del esquema teórico estructuralista para analizar el rol de los intermediarios culturales en los diversos campos artísticos, como el cine, el teatro o la música (Jeanpierre y Roueff, 2013). Por otra parte, en el ámbito académico anglosajón la perspectiva estructuralista inspirada por Bourdieu sigue vigente como terreno de análisis de la sociología de la cultura en un sentido amplio, como muestra el reciente libro editado por Costa y Murphy *Bourdieu, Habitus and Social Research. The Art of Application* (Costa y Murphy, 2015), o en campos tan actuales como la programación de videojuegos (Allington, 2015).

sí misma, esta es utilizada para visualizar gráficamente las oposiciones anteriormente mencionadas en el campo artístico, literario o escénico:

La oposición entre comercial y no comercial se encuentra en todas partes: es el principio generador de la mayor parte de los juicios que, en materia de teatro, de cine, de pintura, de literatura, pretenden establecer la frontera entre lo que es el arte y lo que no lo es, es decir prácticamente entre arte «burgués» y arte «intelectual», entre arte «tradicional» y arte de «vanguardia», entre la «Rive droite» y la «Rive gauche».⁹

Por lo tanto, podemos interpretar el surgimiento de los clústeres artísticos como la expresión geográfica de las oposiciones constitutivas del campo artístico, entre el polo del arte comercial y el polo del arte puro y entre vanguardia consolidada y vanguardias emergentes. Asimismo, según este esquema de Bourdieu, las oposiciones conducen a los agentes del campo, en este caso los galeristas, a distanciarse y enfrentarse. Y ello explica la permanencia de los clústeres opuestos y no la centralización en un solo clúster, lo que en un principio ofrecería la ventaja de atraer la demanda.

Asimismo, aunque Pierre Bourdieu (ibíd.) no lo afirme (puesto que su material de análisis es de los años sesenta), de su esquema teórico se puede deducir que el surgimiento de nuevos clústeres culturales como los que aparecerán en los años setenta expresaría la irrupción de un nuevo polo de arte emergente que competiría para entrar en el campo artístico y que concentraría a artistas emergentes, nuevos galeristas y público *amateur* dispuesto a competir por el poder simbólico dentro del campo y, por lo tanto, con el objetivo de desbancar el anterior centro galerístico, que concentra los artistas, galeristas y público de la vanguardia consolidada.

Finalmente, según Bourdieu (ibíd.), la coincidencia entre los espacios sociales del comercio de lujo y las galerías de arte no debe convertirse en un reflejo de la sumisión del mundo del arte a la esfera económica en su conjunto, tal y como denuncian algunos colectivos artísticos, como Grup de Treball (Parcerisas, 2000). Según esta corriente el hecho observable de que el polo comercial del campo (y por lo tanto heterónimo y dependiente del campo económico) comparta espacio junto a los agentes dominantes del campo socioeconómico —y sus espacios residenciales, viviendas de lujo, o sus lugares de consumo, como los comercios de lujo— es producto de la lógica del campo: este polo es heterónimo y por lo tanto dependiente de la influencia y los condicionamientos de otros campos. No será sino a través de un largo proceso durante los siglos XIX y XX de rupturas y construcción de una *illusio* y unas reglas propias del campo como este conquistará una relativa autonomía respecto a los otros campos. Y ello permitirá el surgimiento

9. Desde el siglo XIX, con la apelación de la «Rive droite» y la «Rive gauche» se designan la orilla derecha e izquierda del Sena a su paso por París, constituyendo dos distritos céntricos de la ciudad. A partir del periodo de entreguerras y hasta finales del siglo XX, la «Rive droite» ha sido considerada la parte burguesa y conservadora y la «Rive gauche» la parte intelectual y de izquierdas de la capital francesa (Lottman, 1981).

del polo autónomo y del clúster vanguardista de galerías de arte. Sin embargo, a mediados del siglo XIX no existía aún una autonomía del campo artístico. En sus inicios las galerías de arte eran una simple evolución de antiguas tiendas de decoración o de venta de suministros de pintura. No será hasta la segunda mitad del siglo XIX cuando surja la figura del marchante profesional (White y White, 1991), que debe combinar sus competencias en el campo artístico con unas habilidades en el campo económico, representando así una figura doble de nexo entre dos campos (Bourdieu, 2002b).

Sin embargo, según Bourdieu el análisis del campo artístico a partir de su estructura de clústeres tiene sus límites: «El hecho de que las posiciones constitutivas de los diferentes campos se manifiesten a menudo en el espacio no debe engañarnos: el espacio físico solo es el soporte vacío de las propiedades sociales de los agentes y de las instituciones que, distribuyéndose en él, lo convierten en un espacio social, socialmente jerarquizado» (Bourdieu, 1977: 4). Por lo tanto, desde el punto de vista de Bourdieu se debe evitar una reificación de los polos y las jerarquías de espacios urbanos concretos, puesto que en el campo artístico son las propiedades de los agentes las que definen la jerarquía y no al contrario. Asimismo, observa que para Christophe Charle (1998b), en su estudio del campo literario, los creadores y los intermediarios cambian de espacio al pasar de un polo a otro (típicamente, del polo del arte puro al comercial), o bien al consagrarse (y pasar de la vanguardia emergente a la consagrada), lo que muestra que no es el espacio el que explica las propiedades del campo sino al contrario, es el campo el que define las propiedades que se le otorgan al espacio. Sin embargo, el propio Bourdieu y Charle reconocen que algunas partes de la ciudad quedan connotadas estilísticamente al haber albergado durante un tiempo a los agentes que defendían un determinado estilo, lo que, en principio, contradeciría una visión que otorga al espacio y las concentraciones el rol de mera variable dependiente, explicada por las reglas del arte y sus oposiciones constitutivas (Bourdieu, 2002b; Charle, 1998b).

La sociología del arte interaccionista y el análisis de los clústeres artísticos

La corriente interaccionista de la sociología del arte se desarrolla posteriormente y en cierta medida como reacción a la impronta y al éxito de la perspectiva estructuralista anteriormente expuesta (Menger, 1992). Debemos señalar asimismo que la sociología interaccionista no constituye en sí misma un conjunto acabado y coherente de teorías y conceptos –como ocurre con la estructuralista–, sino que es una nueva perspectiva de análisis, alimentada por numerosos estudios empíricos desarrollados desde los años ochenta (Zolberg, 1990). Si debiéramos, no obstante, fijar un punto de partida teórico, sin duda elegiríamos el trabajo fundacional de esta corriente, *Los mundos del arte*, del sociólogo Howard S. Becker (1984). Este libro tiene la virtud de presentar desde la perspectiva interaccionista los mundos del arte, destacando con ello la dimensión cooperativa, convencional y dinámica que los caracteriza. Esta aproximación permite un enfoque más flexible, neutral

y basado en la dinámica concreta de cada profesión artística, sin imponer por ello estructuras supuestamente universales a todos los sectores culturales (Menger, 1992). Ello no presupone, por el contrario, renunciar a revelar regularidades o tipologías en los mundos y las profesiones artísticas. Una de ellas, tal y como conceptualiza Becker (1984), es que podemos establecer tipos y niveles de consagración, integración y centralidad de los profesionales, diferenciando entre profesionales integrados, francotiradores, artistas populares y artistas *naïf* (*op. cit.*: 236-275). Esta tipología, que en principio no hace referencia al espacio, puede ser plasmada en un mapa geográfico, entendiéndose que los artistas integrados se localizan en los espacios centrales de las grandes capitales artísticas, los francotiradores en barrios marginales o bohemios, mientras que los artistas populares o *naïf* se sitúan en las periferias urbanas o las provincias, tal y como de hecho ha demostrado posteriormente un estudio de Per Mangset (1998) sobre la distribución geográfica de los artistas noruegos.

Esta perspectiva de Becker (*op. cit.*) del trabajo artístico como cadena de trabajo cooperativa entre diferentes profesiones permite evaluar el rol que cada una ejerce y su mayor o menor centralidad y fortaleza en el marco de la producción de valor artístico. En este caso, en las artes visuales la aplicación de esta perspectiva nos conduce a comprender la centralidad de la esfera de la creación reforzada por el mito del artista-genio (Heinich, 1992) y la relativa debilidad económica y atomización de la esfera de la distribución, es decir, de los marchantes de arte. Ello explica, en parte, la necesidad de agruparse en asociaciones profesionales de galeristas y de concentrarse geográficamente, sin que una o varias galerías puedan establecer un dominio sobre el mercado (Moulin, 1983).

Esta perspectiva de conceptualización de los agentes del mundo artístico con relación a un sistema de interacciones y convenciones y la tipologización de las profesiones artísticas se revelará fructífera en el análisis empírico del mercado del arte y la profesión de marchante. Sin duda, la figura más destacable en este empeño es la socióloga francesa Raymonde Moulin, autora de dos extensos trabajos sobre las artes visuales en Francia. El primer trabajo de esta autora, publicado en los años sesenta, refleja el periodo de mayor esplendor del mercado moderno de las artes visuales en París (Moulin, 1983). El segundo trabajo, ya en los años noventa, analiza igualmente el mercado de las artes visuales, pero se hace especial hincapié en el creciente impacto sobre este mundo artístico de las políticas culturales y sus instituciones (museos y centros de arte) y de la globalización del mercado (Moulin, 1992). Un análisis que completará en otro estudio posterior, en el que destacará el impacto de la globalización (Moulin, 2003).¹⁰

10. Esta línea de investigación sobre el mercado del arte y sus profesiones será continuada por sus principales discípulos, como Pierre-Michel Menger, que estudiará las profesiones artísticas y el trabajo creativo (Menger, 2009), o Alain Quemín, que analizará la construcción del valor y las reputaciones a nivel internacional (Quemín, 2013a). Por otra parte, la aplicación de esta corriente se ha iniciado con un análisis del caso barcelonés (Rius-Ulldemolins, 2012a). Otros análisis de caso, como el realizado por Molotch en Nueva York, citan a los

La corriente interaccionista, representada en la sociología del mercado del arte por Raymonde Moulin (1983, 1992, 2003), tampoco se centra en el estudio de la clusterización galerística en sí misma, pero nos da algunos elementos para comprender la especial relación entre el mercado del arte y el espacio urbano. Si en la primera corriente la configuración espacial del mercado del arte era una variable explicada por la estructura del campo artístico, en la corriente interaccionista el espacio aparece como un elemento definidor del sistema artístico y un componente clave dentro de una estrategia de posicionamiento profesional y artístico que los marchantes de arte toman en consideración y manipulan estratégicamente (Rius-Ulldemolins, 2012a).

El análisis sociológico de la configuración espacial del mercado artístico

A finales del siglo XIX, la falta de autonomía del campo artístico se refleja en los mapas de galerías de finales del siglo XIX estudiados por White (1993): la mitad de las galerías están en torno a la misma zona de la *Rive droite*, un barrio habitado por la burguesía. Muchas de estas galerías de arte fueron en su inicio simples tiendas de arte pero, paralelamente al surgimiento del mercado del arte como mecanismo de valorización y comercialización del arte, se especializaron y ampliaron su clientela entre la emergente clase social deseosa de legitimar su posición social a través de la compra y posesión de una colección de arte (DiMaggio, 1991). Será este clúster, la *Rive droite*, el que dominará desde mediados del siglo XIX hasta inicios del XX, defendiendo a los artistas de la llamada Escuela de París y atrayendo a los coleccionistas adinerados de toda Europa y Estados Unidos a la capital artística del siglo XIX (Harvey, 2003; White, 1993).

Sin embargo, también surgirán en este periodo otros focos de galerías: uno en Montmartre, otro en Luxemburgo y un tercero junto al Sena, en la *Rive gauche*. Será este último clúster el que elegirán a principios del siglo XX los marchantes asociados al polo del arte puro para organizar las primeras exposiciones de las primeras vanguardias, y se consolidará como polo de la innovación artística durante medio siglo (Moulin, 1983). De este modo, el polo del arte puro dentro del campo artístico (y por lo tanto el espacio autónomo) crea sus clústeres en espacios relativamente alejados de los *boulevards* del comercio de lujo y en barrios no dominados por otras dinámicas comerciales preexistentes. Un relativo aislamiento urbano que les permitirá desarrollar una actividad separada y autónoma de otras dinámicas sociales, y poder crear así un polo autónomo en el que artistas y galeristas dominan este espacio. Este surgimiento de un polo de arte puro crea una

autores de esta corriente de la sociología del arte, pero sin embargo, desde nuestro punto de vista, no lo aplican en su análisis de cambio de la configuración artística al tomar como vector de cambio solamente la variación de las cotizaciones y los precios de los alquileres, sin considerar así la estrategia de los marchantes en la configuración de los clústeres artísticos (Molotch y Treskon, 2009).

estructura de clusterización del mercado del arte de dos zonas o bipolar caracterizada por su oposición y rivalidad artística e ideológica desde principios hasta los años sesenta del siglo xx.

Un libro biográfico sobre D. H. Kahnweiler (Assouline, 1989), el famoso marchante del cubismo, nos confirma este análisis de tendencia a la concentración de los marchantes y asimismo la existencia de dos clústeres galerísticos y de la estructura artística que representan. Según Pierre Assouline (1989), cuando Kahnweiler estaba proyectando la que sería su primera galería en 1907, su primer impulso fue el de observar dónde estaban las grandes galerías:

Hay que ser *Rive droite*. Cuestión de prestigio. El crítico Louis Vauxcelles conoce bien su mundo. Asegura que cuando un marchante pasa de la *Rive gauche* a la *Rive droite*, es signo de que le va bien. Esta evolución geográfica tiene su importancia en un mundo en el que la reputación precede a la cotización del arte. [...] No se dice: voy a recorrer las galerías, sino: voy a la calle Laffite (*op. cit.*: 58).

No obstante, este marchante, que ayudó a revolucionar el arte del siglo xx, no quiso simplemente situarse al lado de los grandes marchantes y ser uno más: «Kahnweiler aprende rápido. Se da cuenta enseguida de que la calle Laffitte y la calle Peletier están ya pasadas de moda, que están muy connotadas de los colores del siglo xix» (ibíd.). El marchante que se situó a la vanguardia artística intuye, pues, que hay que avanzarse, separarse de los marchantes que representan según él el polo comercial y el pasado artístico, y situarse en el que creía que sería el nuevo centro espacial del mercado del arte más rupturista y avanzado: la *Rive gauche*.

La socióloga Raymonde Moulin (1983) interpreta la tendencia a la concentración de las galerías de arte como una forma de cooperación libremente elegida en respuesta a las características de la demanda:

La localización del comercio de cuadros se sitúa en la tradición más antigua del negocio del arte y los marchantes de cuadros no buscan protegerse contra la concurrencia local, que perciben al contrario como beneficiosa; estando la clientela dispersa, el monopolio local no tiene interés; la concentración aumenta al contrario las posibilidades de atraer a los compradores habituales (Moulin, 1983: 515).

En segundo lugar, Moulin rechaza que pueda hablarse de polos o divisiones nítidas de tipos de galerías según la zona que ocupan y menos que ello refleje una estructura preexistente del campo artístico como teoriza la corriente estructuralista (Moulin, 1983). Sin embargo, reconoce que la posición geográfica puede ser un indicador, entre otros, de la posición que se ocupa dentro de los diferentes segmentos del mercado: «... el comportamiento del marchante no es el mismo según el lugar ocupado por la galería dentro de la jerarquía del mercado, según su localización y su *standing*» (Moulin, 1983: 142). Podemos verlo reflejado en su primera obra cuando constatamos, con la ayuda de un plano, que las galerías de arte adheridas al Comité Professional des Galleries d'Art de Francia y, por lo tanto, las

galerías que cumplen un mínimo de requerimientos de calidad para ser admitidas en este colegio profesional, están mucho más concentradas que las galerías que no están asociadas, las que Moulin califica de simples «tiendas de cuadros» (Moulin, 1983). La concentración es por tanto un indicador de los diferentes tipos y categorías que, aunque borrosos y sujetos a cambios y reevaluaciones, existen entre los agentes que pertenecen al mundo del arte. Y si bien, según esta autora, no existen polos opuestos de arte comercial y arte puro, podemos establecer que existen clústeres con un mayor o menor prestigio en el mundo del arte: «Otras pinturas son vendidas por marchantes especializados, la respetabilidad de los cuales varía en función de los sitios, del barrio de Strasbourg-Montmartre al barrio de Champs-Élysées-Palais-Royal, por lo que respecta a París» (Moulin, 1992: 39). Por lo tanto, la posición geográfica es un indicador de la posición dentro del mercado artístico, el hecho de encontrarse en un clúster denso de galerías indica un nivel mayor de profesionalidad y la elección de un espacio puede mostrar una estrategia dentro del mercado y un posicionamiento respecto al consumidor. Aunque no podemos hablar de fronteras nítidas en la geografía del mercado del arte, «de un espacio de exposiciones a otro, de un barrio a otro, la transición se produce de forma inadvertida entre un mercado con las formas más pobres y más anónimas y el mercado que responde, por los temas tratados, a las expectativas análogas de la clientela» (Moulin, 1992: 40). Según esta corriente, si bien no podemos hablar de homologías estructurales entre los polos de la oferta y demanda artísticas, como en el caso de la corriente estructuralista (Bourdieu, 1977), la existencia de clústeres del mercado del arte no solo organiza las jerarquías profesionales, sino que establece fronteras, invisibles y progresivas, pero significativas, en los tipos de demanda.

En tercer lugar, esta respetabilidad y prestigio dentro del campo artístico no es un dato prefijado y estable, sino que depende de la estrategia del propio marchante y del éxito de esta estrategia de posicionamiento dentro del mercado. Dentro de una lógica tradicional de carrera ascendente, el marchante: «... acompaña paso a paso a sus pintores, acepta eventualmente un pedido exterior que le permite elevarse en la jerarquía económica, inicialmente cambia de local, después de barrio, se convierte en un gran marchante, en la medida que sus pintores se hacen célebres y envejece con ellos» (Moulin, 1983: 147). Esta estrategia de cambio de barrio y su lógica viene definida por diversas variables, una de ellas es la gestión del riesgo en la trayectoria empresarial de las galerías de arte. Tal y como analiza Karin Peterson (1997), podemos encontrar galeristas con estrategias más conservadoras o más arriesgadas en su proyecto estético y profesional y por lo tanto en sus elecciones de artistas y obras.¹¹ Asimismo, Peterson (*op. cit.*) observa que los

11. La gestión de la incertidumbre y del riesgo en el mundo de la cultura y las artes es uno de los temas de debate centrales en la sociología de las artes. Mientras que la corriente estructuralista asume que el polo del arte puro constituye una posición en la que los creadores dirigen sus estrategias a renovar los lenguajes artísticos —especialmente las vanguardias emergentes que crean obras sin un público predefinido—, para así proceder a una acumulación de capital simbólico al parecer un acto desinteresado (Bourdieu, 1997, 2002),

galeristas con predisposición mayor al riesgo y que apuestan por un arte emergente también son los más proclives a hacer elecciones arriesgadas con su localización en un clúster. Por lo tanto, estos galeristas serán los pioneros en mudarse y crear nuevos clústeres, o bien en instalarse en clústeres aún en proceso de formación (Peterson, 1997: 260-261). Por el contrario, una estrategia reacia a la asunción de riesgos se asociará con una tendencia a trasladarse desde zonas periféricas a clústeres centrales del mercado, reforzando así las jerarquías de clústeres del mercado artístico (Rius-Ulldemolins, 2012a).

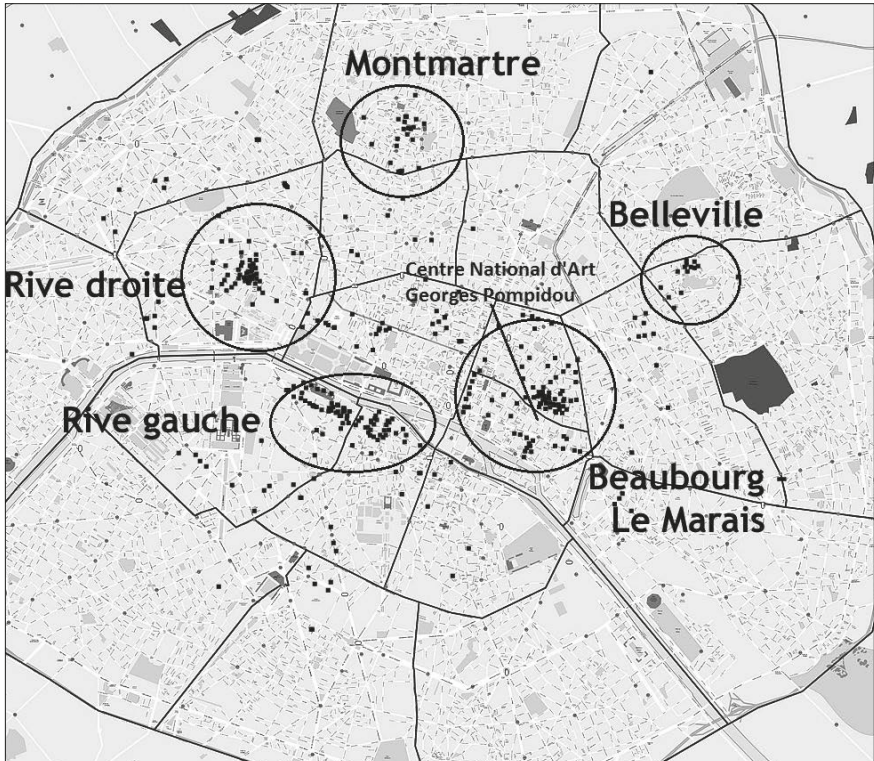
Sin embargo, en cuarto lugar, a partir de los años setenta puede observarse (véase mapa 1.2 sobre los clústeres de galerías de arte en París) cómo algunas galerías de arte se sitúan en las proximidades de las nuevas instituciones del arte contemporáneo, a veces en zonas en procesos de regeneración urbana (Bianchini, 1991; Vicario y Martínez Monje, 2003). Esta corriente de la sociología del arte interaccionista interpreta esta apuesta estratégica como una forma de reducir el riesgo inherente a la creación de una galería de arte vanguardista, mostrando así la creciente interrelación desde los años ochenta entre las instituciones artísticas y el mercado del arte en la generación de valor y reputaciones artísticas (Menger, 2010; Moulin, 1992). Esta forma de asociación simbólica y espacial fue iniciada en el distrito próximo al Centro Nacional de Arte Georges Pompidou de París, el distrito de Beaubourg y Le Marais:

... ningún barrio coincide exactamente con un segmento del mercado. Pero, ciertamente, el barrio *Rive droite*, en la medida en que es percibido como limitado al sector «Matignon-Saint-Honoré» y el de Beaubourg, en la medida en que es identificado con la institución [el Centro Pompidou, N. del A.], son afectados cada uno por una imagen social fuerte, oponiendo la tradición de la Escuela de París a las vanguardias internacionales (Moulin, 1992: 186).

Un esquema de clusterización que ha sido luego imitado en diversas ciudades europeas con el traslado o la nueva instalación de galerías de arte en las cercanías de los museos de arte contemporáneo, como una forma de legitimación del arte de este estilo que defienden y venden los galeristas (Rius-Ulldemolins, 2012a) y una forma de generación de nuevos clústeres con una marca identificable y de prestigio asociada a la institución cultural (Rius-Ulldemolins, 2014).

la corriente interaccionista parte de la idea de que la combinación de apuestas arriesgadas, o en principio más seguras, en el mundo del arte forma parte de la estrategia profesional elegida en el marco de un sistema artístico y de unos recursos previos, como son el capital económico, la reputación profesional, el capital social (Menger, 1999). Asimismo, esta gestión del riesgo en el marco de un mercado turbulento también es actualmente propia de las industrias culturales y se encarna en la figura del productor o las compañías o sellos independientes (Peterson, 1986; Chiapello, 1998).

MAPA 1.2
Clústeres de galerías en París (2014)



Fuente: Elaboración propia a partir de datos del Comité Professionnel des Galeries d'Art.¹²

12. El mapa de las galerías de arte de París se ha desarrollado a partir de la siguiente metodología. En primer lugar, se ha construido una base de datos a partir de la lista de galerías de arte de la asociación profesional de marchantes de arte francesa más importante por número de asociados y amplia representatividad: el Comité Professionnel des Galeries d'Art (<<http://www.comitedesgaleriesdart.com/>>). Esta es la fuente que ha utilizado la socióloga Raymonde Moulin en sus estudios sobre el mercado del arte (Moulin, 1983; Moulin, 1992). Una vez creada la lista se ha recabado información acerca de su geolocalización a partir de su dirección postal y se ha representado esta información con la ayuda del programa CartoDB. Finalmente, la imagen definitiva del mapa se ha elaborado por parte del equipo investigador de la Universitat de València mediante un *software* de diseño gráfico. La agrupación de zonas se ha realizado a partir de la definición de zonas galerísticas de la fuente mencionada, el Comité Professionnel des Galeries d'Art, aunque se ha reducido la segmentación de los distritos a las principales zonas para una mayor claridad en la lectura del mapa.

En resumen, del análisis de la obra de Moulin y otros autores de la corriente interaccionista se pueden extraer cuatro conclusiones importantes para nuestro análisis: en primer lugar, los marchantes tienden a agruparse en clústeres como parte de una dinámica cooperativa, debido a su poca dimensión y atomización. En segundo lugar, la posición y el grado de clusterización dentro del espacio urbano del marchante identifican su posición dentro del mercado del arte. En tercer lugar, el cambio de localización geográfica de una galería se puede asociar a un cambio en el estatus profesional del marchante. Esta disposición a elegir una zona y cambiar de clúster depende en buena medida de la estrategia profesional y de su disposición a asumir o no riesgos artísticos y económicos, en este caso, dos caras de la misma moneda. En cuarto lugar, los galeristas han tendido a asociarse de forma creciente con las grandes instituciones artísticas para así generar con éxito nuevos clústeres artísticos asociados a la marca de la contemporaneidad y el valor artístico que representan estas.¹³

Posmodernidad, ciudad creativa y clusterización de la producción y el consumo cultural

Desde el desarrollo de las principales corrientes de la sociología del arte y de sus estudios, las estructuras y dinámicas del mundo artístico se han transformado de forma significativa. Por ello es necesario revisar las teorías y los conceptos de la sociología del arte expuestos a partir de las contribuciones que ha hecho la sociología del arte a la luz de los cambios macrosociales que han transformado la relación entre la sociedad y la esfera cultural (Lash, 1994).

Existe un consenso en la sociología contemporánea para señalar los años setenta como un nuevo periodo que ha venido a denominarse posmodernidad, y que se caracteriza por la menor importancia de la industria y la esfera de la producción y por una mayor centralidad del conocimiento y de la esfera del consumo (Bell,

13. El caso de Barcelona es clarificador en relación con la dialéctica entre espacio urbano, prestigio de la zona y estrategia de clusterización: a principios de los años sesenta un pequeño grupo de marchantes de arte creará la posición central en el mercado, la zona de Consell de Cent (Rius-Ulldemolins, 2012). Desde entonces, este centro ha atraído a sucesivas generaciones de marchantes de arte que han tenido como objetivo el formar parte del Consell de Cent como parte de su estrategia de consolidación profesional. Así el acceso a este clúster confirma las observaciones de Moulin sobre la clusterización como un proceso de construcción colectiva del prestigio de una zona (Moulin, 1983). Sin embargo, desde entonces, diversos fenómenos han desestabilizado en parte esta jerarquía de mercado; uno de ellos fue la aparición de diversas zonas emergentes en el Born o el Raval en los años ochenta y noventa, respectivamente, lo que confirmaba, por una parte, el surgimiento de un polo de arte emergente interpretable según el esquema de Pierre Bourdieu de oposiciones y antagonismo entre zonas (Bourdieu, 2002b), y la aparición, por otra, de estrategias de clusterización asociadas a la institución artística del Museu d'Art Contemporani de Barcelona, como destacaba Moulin en el caso de París (Moulin, 1997).

1991; Featherstone, 2000; Lash y Urry, 1998). Esta nueva centralidad del consumo corre paralela a la expansión de la esfera cultural sobre la sociedad y la economía que algunos autores han conceptualizado como la aparición de un capitalismo cognitivo desarrollado especialmente en el marco de la ciudad creativa (Scott, 2007). Ello ha erosionado la autonomía como esfera social separada del ámbito político y religioso y ha desactivado en parte sus dinámicas autorreferenciales típicas de la modernidad artística (Bourdieu, 1977).

Si desde mediados del siglo XIX hasta finales del siglo XX la relación entre arte y sociedad se definió por la relativa marginalidad y autonomía del arte, a partir de los años setenta podemos hablar de una nueva centralidad social y de un proceso de fusión entre las esferas cultural, económica y política que algunos han caracterizado como posmodernidad. Y si en la época dorada de la modernidad artística, desde finales del siglo XIX hasta mediados del siglo XX, el mundo artístico tuvo una acentuada influencia sobre la esfera política y económica, tal y como señaló Daniel Bell (2007), por el contrario, desde la irrupción de la sociedad posfordista y sus dinámicas posmodernas (Bell, 1976; Jameson, 1986), la esfera artística está quedando de forma progresiva bajo el influjo –o la dominación– de otras esferas, como la económica y la tecnológica (Lanier, 2010; Scott, 2007). Paralelamente, este proceso ha cambiado la relación también entre la esfera cultural y el espacio urbano, puesto que se ha constatado la capacidad de transformación de los sectores culturales de barrios marginales en activos clústeres de producción y consumo cultural funcionales a las necesidades de la ciudad posfordista (Markusen y Schrock, 2006b; Williams y Currid-Halkett, 2011). Una capacidad transformadora que ha sido crecientemente instrumentalizada por el Estado para transformar zonas urbanas degradadas, a pesar de sus efectos gentrificadores (Harvey, 2005; Peck, 2005). En definitiva, todas estas transformaciones alteran y limitan la capacidad interpretativa de las teorías sociológicas expuestas y hacen necesaria la adaptación de sus marcos teóricos y conceptuales.

En primer lugar, las dos corrientes parten de un análisis del mundo artístico en el marco del Estado-nación, aunque ciertamente la corriente interaccionista ha hecho más esfuerzos para adaptar sus conceptos y herramientas de análisis a la globalización (*cf.* Moulin, 1997; Moulin, 2003). Sin embargo, los procesos de globalización implican para el mercado del arte: 1) una ampliación del dominio norteamericano del mercado internacional, constatado por el abrumador porcentaje de artistas norteamericanos –de nacimiento o adopción– en las ventas totales del mercado y su presencia en las instituciones artísticas más prestigiosas (Quemin, 2013b), lo que se correspondería con la perspectiva de la globalización cultural como imperialismo cultural de origen norteamericano (Crane, 2002); 2) el progresivo surgimiento de un mercado del arte global dominado por unos pocos clústeres de galerías de las ciudades globales –que son capitales a la vez de la industria financiera– como Nueva York o Londres, o por las grandes ferias internacionales como Art Basel, unas ferias solo accesibles a las grandes galerías y coleccionistas adinerados y que suponen una pronunciada elitización del mercado del arte (Crane, 2009; Quemin, 2013a); y 3) una extensión del mercado hacia países emergentes de

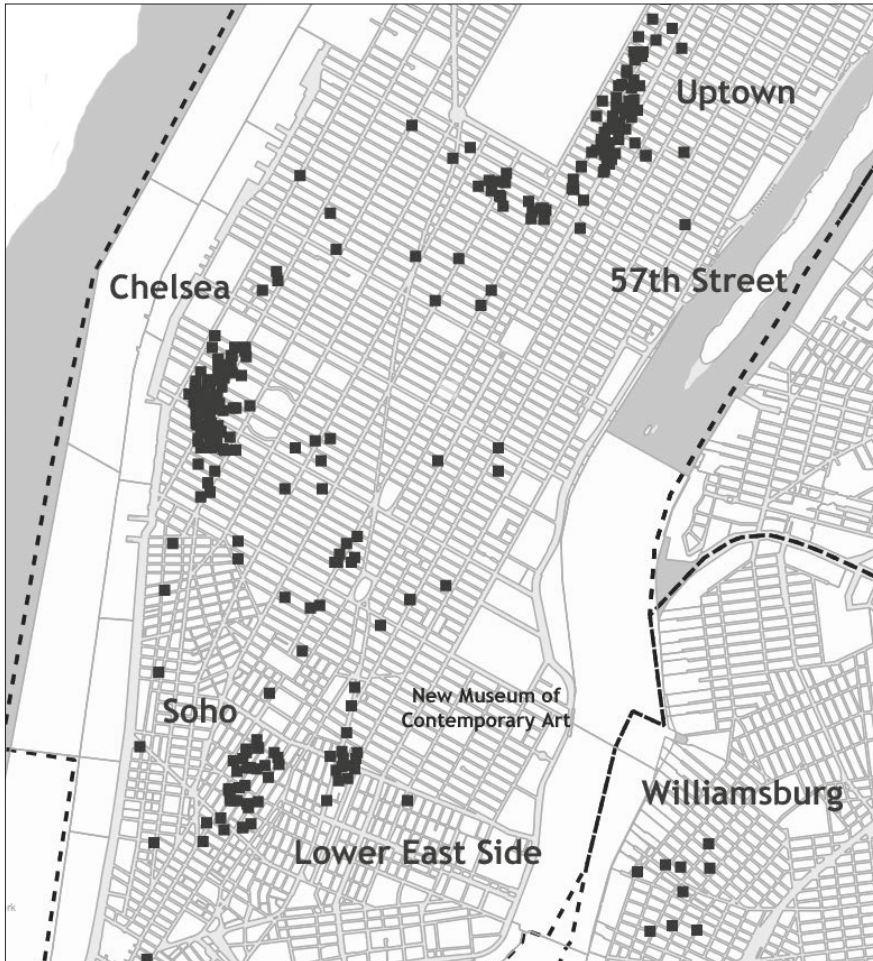
Asia y una exportación de los patrones de clusterización norteamericanos (Kim, 2007; Wen Wen, 2012) que analizaremos a continuación.

En segundo lugar, actualmente, en el marco de la desestabilización del orden artístico moderno y de sus instrumentalizaciones urbanas y económicas, se está produciendo una mayor inestabilidad del mercado del arte y de su configuración urbana. El fenómeno de concentración en barrios artísticos durante décadas y de la progresiva modificación por traslados interzonales, debida a la emergencia de nuevas vanguardias o a la trayectoria ascendente de los marchantes, se ha visto completamente alterado por la aparición de los traslados masivos de galerías de arte. Un fenómeno que se ha podido observar en primer lugar en la capital del mercado del arte mundial, Nueva York, con la creación del SoHo en los años setenta (Kostelanetz, 2003; Simpson, 1981; Zukin, 1982) y posteriormente, en los años noventa, con el traslado masivo desde el SoHo a Chelsea, como podemos ver en el mapa 1.3.

Sin duda, Chelsea constituye un caso singular, por su dimensión y la rapidez de la creación de un clúster galerístico, atrayendo en solo diez años (de 1998 a 2008) a más de doscientas cincuenta galerías, abarcando así alrededor de la mitad del mercado del arte neoyorquino y atrayendo a compradores de todo el mundo por su fama como clúster *cutting-edge* (Halle y Tiso, 2014; Molotch y Treskon, 2009). La formación del clúster de Chelsea y su capacidad de transformar un barrio marginal en uno de los distritos más exclusivos de la City revelan asimismo la capacidad económica del mercado del arte para regenerar y gentrificar un barrio entero (Zukin y Braslow, 2011) y la tendencia de la élite mundial del arte a aislarse en ferias mundiales y clústeres alejados de la diversidad social y étnica (Crane, 2009).

Asimismo, la aparición del nuevo distrito de Chelsea indica la decadencia de los antiguos patrones estables de estructuración del mercado artístico y la aparición de la dinámica del *leapfrogging* y la prevalencia de una dinámica disruptiva (Halle y Tiso, 2014). Este concepto, que podríamos traducir como salto de etapas, surgió en el contexto de las teorías del crecimiento económico, así como en estudios sobre la innovación en la organización industrial, específicamente los que se centran en la competencia entre empresas. Se basa en la idea de Joseph Schumpeter de «destrucción creativa» (Schumpeter, 1974). Esta hipótesis sugiere que las empresas monopólicas generan menos incentivos a la innovación que sus competidores potenciales. Esa es la razón por la que con el tiempo pierden su papel como líderes tecnológicos ante nuevas empresas, dispuestas a correr riesgos y adoptar innovaciones tecnológicas novedosas. Cuando estas innovaciones radicales se convierten en los nuevos paradigmas tecnológicos, las nuevas empresas «salto» introducen una innovación disruptiva que las convierte en los nuevos líderes. El *leapfrogging*, cuando se aplica a los distritos de galerías, implica un cambio masivo a un clúster emergente (Halle y Tiso, 2014); este concepto sugiere que el movimiento es iniciado por los sectores de galerías innovadoras, que tratan de convertirse en líderes, y les siguen en una segunda ola los galeristas bien establecidos.

MAPA 1.3
Clústeres de galerías en Nueva York (2014)



Fuente: Elaboración propia a partir de datos de *Art Forum* y *Art Dealers Association*.¹⁴

14. En el caso del mapa 1.3 de las galerías de arte de Nueva York este se ha desarrollado a partir de una metodología similar a la del mapa 1.2 de galerías de arte de París. En primer lugar, se ha construido una base de datos a partir de las listas de galerías de arte de dos fuentes, la revista *Art Forum* en su edición de 2014 –revista de referencia en el mercado del arte estadounidense– y *Art Dealers Association of America* –la asociación profesional de marchantes de arte más importante por número de asociados–. Estas fuentes son las que se han utilizado en otros estudios de mercado del arte neoyorquino anteriores, como el de Harvey y Trekson (2009). Del mismo modo que en París, la agrupación de zonas se ha realizado

Este fenómeno de creación de un barrio artístico como el SoHo o Chelsea será considerado paradigmático y difundido a nivel mundial, extendiéndose a otras ciudades europeas en los años ochenta y noventa, con desigual éxito: un notable éxito en el caso del nuevo distrito de Beaubourg-Marais de París, y un relativo fracaso en el caso del Born y el Raval de Barcelona (Rius-Ulldemolins, 2012a; Rius-Ulldemolins y Zarlenga, 2014). Asimismo, este modelo de distrito artístico se ha extendido a otras zonas emergentes como Corea, donde ha formado parte de planes de reordenación urbana y conversión como ciudad global según su rol en la economía mundial (Kim, 2007), o China, donde las autoridades estatales han intentado crear un distrito artístico de forma planificada como forma de diplomacia cultural y atracción del turismo, la Zona de Arte 798 (Wen Wen, 2012).

No se trata, por tanto, de los cambios interzonales propios del cambio de polo artístico (del arte puro al comercial), ni tampoco de trayectorias profesionales que llevan a mudarse para desarrollar nuevas etapas profesionales. En este caso todas las galerías de arte de un clúster, incluidas aquellas ya consolidadas, se trasladan de distrito galerístico. Como afirmaba Ileana Sonnabend, una reputada galerista, en el inicio de la decadencia del SoHo:

Quando las primeras galerías se fueron a Chelsea, pensé que la actitud era elitista. Los galeristas hablaban de la enorme cantidad de gente que había en el SoHo y de cómo querían estar en un sitio más tranquilo, con la verdadera gente del arte [...]. Ahora mismo la situación se ha dividido. SoHo está lleno de vida y Chelsea todo lo contrario. Espero que esta situación cambie. En este punto, parece más probable que la vida llegue a Chelsea que el arte vuelva al SoHo (Sonnabend, 1998).

En definitiva, la creación de nuevos clústeres galerísticos mediante cambio masivo o *leapfrogging* trastoca las jerarquías profesionales del campo artístico porque 1) permite la entrada de nuevos profesionales, al ofrecer un nuevo espacio disponible con rentas inicialmente más bajas, y 2) obliga a los marchantes consolidados, como Ileana Sonnabend, a tomar decisiones arriesgadas: quedarse en los antiguos clústeres donde tienen un prestigio y una posición central en el mercado y correr el riesgo de que las galerías circundantes abandonen el clúster, o mudarse al nuevo clúster junto a otras galerías de arte e iniciar de nuevo el trabajo de formar un barrio de galerías y atraer a la clientela hacia él. A pesar de las dudas iniciales, actualmente la Sonnabend Gallery se encuentra en Chelsea.¹⁵

a partir de la definición de zonas galerísticas del propio sector, la revista *Art Forum* y Art Dealers Association of America, aunque se ha reducido la segmentación de los distritos a las principales zonas para una mayor claridad en la lectura del mapa. Finalmente, la agrupación de zonas se ha realizado a partir de la definición de zonas galerísticas de las dos fuentes mencionadas (*Art Forum* y Art Dealers Association). La elaboración del mapa y la imagen definitiva del mapa se han elaborado con el mismo procedimiento que en el mapa 1.2.

15. Sonnabend Gallery es un buen ejemplo de la trayectoria geográfica del mercado del arte a finales del siglo xx. Abrió sus puertas en 1962 en París (Quai des Grands Augustins en el

En tercer lugar, a diferencia de lo anteriormente analizado por la sociología del arte estructuralista o interaccionista, la creación de clústeres no aparece ahora relacionada con un estilo o segmento artístico. Actualmente, los nuevos clústeres como Chelsea no aparecen relacionados con un arte vanguardista, como la *Rive gauche* y el cubismo o el surrealismo en el París de inicios del siglo xx, o bien el SoHo y el neoexpresionismo o el *pop art* en Nueva York en los años setenta. Es más, la mezcla de estilos y hasta cierto punto de segmentos del mercado del arte en un mismo clúster galerístico parece indicar la crisis del modelo vanguardista de organización del sistema artístico (Crane, 1987), una difuminación de las fronteras en el mercado del arte –o, según los términos de DiMaggio (1987; 1991), una desclasificación del arte– y en definitiva la debilitación de las oposiciones que marcaban, según la corriente estructuralista, las reglas del arte en la modernidad artística (Bourdieu, 2002b).

En cuarto y último lugar, otra novedad es que en algunos de estos nuevos espacios, como es el caso del barrio del SoHo y posteriormente de Williamsburg y Bushwick, se produce la coincidencia en un mismo espacio de la producción artística (los talleres de artistas), la difusión y la venta de arte (las galerías de arte) y el consumo de otros productos no relacionados directamente con el arte pero asociados a este mundo por afinidades con un mismo posicionamiento de estatus o de estilo de vida (Zukin y Braslow, 2011). Este es el caso del SoHo, en el que han florecido los comercios de ropa o joyería «diseño de autor», o que ha sido el elegido por grandes marcas de productos de gama alta como Apple o Prada para abrir tiendas con un estudiado diseño, similar al de las galerías de arte contemporáneo en su presentación de los productos (Evans, 2003). Una evolución parcialmente distinta ha seguido el barrio de Williamsburg, en el que al lado de unas decenas de galerías de arte abundan las tiendas de productos *hipster* (tiendas de bicicletas urbanas *fixies*, ropa de la marca American Apparel o Urban Outfitters o restaurantes vegetarianos), especializándose por lo tanto en un segmento del mercado del arte relacionado con el *street art*, muy presente en el barrio, y los estilos apreciados por esta subcultura (Greif y Lorentzen, 2010). Sin constituir numéricamente un clúster del mercado del arte, estas galerías se han convertido en símbolo y reclamo de la reconversión de un barrio en centro neobohehio, atrayendo con ello a numerosos visitantes y compradores a la zona (Lloyd, 2010; Zukin y Braslow, 2011).

clúster de la *Rive gauche*), donde fue defensora del arte norteamericano, especialmente del *pop art*. Posteriormente, acompañando el cambio de capitalidad artística, en 1970 se mudó a Nueva York, a Madison Avenue, en el clúster tradicional de galerías del Uptown. Sin embargo, al cabo de un año, en 1971, fue de las primeras galerías en mudarse al nuevo clúster del SoHo, donde fue uno de los referentes de su escena artística, con su defensa del arte conceptual y *arte povera* europeos. A pesar de sus dudas iniciales en cuanto a abandonar el SoHo, Sonnabend tuvo que aceptar el cambio de centralidad del mercado y mudarse a finales de los años noventa al 536 West 22nd Street, en pleno corazón del clúster de Chelsea, donde se localiza actualmente.

Comparación de las perspectivas teóricas del análisis de la clusterización de las galerías de arte

Hemos analizado cómo enfocan las dos corrientes principales de la sociología del arte, la estructuralista y la interaccionista, las dinámicas de clusterización galerística. En primer lugar, hemos analizado la sociología del arte estructuralista, liderada por Pierre Bourdieu (2002*b*; 1977), que estudia el arte como una esfera relativamente autónoma, la cual se rige por una doble oposición (básicamente, arte puro *vs.* arte comercial, y arte joven *vs.* arte consagrado). Y, en segundo lugar, hemos estudiado la corriente interaccionista, en la que se puede encuadrar Raymonde Moulin (1983; 1997), que se centra en las normas y relaciones que configuran el mercado y las profesiones artísticas.

Como resumimos de forma sintética en la tabla 1.2, las dos corrientes han tomado en consideración (aunque no de forma directa) la configuración espacial del mercado artístico. La primera para ejemplificar esta estructura de oposiciones artísticas y la segunda como un factor que revela y ejemplifica los segmentos y jerarquías del mercado del arte y el rol del marchante. Utilizar las teorías y los conceptos de estas dos corrientes nos permite comprender por qué surgen clústeres de galerías como *Rive gauche* separados del espacio de los comercios de lujo. Ello configurará un mercado bipolar, como bien refleja el mapa de galerías parisino de buena parte del siglo *xx*. Sin embargo, esta aproximación otorga al espacio solo una categoría de variable explicada, producto de las estructuras preexistentes del campo artístico. En este sentido, será la perspectiva interaccionista la que ofrecerá una explicación y una constatación artística de la importancia de la clusterización como: 1) una forma de atraer y orientar a los consumidores y delimitar la profesionalidad de las galerías de arte (siendo las clusterizadas las más profesionales y reputadas); 2) un producto de la dinámica profesional (y de la gestión de la reputación y el riesgo), y 3) un producto de la creciente interrelación del mercado del arte con las instituciones culturales (Moulin, 1992).

Sin embargo, como podemos ver en la tabla 1.2, actualmente la configuración espacial del mercado del arte se ha modificado significativamente, como hemos podido observar en el surgimiento de nuevos clústeres en París y en Nueva York, producto de cambios macroeconómicos que podemos resumir en la transformación posfordista de la sociedad y la aparición de dinámicas posmodernas. Ello se ve reflejado en el mapa de galerías de la actual capital artística, como París o especialmente Nueva York, donde podemos observar un mapa complejo de diversos clústeres artísticos (mapas 1.2 y 1.3). Estos reflejan en parte la pervivencia de antiguos patrones de estructuración del campo artístico (*Rive droite* en París, y *Uptown* y *57th Street* en Nueva York), las antiguas zonas vanguardistas ahora en decadencia (*Rive gauche* en París, SoHo en Nueva York), concentraciones en torno a instituciones artísticas (Beaubourg-Marais en París, *Lower East Side* en Nueva York) o fenómenos de *leapfrogging* (Chelsea en Nueva York).

Estos nuevos clústeres aparecidos desde los años setenta en París y en Nueva York muestran cómo la relación entre economía y consumo, entre el mercado del arte y el espacio urbano, se ha transformado de forma significativa desde la

TABLA 1.2
Principales corrientes teóricas y perspectivas de análisis de la dinámica de clusterización del mercado del arte

	<i>Fuentes teóricas</i>	<i>Estructura del mercado del arte</i>	<i>Explicación de la clusterización artística</i>	<i>Autonomía del mercado del arte respecto a otras esferas sociales</i>
Corriente estructuralista	Estructuralismo genético de Pierre Bourdieu y teoría de los campos sociales. Liderado por Pierre Bourdieu y desarrollado por su escuela.	El mercado del arte refleja las reglas del arte y sus antagonismos (arte puro <i>versus</i> arte comercial, arte consagrado y arte emergente).	Los clústeres son el reflejo espacial de la estructura del <i>camp</i> artístico y el antagonismo entre arte comercial y arte puro.	Autonomía relativa del campo artístico (aunque polo comercial más heterónimo) y homología estructural con el campo político y social.
Corriente interaccionista	Interaccionismo simbólico, sociología de las profesiones. Representantes principales: Howard S. Becker y Raymonde Moulin.	El mercado del arte está estructurado en segmentos diferenciados por los marchantes para establecer el valor de las obras y el tipo de consumidor al que van dirigidas.	La clusterización es producto de la cooperación de los galeristas para atraer a público, y evidencia la segmentación del mercado artístico por estilos y tipos de coleccionistas y público.	Creciente interrelación entre mercado del arte privado y la institución artística (proximidad de galerías y museos).
Otras disciplinas en torno a la ciudad creativa	Convergencia de diversas disciplinas: sociología urbana, sociología económica, sociología del consumo en torno al análisis de la ciudad creativa.	Desestructuración del orden cultural moderno. Creciente globalización e interrelación entre el mercado del arte, el desarrollo territorial y la oferta de ocio.	Los distritos culturales son formas de construir una escena artística local para atraer a los coleccionistas y/o visitantes. Cada vez más son desarrollados intencionalmente.	Instrumentalización creciente por los planificadores urbanos y los actores del mercado inmobiliario y escenario de consumo de la sociedad posfordista.

Fuente: Elaboración propia.

emergencia de la sociedad posfordista. En esta, la autonomía del arte entra en declive y las dinámicas del consumo y la política cultural la erosionan de forma evidente, invadiendo los espacios antes dedicados al arte y emergiendo una clara alianza con las instituciones culturales que tienden a situarse unas cerca de otras. La huida de las galerías de arte hacia Chelsea para recuperar la ansiada tranquilidad y el aislamiento podría parecer una voluntad de reconstruir en parte la autonomía del arte característica de la modernidad, si no fuera porque la concentración de todo tipo de galerías de arte (en estilos y segmentos del mercado) nos informa de que se han debilitado claramente las oposiciones, las clasificaciones y la clara segmentación, lo que revela la presencia de dinámicas posmodernas de mezcla, desdiferenciación, elitización y brandización del mercado del arte.

Finalmente, la de nuevos clústeres galerísticos en enclaves *hipsters* (Williamsburg en Nueva York y Belleville en París) no hace sino confirmar una mezcla y confusión cada vez mayor entre los diferentes productos que conforman un estilo de vida pretendidamente contracultural pero que se convierte a pasos agigantados en una moda *mainstream* internacional. En definitiva, nos encontramos ante la crisis de la concepción de la «eternidad del arte», que se plasmaba en una estabilidad de clústeres galerísticos, por la concepción de «un rápido y permanente torbellino de renovación artística» (Moulin, 1992) que produce una vertiginosa sucesión de clústeres artísticos, en una dinámica de consumo e instrumentalización del espacio urbano por parte del mercado del arte.

Por último, hemos mostrado que la perspectiva de la sociología del arte en sus diversas corrientes se revela capacitada para el análisis de los fenómenos de clusterización artística. Esta perspectiva permite ir más allá de los estudios descriptivos de los barrios artísticos y encontrar las causas de esta configuración en distritos en función de la estructura del mercado artístico, la dinámica de cooperación del campo artístico y por las apuestas estratégicas de los marchantes de arte. Sin embargo, debemos reconocer que a partir de la debilitación del orden cultural moderno desde los años setenta, la configuración espacial del mercado del arte debe ser explicada al mismo tiempo a partir de factores urbanos y relativos a la esfera del consumo, en los que otras disciplinas como los estudios urbanos, la economía y otras ramas de la sociología –especialmente, la sociología del consumo y la sociología urbana– pueden hacer una contribución especialmente valiosa. De esta síntesis de aportaciones creemos que pueden surgir futuros estudios comparativos de otros casos que revelen la influencia específica en cada uno de ellos de los factores macroeconómicos, sociales y de configuración urbana sobre el mercado del arte, así como las tendencias emergentes en este campo.

1.4 Cultura y autenticidad en los procesos de regeneración urbana. *Place branding* en el centro de Barcelona

Sociedad postindustrial, gobierno local y ciudad creativa

El sociólogo norteamericano Daniel Bell (1976b) utiliza el término *sociedad postindustrial* para explicar la emergencia de un nuevo periodo en las sociedades oc-

cidentales. Las transformaciones sociales de los últimos tiempos no se explican únicamente a partir de los cambios tecnológicos sino, principalmente, de los comportamientos en el consumo. Esta mayor centralidad social se combina con una pérdida de autonomía respecto a la esfera social y económica a causa de la creciente instrumentalización por parte de la esfera económica y política (Gray, 2007). En el contexto de estas transformaciones que dotan de un renovado protagonismo al marco local, sus gobiernos han cambiado y ganado peso. Así, han pasado de ser pasivos implementadores de las políticas estatales de servicios públicos a ser activos promotores del desarrollo local (Blanco, 2009a), siendo el desarrollo de la ciudad creativa una de las estrategias para atraer a inversiones y a profesionales altamente educados y capacitados, la llamada «clase creativa» (Florida, 2002a). Esta voluntad de creación de una «ciudad creativa» implica políticas públicas orientadas a la creación de entornos para la «clase creativa», y la exhibición de «imágenes creativas» de la ciudad que implican la implementación de políticas elitistas y gentrificadoras (Peck, 2005). Una estrategia que se enmarca en el llamado *entrepreneurial turn* de las políticas locales (Harvey, 1989a) y que apuesta por la revitalización urbana sobre la base de grandes proyectos arquitectónicos e instituciones culturales (Bianchini, 1993b), de eventos espectaculares (García, 2004), así como la creación de clústeres de industrias culturales (Scott, 2000; Scott, 2010). Un objetivo común de estas estrategias ha sido la generación de una imagen de ciudad creativa (Landry y Bianchini, 1995), es decir, la creación de una marca de ciudad o *city branding* que consistiría en una promoción holística de la ciudad a partir de su asociación con un icono cultural global (Evans, 2003) y de la promoción de las características infraestructurales y sociales que permiten clasificarla como «creativa» (Vanolo, 2008). Estos proyectos de *city branding* son típicos de las grandes capitales mundiales y también de las ciudades medianas que pretenden desarrollar una estrategia propia para competir en la economía global y atraer a inversores y turistas (Castells, 1989).

En esta redefinición de los objetivos de la política cultural, los agentes de desarrollo económico y turístico local han ganado protagonismo por encima de los propios responsables culturales, potenciando estos objetivos instrumentales por encima de los que se orientan a la integración social o a la promoción de los valores intrínsecos de la cultura (García, 2004). La estetización del *branding urbano* ha sido criticada como los ejercicios artificiales o la «máscara de carnaval» que esconden la creciente desigualdad social y económica en las ciudades (Harvey, 1989b). En este contexto, se puede interpretar la aparición y promoción de nuevos barrios neobohemios como una refuncionalización de los espacios urbanos céntricos para adaptarse a las necesidades de elaboración simbólica de las industrias creativas, y se dan respuestas a la configuración de las ciudades como espacio de ocio y consumo de las nuevas clases medias (Lloyd, 2010; Zukin, 1982).

La producción de la fascinación y la autenticidad: cultura, marca y territorio

La teoría de la ciudad creativa, convertida en un lugar común en la literatura académica y en los planes de promoción urbana, establece que para crear una marca

de ciudad creativa hace falta atraer a la «clase creativa» (*cf.* Florida, 2002a). Y ello a su vez se concibe como un proceso de creación de infraestructuras que faciliten su instalación residencial y desarrollo profesional, establecer marcos para la interacción social (el llamado *buzz* por Storper y Venables [2004]), asegurar una variedad y diferencia cultural, en especial el multiculturalismo (Landry y Bianchini, 1995), potenciar una escena local dinámica (Zukin, 1995), ofrecer una rica oferta de ocio, gastronomía y vida nocturna (Chatterton y Hollands, 2002; Lloyd y Clark, 2001) y proporcionar espacios públicos orientados al ocio y el deporte de la clase media (Zukin, *op. cit.*).

No obstante, la producción de una imagen de espacio urbano creativo no depende solamente de factores infraestructurales o ligados a consideraciones genéricas de facilitar las interacciones, sino que es necesario proveer un «relato» y valor a la marca urbana (Sandercock, 2003) dirigidos a modificar la percepción de los visitantes potenciales, sean habitantes locales, turistas internacionales o inversores. Este proceso de construcción de la marca no puede partir de cero ni hacer tabula rasa de la cultura existente previamente, sino que debe apoyarse en ciertos aspectos de la cultura local, puesto que los discursos artificiales no serán efectivos. Al contrario, para ser efectivos los discursos de *branding* deben elaborarse a partir de los valores de la autenticidad asociados al lugar (Jones y Smith, 2005) y han de establecer una relación con la propia identidad local (Moomas, 2002). Una autenticidad que singulariza el producto le ayuda a competir con otros productos a partir de combinar una reinterpretación constante (para adaptarse a los gustos del consumidor) y a la vez una evocación idealizada del pasado destinada a reforzar su aura (Brown *et al.*, 2003).

Este elemento es un aspecto importante en general para los actores económicos y se ha revelado como un factor clave para los planificadores urbanos. Estos, cuanto más específica sea la identidad (o la narrativa de la identidad) y más cargada simbólicamente esté, más pueden explotar el poder monopolista del espacio para conseguir una ventaja competitiva respecto a otras ciudades (Harvey, 1989a), al crear barreras de entrada para productos procedentes de otras ciudades competidoras (Power y Scott, 2004). En este caso, uno de los problemas principales para las estrategias de desarrollo de la ciudad creativa y la creación de marca es la imitación de las estrategias y la producción de imágenes clónicas y banales (Muñoz, 2010) que simplifican la diversidad cultural del espacio urbano (Evans, 2003) y pueden conllevar una estandarización y banalización y, por lo tanto, una merma de la capacidad creativa de la ciudad (Landry y Bianchini, 1995). La atribución del valor de la singularidad y autenticidad al territorio será uno de los elementos claves en estos procesos de *branding*. No obstante, la autenticidad no es tanto una consecuencia del producto en sí mismo como el resultado de un proceso en el que cultura popular e industria cultural consiguen articular un discurso alrededor de un estilo o producto cultural (Peterson, 1997). En otros casos, la relación entre producto-lugar y la autenticidad también es clave para generar productos de éxito, especialmente en el sector de los bienes singulares o de lujo a partir de conseguir asociar aspectos cualitativos del lugar con el producto (Beverland, 2005; Molotch,

2002). Y uno de los objetivos de las políticas urbanas y de las políticas culturales ha sido promover y destacar los elementos singulares y «auténticos» de cada territorio para articular una estrategia de *place branding* (Jones y Smith, 2005).

En el caso de la regeneración urbana, la conversión de un lugar en una marca es un proceso quizá un poco más complejo porque a menudo se parte de una connotación negativa del espacio urbano sobre el que se desarrolla, como espacio marginal y peligroso (Lloyd, 2010). Para su reconversión en espacio de creación y consumo, uno de los elementos fundamentales es dotar ese espacio de una nueva imagen de espacio simbólicamente atractivo y seguro para las nuevas capas medias (Zukin, 1982; Zukin, 1995), lo que puede generar procesos de gentrificación que finalmente desvirtúen esta etiqueta de singularidad y autenticidad, convirtiéndolo en un espacio estandarizado (Peck, 2005). Un proceso que al mismo tiempo puede comportar la expulsión de la comunidad artística (Kostelanetz, 2003) y la decadencia de la escena creativa (Molotch y Treskon, 2009). Por ello es importante intentar combinar los procesos de regeneración urbana y refuncionalización de los centros de las ciudades con las necesidades del capitalismo posfordista, así como con la clusterización de las industrias creativas (Scott, 2000) y la creación de espacios de ocio asociados a nuevos estilos de vida (Kearns y Philo, 1993), sin eliminar al mismo tiempo los rasgos potencialmente singularizadores y fuente de «autenticidad local». Asimismo, la etiqueta de barrio de inmigrantes puede dejar de ser un estigma en el caso de los centros de las ciudades y ser utilizado en algunos casos como un elemento positivo en la estrategia de promoción de este espacio urbano (Taylor, 2000).

El caso de Barcelona representa a una ciudad con un considerable patrimonio y actividad cultural, cuyo modelo de desarrollo urbano consiguió preservar y potenciar. Las élites locales, conscientes de esta situación, convirtieron la cultura en un elemento central en la redefinición de estrategias de futuro para la ciudad, y el Gobierno local ha apostado por convertir los sectores culturales y del conocimiento, además del turismo, en vectores del desarrollo de la economía local (Trullén, 2001). Barcelona ha generado un modelo de desarrollo urbano en gran medida basado en la cultura, esforzándose de forma creciente en su proyección internacional. En este sentido podemos afirmar que Barcelona ha pasado a ser una marca (Balibrea, 2004). Una marca que se centró en destacar su calidad de ciudad mediterránea, la figura de Gaudí y su carácter «creativo», descartando en este proceso su memoria de ciudad industrial a nivel económico y rebelde políticamente (Balibrea, 2007). Este proceso de selección de la memoria histórica que ha implicado la creación de la marca Barcelona ha conllevado que algunos académicos y activistas políticos la hayan calificado de ciudad «mentirosa» (Delgado, 2007; Espai en Blanc, 2004). No obstante, existe un consenso en que la marca Barcelona ha gozado de un notable éxito a nivel internacional. Un éxito que vemos reflejado en el aumento constante de la cifra de turistas internacionales llegados a la ciudad, que ha pasado de 2,4 millones de visitantes en 1993 a 7,13 millones en 2011 (Turisme de Barcelona, 2012).

Regeneración urbana, clusterización cultural y *place branding* en el centro de Barcelona

El Raval es un barrio céntrico de Barcelona, urbanizado en la primera mitad del siglo XIX, donde se establecieron las primeras industrias y edificios baratos de viviendas obreras. Por ello fue escenario de las luchas anarquistas que caracterizaron la «Rosa de fuego» –nombre con el que se conocía Barcelona en el siglo XIX y principios del XX– y también espacio del ambiente bohemio de la ciudad a principios del pasado siglo (Aisa y Vidal, 2005). No obstante, esta tradición de barrio obrero y bohemio fue reprimida brutalmente por el régimen franquista (1939-1975), y de todo ello solo quedó el tráfico de drogas y la prostitución de calle. Así pues, en el periodo de la transición a la democracia el Raval se encontraba en un proceso de degradación urbana, era el distrito de la ciudad con peores indicadores de exclusión social y desde 1970 hasta 1986 perdió el 40 % de la población (Subirats y Rius-Ulldemolins, 2008). A principios de los años ochenta, una de las prioridades del nuevo Ayuntamiento democrático de orientación socialdemócrata fue la regeneración del centro de la ciudad (PROCIVESA, 2002). Ello implicó un proceso de regeneración urbana intenso al que se dedicaron unos recursos económicos superiores a otros proyectos urbanos de la ciudad (Goma y Rosetti, 1998).¹⁶ Dentro de este proyecto, uno de los objetivos estratégicos fue el de cambiar el nombre administrativo estigmatizado de Distrito V o el nombre popular de Barrio Chino por la denominación medieval del barrio: el Raval (Villar, 1997). Ello quería simbolizar el cambio urbano, económico y simbólico que se operaría en el barrio (Subirats y Rius, 2008), y fue de hecho el primer paso necesario para la creación de la nueva marca de espacio urbano creativo. Sin embargo, el nombre Raval era absolutamente desconocido por los propios habitantes:

Hacia el año 1964 nadie sabía que era el barrio del Raval. Yo escribí un trabajo para mi periódico, *Escenas del Barrio Chino*, y estuve con personas que habían vivido toda la vida aquí y ninguna de ellas recordaba que de joven se llamara Raval [...] No será hasta el 1984 que cambiaron los distritos de Barcelona, entonces el nombre del Raval reapareció con fuerza (Huertas Clavería, 1998).

Este cambio de nomenclatura no se produjo sin resistencias por parte de algunos vecinos e intelectuales que reivindicaban la diversidad y la falta de unidad urbana y social del barrio, pero a pesar de estas resistencias por parte de un sector de los antiguos vecinos el nombre del Raval se convirtió en la marca del cambio social

16. En los años ochenta se inició un proceso de reforma del barrio gestionado por una empresa mixta, Promoción de Ciutat Vella (PROCIVESA), que ha supuesto el derribo de 500 edificios, la construcción de 1.200 viviendas públicas nuevas, la rehabilitación del 45 % de las viviendas y la apertura de tres grandes espacios públicos, así como otras muchas pequeñas intervenciones urbanísticas que han supuesto una inversión pública total de 1.215 millones de euros desde 1984 a 2004 (PROCIVESA, 2002).

y urbanístico, y su rápida adopción por parte de los vecinos y el resto de barceloneses expresó su adhesión a esta transformación (Subirats y Rius-Ulldemolins, 2008). Por el contrario, en general se ha silenciado su carácter de barrio obrero y anarquista, ejerciendo así una selección ideológica en la creación de la marca (Aisa y Vidal, 2005).

Paralelamente a este cambio de nombre se proyecta la creación de un clúster de instituciones culturales que crearán las infraestructuras necesarias para el proceso de creación de la marca Raval: en julio de 1987, el alcalde de Barcelona, Pascual Maragall, decide asignar al arquitecto norteamericano Richard Meier el diseño del futuro Museu d'Art Contemporani de Barcelona (MACBA), que será inaugurado en 1995. En la zona contigua de la Casa de la Caridad se creará otro proyecto cultural, el Centre de Cultura Contemporània de Barcelona (CCCB), que abrirá sus puertas en 1994. Este nuevo equipamiento generará un modelo singular e innovador de acción cultural al orientarlo a la promoción de la cultura de las ciudades y a la reflexión sobre el fenómeno urbano. Por ello, este equipamiento se convertirá de forma consciente e intencionada, además de en uno de los centros de la escena creativa barcelonesa (Rius-Ulldemolins, 2006), en uno de los articuladores del discurso sobre la singularidad y autenticidad urbana del espacio Raval y en uno de los motores de la promoción de su marca.

Todo este desarrollo de las instituciones culturales del Raval viene promovido por las administraciones públicas (bajo el liderazgo del Ajuntament de Barcelona), que han impulsado la instalación de múltiples instituciones culturales, educativas y de investigación (entre otras, el Foment de les Arts Decoratives, la Facultat de Història o la Fimloteca de Catalunya) y que han atraído a numerosos agentes del sector cultural y creativo, como teatros, estudios de diseño, galerías de arte o editoriales (mapa 1.4). Un clúster creativo al que se ha dotado de una gobernanza creando en 2002 la Fundació Tot Raval, que agrupa a los agentes públicos, privados y del tercer sector favorables a la reforma urbanística.

Una de las primeras actividades organizadas por el CCCB entre 1995 y 1999 fue la actividad *La ciudad de las palabras*. En esta actividad, «bajo el lema el camino de la memoria, se pretendía abrir o recuperar los recuerdos de los ciudadanos del Raval a través de las palabras», exponiéndolas en forma de pancarta en los balcones del barrio (CCCB, 2000). Pero será en el año 1998 cuando se realice la mayor operación de recuperación de la memoria histórica del barrio y potenciación de su marca: *Escenas del Raval*. En el marco de este proyecto se hace inventario y se analizan las creaciones literarias que le han sido dedicadas,¹⁷ y se realiza una exposición y un ciclo de debates sobre su patrimonio cultural y el proceso de regeneración urbana que será publicado en papel y en internet. En él participaron numerosos intelectuales y escritores, produciéndose un gran impacto local y nacional.

17. Desde finales del siglo XIX hasta finales del siglo XX el Raval fue uno de los principales territorios literarios de la ciudad de Barcelona. Según el proyecto cultural *Geografías Literarias del Raval*, elaborado por el CCCB, podemos contabilizar cincuenta y seis novelas u obras de teatro y doce libros de poesía dedicados al Raval o ambientados en él.

El efecto de movilizar este capital cultural acumulado por el barrio, a pesar de que muchas veces hiciera referencia a su pasado marginal o bohemio, significó la ruptura del muro mental que producía que en el barrio no entraran ni los turistas ni los residentes del resto de Barcelona, al considerarlo un espacio urbano marginal y peligroso, y la creación de un aura de espacio sugerente para el creador, al poner de relieve su riqueza histórica y diversidad social.

FIGURA 1.1
Exposición «Escenas del Raval» (1998) y el Sonar Village (2011)
en el Centre de Cultura Contemporània de Barcelona (cccb)



Fuente: fotos del autor.

Pero quizá una de las actuaciones más efectivas en la promoción internacional de la marca Raval fue la decisión de apadrinar por parte del CCCB el festival internacional de música electrónica Sonar. Actualmente, en su recinto se desarrolla cada año el Sonar Village, que agrupa durante el día todos los conciertos, conferencias y demostraciones sobre música electrónica, congregando de este modo a miles de jóvenes procedentes de todo el mundo.¹⁸

Producciones artísticas y marca Raval

La iniciativa pública y la política cultural fueron, por lo tanto, un primer paso en la construcción de la marca Raval y de su relato asociado a su singularidad y

18. Sonar, el festival internacional de música electrónica, congrega cada año a músicos y aficionados a este estilo, muchos de ellos extranjeros, que invaden literalmente el Raval durante los cinco días que dura el evento. En la edición de 2011 contó con la participación de 89.000 espectadores y 499 artistas participantes de 42 países diferentes. Según la organización del Sonar, aproximadamente la mitad de las entradas anticipadas se venden fuera de España, y de los 895 periodistas acreditados solo el 25 % pertenecen a medios españoles. Unos datos que dan una idea de la repercusión internacional que tiene el festival.

autenticidad como espacio urbano. Pero desde la inauguración de los equipamientos culturales del Raval a mediados de los años noventa, el barrio se ha convertido en escenario y tema de creación, lo que le ha conferido un valor singular y diferenciador respecto a otros espacios urbanos. Estas creaciones muestran una imagen y sirven de contrapunto a la marca Barcelona oficial asociada a los espacios de consumo y turismo de masas, como el Eixample y los edificios de Gaudí, vinculando el Raval a los valores de espacio real auténtico, diverso social y étnicamente y a veces hasta peligroso y sucio, o escenario de conflicto social. Unas creaciones en el campo literario y audiovisual que lo han proyectado a nivel local y a veces internacional, consolidando la marca Raval como espacio urbano de producción y consumo cultural.

Este es el caso por ejemplo de la novela de Ruiz Zafon *La sombra del viento*,¹⁹ que caracteriza al barrio de una forma tenebrosa y misteriosa: «Al llegar a la calle Arco de Teatro nos aventuramos camino del Raval bajo la arcada que prometía una bóveda de bruma azul. Seguí a mi padre a través de aquel camino angosto, más cicatriz que calle hasta que el reluz de la Rambla se perdió a nuestras espaldas» (Ruiz Zafon, 2001). También ha sido escenario de obras de teatro como *Olor* ('*Olores*') de Benet i Jornet (2000), en la que el autor reflexiona sobre el proceso de reforma del barrio y critica su pérdida de identidad. También trata sobre el Raval la obra de Marc Martínez exhibida en 2001 *Super Rawal* (2001), que analiza las ambivalentes relaciones entre inmigrantes y vecinos del barrio. *Plou sobre Barcelona* ('*Llueve sobre Barcelona*') de Pau Miró (2004) sitúa la acción dramática en el barrio y plantea «un triángulo frágil y oscuro que componen los tres personajes (una prostituta, su compañero proxeneta y uno de sus clientes habituales) y que tiene como trasfondo esta particular proximidad, tan propia del barrio del Raval, entre los signos de la ciudad oculta, los del consumismo globalizador y los del mundo de la "alta cultura"» (Casares, 2004). Finalmente, un gran éxito de público ha sido *La Vampira del Raval* (2012), en la que en formato de musical se reproduce un escándalo real del rapto de niños para el disfrute de personas ricas ocurrido en 1912 en el barrio, como metáfora de las relaciones entre dinero y deseo.

Asimismo, el Raval ha sido foco de atención para los cineastas. El documental *En construcció*, dirigido por José Luis Guerín y estrenado el 2001, presenta una mirada coral sobre el proceso de cambio del barrio. El también documental *Demens* de Joaquim Jordà (2004) reflexiona sobre la pederastia, la pobreza y la reforma urbana. Y *Mónica del Raval. Autobiografía de una puta*, de 2009, retrata sin pudor el mundo semiclandestino y marginal de la prostitución pobre en el barrio. De una forma más desenfadada y festiva muestra el director Cédric Klapisch el ambiente multicultural y bohemio del barrio en la película de gran éxito *Una casa de locos* (2002). A pesar de realizar una cierta lectura banal y exenta de conflicto de este espacio urbano (Balibrea, 2004), el protagonista, al pasar delante del CCCB, hace una ardiente defensa del barrio ante su amante, que se queja de sus sucias

19. La novela de Ruiz Zafon es un *best seller* de proyección internacional con 15 millones de ejemplares vendidos de las cuales dos terceras partes son traducciones a otros idiomas.

calles, reivindicando por lo tanto el film la autenticidad y el valor del barrio. Finalmente, no podemos dejar de mencionar que *Vicky Cristina Barcelona* de Woody Allen muestra dos caras opuestas del barrio, la de la plaza reformada del MACBA y la de Sant Ramon, la calle de la prostitución pobre del barrio. Podemos decir, por lo tanto, que el barrio del Raval es motivo de lecturas aparentemente contradictorias: es, a la vez, el espacio de ocio de las nuevas capas medias, como muestra en el film *En la ciudad* Cesc Gay (2003), y el escenario de vidas marginales y atormentadas como en la película *Biutiful* (2010), dirigida por Alejandro González Iñárritu, en la que Javier Bardem protagoniza los últimos días de un extoxicómano. En ambos casos, a pesar de su aparente contradicción con la imagen oficial de Barcelona y de la problematicidad que plantean alrededor de este espacio urbano la reforma urbanística o la exclusión social, estas dos visiones contribuyen a dotar al territorio de un halo singular, auténtico y simbólicamente cargado que puede producir fascinación por este espacio o rechazo, pero que lo convierte en foco de atención pública. Un recurso en definitiva que es aprovechado como veremos a continuación por parte de la comunidad artística y de los comerciantes para potenciar una marca, Raval, que los proyecta a nivel local e internacional.

Comunidad artística, sector comercial y marca Raval

La marca Raval como territorio creativo no solo ha provenido de producciones culturales externas, sino que también se ha manifestado en las propias calles del barrio. Uno de los elementos que también contribuyen a crear una imagen y marca creativa es la presencia de *street art*, en sus diversas variantes: *graffitis*, *tags*, *stencils*, adhesivos, carteles pintados, etc., como podemos ver en las siguientes imágenes.

FIGURA 1.2
Street art en el Raval

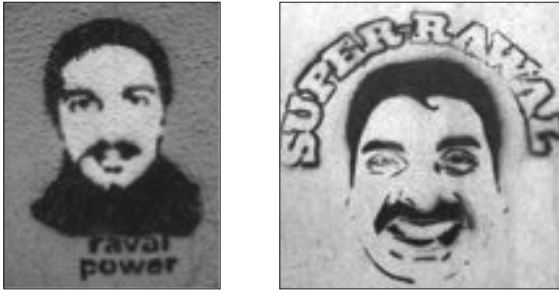


Fuente: Adam Lang (2006).

Muchas de estas expresiones de *street art* constituyen una clara reafirmación de la identidad artística o multicultural del barrio: plantillas con los lemas «Raval

power» o «Super-Rawal» así lo reivindican. Unas plantillas que por su repetición por todo el barrio sirven de marcador territorial de la presencia de la comunidad artística, contribuyendo así a la asociación entre creatividad y la marca del barrio.

FIGURA 1.3
Plantillas Raval Power y Super-Rawal Stencils (2008)



Fuente: fotos del autor.

Todo este conjunto de expresiones de *street art* contribuye intensamente a la creación de un *branding* del Raval, muy visible para los visitantes o turistas del barrio, jóvenes en su mayor parte, atraídos por la oferta cultural, educativa y de ocio y el ambiente *hipster* del barrio. Una marca que se puede ver reflejada en diversas ofertas de ocio (clubes y espectáculos) que toman el nombre del barrio como elemento definitorio y que lo relacionan con su condición de barrio multicultural como forma diferenciadora y estrategia de valorización, haciendo referencia a la fuerte presencia de la comunidad paquistaní o magrebí.

FIGURA 1.4
Club Zentraus Raval Bass Session, Show Rawal Launch, Concert Barcelona Raval Sessions y Raval Off-Sonar Off Party (entre 2006 y 2012)



La asociación entre comercios *trendy* y el barrio como marca es también muy visible en la adopción del nombre actual del barrio, Raval, o sus antiguos nombres, que remiten a su aureola bohemia (Distrito V, Barrio Chino, etc.). En este caso, el *branding* de la marca Raval iniciado por el Ajuntament de Barcelona ha sido adoptado por parte del sector privado, consagrándolo como una marca aceptada socialmente y valorizada comercialmente.

FIGURA 1.5
Imágenes de comercios del barrio del Raval (entre 2006 y 2012)



Fuente: fotos del autor. De izquierda a derecha y de arriba abajo: 1. Raval Text. 2. Hostal Gat Raval. 3. Candela, bar restaurante en el Raval. 4. Bar Raval. 5. Distrito Quinto. 6. RR, la Reina del Raval. 7. Raval-Bar. 8. La Xina Art. 9. Central del Raval.

Este proceso de creación de marca de barrio inició una nueva etapa en 2005 con la creación de la campaña *Ravalejar* (neologismo a partir de la combinación de *Raval* y del sufijo verbal *-ejar*). Utilizando el nombre del barrio como un verbo y traduciéndolo a las diversas lenguas presentes en el barrio (además de catalán y castellano, también en urdu, árabe o tagalo) se quiere suscitar una adhesión activa al barrio y a su carácter multicultural y creativo.

FIGURA 1.6
Cartel Ravalejar frente al MACBA (2008)



Fuente: foto del autor.

Según un responsable de esta fundación

Una particularidad que tiene este barrio es que cuando lo conoces, lo amas y se convierte en una actitud. Hemos encargado a través de la Fundación Tot Raval y el Ajuntament de Barcelona una campaña de mejora de la imagen a una agencia de publicidad. Y en vez de proponernos un logo –que es lo que nosotros habíamos pedido– han elaborado una campaña que se llama «ravalejar» con sus diferentes implementaciones. Y este verbo sugiere una actitud, que cada uno lo entiende a su manera. En este barrio no hay «pose» como en otros barrios, hay una autenticidad. Es un barrio auténtico, no un parque temático (entrevista al subdirector de la Fundació Tot Raval, galerista y restaurador, 2008).

Como vemos, los agentes promotores de esta marca Raval la presentan no como un icono simplificador, aunque en parte lo es, sino como una demostración de autenticidad que permite expresar una actitud individual, acorde con las necesidades de individuación que ofrece el consumo posmoderno (Bell, 1976b). A pesar de que se trata de una visión interesada en presentar la reforma y sus efectos de una forma positiva, podemos decir que la campaña muestra cómo se ha conseguido formular una narrativa exitosa sobre el barrio, dotando de valores positivos a la marca. Fruto de estas campañas y del efecto positivo de la marca podemos observar un aumento constante de la oferta cultural, de restauración y de ocio, así como un tráfico de visitantes calculado en 18,8 millones de personas anuales, lo que lo sitúa como cuarto espacio comercial de Barcelona (Fundació Tot Raval, 2012).

2 Cultura, política y desarrollo territorial

2.1 Desarrollo urbano y política cultural

Modelo de desarrollo y ciudad creativa

El rol que ha desarrollado la cultura ha sido objeto de creciente debate desde los años ochenta, especialmente en el marco de ciudades que lo han convertido en un elemento central de su modelo de desarrollo, como es el caso –entre otros– de Glasgow (García, 2004), Liverpool (Connolly, 2011), Bilbao (González, 2011) o Barcelona (Muntaner, 2007). Estos casos han sido considerados un modelo para otras ciudades deseosas de proyectarse como ciudad global (Sassen, 1991) o ciudad creativa (Landry y Bianchini, 1995). En el marco de estos análisis se ha destacado la creciente importancia de las orientaciones instrumentalizadoras de la cultura (Belfiore, 2002; Gray, 2007) en la definición de las políticas culturales locales que han adquirido nuevo protagonismo (Connolly, 2011).

En la última década se ha generado un considerable volumen de literatura crítica sobre el denominado «modelo Barcelona» (Balibrea, 2001; Blanco, 2009*b*; Degen y García, 2012; Delgado, 2007). Desde estas visiones se pone el foco en las tensiones y virtualidades negativas en relación con el proceso de regeneración urbana como estrategia de *branding* y el papel que los actores sociales locales han jugado en este proceso en términos de participación (Barber y Pareja Eastaway, 2010; Morris, Hargreaves y Mcintyre, 2009). El caso de Valencia ha recibido menos atención, a pesar de ser un claro exponente del alcance –y las consecuencias no deseadas– de la estrategia de un desarrollo de ciudad neoliberal desde los años noventa (Cucó i Giner, 2013), en el que se ha utilizado a fondo la etiqueta de ciudad creativa para reestructurar los barrios céntricos y crear espacios globalizados (Hernández y Torres Pérez, 2013). Unos espacios que a pesar de ser la marca de la renovación urbana apenas han tenido impacto en los sectores culturales y las prácticas ciudadanas realmente existentes (Hernández i Martí *et al.*, 2014).

Transcurridos treinta años desde que se iniciara el proceso de configuración de la política cultural local en el marco de los ayuntamientos democráticos en España (Bouzada, 2007), es hora de hacer un balance de sus consecuencias en dos ciudades que se diferencian parcialmente en sus estrategias de desarrollo local, especialmente en sus orígenes, pero que actualmente comparten algunas de las

tendencias de fondo de esta instrumentalización de la cultura. Y en particular es la hora de plantearnos por qué en casos como Barcelona y Valencia se acaba generando lo que podemos calificar como «elefantes blancos», es decir, infraestructuras o grandes eventos que tienen un gran coste de inversión o mantenimiento y que no aportan valor público (Moore, 1995). Pretendemos, por lo tanto, responder a la siguiente pregunta: ¿por qué a partir del siglo XXI en determinadas ciudades como Barcelona y Valencia se han desarrollado este tipo de elefantes blancos y qué raíces tiene este fenómeno?

Así pues, partimos de las siguientes hipótesis: a) La creación de los elefantes blancos se correlaciona con la aparición de un modelo de política cultural orientada a la instrumentalización cultural y al *branding urbano*. b) Asimismo, el modelo de política cultural viene condicionado por el llamado desarrollo local, y gran parte de sus rasgos y contradicciones se explican por esta correlación. En la medida en que el modelo de desarrollo local se oriente hacia el modelo de la ciudad creativa, es decir, a la promoción local externa (turismo y *branding*), el modelo de política cultural quedará más desarticulado y desconectado de la base cultural (Sánchez *et al.*, 2013). c) La aplicación del modelo de la ciudad creativa puede diferir en distintas ciudades. Sin embargo, se puede apreciar una tendencia común a una creciente distancia entre el discurso y las realizaciones asociadas a esta práctica de desarrollo de la política cultural y la planificación urbana. También se observa una tendencia compartida hacia la elitización de la gestión de la política cultural y unos efectos crecientemente perversos en los que el despilfarro y la corrupción son una expresión de la falta de control ciudadano de las políticas culturales locales, legitimado por el discurso de la ciudad creativa, que cifra en la alianza de las élites y en una práctica de planificación desligada de las necesidades sociales y ciudadanas el éxito urbano, económico y cultural (Peck, 2005).

Para contrastar estas hipótesis nos proponemos, en primer lugar, elaborar un análisis del debate entre desarrollo local y política cultural, estudiar las características del modelo de desarrollo local y establecer una periodización de las diversas etapas de la política cultural. En segundo lugar, analizaremos uno de los casos característicos de la política cultural de las dos ciudades, para contrastar hasta qué punto se cumplen las hipótesis planteadas. Primero analizaremos el llamado modelo Barcelona de desarrollo local y sus efectos sobre la definición de la política cultural. Mostraremos a continuación la evolución del modelo y sus crecientes desequilibrios y lo ejemplificaremos con el gran evento Fórum Universal de las Culturas de Barcelona, celebrado en 2014, y que implicó una gran movilización de recursos y una gran polémica alrededor de sus objetivos y efectos culturales y urbanos. A continuación analizaremos el caso de la ciudad de Valencia, donde a mediados de los años noventa se abandona un proyecto de capitalidad regional «mediterránea» para lanzar una serie de proyectos muy ambiciosos en términos de proyección de la ciudad, pero con unos efectos a medio y largo plazo problemáticos por el modelo de ciudad y de cultura que promueven. Un modelo «cosmopolita» que se verá ejemplificado con el caso de la Ciutat de les Arts i les Ciències y el Puerto Deportivo, que ha concentrado los esfuerzos inversores en la cultura ya en el siglo XXI.

La política cultural como vector de desarrollo local

La evolución de la sociedad postindustrial ha dado lugar a una nueva relación simbiótica entre economía y cultura: la cultura está ganando centralidad en el desarrollo económico de las sociedades occidentales (Scott, 2007). Este proceso, que ha supuesto la quiebra del sistema fordista de organización industrial y la crisis del Estado de bienestar keynesiano y de su modo de regulación, ha conducido a una profunda reorganización del sistema político y del sistema productivo. En el contexto de estas transformaciones que dotan de un renovado protagonismo al marco local, sus gobiernos han cambiado y ganado peso. Así, han pasado de ser pasivos implementadores de las políticas estatales de servicios públicos a ser activos promotores del desarrollo local (Blanco, 2009a).

El llamado *entrepreneurial turn* (Harvey, 1989a) de las políticas locales, que apuesta por la revitalización urbana sobre la base de grandes proyectos arquitectónicos y eventos espectaculares, el desarrollo de servicios y de nuevas industrias, tiene un eminente carácter cultural (Scott, 2000; Scott, 2010). Así, se afirma que las estrategias culturales se tornan claves para la supervivencia de las ciudades (Zukin, 1995: 271). Uno de los mecanismos de extensión de la utilización de los grandes eventos como catalizadores del desarrollo urbano ha sido la construcción de museos bandera (Bianchini, 1993b) o la generación de grandes eventos (García, 2004). A partir de estas actuaciones se gestó un nuevo modelo de política cultural que, como en el caso de Liverpool y Barcelona, representa la voluntad de unir cambio urbano, desarrollo económico y transformación social (Connolly, 2011). Al mismo tiempo, este modelo se inscribe dentro de otro cambio más profundo en la política cultural uno de cuyos epicentros es Gran Bretaña. De este modo, a partir de los años ochenta, la política cultural es concebida como un motor de la economía de las ciudades y una palanca de la regeneración de los centros urbanos (Landry y Bianchini, 1995). Una nueva orientación que sitúa a los gobiernos locales como líderes de las políticas culturales por encima de las políticas culturales estatales, de carácter tradicionalmente redistributivo (Menger, 2010).

La teoría de la ciudad creativa, convertida en un lugar común en la literatura académica y en los planes de promoción urbana, establece que para crear una marca de ciudad creativa hace falta atraer a la «clase creativa» (*cf.* Florida, 2002a). Y ello a su vez se concibe como un proceso de creación de infraestructuras que faciliten su instalación residencial y desarrollo profesional, establecer marcos para la interacción social –el llamado *buzz* por Storper y Venables (2004)– y una oferta cultural y de ocio abundante y variada. Este elemento es un aspecto importante en general para los actores económicos y se ha revelado como un factor clave para los planificadores urbanos.

Este giro local y emprendedor de la política cultural (Menger, 2010) ha tenido en los grandes equipamientos culturales uno de sus principales instrumentos, bien por su capacidad de impulsar procesos de regeneración urbana (Moomas, 2004; Whitt, 1987), bien por potenciar la imagen de las ciudades (González, 2011; Plaza, 1999), aunque han generado una tendencia a la estandarización de la política cultural acomodada a unas pautas arquitectónicas y estéticas globales (Evans, 2003) y

a generar glolugares¹ y espacios banales (Hernández i Martí, 2013; Muñoz, 2010). Con esto, los dilemas de la política cultural (Bianchini, 1993a) planteados hace veinte años siguen vigentes: efecto final *versus* valor cultural, grandes eventos *versus* pequeñas acciones, proyección internacional *versus* desarrollo local.

El modelo de «urbanismo emprendedor» (Harvey, 1989a) y «ciudad creativa», dos caras de la misma moneda, adoptan formas distintas según las ciudades. Para explicar esta heterogeneidad de situaciones nos parece particularmente útil el concepto de «neoliberalismo realmente existente» (Brenner y Theodore, 2003), y su énfasis en «la inserción contextual de los proyectos de reestructuración liberal y su dependencia de la trayectoria» (Theodore *et al.*, 2009). Los programas de grandes proyectos, eventos globales y políticas culturales como vector económico se insertan en un contexto local, una ciudad, un ámbito sociourbano específico conformado por unas características socioeconómicas y urbanas, la historia y tradiciones que la singularizan, las relaciones de fuerza entre los distintos grupos sociales y las políticas aplicadas por los gestores públicos. Así, los distintos contextos locales de Barcelona y Valencia establecen diferencias en la aplicación del modelo de ciudad global, emprendedora y creativa. La comparación entre una y otra ciudad nos muestra las tendencias de fondo comunes en la gestión de las ciudades, así como las diferencias propias de cada ciudad, muy importantes en algunos aspectos. Sin embargo, a pesar de estas diferencias, en Barcelona y en Valencia surgen «elefantes blancos», un indicio de que estamos hablando de una tendencia estructural.

2.2 El modelo Barcelona y la política cultural

Barcelona es conocida por haber desarrollado un modelo de ciudad liderado por el Gobierno local con el objetivo de transformarla económica, social y culturalmente (Blanco, 2009b). Asimismo, se ha analizado como un impulso modernizador de la ciudad bajo los sucesivos gobiernos de orientación socialdemócrata,² caracterizado inicialmente por la aplicación de un urbanismo socialmente inclusivo y culturalmente avanzado (Marshall, 2000). Entre los elementos habitualmente atri-

1. Se trata de espacios característicos de la plasmación glocal de los procesos globalizados en los entornos urbanos e hipercapitalistas de la modernidad avanzada. Aunque conjugan aspectos del lugar (incluso del lugar de memoria) y del no-lugar, los glolugares se revelan como un fenómeno nuevo, propio de la modernidad globalizada. En ellos se dejan sentir los efectos de las políticas neoliberales sobre los tejidos urbanos y, en especial, sus efectos dualizadores. No son, además, espacios ni política ni ideológicamente neutros, sino que sirven a un fin, a un imaginario, a un relato prescriptivo de la realidad, a un proyecto de dominación que implica, en última instancia, una reformulación simbólica de la identidad ciudadana (Hernández, 2013).

2. Las primeras elecciones municipales democráticas de 1979 dieron la victoria al Partido de los Socialistas de Cataluña que desde entonces ha gobernado la ciudad de forma ininterrumpida hasta 2011, cuando ganó Convergencia i Unió, una coalición de la derecha conservadora y catalanista.

buidos a este modelo se acostumbra a destacar: *a*) la utilización de grandes eventos y la cultura como estrategias de transformación simbólico-material de la ciudad (Subirós, 1998); *b*) la introducción de la lógica de la planificación estratégica; *c*) la gobernanza o la cooperación entre distintos niveles de gobierno y el partenariado público-privado en la generación de proyectos urbanos de interés público; *d*) el protagonismo de los técnicos (arquitectos, urbanistas, gestores culturales) en el desarrollo del proyecto urbano (Muntaner, 2007), y *e*) el desarrollo de mecanismos de participación ciudadana y el amplio consenso popular que el modelo suscitó (Blanco, 2009*a*). Es por esto por lo que puede hablarse del modelo barcelonés de renovación urbana como un modelo de liderazgo municipal y de inspiración socialdemócrata, opuesto al del urbanismo espectacular y privatizador norteamericano (Hall, 2002; Zukin, 1995).

De esta manera, la estrategia cultural de Barcelona hunde sus raíces en una larga trayectoria que arranca entre el siglo XIX y el XX con la creación de grandes instituciones culturales y la celebración de grandes eventos, como las exposiciones universales de 1888 y 1929. Esta orientación emprendedora de las élites y el poder local resurge en los años ochenta, cuando Barcelona desarrollará uno de los modelos más avanzados de ciudad emprendedora (Marshall, 1996). Así pues, existe cierto consenso en que el modelo Barcelona es un modelo de éxito en el que se combinó de forma acertada renovación urbana y planificación cultural (Subirós, 1999), regeneración del centro urbano y promoción de los barrios periféricos (Blanco, 2009*b*). Desde su formulación como modelo, diversos autores han desarrollado diferentes críticas. Algunos han destacado sus incoherencias como modelo de ciudad (Blanco, 2009*b*), su paso de modelo a marca de ciudad mercantilizada (Balibrea, 2001; Borja, 2010) y que la transformación urbana ha favorecido los intereses de las nuevas clases medias en detrimento de las clases populares (Julier, 1996). Asimismo, algunos autores han mostrado las contradicciones entre la estrategia de desarrollo de las industrias creativas con la formación de barrios de artistas y la participación local, tomando como caso el barrio de Poblenou (Martí-Costa y Pradel i Miquel, 2012). Finalmente, también se ha destacado que, progresivamente, se habría generado una creciente desviación, sobre todo desde la década de los noventa, entre el discurso integrador y el alcance en la práctica de la participación social en el marco de una deriva mercantilista y autoritaria del modelo (Degen y García, 2012). No obstante, pocos han estudiado cómo este modelo ha condicionado la formulación de la política cultural y cómo ha reorientado sus prioridades en torno a grandes eventos e infraestructuras culturales.

El desarrollo de la política cultural en Barcelona

El desarrollo de la política cultural en Barcelona viene condicionado por el desarrollo del modelo Barcelona de desarrollo urbanístico, y las etapas de la política cultural barcelonesa coinciden a grandes rasgos con las etapas de su desarrollo urbano, analizadas por Degen y García (2012). Podemos por lo tanto dividir en cuatro etapas el surgimiento, desarrollo, plenitud y crisis de este modelo:

- 1) En los inicios de la recuperación democrática (1979-1986), la ciudad de Barcelona llega después del largo periodo dictatorial franquista (1939-1978) con grandes déficits en política cultural (Font, 1991). En esta etapa, el Gobierno local desarrollará casi en solitario la tarea de recuperar el importante patrimonio cultural heredado, y solo se podrá desarrollar un Plan de Museos para organizar el patrimonio cultural local.
- 2) En la segunda etapa, que podemos clasificar como de desarrollo preolímpico (1986-1994), la política cultural estará condicionada por el impulso que supuso la nominación de Barcelona en 1986 como sede de los Juegos Olímpicos de 1992. El Gobierno local pasa a liderar los proyectos de modernización urbana y, a la vez, los de construcción de grandes equipamientos culturales siempre aplazados (Majoor, 2011). Esta dinámica generará un modelo de gobernanza cultural donde el Gobierno municipal tendrá un protagonismo muy superior al que le otorga el marco competencial, desarrollando en consecuencia el mismo modelo emprendedor llevado a cabo en las políticas urbanísticas y de desarrollo local.
- 3) Una tercera etapa, heredera del impulso olímpico, se centra en la potenciación del sector cultural y la utilización de la cultura como eje de desarrollo local (1994-2004). En 1995, el nuevo coordinador de cultura, Ferran Mascarell, recibirá el encargo de reformular la política cultural de Barcelona. Partiendo de la concepción impulsada por el anterior regidor de cultura, el arquitecto Oriol Bohigas, de que Barcelona debe ejercer una nueva capitalidad tanto a nivel catalán como español e internacional (Bohigas, 1993), su reto consistirá en superar el rol de la Administración pública como un proveedor de servicios culturales y convertirla en catalizador del valor cultural de la ciudad (Rius-Ulldemolins, 2005), por el que esta «tiene que ser incubadora de capital intelectual» (Mascarell, 1995).
- 4) Este modelo avanzado de ciudad creativa (Sánchez *et al.*, 2013) muestra todas sus contradicciones e insuficiencias en el fallido Fórum Universal de las Culturas de Barcelona de 2004, cuando se inicia la crisis que va desde 2005 hasta la actualidad. En este contexto se desarrolla un nuevo Plan Estratégico llamado «nuevos acentos» que, sin querer desarticular el anterior modelo, plantea nuevas prioridades que alejen la política cultural de una instrumentalización excesiva (ICUB, 2006). Sin embargo, esta reflexión autocrítica queda interrumpida por la irrupción de la crisis económica y la disminución dramática de los recursos dirigidos a los sectores y las instituciones culturales, así como por un giro claramente neoliberal de las políticas culturales con la entrada en el Gobierno local de CiU, derecha conservadora, en 2011.

El modelo de política cultural de Barcelona: el caso del Fórum Universal de las Culturas 2004

La iniciativa del Fórum de la Culturas 2004 surge de la voluntad de imitar la experiencia que han supuesto para Barcelona los Juegos Olímpicos tanto en la di-

mención de desarrollo urbano como para su dinámica cultural (Subirós, 1998). Sin embargo, en este caso el balance no puede ser tan positivo y es un caso en el que lo que podemos definir como modelo Barcelona de política cultural ha proyectado de forma más evidente sus contradicciones.

En su desarrollo como proyecto de reordenación de una zona en proceso de degradación (la desembocadura del río Besós) y como proceso de renovación de infraestructuras sostenibles (la construcción de una depuradora de aguas eficiente y de una instalación de placas solares fotovoltaicas), el fórum fue un ejemplo de excelencia (Majoor, 2011). No obstante, su evaluación es mucho menos positiva si nos centramos en su efecto como plan general de regeneración urbana o como evento cultural dirigido a promover la sostenibilidad, la participación cultural y la paz. Asimismo, su calificación de «elefante blanco» es evidente cuando hablamos de su coste: representó desde 1999 a 2004 un desembolso para las administraciones públicas de un total de 220,8 millones de euros, es decir, aproximadamente el gasto en cultura anual del Gobierno autonómico (Rius-Ulldemolins *et al.*, 2012). Por otra parte, el valor público creado fue muy inferior al esperado: se preveía una participación de 5 millones de visitantes y finalmente la cifra oficial fue de 3,3 millones. Sin embargo, se estima que esta cifra está sobredimensionada y que en realidad fue de 1,6 millones de visitantes, con un coste público por visitante de 136,9 euros.³

La idea del nuevo gran evento relacionado con la cultura y la sostenibilidad se concretó en la presentación del proyecto en 1997 en la Unesco, organismo que formalmente mostró su apoyo a la iniciativa, a pesar de su carácter aún indefinido. Posteriormente, el Plan de Acción Municipal del año 2000 del Ajuntament de Barcelona definía el fórum como

un acontecimiento de carácter global, innovador en los formatos y los contenidos y con la voluntad de ser la primera edición de un nuevo tipo de cita mundial periódica con el acento puesto en las culturas y las personas, persiguiendo la movilización de amplios sectores de la sociedad civil, con motivo de la construcción de nuevas relaciones sociales en el mundo de la globalización (Ajuntament de Barcelona, 2000).

3. Una de las características de la organización del Fórum de las Culturas de Barcelona es la opacidad de su gestión, en la que se sospecha que se han ocultado diversos casos de derroche de recursos públicos, favoritismo en las adjudicaciones de las obras y cobro indebido y desproporcionado de salarios y dietas, tal como ha criticado la Sindicatura de Cuentas –el órgano fiscalizador de las cuentas públicas en Cataluña–, de donde provienen los datos que ofrecemos sobre el evento (scc, 2014). Asimismo, uno de los aspectos en los que no ha habido una rendición de cuentas fiable ha sido en el número de visitantes. En ausencia de datos oficiales fiables, la estimación se ha hecho a partir de la cifra de ingresos por taquilla, unos 26,6 millones de euros en entradas, dividido por un precio medio de las entradas de 16,5 euros, lo que aporta una cifra estimada total de 1,6 millones de visitantes. Por otra parte, el cálculo de la aportación pública por visitante es la resultante de dividir la aportación pública de 220,8 ME dividido por los 1,6 millones de visitantes, con lo que resultan unos 136,9 euros de aportación pública por visitante.

Para ello se creó un consorcio que agrupaba a las administraciones públicas y paralelamente una sociedad anónima, lo que le otorgaba una considerable complejidad y opacidad organizativa. Aun así, el evento se planteaba un nada modesto objetivo de «mover el mundo», queriendo emular el entusiasmo que generaron a nivel ciudadano los Juegos Olímpicos de 1992 y extender así el modelo Barcelona urbano y cultural (Mascarell, 2005).

Entonces se planteó como un modelo mixto entre un festival de las artes interdisciplinar, un congreso temático y un foro de movimientos sociales. En este último caso, el fórum se inspiraba en el Foro Social de Porto Alegre, reunión bianual del movimiento antiglobalización. No obstante, la incorporación de representantes del Gobierno autonómico catalán y del Gobierno central en el organismo gestor del fórum, ambos dominados por partidos conservadores, hizo que esta vertiente participativa quedara en pura retórica. Asimismo, en el mismo esquema emprendedor favorecido por el Ayuntamiento, se buscó el financiamiento de las grandes empresas, algunas de estas acusadas de prácticas ambientalmente negativas (ENDESA)⁴ o de participar en el negocio armamentístico (Indra).⁵

Esta exclusión de los movimientos sociales y de los sectores más críticos de la comunidad creativa, junto con la participación de gobiernos a favor de la guerra de Irak (en la que España participó) y de empresas multinacionales objeto de críticas por favorecer prácticas opuestas al discurso oficial del fórum, generó que este fuese visto, por parte de los sectores que podían aportar un interés intelectual y un elemento de creatividad, como un ejercicio de manipulación y de hipocresía por parte de su promotor, el Ajuntament de Barcelona (Delgado, 2007). Una percepción que acabó con una campaña de boicot al fórum, la Asamblea de Resistencias al Fórum, que tuvo un notable impacto mediático y social (Espai en Blanc, 2004). En este contexto, algunos responsables de la política cultural que habían iniciado el proyecto dimitieron de la dirección del fórum y se distanciaron públicamente del proyecto, pero quedó en evidencia que la excesiva instrumentalización por

4. Mientras la multinacional de origen español ENDESA financiaba con 15,1 millones de euros el Fórum Universal de la Cultura, que debía promover la cultura de la sostenibilidad, su filial ENDESA Chile promovía la construcción de cinco centrales hidroeléctricas en la Patagonia chilena, lo que ha supuesto la anegación de amplias zonas de notable riqueza natural y el desplazamiento de aldeas enteras del pueblo mapuche, la población originaria de Chile (González, 2006).

5. Algunas de las empresas patrocinadoras recibieron contraprestaciones económicas o de negocio: ENDESA recibió la concesión de operar la central de ciclo combinado construida en el marco del proyecto del fórum, y Telefónica la consideración de proveedor principal. Finalmente, otro de los principales patrocinadores, Toyota, recibió a cambio de su aportación el compromiso de facilitar la organización de un evento de su equipo de Fórmula 1 en Barcelona, un evento que nada tiene que ver con el fórum y su supuesto objetivo de fomentar la cultura de la sostenibilidad. Por lo tanto, tal y como critica la Sindicatura de Cuentas, no se pueden contemplar como patrocinio algunos de los ingresos recibidos a cuenta de estas empresas, sino que tales prácticas, aun siendo legales, son cercanas a prácticas de corrupción (scc, 2014).

parte de los agentes económicos desvirtuaba el modelo Barcelona y conllevaba además un fracaso en términos culturales y de participación ciudadana.

Asimismo, a diferencia de las Olimpiadas y su dimensión cultural previa (las Olimpiadas Culturales), que sirvieron para dinamizar la escena cultural local y presentar durante los juegos la cultura catalana y barcelonesa al mundo (Subirós, 1998), el Fórum de las Culturas renunció a representar y potenciar la cultura popular y local, y optó por exposiciones de marcado carácter *blockbuster* –como la muestra de guerreros de Xian– y por invitar a los debates a personalidades de renombre mediático pero escaso peso intelectual.

En términos de infraestructuras culturales para la ciudad, la herencia que ha dejado ha sido un sobredimensionado edificio de convenciones de 120.000 m² y un auditorio, reconvertido finalmente en el Museo Azul de las Ciencias Naturales desde 2011, lo que conllevó una readecuación de uso museístico para el que no estaba diseñado y que ha requerido una inversión adicional de 13 millones de euros (Ajuntament de Barcelona, 2011). Significativamente, uno de los usos que ha tenido mayor rendimiento económico y cultural ha sido el uso no previsto del Parque del Fórum, una de las mayores plazas de Europa, que ha servido para que diversos festivales, como el Primavera Sound, puedan desarrollar sus actividades con notable éxito. Por otra parte, algunas de sus zonas han quedado incompletas por falta de recursos, como la plataforma marina, un espacio de veinte hectáreas arrebatado al mar que debía albergar el nuevo zoo y acuario de Barcelona. Actualmente, existen diversos proyectos de promotores de parques de atracciones (parques de olas o túneles de aire), lo que aumenta su especialización como zona de ocio comercial.

Finalmente, en cuanto a su futuro como evento, se han celebrado otras ediciones con éxito desigual en Monterrey (2007), Valparaíso (2010) y Nápoles (2013). En 2016 el fórum debía tener lugar en dos ciudades, Quebec y Amman, sin embargo la primera ha renunciado a organizarlo por el elevado coste y el escaso entusiasmo revelado por la población local, comprometiendo así la continuidad del proyecto. Un proyecto que es contemplado como vemos como un «elefante blanco» destinado a ser enterrado y olvidado por la mayor parte de la élite y la ciudadanía barcelonesas.⁶ Sin embargo, numerosas voces exigen, a la vista de los múltiples indicios de irregularidades y de prácticas corruptas encontrados (*cf.* scc, 2014), realizar una auditoría ciudadana a efectos de política cultural como forma de promoción urbana, a fin de romper con el modelo Barcelona de política

6. En el décimo aniversario de la inauguración del evento la prensa era unánime en destacar un balance negativo de este y la voluntad del gobierno local de «esconder» la efeméride sin hacer una revisión crítica del fracaso, sus causas y lecciones sobre el modelo de ciudad y la política cultural. Véase por ejemplo: *ABC*, «Barcelona esconde el décimo aniversario del Fórum», 22/04/2014, o *La Vanguardia*, «El Fórum diez años después», 04/05/2014. Solamente, el Síndico de Cuentas, a petición del Parlament de Catalunya, ha hecho un esfuerzo para realizar un examen crítico en sus aspectos de gestión económica del evento (scc, 2014).

cultural, una variante del paradigma de ciudad creativa actualmente agotado y que muestra crecientemente sus disfunciones (Sánchez *et al.*, 2013).

2.3 Desarrollo urbano y política cultural en Valencia

Con el inicio del periodo democrático en los años ochenta, Valencia debe hacer frente a numerosos problemas urbanísticos y déficits sociales heredados del rápido crecimiento urbanístico del franquismo. En este periodo inicial la prioridad es ordenar la ciudad, proveer los servicios básicos con equipamientos de proximidad. Así, el desarrollo del Jardín del Turia, infraestructuras de comunicación y los nuevos equipamientos culturales como el Palau de la Música, inaugurado en 1987, marcaron el inicio de una nueva etapa para la cultura y la ciudad en general. Asimismo, con la inauguración del IVAM dos años después, en las cercanías del lecho del río, Valencia contaba con un eje cultural con el que se pretendía hacer del *cap i casal* un referente cultural en España y en el Mediterráneo.

Sin embargo, es en este periodo cuando se produce un primer giro en la política urbana: de la idea de un crecimiento contenido se abraza el espíritu emprendedor urbano, concibiendo la ciudad como una mercancía y el Gobierno local como un facilitador del desarrollo económico y urbanístico (Alcalá-Santaella *et al.*, 2011; Gaja, 2002). Así, el Plan General de Ordenación Urbana de 1988 establece una estrategia de expansión urbana hacia el mar, con el Jardín del Turia como uno de sus ejes. En 1991, el consistorio socialista aprueba la construcción de una Ciudad de la Ciencia y la Tecnología que será el embrión de la Ciutat de les Arts i les Ciències (CAC) desarrollada por el Gobierno local del PP diez años más tarde. En este momento se inicia la instrumentalización de la cultura que entonces se había instalado en las agendas locales en España desde 1992, con los Juegos Olímpicos de Barcelona, la Exposición Universal de Sevilla y la capitalidad europea de la cultura de Madrid.

La nueva orientación emprendedora e instrumentalizadora iniciada por el PSOE se afianzará y desarrollará de forma definitiva con el nuevo Gobierno local del PP, en 1991, y se exacerba a partir de 1995, con la entrada del PP en la Generalitat. En 1998 se inauguró el Palau de Congressos de Foster, el primero de los sucesivos edificios de arquitectos estrella, que concentró el 50 % de las inversiones de la ciudad, superando los 54 millones de euros (Rius-Ulldemolins, 2015).

También en ese año, la Generalitat y el Ayuntamiento dieron un nuevo impulso al proyecto de la CAC, que deviene la joya de la corona de la nueva Valencia. A partir de esa fecha podemos hablar de un modelo de desarrollo urbano, que se despliega hasta la crisis, basado en grandes proyectos y eventos y que planifica el desarrollo urbano alrededor de estos espacios (Alcalá-Santaella *et al.*, 2011; Gaja, 2013). Nuevos barrios orientados a la clase media y presentados como una nueva Valencia cosmopolita y global (Cucó i Giner, 2013) se desarrollan al calor de estos grandes proyectos: este es el caso de los barrios de Penya-roja y la Ciutat de les Arts i les Ciències, ubicados a la izquierda y la derecha de la CAC, y el «Nuevo Benicalap», en el eje de la avenida Corts Valencianes con el Palau

de Congressos de Foster, el barrio de Nou Campanar y el nuevo Mestalla (Gaja, 2006).

Este desarrollo urbano y la política cultural que lo acompañaba gozaron de un amplio y extendido consenso popular basado en la hegemonía del Partido Popular, el impacto mediático de los grandes eventos, los presuntos beneficios generados y el largo ciclo de crecimiento económico. Sin embargo, a diferencia de Barcelona, desde su inicio este modelo suscitó las críticas de amplios sectores de urbanistas, arquitectos y gestores culturales, que en no pocos casos derivaron en enfrentamientos abiertos con el Ayuntamiento (como en el caso del proyecto de la prolongación de la avenida Blasco Ibáñez hasta el mar y la destrucción de una parte del barrio del Cabanyal). Las críticas se han centrado en la sostenibilidad social y económica del modelo de ciudad; en la prioridad otorgada a los grandes proyectos, los eventos globales y los barrios acomodados frente a la relegación de las necesidades de los barrios populares; y en la colosal transferencia de fondos públicos al capital privado, tanto en los proyectos y eventos como a la hora de establecer las condiciones para que estos y las promociones de barrios gentrificados fueran un buen negocio para el *lobby* cementero-emprendedor (Boira Marques, 2012; Cucó i Giner, 2013; Gaja, 2002). Con la crisis económica el fracaso de este modelo de ciudad es una evidencia, con los grandes proyectos culturales en crisis y un ayuntamiento con una enorme deuda, 1.046 millones de euros en septiembre de 2012, así como una ciudad con equipamientos barriales muy deficientes (Torres y García, 2014), como analizaremos a continuación acerca de los equipamientos socioculturales.

El desarrollo de la política cultural en Valencia

La política cultural en Valencia debe enmarcarse en la larga hegemonía en la ciudad del conservadurismo de corte regionalista y nacionalista español conservador que ha dominado, con un breve paréntesis en los años ochenta, desde la posguerra hasta la actualidad (Flor, 2011; Viadel, 2012). Bajo estas coordenadas deben valorarse las políticas culturales no solo autonómicas, sino también en la ciudad de Valencia, gobernada por la alcaldesa popular Rita Barberá desde 1991 hasta 2015, en la medida en que han opuesto a grupos y partidos políticos alineados a uno y otro lado en el conflicto identitario valenciano y entre izquierda y derecha. Un conflicto que ha marcado un gran recelo del campo de poder, dominado por la derecha conservadora, hacia el campo cultural valenciano, de orientación mayoritaria izquierdista y –con grados variables– valencianista, y su apuesta por políticas culturales desarrolladas en buena medida de espaldas a las necesidades de los profesionales y las industrias culturales locales (Hernández i Martí *et al.*, 2014). Así, el desarrollo de la política cultural en la ciudad de Valencia, más allá de su inserción en las tendencias generales inherentes a la propia configuración de la política cultural española (Hernández i Martí y Albert Rodrigo, 2012), experimenta diversas fases que reflejan los posibles modelos con los que Valencia se ha insertado en un espacio global urbano en formación (Hernández y Torres Pérez, 2013).

1) Una primera etapa de globalismo ilustrado regional de carácter mediterráneo (1979-1991), coincidente con el Gobierno municipal del Partido Socialista Obrero Español (PSOE). En esta época se inauguraron equipamientos destacados como el Palau de la Música o el Institut Valencià d'Art Modern (IVAM) (este último era un proyecto del Gobierno autonómico). Asimismo, se apostó por una política cultural que pretendía hacer de Valencia un referente cultural del Mediterráneo (mediterraneidad), a través de eventos y proyectos de alcance medio, pero caracterizados por una voluntad de modernidad y potenciación de la alta cultura y el arte contemporáneo (Mostra de Cinema del Mediterrani, Encontre d'Escriptors del Mediterrani o la Trobada de Música del Mediterrani). En este enfoque se vieron inmersos los barrios del centro histórico en la medida en que aportaban sabor tradicional y una escenografía monumental (ibid.).

2) Posteriormente hubo una segunda y corta etapa caracterizada por un globalismo ilustrado regional de vocación europeísta (1991-1995), dirigida básicamente desde el PP, recién llegado al Gobierno municipal en coalición con Unió Valenciana, en la que se apostó por una política cultural que conciliara el orgullo de ser valencianos –vía recuperación y exaltación del patrimonio cultural– con cierta proyección exterior ligada al proyecto en marcha de construcción cultural europea. A su vez se practicaron una serie de actuaciones culturales dentro de la órbita del anticatalanismo, actuaciones que nunca han dejado de acometerse durante los gobiernos conservadores del Partido Popular.

3) Sin embargo, el modelo de proyección europeísta, desplegado desde un efímero Consell de Cultura de la Ciutat de València, pronto fue desechado en aras de un proyecto más ambicioso de proyección externa que pretendía «colocar» a Valencia en el mapa mundial. Así que, a partir de 1995, el Gobierno autonómico del Partido Popular y el homólogo de la ciudad de Valencia optaron por una reelaboración cosmopolita de la imagen de la ciudad convertida en «marca global», es decir, en un activo potencialmente rentable desde la perspectiva globalista neoliberal, debido a su componente altamente espectacular (Hernández i Martí, 2013). El giro neoliberal se acompañó de toda una agresiva reestructuración urbanística, coincidiendo con el ciclo expansivo del ladrillo (Naredo y Montiel, 2011). De este modo, y mediante una nueva política cultural (Hernández i Martí *et al.*, 2014), Valencia transformó una parte nueva de sí misma en una superproducción cultural para el mercado global, dejando en un segundo plano a sus grandes referentes históricos y patrimoniales, ubicados en Ciutat Vella, hasta entonces centrales en el imaginario de la ciudad (Boira Marques, 2012).

Se inició así la etapa de lo que podríamos denominar el globalismo mundial de masas (1995-2011). Al principio, tanto la Generalitat como el Ayuntamiento, el cual seguía los impulsos de la primera sin que se pueda decir que planteara una política cultural propia, pusieron el énfasis en los grandes eventos del mundo del arte (Valencia Tercer Milenio, 1996; bienales de Valencia, 2001, 2003 y 2005), candidaturas a capital cultural europea o como sede de los Juegos del Mediterráneo. Pero al comprobarse que este enfoque no acababa de cuajar se apostó enérgicamente por grandes eventos globales de carácter deportivo (America's Cup,

Fórmula 1, Global Champions Tour de hípica), encuentros mundiales mediáticos (Jornadas Mundiales de la Juventud, con visita del papa Benedicto XVI, MTV Winters), nuevos edificios emblemáticos como el Palau de Congressos de Norman Foster, la fastuosa reforma del complejo Feria Valencia y la ampliación de los iconos arquitectónicos de la Ciutat de les Arts i les Ciències (en marcha desde 1999) y la zona portuaria, transformada en la Marina Real Juan Carlos I.

De acuerdo con esta nueva orientación, que hemos denominado «burbuja cosmopolita» (Hernández i Martí, 2013), desde el poder se reimaginaba la ciudad como una urbe vanguardista y pujante en el mundo entero, con la legitimación proporcionada por los relatos triunfalistas del Centro de Estrategias y Desarrollo del Ayuntamiento de Valencia (CEYD) y la colaboración de la mayoría de los medios de comunicación valencianos. Mientras, el centro histórico se iba transformando en un simple complemento o escenario «con sabor local», frente a la Valencia más «global» y «futurista», hasta el punto de que tanto el patrimonio cultural del centro histórico de Valencia (monumentos, red de museos, patrimonio etnológico) como el turismo cultural en él generado fueron quedando en una discreta posición de subordinación a los objetivos más espectaculares (Hernández y Torres Pérez, 2013; Martí, 2010; Monfort, 2010). Por ello, se puede afirmar que la fulgurante proyección simbólica de la ciudad se generó fundamentalmente en el área cosmopolita de nuevo cuño (área marítima y Ciutat de les Arts i les Ciències-Puerto), al tiempo que el centro histórico acababa transformado en una simple pincelada histórico-cultural destinada a resaltar la centralidad del objeto cultural vanguardista mediáticamente más promocionado (Hernández i Martí, 2013).

Todo ello como consecuencia de la implementación de una política ocurrencial, sin planificación y justificada por el discurso de la «ciudad creativa», legitimado por consultoras económicas que profetizaban inmensos impactos económicos a las inversiones públicas (cf. IVIE, 2007). Poco a poco, esta estrategia había ampliado el foco desde la clásica autocelebración regional en el marco nacional español hasta una apertura de planteamientos más ambiciosos y transnacionales en el contexto de la globalización y su impacto en el reposicionamiento internacional de las ciudades medianas (Sassen, 2007). De este modo, se fue consolidando la imposición de un nuevo imaginario urbano, el derivado de una glocalización neoliberal hegemónica, frente a los referentes culturales locales, que quedaron finalmente soslayados.

4) El impacto de la crisis económica desatada en 2008 se evidenció claramente en las políticas públicas de recortes acometidos a partir de 2011, especialmente en el ámbito autonómico y en la ciudad de Valencia, debido a un enorme despilfarro de recursos públicos y a numerosos casos de corrupción. Solo entonces se hizo más visible una acusada dualización urbana, derivada de las perversiones de una burbuja cosmopolita que había crecido al margen —e incluso en contra— de los mecanismos de participación ciudadana en materia urbanística y cultural (Cucó i Giner, 2013). En muy poco tiempo se hundió el modelo dominante de grandes proyectos, dejando la política cultural de la ciudad en una situación de descomposición galopante (Hernández i Martí *et al.*, 2014).

La instrumentalización de la cultura y el deporte: el modelo de los grandes eventos e infraestructuras

A partir de la segunda mitad de los años noventa, el Gobierno valenciano del Partido Popular se lanzó a redefinir los perfiles urbanísticos, culturales y turísticos de la ciudad de Valencia. En este proyecto, el área conformada por la Ciutat de les Arts i les Ciències (CAC) ha tenido un rol central. Tras la victoria del Partido Popular en 1995, el proyecto inicial fue reformulado con su orientación actual. Construida entre 1993 y 2008, en el Parque del Turia, ocupa una superficie de 35 hectáreas y 1.800 metros de longitud y consta de los siguientes elementos: L'Hemisfèric, donde se proyectan películas en formato IMAX y Laserium; el Museu de les Ciències Príncep Felip (inaugurado en 2000); L'Umbracle, que alberga en su interior un enorme aparcamiento y en su exterior un jardín arbolado; L'Oceanogràfic, un acuario de más de 110.000 m² con representación de los principales ecosistemas marinos del planeta, y el Palau de les Arts Reina Sofia (inaugurado en 2006), un auditorio múltiple de cuatro salas para ópera, danza y teatro. Posteriormente se añadió el edificio del *Àgora*, inaugurado en 2012, aunque en proceso de rehabilitación y adecuación, y que ha sido cedido a la Fundació «la Caixa» para el desarrollo de sus actividades. Todos estos edificios fueron diseñados por Santiago Calatrava, a excepción de L'Oceanogràfic, obra de Félix Candela. También se proyectó una Torre de Telecomunicaciones de 387 metros de altura, obra de Calatrava, luego desechada, aunque el proyecto costó a las arcas públicas 15 millones de euros. En este complejo futurista se han desarrollado grandes eventos de carácter mundial y muy mediáticos, pero sin una línea de continuidad ni coherencia: festivales de música como el MTV Winters, eventos deportivos como el Masters ATP de Tenis, la Global Champions Tour Hípica (2009), certámenes informáticos como el Campus Party, el Encuentro Mundial de las Familias de 2006, presidido por el papa Benedicto XVI, o el rodaje de películas. Así, desde su inauguración, la CAC se ha convertido en la imagen dominante de la ciudad y ha tenido un papel central en la creación de la marca urbana, tanto en el plano de la atracción de inversiones y la promoción turística como símbolo de una etapa de política cultural (Santamarina y Moncusí, 2013).

En relación con la política cultural, la CAC, considerada la «joya de la corona» de la política cultural valenciana, y sus lógicas subyacentes han tendido a la expansión conforme se consolidaba el modelo. Con la concesión a Valencia de la celebración de la America's Cup, cuya primera edición se celebró en 2007, se remodeló el puerto de la ciudad como puerto deportivo (PD) ultramoderno con la edificación de la Marina Real Juan Carlos I y edificios vanguardistas como Veles e Vents, un puerto para regatas de alto nivel, instalaciones especializadas en regatismo y una zona de ocio nocturno. El espacio estaba relativamente cercano a la CAC y su relevancia todavía aumentó cuando se instaló el circuito urbano de la Fórmula 1, que tuvo su primera edición en 2008. Se pretendía, además, transformar el puerto en un amarradero de cruceros de lujo, de modo que la ciudad pasara a atraer a una selecta clientela de turistas, profesionales y ejecutivos de alto nivel atraídos por los gran-

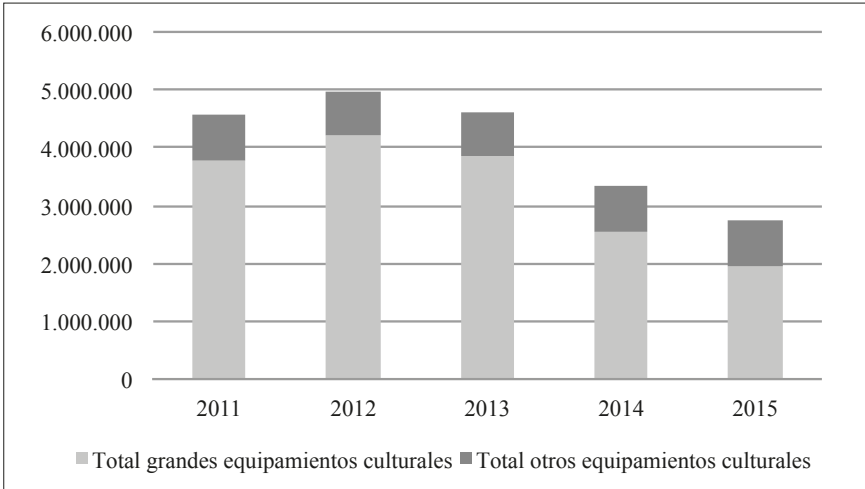
des eventos. Lo que se ha conseguido, en todo caso, ha sido una completa transformación del frente marítimo norte de la ciudad como parte de una estrategia de *branding* urbano orientado a la promoción externa de la ciudad (Benlloch, 2009).

Finalmente, el análisis económico de estos proyectos englobado en el CAC-PD nos revela su centralidad en la estrategia de la promoción de la ciudad y la subordinación de la política cultural a este objetivo: del presupuesto inicial de la CAC (308 millones de euros) se pasó, mediante modificaciones en las obras, a un total de 1.300 millones en 2012. A esta inversión inicial cabe añadir el coste creciente de su mantenimiento por las continuas caídas de ingresos de los espacios emblemáticos de la CAC, por lo demás caóticamente gestionados (Tudela, 2014). En suma, los grandes eventos concentrados fundamentalmente en el área CAC-PD han contribuido a la acumulación de una gigantesca deuda pública (29.643 millones de euros, el 29,8 % del PIB valenciano), estrechamente vinculada a la proliferación de redes clientelares (Hernández i Martí y Albert Rodrigo, 2012) y a numerosos casos de corrupción donde están implicadas diversas administraciones públicas valencianas, y que según una estimación reciente han significado un despilfarro de 12.500 millones de euros de dinero público (Castillo, 2013). Por último, cabe destacar el rápido hundimiento de casi todos los proyectos culturales y deportivos: la decadencia ha empezado por el área menos arraigada, poco flexible y casi desmantelada del puerto deportivo, que se ha quedado en apenas cuatro años sin eventos y sin megayates de lujo, mientras que las infraestructuras del circuito urbano de Fórmula 1 languidecen y se deterioran a la carrera. Además, algunos de los más deslumbrantes edificios de la CAC presentan deficiencias arquitectónicas estructurales (Museu de les Ciències Príncep Felip y Palau de les Arts), o están inacabados o en desuso (Àgora), o han perdido el uso continuado y espectacular a que estaban destinados (Palau de l'Òpera y Veles e Vents).

El pinchazo de la burbuja cosmopolita y el impacto de la política cultural

El reverso de la burbuja de los eventos y de las grandes infraestructuras lo representa la política cultural propiamente dicha, la promoción de la democratización cultural y la ayuda a los sectores culturales. En general, podemos ver cómo las visitas a los museos y el patrimonio de la ciudad no han seguido, con excepciones, una evolución positiva, sino al contrario, se produce como un hundimiento de un modelo de política cultural. Asimismo, podemos observar otra de las grandes tendencias de la política cultura valenciana: la mayor parte de las visitas se concentran en los espacios con un fuerte componente turístico (La Llotja, Centre Cultural la Beneficiència, Torres dels Serrans, IVAM, Museu Ceràmica González Martí, Museu de Belles Arts Sant Pius V, Museu de les Ciències Príncep Felip, MUVIM), por lo que se puede deducir que gran parte de los visitantes son turistas provenientes de fuera de la ciudad.

GRÁFICO 2.1
Evolución del número de visitantes en los museos y lugares patrimoniales en la ciudad de Valencia

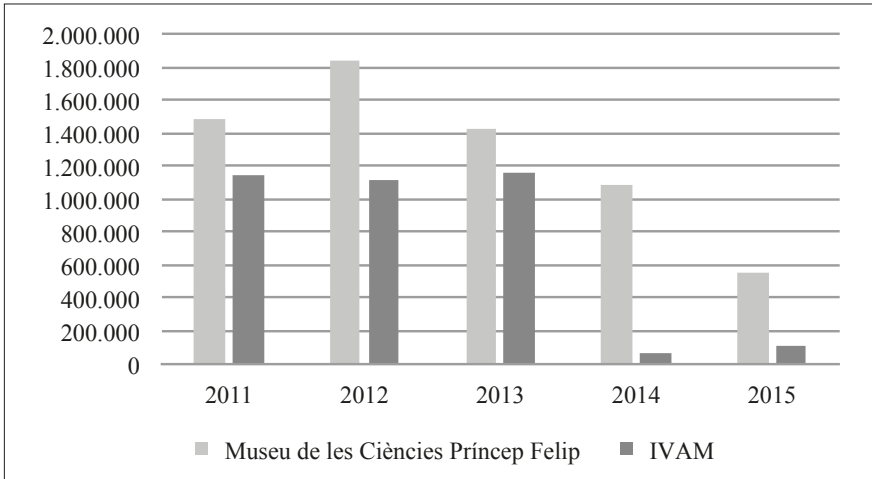


Fuente: elaboración propia a partir de datos del Ajuntament de València.

Así, si vamos al detalle las cifras aún son más significativas: entre 2011 y 2013 las cifras se mantuvieron oscilando en torno a los 1,4 y 1,8 millones de visitantes en el Museu de les Ciències. A partir de 2015 la institución declara una cifra de visitantes por debajo de los 600.000. Una evolución similar sucede con el IVAM, cuya cifra de visitantes se mantiene muy alta hasta 2014, cuando se reduce a una décima parte. Sin embargo, en ambos casos esta reducción no debe imputarse solamente a la evolución del público, sino a que a partir de 2014 dejaron de falsearse las cifras de público (Viñas, 2014).

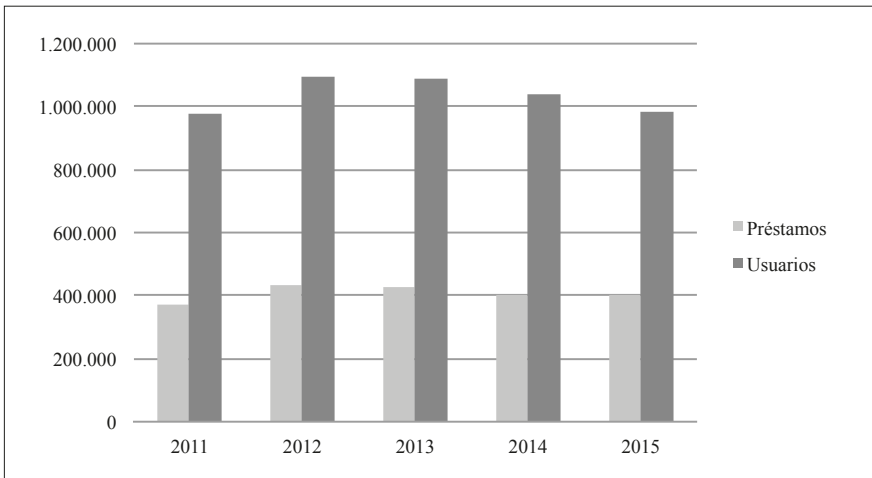
La priorización de los grandes eventos e instituciones culturales orientados hacia el *urban branding* en el que los habitantes de la ciudad eran meros espectadores no ha fomentado la participación de la ciudadanía en el acceso a la alta cultura, como hemos analizado antes, pero tampoco ha facilitado la adopción de prácticas culturales de proximidad. De este modo, podemos ver en el gráfico 2.3 cómo el número de usuarios y préstamos no ha crecido, sino que ha permanecido estancado en el último quinquenio.

GRÁFICO 2.2
Evolución del número de visitantes del Museu de les Ciències Príncep Felip y el IVAM



Fuente: elaboración propia a partir de datos del Ajuntament de València.

GRÁFICO 2.3
Evolución de los préstamos y usuarios de las bibliotecas en la ciudad de Valencia (2011-2015)



Fuente: elaboración propia a partir de datos del Ajuntament de València.

TABLA 2.1
Equipamientos culturales de proximidad por distrito
en Valencia (2017)

<i>Distrito y barrio</i>	<i>Población</i>	<i>Universitat Popular</i>	<i>Biblioteca</i>	<i>Total</i>	<i>cc/hab.</i>
1. Ciutat Vella	26.472	1	2	3	8.824
2. l'Eixample	42.180		2	2	21.090
3. Extramurs	48.208	1	3	4	12.052
4. Campanar	37.084		1	1	37.084
5. la Saïdia	46.718		1	1	46.718
6. el Pla del Real	30.124		1	1	30.124
7. l'Olivereta	48.105		2	2	24.053
8. Patraix	57.356		1	1	57.356
9. Jesús	51.943		2	2	25.972
10. Quatre Carreres	73.067		2	2	36.534
11. Poblats Marítims	57.710	1	4	5	11.542
12. Camins al Grau	64.536		2	2	32.268
13. Algirós	37.210	1	2	3	12.403
14. Benimaclet	28.868	1	1	2	14.434
15. Rascanya	52.210		2	2	26.105
16. Benicalap	44.931	1	2	3	14.977
17. Pobles del Nord	6.478	3		3	2.159
18. Pobles de l'Oest	13.969	1	2	3	4.656
19. Pobles del Sud	20.097	2	1	3	6.699
TOTAL		12	33	45	

Fuente: elaboración propia.

Asimismo, no es solo la presencia o no de un equipamiento, sino la capacidad o no de generar una atracción y una actividad cultural en los distritos. Hemos visto la escasa capacidad de las bibliotecas, pero en el caso de la Universitat Popular esta desarrolla una actividad centrada en un público adulto (excluyendo por ello a niños/as y jóvenes) y solamente relacionada con cursos socioeducativos, sin coordinación con el resto de políticas culturales. Por todo ello, podemos afirmar que la ausencia de una planificación y voluntad de desarrollar una red de cultura de

proximidad constituye, sin duda, la herencia más duradera y significativa de la política cultural durante el largo mandato del Partido Popular. En definitiva, la apuesta por una cultura espectacular y elitista tiene su reverso en Valencia, en su claro y manifiesto desinterés por la democratización y la participación cultural real de la ciudadanía.

2.4 Modelos de política cultural y modelos de equipamientos culturales: de los modelos nacionales a los modelos locales

Desde los años ochenta se ha venido destacando de forma creciente la importancia de la cultura para el desarrollo de las ciudades por su capacidad de favorecer el paso a la llamada nueva economía, por la posibilidad de estimular el surgimiento de clústeres de industrias creativas o por su potencial para catalizar procesos de regeneración urbana (Bianchini, 1993*a*; Scott, 2000; Scott, 2010). Desde entonces, las políticas culturales se han transformado de forma notable, incorporando esos objetivos de desarrollo económico y social (Gray, 2007), hecho que ha alterado las relaciones tradicionales entre las esferas cultural y política al introducir la necesidad de demostrar el impacto beneficioso del gasto público en cultura (Belfiore, 2004; Belfiore y Bennett, 2007). Ello ha motivado el surgimiento de lo que Gattinger y Saint Pierre (2008) han llamado modelos de política cultural híbridos, por ser una combinación de los modelos europeo-continental y liberal, y por ser un modelo en el que los niveles de gobierno regional y local tienen un rol mucho más activo que en etapas precedentes.

Este giro local y emprendedor de la política cultural ha tenido en los grandes equipamientos culturales uno de sus principales instrumentos, bien por su capacidad de impulsar procesos de regeneración urbana (Whitt, 1987), bien por potenciar la imagen de las ciudades (González, 2011; Plaza, 1999). No obstante, el efecto de este nuevo modelo de políticas culturales sobre los grandes equipamientos culturales no ha recibido mucha atención.

Así, actualmente los modelos de política cultural ya no están determinados por los modelos nacionales de política cultural, tal y como han estado caracterizados a finales del siglo xx (Mulcahy, 1998; Zimmer y Toepler, 1996; Zimmer y Toepler, 1999), sino que hoy en día dependen en gran medida de los modelos locales de desarrollo de la política cultural. Estos nuevos modelos de política cultural de base local, que podemos calificar de híbridos, producen un nuevo modelo de gobernanza, titularidad y financiación de los equipamientos culturales que también podemos calificar de híbridos, ni públicos ni privados (Schuster, 1998), y en donde se mezclan los rasgos de los modelos europeo-continental y liberal de equipamientos culturales. Analizaremos también cómo este modelo, que también debe ser situado en el marco de una estrategia emprendedora a nivel local, tiene unos resultados positivos si se considera su capacidad para potenciar a corto y medio plazo la política cultural, pese a que asimismo genera algunos problemas de gobernanza a largo plazo.

Para poder analizar el nuevo modelo nos centraremos en el caso de la ciudad de Barcelona que, como veremos, representa un caso avanzado de esta estrategia. Pero antes de entrar en el análisis de caso, en primer lugar se abordará la definición de los modelos de políticas culturales y su correlación con unos modelos de gestión de los grandes equipamientos culturales.⁷ En segundo lugar, se definirá el modelo Barcelona de desarrollo urbano y su influencia en el modelo de política cultural. Una influencia que se plasma en la utilización de los equipamientos culturales para la creación de clústeres culturales en el Raval, Glòries y Montjuïc. En tercer lugar, se analizarán los equipamientos culturales desde el punto de vista de la gobernanza, la financiación y la titularidad, destacando su carácter de modelo híbrido. A continuación, se analizará el desarrollo de cinco casos de equipamientos culturales caracterizados por ser el producto y ejemplo del modelo Barcelona de equipamientos culturales. Finalmente se llevará a cabo una valoración de las ventajas y los inconvenientes de este modelo de gestión local de las políticas y los equipamientos culturales.

Modelos de políticas culturales y tipos de equipamientos culturales: de los modelos nacionales a los modelos locales

Los tipos de equipamientos culturales que podemos encontrar en cada país están determinados por el modelo de política cultural que se ha configurado históricamente. El modelo de política cultural nacional tradicionalmente ha definido un contexto institucional que, durante la segunda mitad del siglo xx, ha marcado una pauta de relación entre las instituciones culturales y las administraciones públicas (Zimmer y Toepler, 1999). A partir de los años ochenta y especialmente durante los años noventa, el desarrollo de modelos locales de política cultural y el rol instrumental jugado por las instituciones culturales han condicionado de forma creciente las instituciones culturales. Por lo tanto, examinaremos a continuación la influencia de los modelos estatales y posteriormente la de los modelos locales.

7. Se estudiarán los equipamientos culturales nacionales de Barcelona que generan actividad cultural de cara al público, reciben financiación pública para su funcionamiento ordinario y cuentan con autonomía jurídica y financiera. Con esta definición se engloban los museos, teatros y auditorios que superan el millón de euros de presupuesto y que se encuentran en la ciudad de Barcelona. Se excluyen los equipamientos patrimoniales que no ofrecen un servicio directo al ciudadano, como la Biblioteca Nacional de Catalunya o el Arxiu Nacional de Catalunya (ambos reservados a los investigadores), los teatros de titularidad y gestión privada y con afán de lucro y los equipamientos culturales con un presupuesto inferior al millón de euros. Entendemos que esta elección puede ser discutible, pero es necesaria para delimitar correctamente el objeto de estudio. Hemos excluido del análisis los equipamientos que son un servicio directo de las administraciones públicas, como es el caso del Museo Picasso de Barcelona, que no tiene personalidad jurídica ni presupuesto propio, a pesar de ser uno de los museos más visitados, especialmente por los turistas que visitan la ciudad (Turisme de Barcelona, 2012).

El modelo liberal y centroeuropeo de política cultural y tipos ideales de instituciones culturales

En los estudios comparativos sobre los sistemas de política cultural que se implantan en los diferentes países occidentales, tradicionalmente se han distinguido tres modelos de políticas culturales (Zimmer y Toepler, 1996). Siguiendo el análisis de los tres modelos de Estado del bienestar de Esping-Andersen (Zimmer y Toepler, 1999), podemos establecer tres modelos: el europeo-continental, el anglosajón y el nórdico. A continuación, analizaremos los dos primeros, por ser los relevantes para el caso barcelonés.

En el modelo europeo-continental, de raíz absolutista, existe una red de instituciones artísticas orientadas a la excelencia que, al mismo tiempo, cuentan con una fuerte tradición de intervención pública. En este modelo el Gobierno central posee el rol predominante y ejerce una función de dominio político y simbólico respecto a los otros niveles administrativos. El papel del sector privado en este caso es subsidiario y existen pocos casos de cooperación público-privada. El caso paradigmático de este modelo es el de Francia (Zimmer y Toepler, 1996).

Por el contrario, en el modelo liberal, en ausencia de una tradición absolutista, el apoyo tradicional a las instituciones culturales ha estado en manos privadas. El mercado constituye en estos países el mecanismo de regulación de la vida cultural por excelencia y la intervención del estado es menor, como es el caso de Gran Bretaña (1993).

Aunque no podemos establecer una correlación perfecta entre el modelo de política cultural y el modelo de equipamiento cultural,⁸ siguiendo los modelos de política cultural planteados anteriormente (Urfalino, 1996) podemos construir un tipo ideal de equipamientos culturales de tipo anglosajón y europeo-continental, según el modelo de política cultural.

Como se puede ver en la tabla 2.2, el modelo predominante de los equipamientos culturales en el contexto de políticas culturales europeo-continentales es el de titularidad pública con gestión directa o, en todo caso, a partir de organismos dependientes de las administraciones públicas. Fuertemente subvencionados, su gestión está controlada directamente por los representantes públicos que, entre otras facultades, nombran al director. Si bien se ejerce un claro control *ex ante* por parte del Ministerio de Economía, la dirección de la actividad del equipamiento es potestad del director artístico y no se suelen establecer objetivos de gestión e

8. Existe una abundante literatura que analiza desde el punto de vista institucional y económico las diferentes fórmulas de gestión según su proximidad al sector público o al sector privado. Por ejemplo, Lord y Lord (1998) analizan cuatro modelos diferentes: dependencia orgánica de la Administración pública, dependencia de la Administración pública con autonomía de gestión, organización sin fines de lucro o entidad privada. En el caso de España, no existen grandes equipamientos culturales estrictamente privados, es decir, pertenecientes al sector privado lucrativo, sino que todos pueden ser considerados del sector privado no lucrativo o tercer sector.

impacto social. Este suele ser el modelo de las instituciones culturales de países europeo-continenciales (1996), aunque también el modelo de las instituciones culturales en algunos países mediterráneos como Italia (1998).

TABLA 2.2
Modelos de política cultural y tipo ideal de equipamiento cultural

	<i>Modelo europeo-continental</i>	<i>Modelo anglosajón</i>
Titularidad edificio	Sector público	Tercer sector
Titularidad gestión	Gestión directa u organismo autónomo	Organización sin ánimo de lucro
Titularidad colección	Sector público	Tercer sector
Patronato	Representantes instituciones	Patronos independientes

Fuente: elaboración propia a partir de Zimmer y Toepler (Moulin, 1992) y de Lord y Lord (Zimmer y Toepler, 1996).

En el modelo anglosajón, por el contrario, nos encontraríamos con equipamientos culturales de titularidad privada (mayoritariamente en el sector no lucrativo), con órganos de gestión autónomos respecto de las administraciones públicas. Su equipo directivo, apoyado por un patronato capacitado e independiente, conseguiría más ingresos propios provenientes de la taquilla, el mecenazgo y el patrocinio. Por lo tanto, la titularidad y la gestión de este tipo de equipamientos son privadas *non-profit*, aunque muchos de ellos, como es el caso de Gran Bretaña, reciben fondos del Gobierno o de sus agencias, como los consejos de las artes (Coppinger *et al.*, 2007).

Desde los años ochenta se ha apreciado una tendencia a la disminución de las diferencias entre estos dos modelos, con un incremento de la intervención del Estado en los países del modelo liberal y un mayor rol del sector privado y el tercer sector en los países del modelo europeo-continental (Fedeli y Santoni, 2006). La disminución de las subvenciones públicas (Department of Culture, Media and Sport, 2010), la influencia de la nueva gestión pública y sus reformas desestatalizadoras (Bianchini, 1993a), la globalización cultural y la mayor importancia de las industrias culturales y creativas explican, en parte, esta convergencia (Dewey, 2004).

La emergencia de modelos locales de política cultural y los nuevos tipos de equipamientos culturales

En el contexto del paso a la economía fordista y de la aparición de los paradigmas de la ciudad creativa (Belfiore, 2004), el marco local ha tomado un nuevo protagonismo y sus gobiernos han cambiado y han ganado peso. Así, han pasado de ser pasivos implementadores de las políticas estatales de servicios públicos a

ser activos promotores del desarrollo local (DEPS, 2011; Menger, 2010). Tanto el llamado *entrepreneurial turn* (Landry y Bianchini, 1995) de las políticas locales, que apuesta por la revitalización urbana sobre la base de grandes proyectos arquitectónicos y eventos espectaculares, como el desarrollo de servicios y de nuevas industrias, tienen un eminente carácter cultural que a menudo se concreta en la creación de barrios artísticos o de clústeres de industrias culturales (Blanco, 2009a). Así, se afirma que las estrategias culturales se tornan claves para la supervivencia de las ciudades (Zukin, 1995: 271). Uno de los mecanismos de extensión de la utilización de los grandes eventos como catalizadores del desarrollo urbano ha sido la construcción de museos bandera (Harvey, 1989a) o la generación de grandes eventos (Scott, 2000 y 2010). A partir de estas actuaciones se gestó un nuevo modelo de política cultural que, como en el caso de Liverpool y Barcelona, representa la voluntad de unir cambio urbano, desarrollo económico y transformación social (Bianchini, 1993b). Así, a partir de los años ochenta la política cultural es concebida como un motor de la economía de las ciudades y una palanca de la regeneración de los centros urbanos (García, 2004).

Asimismo, se inicia entonces una tendencia a instrumentalizar la política cultural para objetivos de otras agendas de política pública (Connolly, 2011), a pesar de que no se ha demostrado de forma empírica su efectividad (Landry y Bianchini, 1995). En este contexto se produce un cambio en los objetivos de la política cultural como política social, respaldado por un giro conceptual en el que la concepción redistributiva típica de las políticas culturales estatales (Gray, 2007) es desplazada por la idea de la cultura como factor de inclusión social (Belfiore, 2002).

Esta nueva política cultural se está concibiendo cada vez más desde una perspectiva sistémica y estratégica (Menger, 2010), y es en las ciudades donde esta nueva sistematicidad se está fraguando de un modo más tangible (Evans, 2001: 221), que se expresa en nuevas formas de planificación y gobernanza cultural y orienta la política cultural hacia una estrategia de fertilización intersectorial, con el objetivo de crear valor cultural local (Connolly, 2011) en un contexto de competitividad global entre ciudades creativas (Cherbo y Wyszomirski, 2000). En este marco se transforma la dimensión organizativa de la política cultural bajo los principios de la Nueva Gestión Pública (Currid, 2007), agencializando e instrumentalizando las organizaciones culturales financiadas públicamente para la consecución de estos nuevos objetivos (Menger, 2010).

Podemos, por lo tanto, hablar del surgimiento de nuevos modelos híbridos de política cultural, protagonizados especialmente por gobiernos regionales y locales (Belfiore, 2004). A continuación, se mostrará que estos nuevos modelos locales están generando lo que Mark Schuster calificó como equipamientos culturales híbridos (Gray, 2008; Rius-Ulldemolins y Rubio, 2013), es decir, ni públicos ni privados, y que no se corresponden ni con el modelo europeo-continental ni con el liberal. Por otra parte, la instrumentalización de la política cultural local comportará también que los grandes equipamientos sean concebidos como instrumentos para la regeneración urbanística, la promoción económica y la cohesión social. No obstante, la forma en la que ello se expresa en cada ciudad dependerá de los modelos locales de política cultural local, que son combinaciones diferenciadas de los retos y

dilemas de la política cultural urbana planteados hace ya veinte años (Gattinger y Saint-Pierre, 2008) y que siguen vigentes: efecto final *vs.* valor cultural, grandes eventos *vs.* pequeñas acciones, proyección internacional *vs.* desarrollo local. Dilemas que el modelo Barcelona ha intentado –con éxito desigual– resolver mediante un modelo propio de desarrollo urbano y política cultural. A continuación, analizaremos cómo se ha generado un modelo propio de política cultural local en Barcelona, coherente con el llamado modelo Barcelona de desarrollo urbano, que ha producido un modelo específico de equipamiento cultural.

Modelo de política cultural y modelo de equipamientos culturales: el caso de Barcelona

En el Estado español no existe un modelo único de políticas culturales y de gobernanza y gestión de los equipamientos culturales. De hecho, podemos encontrar modelos diferentes en su territorio. Por una parte, el caso de Madrid sería asimilable al modelo europeo-continental (Schuster, 1998). Por el contrario, Barcelona ha estado históricamente cercana al modelo liberal. La debilidad de la intervención del Estado en la esfera cultural durante el siglo XIX y buena parte del siglo XX comportó que los equipamientos culturales estuvieran mayoritariamente en manos de la iniciativa privada o del tercer sector.

Este es el caso, por ejemplo, del Gran Teatre del Liceu (GTL), la mayor institución cultural barcelonesa y un referente a nivel local e internacional de la escena operística y de la imagen de Barcelona como ciudad cultural. Aunque actualmente se considera una de las piezas esenciales de la política cultural barcelonesa, el Liceu fue en su origen y durante un siglo y medio una entidad privada. De hecho, el Liceu fue creado en 1847 por iniciativa de miembros destacados de la burguesía local y la explotación del teatro fue encomendada a diversas empresas concesionarias. Este modelo de gestión perduró hasta finales del siglo XX, momento en el que los grandes teatros de ópera de los países avanzados ya eran o bien públicos, o bien recibían cuantiosas subvenciones del Estado (Bianchini, 1993a). En los años setenta el Liceu entró en una crisis de público y de modelo de gestión (Rubio Arostegui, 2008; Rubio Arostegui y Rius-Ulldemolins, 2012), una situación que amenazó la continuidad del teatro y que forzó a las administraciones públicas a intervenir y a crear en 1980 el Consorci del Gran Teatre del Liceu, integrado por el Departament de Cultura, el Ajuntament de Barcelona y la Societat del Gran Teatre del Liceu, que detentaría la titularidad del inmueble hasta 1994. Posteriormente, se sumaron la Diputació de Barcelona en 1985 y el Ministerio de Cultura en 1986.

El 1994 un incendio destruyó completamente el auditorio, con la excepción de la fachada y de las salas anexas. Inmediatamente se generó un fuerte consenso entre las élites económicas, culturales y políticas sobre la necesidad de reconstruirlo rápidamente, lo que se reflejó en la constitución de la nueva Fundació Gran Teatre del Liceu, integrada por las cuatro administraciones públicas mencionadas anteriormente, que aparcaron en este caso sus importantes diferencias sobre las competencias en cultura (Martorella, 1982). Este consenso se escenificó bajo el lema «El Liceu de todos», en oposición al Liceu de las élites que había representado

hasta entonces, legitimando de este modo la fuerte inversión pública que había supuesto su reconstrucción (Alier, 1978).

También el Palau de la Música Catalana, una de las joyas de la corona de los equipamientos culturales de Barcelona, debe su origen a la iniciativa local privada. Su edificio de estilo modernista fue construido a principios de siglo xx por el arquitecto Lluís Domènech i Montaner como sede de la asociación coral Orfeó Català y fue sufragado por la sociedad civil barcelonesa. Durante todo el siglo xx ha sido uno de los principales referentes culturales y una de las señas de identidad de Cataluña y de Barcelona.

Su proceso de integración en el sector público ha sido paulatino y no carente de dificultades y momentos de crisis. El primer paso de acercamiento a las administraciones públicas se produjo en los inicios de la recuperación de la democracia, cuando la Junta Directiva del Palau solicitó ayuda para mantener el histórico edificio. Para vehicular las ayudas se constituyó el Consorcio en 1983, integrado por el Ministerio de Cultura, el Departamento de Cultura y el Ajuntament de Barcelona. Sin embargo, a cambio de la importante inversión pública no se transformó el estatuto jurídico del edificio del Palau, que continuó siendo propiedad del Orfeó Català. En 1990, para gestionar la actividad del Palau, se constituyó una fundación privada con mayoría de patronos privados, pero con la participación de representantes de las mismas administraciones públicas presentes en el consorcio.

Además de las instituciones históricas, en Barcelona podemos encontrar museos y centros de arte fruto de la iniciativa de la sociedad civil, con la colaboración del Ajuntament de Barcelona en sus inicios y del resto de las administraciones públicas después. La Fundació Miró es una fundación privada con la misión de dar a conocer la obra del artista Joan Miró y de promover el arte contemporáneo. Fue fundada en el año 1975 por iniciativa de intelectuales, artistas, marchantes y amigos del artista, y fue apoyada por el Gobierno local desde sus inicios. Es una de las grandes instituciones culturales que más se aproximaría al modelo liberal, pero recibe anualmente aportaciones públicas y los representantes de las administraciones públicas están presentes en su patronato.

La Fundació Antoni Tàpies fue creada en 1984 por el propio artista catalán, Antoni Tàpies, con el objetivo de promover el estudio y conocimiento del arte contemporáneo, así como la difusión de la obra del propio artista. Aunque es una fundación privada, abrió sus puertas en 1990 en la sede de la antigua Editorial Montaner y Simon, propiedad del Ajuntament de Barcelona, y durante estos veinte años de actividad las aportaciones de las administraciones han ido creciendo hasta llegar a suponer, en la actualidad, casi la mitad de los ingresos.

También fue iniciativa del sector privado el Teatre Lliure. El origen de esta institución cultural se remonta al periodo de la transición a la democracia, en 1976, cuando una compañía de teatro se constituyó en cooperativa. Desde entonces y hasta 1987, el Teatre Lliure se convirtió en uno de los referentes del teatro independiente, recibiendo por ello el apoyo del Ajuntament de Barcelona. En 1988 se constituyó la fundación privada Teatre Lliure-Teatre Públic de Barcelona por parte de los representantes de la cooperativa de actores, con la intención de conservar la independencia del teatro y recibir así un mayor apoyo de las administraciones

públicas. Un apoyo imprescindible para poder financiar un nuevo espacio escénico que cumpliera con las necesidades técnicas y de seguridad que el antiguo espacio de Gracia ya no garantizaba. De este modo, con la complicidad del Ajuntament de Barcelona, que quería dar continuidad a una de las instituciones teatrales con mayor prestigio y dinamismo de la ciudad, se consiguió incorporar al Patronato tanto a la Diputació de Barcelona como a la Generalitat de Catalunya, así como al Ministerio de Cultura, y su apoyo para construir la nueva sede donde se encuentra actualmente, en Montjuïc.

No es hasta la transición a la democracia cuando la nueva Administración pública cultural autonómica, el Departament de Cultura de la Generalitat de Catalunya,⁹ empieza a intervenir en la cultura catalana y barcelonesa con el objetivo de modernizar las infraestructuras culturales y equipararlas a los estándares culturales europeos. Esta intención se plasmará en la construcción de nuevos equipamientos culturales como el Teatre Nacional de Catalunya (TNC) en 1997, inspirado en el modelo francés de institución democratizadora de la alta cultura. También fue fruto de la voluntad de dotarse de instituciones nacionales la construcción, a finales de los años noventa, del Auditori de Barcelona, que convertía a la orquesta de titularidad local en nacional, y el Museu Nacional d'Art de Catalunya, que se convertiría en el escaparate del arte catalán. También el Mercat de les Flors ha respondido de la misma manera a esta intención del Gobierno local de dotar a cada sector cultural, en este caso la danza, de una gran institución cultural de referencia.

No obstante, este no fue el paradigma de actuación dominante y, en realidad, durante los años ochenta y noventa la política cultural y el desarrollo de equipamientos culturales en Cataluña estarán liderados por los gobiernos locales. Estos, en ausencia de una planificación y un apoyo financiero por parte del Ministerio de Cultura o del Departamento de Cultura, desarrollarán estrategias emprendedoras para aprovechar las fortalezas y oportunidades locales (Font, 1991).

Este fue el caso de la que podemos llamar «generación olímpica de equipamientos culturales», es decir, aquellos que se gestaron durante el periodo posterior a la nominación olímpica hasta mediados de los años noventa. En el contexto de la movilización de recursos públicos y privados que requirió ese gran evento deportivo, se proyectaron dos equipamientos culturales, el Museu d'Art Contemporani de Barcelona y el Centre de Cultura Contemporània de Barcelona, que se inauguraron a mediados de los años noventa. Estos fueron utilizados como emblema de la regeneración urbana del centro de la ciudad, tal y como veremos a continuación.

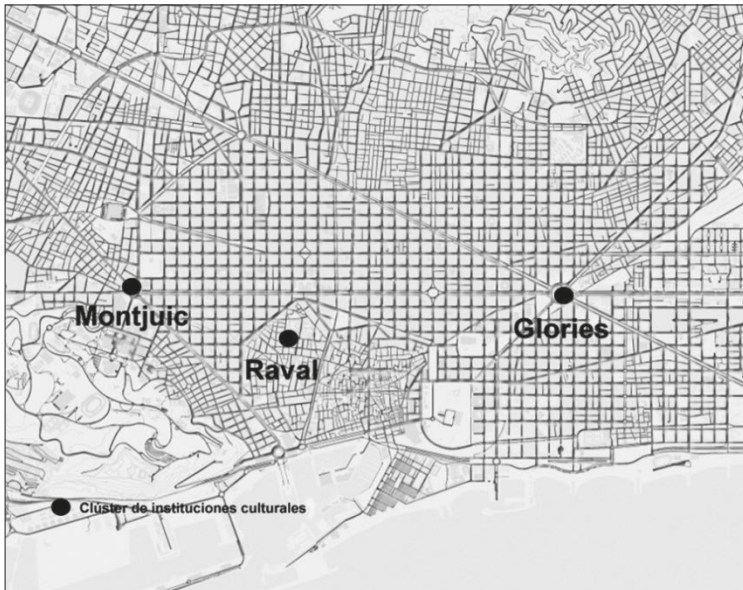
Desarrollo urbano, política cultural e instituciones culturales en Barcelona

Una de las características del modelo Barcelona de desarrollo urbano es la utilización de las grandes infraestructuras culturales para la regeneración urbana y

9. Por Departamento de Cultura estamos refiriéndonos al organismo responsable de ejecutar las políticas culturales de la Generalitat de Catalunya.

la creación de nuevas centralidades ciudadanas. Esta voluntad se plasma en el modelo de política cultural que concibe a la vez los procesos de regeneración urbana como una oportunidad para conseguir la financiación para equipamientos culturales y generar unos clústeres culturales que consigan fraguar sinergias entre los propios equipamientos y atraer al público al generar una escena artística. Esta ha sido la voluntad en el caso de los clústeres del Raval, Glòries y Montjuïc.

MAPA 2.2
Clústeres de instituciones culturales de Barcelona



Fuente: elaboración propia.

La idea de un clúster cultural en el Raval comienza a principios de los años ochenta con el motivo de dedicar a la cultura un espacio infrutilizado y en proceso de degradación en el norte del barrio. Entonces, la Diputació de Barcelona (DIBA) y el Ajuntament de Barcelona impulsan la creación de una gran institución cultural que federe diversos servicios culturales, siguiendo el modelo del Pompidou parisino. Los responsables de estas dos administraciones públicas entienden que las infraestructuras culturales ayudan al impulso de un proceso de regeneración urbana que se complementará con una fuerte inversión urbanística pública y privada (Caminal, 2004). El proyecto fundador, denominado Centre de Cultura de la Casa de la Caritat, se dividirá a mediados de los años ochenta en dos proyectos separados: el Centre de Cultura Contemporània de Barcelona (CCCB) y el Museu d'Art Contemporani de Barcelona (MACBA).

El clúster de instituciones culturales de Glòries nace a principios de la década de los noventa, cuando el entonces alcalde de Barcelona, Pascual Maragall, convence a los responsables de la Generalitat de Catalunya de situar su proyecto estrella, el Teatre Nacional de Catalunya (TNC), como una apuesta estratégica urbana (Martínez y Font, 2010). Siguiendo esta lógica, al edificio del TNC, inaugurado en 1997, se le une dos años después el Auditori de Música y en 2003 la Escola Superior de Música de Catalunya en un edificio adyacente. Finalmente, se inauguró en 2012 el Disseny Hub de Barcelona (DHUB) en la misma zona, para crear así una nueva centralidad urbana en esa zona de la ciudad.

El proyecto Ciutat del Teatre ('Ciudad del teatro') de Monjuïc empieza en 1997 con el encargo por parte del Ajuntament de Barcelona al prestigioso director teatral Lluís Pascual de liderar un proyecto que englobe diversas instituciones existentes o en construcción alrededor de la zona de Monjuïc (Pascual, 2001). El proyecto coordina tres espacios teatrales distintos: el Mercat de les Flors (danza contemporánea), el nuevo Teatre Lliure (teatro) y el Institut del Teatre (institución de enseñanza superior de teatro y danza). El proyecto liderado por el Gobierno local tiene por finalidad la creación de sinergias culturales y un impacto urbano, y se suma al polo de museos formado por el Museu Nacional d'Art de Catalunya y la Fundació Joan Miró.

Gobernanza y financiación pública multinivel de los grandes equipamientos culturales de Barcelona

La convivencia de la herencia histórica surgida de la iniciativa privada, el modelo europeo-continental de equipamiento cultural desarrollado por el Departamento de Cultura y el modelo emprendedor impulsado por el Ajuntament de Barcelona han creado una tipología de equipamiento caracterizada por una gran complejidad en su estructura de gobernanza y fuentes de financiación.

Una de las características del modelo barcelonés es la extrema complejidad en la gobernanza de sus equipamientos culturales, dado que no hay una primacía de los niveles superiores de las administraciones públicas (Ministerio de Cultura –MC– y Departamento de Cultura –DC–), sino que el nivel local (Institut de Cultura –ICUB– y Diputació de Barcelona –DIBA–) detenta un rol equivalente al de las otras administraciones, situación impensable en el modelo centroeuropeo o en el modelo liberal, en el que el Estado central tiene un protagonismo mayor. Por otra parte, solamente dos dependen de una sola administración: el Museu Picasso y el Teatre Nacional de Catalunya. El Museu Picasso porque se ha convertido en símbolo de la política cultural barcelonesa y de su proyección internacional, y el Ayuntamiento recela de compartirlo con las otras administraciones. Y el TNC porque fue construido como el símbolo de la actuación del nuevo Departamento de Cultura del Gobierno autonómico y su estrategia de reivindicación nacionalista (Subirats y Rius-Ulldemolins, 2008). El resto de equipamientos culturales dependen de dos administraciones públicas (Centre de Cultura Contemporània de Barcelona, Fundació Antoni Tàpies, MACBA, Mercat de les Flors), de tres (Auditori, Fundació Joan Miró, MNAC) y hasta de cuatro (Liceu, Palau de la Música y Teatre Lliure).

TABLA 2.3
Grandes equipamientos culturales y número de administraciones
públicas titulares (2012)¹⁰

	<i>ICUB</i>	<i>DIBA</i>	<i>DC</i>	<i>MC</i>	<i>Total</i>
Auditori (AUD)	1		1	1	3
Centre de Cultura Contemporània de Barcelona (CCCB)	1	1			2
Fundació Antoni Tàpies (FAT)	1		1		2
Fundació Joan Miró (FJM)	1		1	1	3
Gran Teatre del Liceu (GTL)	1	1	1	1	4
Museu d'Art Contemporani de Barcelona (MACBA)	1		1		2
Mercat de les Flors (MF)	1		1		2
Museu Nacional d'Art de Catalunya (MNAC)	1		1	1	3
Museu Picasso de Barcelona (MPB)	1				1
Palau de la Música (PM)	1	1	1	1	4
Teatre Lliure (TLL)	1	1	1	1	4
Teatre Nacional de Catalunya (TNC)			1		1
<i>Total</i>	11	4	10	6	

Fuente: elaboración propia.

En cuanto a la participación de las administraciones culturales, podemos comprobar que el Departamento de Cultura (DC), que es la administración con competencias exclusivas sobre cultura, solo está presente en diez equipamientos culturales, viéndose superado por el gobierno local, que forma parte de las estructuras de gobernanza de once equipamientos culturales a través de su instituto autónomo de cultura, el Institut de Cultura de Barcelona. Por su parte, el Ministerio de Cultura tiene una presencia mucho menor, al estar presente solamente en seis de los diez grandes equipamientos culturales.

10. Por ICUB nos referimos al Institut de Cultura de Barcelona del Ajuntament de Barcelona, por DIBA al Àrea de Cultura de la Diputació de Barcelona, por DC al Departament de Cultura de la Generalitat de Catalunya y por MC al Ministerio de Cultura de la Administración General del Estado.

TABLA 2.4
Financiación de los equipamientos culturales de Barcelona por
administración pública (temporada 2009-2010) (en miles de euros)

	DC	%	ICUB	%	DIBA	%	MC	%	Total	%
Auditori (AUD)	8.357	49	7.615	45		0	950	6	16.922	100
Centre de Cultura Contemporània de Barcelona (CCCB)		0	2.657	25	7.973	75			10.630	100
Fundació Antoni Tàpies (FAT)	365	43	391	46		0	95	11	851	100
Fundació Joan Miró (FJM)	827	43	903	47		0	190	10	1.920	100
Gran Teatre del Liceu (GTL)	10.682	38	2.961	10	1.480	5	13.326	47	28.449	100
Museu d'Art Contemporani de Barcelona (MACBA)	4.516	40	4.766	42		0	2.000	18	11.282	100
Mercat de les Flors (MF)	2.484	40	2.461	40		0	1.235	20	6.180	100
Museu Nacional d'Art de Catalunya (MNAC)	9.461	47	5.016	25		0	5.817	29	20.294	100
Museu Picasso de Barcelona (MPB)		0	4.200	100		0		0	4.200	100
Palau de la Música (PM)	1.734	55	749	24	55	2	588	19	3.126	100
Teatre Lliure (TLL)	2.499	38	2.732	42	444	7	900	14	6.575	100
Teatre Nacional de Catalunya (TNC)	11.541	100		0		0		0	11.541	100
<i>Total</i>	<i>52.466</i>	<i>43</i>	<i>34.451</i>	<i>28</i>	<i>9.952</i>	<i>8</i>	<i>25.101</i>	<i>21</i>	<i>121.970</i>	<i>100</i>

Fuente: elaboración propia a partir de los datos presupuestarios 2009-2010.

Como podemos ver en la tabla 2.4, el DC asume casi la mitad de las transferencias públicas a los equipamientos culturales, y en una segunda posición aparece el Ajuntament de Barcelona con una contribución del 28 % del total, muy por encima de sus responsabilidades como administración local, seguido en un tercer lugar por el Ministerio de Cultura, que solamente asume 25 millones de euros (un 21 % del total), muy por debajo de los 179 millones que dedica a los equipamientos culturales de Madrid.

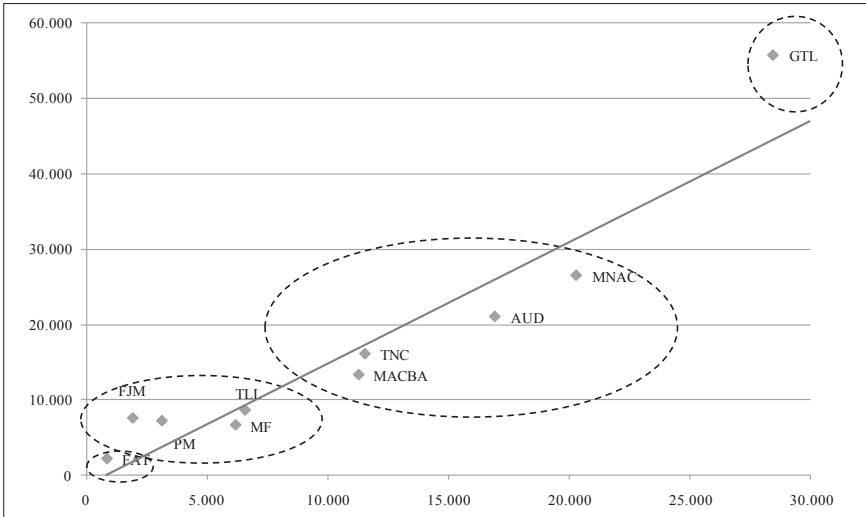
Así pues, el reparto de las responsabilidades de gobernanza y de la financiación entre las diferentes administraciones públicas nos indica que Barcelona si-

que estando muy lejos del modelo europeo-continental en el que el Ministerio de Cultura central tiene una participación mayoritaria en todos los grandes equipamientos culturales, tanto en su gobernanza como en su financiación. En este caso, los gobiernos autonómico y local tienen una participación muy superior a la que se esperaría en este tipo de equipamientos culturales de gran dimensión que responde, como hemos mencionado, a esta orientación emprendedora de la política cultural local que ha consistido en buscar la complicitad de todos los niveles de las administraciones públicas para desarrollar unos equipamientos culturales sin cuya participación no hubieran sido financieramente posibles.

Las grandes instituciones culturales de Barcelona: presupuesto y subvenciones públicas

El análisis presupuestario nos permite una primera aproximación al objeto de estudio con el fin de analizar las dimensiones de cada uno de los equipamientos culturales y su nivel de dependencia de las administraciones públicas. Un análisis que permite constatar la gran heterogeneidad entre los grandes equipamientos. En efecto, si tomamos como criterio la dimensión presupuestaria en 2009-2010, podemos clasificar los grandes equipamientos culturales en cuatro grupos:

GRÁFICO 2.4.
Presupuesto global y aportaciones públicas de los grandes equipamientos culturales de Barcelona (temporada 2009-2010)



Fuente: elaboración propia a partir de datos de los presupuestos de las instituciones culturales (temporada 2009-2010).

- En primer lugar, y a mucha distancia de las otras instituciones culturales, encontramos el Liceu, con un presupuesto de 55,6 millones de euros.
- Un segundo grupo de instituciones públicas estaría compuesto por el MNAC (26,4 millones de euros), el Auditori (21 millones de euros), el TNC (16 millones de euros) y el MACBA (11,2 millones de euros).
- Un tercer grupo estaría compuesto por el Teatre Lliure (8,6 millones de euros), la Fundació Joan Miró (7,5 millones de euros), el Palau de la Música (7,1 millones de euros) y el Mercat de les Flors (6,6 millones de euros).
- Por su pequeña dimensión presupuestaria, la Fundació Antoni Tàpies formaría en sí misma un grupo, con solo 2,1 millones de euros de presupuesto.

Si establecemos una función lineal de la relación entre la dimensión presupuestaria y la subvención pública, vemos que, en general, a medida que una institución cultural tiene un presupuesto más elevado, más cuantiosa es la subvención que recibe. No obstante, también podemos constatar que el aumento no es perfectamente lineal, como analizaremos a continuación.

El porcentaje de ingresos públicos de las grandes instituciones culturales de Barcelona

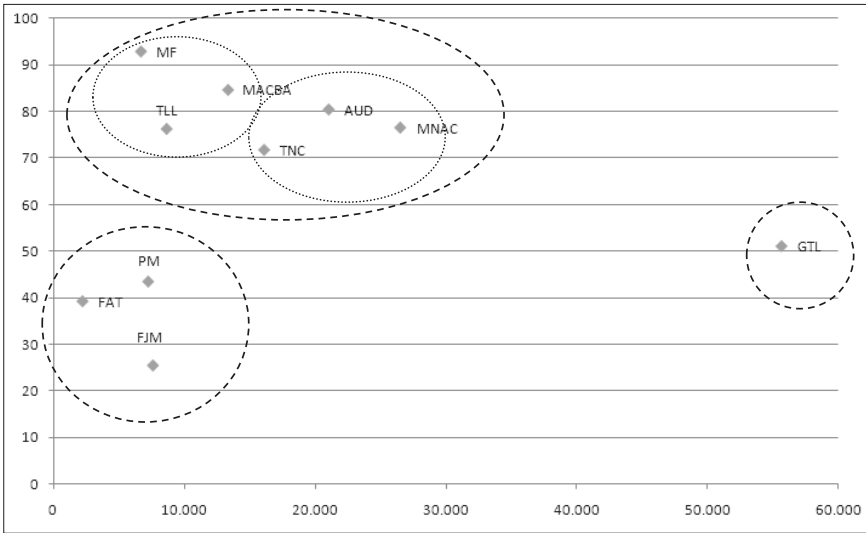
El porcentaje de ingresos públicos es un criterio que se está utilizando frecuentemente para considerar si un equipamiento pertenece o no al sector público, de acuerdo con las normas de contabilidad pública de la Unión Europea (SEC-95). Según estas, una organización es pública si el porcentaje de la financiación procedente de fuentes públicas es igual o superior al 50 % del total.

Como se ha dicho anteriormente, consideramos que la pertenencia al sector público o al sector privado no lucrativo debe considerar diversas variables y no solamente el nivel de subvención pública. Ahora bien, empleando el criterio de la financiación mencionado se pueden hacer dos observaciones. En primer lugar, todas las grandes instituciones culturales analizadas reciben subsidios públicos en cuantías importantes, superiores a los 800.000 euros. Y, en segundo lugar, la mayoría de equipamientos culturales, siete de un total de diez, superan el porcentaje de financiación pública del 50 %, con una media situada en el 64 %. Por lo tanto, según el criterio contable, siete de las diez instituciones culturales barcelonesas podrían ser consideradas públicas, mientras que las otras tres, a pesar de estar relacionadas financieramente con el sector público, podrían ser consideradas privadas.

Un análisis más refinado permite construir una tipología de tres casos, considerando la dimensión presupuestaria y el nivel de financiación pública.

- En primer lugar, puede comprobarse que hay una minoría de instituciones culturales con un nivel de financiación público que va del 25 al 43 %. Se trata de la Fundació Joan Miró, la Fundació Antoni Tàpies y el Palau de la Música, organizaciones que, por su origen histórico, el apoyo de la sociedad civil o su éxito turístico, obtienen elevados ingresos por taquilla o por patrocinio.

GRÁFICO 2.5
Porcentaje de financiación pública y presupuesto global
de los grandes equipamientos culturales de Barcelona
(temporada 2009-2010)



Fuente: elaboración propia a partir de datos de los presupuestos de las instituciones culturales (temporada 2009-2010).

- En segundo lugar, encontramos una mayoría de equipamientos culturales con niveles de financiación pública superiores al 70 %, hasta un máximo de un 93 %. En este grupo podríamos hacer una segunda división, con un grupo de equipamientos culturales dedicados a lenguajes culturales minoritarios o de alta especialización disciplinar (como el Mercat de les Flors, dedicado a la danza contemporánea, el Teatre Lliure, orientado al teatro contemporáneo y experimental, o el MACBA, que tiene como misión difundir el arte contemporáneo) que requerirían niveles de financiación pública superiores al 75 %. Otro subgrupo estaría formado por equipamientos culturales con una orientación más patrimonial, lo que les permitiría captar más público y disponer de niveles de autofinanciación relativamente más elevados, como es el caso del Teatre Nacional de Catalunya, que tiene como misión principal difundir el patrimonio teatral catalán, y el Museu Nacional d'Art de Catalunya, orientado a la difusión del patrimonio artístico catalán desde la Edad Media hasta la Segunda Guerra Mundial. Una excepción en la menor necesidad de financiación de las instituciones culturales de orientación patrimonial la constituye el Auditori de Barcelona. A pesar de estar dedicado a la difusión de la música clásica y a la educación musical dirigida a un público amplio, su organización gestiona también el Museu de la Música y,

sobre todo, la Orquesta de Barcelona, lo que supone un importante coste en personal fijo que eleva la necesidad de financiación pública.

- Un caso específico es el del Liceu, que, a pesar de ser la institución cultural que más recursos públicos recibe en números absolutos, estaría, según el criterio contable, al límite de ser considerada una institución pública, con un 51 %. Ello se explica por la elevada capacidad de captación de mecenazgo privado y una fuerte demanda y fidelidad de su público.

La titularidad de los grandes equipamientos culturales de Barcelona: un análisis multidimensional

Principales elementos de titularidad

Además del porcentaje de financiación pública ya analizado, siguiendo los criterios marcados por Schuster (Maragall, 1989), podemos determinar la titularidad de los equipamientos culturales mediante cuatro indicadores principales: el origen de la institución, la titularidad del edificio, la titularidad de la gestión y, en el caso de los museos, la titularidad de la colección.

En primer lugar, podemos constatar que de las diez instituciones culturales analizadas, cuatro corresponderían de forma clara al sector público porque son el resultado de una iniciativa de las administraciones públicas y, paralelamente, la titularidad del edificio, la gestión y la colección son públicas (Auditori, Mercat de les Flors, MNAC y TNC). Sin embargo, el resto de instituciones culturales, al combinar titularidades públicas y privadas a la vez, deben ser calificadas como organizaciones híbridas. Es el caso de la Fundació Antoni Tàpies, la Fundació Joan Miró, el Gran Teatre del Liceu, el Museu d'Art Contemporani de Barcelona, el Palau de la Música y el Teatre Lliure.

La titularidad de la gestión es uno de los elementos que generan una complejidad mayor en la caracterización de los equipamientos culturales de Barcelona. En diversos casos nos encontramos con arquitecturas institucionales complejas en las que existe un consorcio que gestiona el edificio y una fundación (una institución con personalidad jurídica privada) que gestiona toda o parte de la actividad (Villarroya, 2012). No obstante, más allá de este criterio jurídico, el hecho de que personas o instituciones externas a las administraciones públicas tengan un papel relevante en la gestión del equipamiento es motivo suficiente para calificar como híbrida la titularidad de la gestión. Este sería el caso tanto del GTL, en el que el Consejo de Mecenazgo tiene una presencia activa en sus órganos de gobierno, como del MACBA, que cuenta con la presencia de la Fundació Museu d'Art Contemporani en sus órganos de gobierno. Es también una característica fundamental del Palau de la Música, en el que el Orfeó Català es parte fundadora de la fundación que lo gestiona y tiene la propiedad del edificio. Finalmente, este carácter híbrido también sería aplicable al Teatre Lliure, cuyo ente de gestión propio es una fundación privada creada por personas del sector del teatro externas a las administraciones públicas.

TABLA 2.5
Principales elementos de la titularidad de las instituciones culturales de Barcelona

	<i>Origen iniciativa</i>	<i>Titularidad edificio</i>	<i>Titularidad gestión</i>	<i>Titularidad colección</i>
Auditori (AUD)	Sector público	Sector público	Sector público	
Fundació Antoni Tàpies (FAT)	Tercer sector	Sector público	Tercer sector	Tercer sector
Fundació Joan Miró (FJM)	Tercer sector	Tercer sector	Tercer sector	Tercer sector
Gran Teatre Liceu (GTL)	Sector privado	Sector público	Híbrido	
Museu d'Art Contemporani de Barcelona (MACBA)	Sector público	Sector público	Híbrido	Tercer sector
Mercat de les Flors (MF)	Sector público	Sector público	Sector público	
Museu Nacional d'Art de Catalunya (MNAC)	Sector público	Sector público	Sector público	Sector público
Palau de la Música (PM)	Tercer sector	Tercer sector	Híbrido	
Teatre Lliure (TLL)	Tercer sector	Sector público	Híbrido	
Teatre Nacional de Catalunya (TNC)	Sector público	Sector público	Sector público	

Fuente: elaboración propia.

Otros elementos de titularidad de los equipamientos culturales

Aparte de los expuestos hasta el momento, pueden utilizarse otros parámetros para caracterizar los elementos de hibridación de los equipamientos culturales, como la presencia de actores privados o públicos en el patronato o en el consejo rector de las instituciones culturales, los mecanismos para la elección del director artístico o del gerente y la presencia de organizaciones privadas en el esquema de gobernanza de la organización.

En primer lugar, podemos ver que, en el caso de las instituciones del tercer sector cultural, como la Fundació Tàpies y la Fundació Joan Miró, los representantes de las administraciones participan en su patronato. Esta presencia las convierte desde nuestro punto en instituciones híbridas. Por el contrario, la presencia en instituciones públicas de personas de reputado prestigio externas a las administraciones es un fenómeno minoritario. En Barcelona, no existe la tradición de los

países anglosajones de patronatos independientes y la presencia en instituciones culturales de personas externas es casi testimonial, lo que impide una gobernanza de mayor calidad de estas instituciones (1998).

TABLA 2.6
Otros elementos de la titularidad de los equipamientos culturales de Barcelona

	<i>Patronato</i>	<i>Elección director</i>	<i>Organizaciones privadas</i>
Auditori (AUD)	Sector público	Sector público	
Fundació Antoni Tàpies (FAT)	Híbrido	Patronato	
Fundació Joan Miró (FJM)	Híbrido	Patronato	
Gran Teatre Liceu (GTL)	Híbrido	Patronato	Expropietarios y mecenas
Museu d'Art Contemporani de Barcelona (MACBA)	Híbrido	Patronato	Fundació Museu d'Art
Mercat de les Flors (MF)	Sector público	Sector público	
Museu Nacional d'Art de Catalunya (MNAC)	Híbrido	Sector público	Club amigos
Palau de la Música (PM)	Híbrido	Híbrido	Orfeó Català
Teatre Lliure (TLL)	Híbrido	Tercer sector	
Teatre Nacional de Catalunya (TNC)	Sector público	Sector público	

Fuente: elaboración propia.

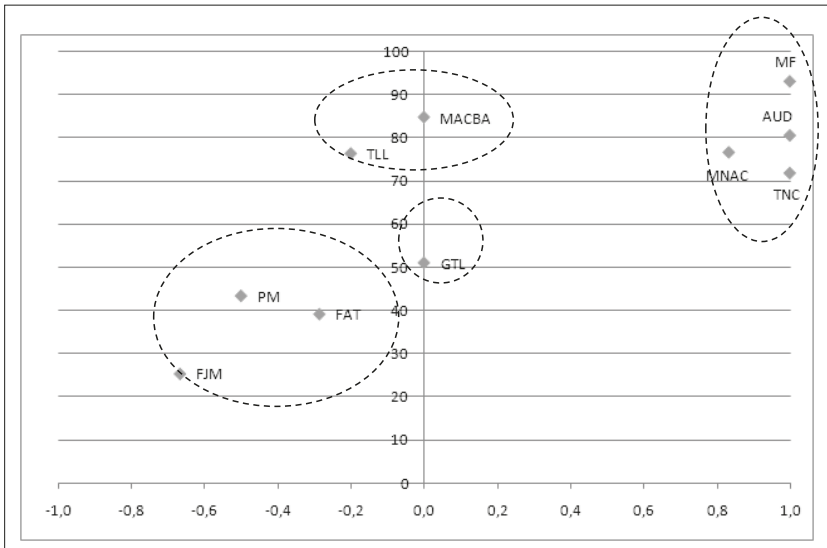
En relación con otras organizaciones que participan en la gobernanza de la institución, esta puede limitarse a una participación en los órganos de gobierno, como la Sociedad del Liceu (los antiguos propietarios), el Consejo de Mecenazgo o los Amigos del MNAC. Puede, por otro lado, llegar a ser parte importante de la gestión del equipamiento, como es el caso de la Fundació Museu d'Art Contemporani para el MACBA, que gestiona la compra de las obras de arte, o el Orfeó Català para el Palau de la Música, donde los cargos directivos de la institución han sido tradicionalmente ejercidos por representantes de la asociación. En el caso del Teatre Lliure, los socios fundadores externos a las administraciones públicas tienen una mayoría en el patronato que les permite elegir al director de la institución, lo que determina de modo decisivo su gobernanza y su gestión. En todo caso, la presencia de estas organizaciones privadas y sus representantes en los órganos de gobierno y en cargos ejecutivos aumenta el carácter híbrido de estas instituciones e introduce complejidad en su gobernanza en el marco de una cooperación público-privada casi idiosincrática de cada institución.

Instituciones culturales barcelonesas: un continuum público-privado

Para concluir, se han analizado diferentes combinaciones de las dimensiones de la titularidad (financiación, titularidad de los edificios, gestión, colección y participación en la gobernanza) que se articulaban de forma variable según la institución cultural, lo que nos llevaba a caracterizar las instituciones en dos grandes grupos: públicas o híbridas. Aun así, creemos que esta clasificación tampoco resulta totalmente satisfactoria, en cuanto que hay que entender la hibridación no como una categoría homogénea, sino como una gradación dentro de un *continuum*. Es decir, el grado en el que se aproximan a uno de los dos polos: el público o el privado-no-lucrativo. Y para poder analizar cómo se distribuyen en este *continuum* hemos construido un indicador sintético de las siete variables expuestas.

En el gráfico 2.6 puede observarse que el resultado del cálculo es un *continuum* de mayor valor interpretativo que las consideraciones binarias (público-privado) o la simple caracterización como instituciones culturales híbridas. Los valores extremos significarían una institución cultural completamente privada-no-lucrativa (representada por el valor -1) o una institución completamente pública (con un valor 1). En concordancia con lo que hemos expuesto anteriormente, la mayor parte de las instituciones culturales se sitúan en un punto intermedio de los dos extremos, que ahora podemos objetivar y representar gráficamente.

GRÁFICO 2.6
Continuum público-privado y porcentaje de financiación pública
(temporada 2009-2010)



Fuente: elaboración propia a partir de datos de los presupuestos de las instituciones culturales (temporada 2009-2010).

TABLA 2.7
Variables de construcción del indicador sintético de titularidad de las instituciones culturales

	<i>Origen iniciativa</i>	<i>Titularidad edificio</i>	<i>Titularidad gestión</i>	<i>Titularidad colección</i>	<i>Patronato</i>	<i>Elección director</i>	<i>Organizaciones privadas</i>
Auditori (AUD)	Sector público	Sector público	Sector público		Sector público	Sector público	
Fundació Antoni Tàpies (FAT)	Tercer sector	Sector público	Tercer sector	Tercer sector	Híbrido	Patronato	
Fundació Joan Miró (FJM)	Tercer sector	Tercer sector	Tercer sector	Tercer sector	Híbrido	Patronato	
Gran Teatre Liceu (GTL)	Sector privado	Sector público	Híbrido		Híbrido	Patronato	Sociedad del Liceu
Museu d'Art Contemporani de Barcelona (MACBA)	Sector público	Sector público	Híbrido	Tercer sector	Híbrido	Patronato	Fundació MACBA
Mercat de les Flors (MIF)	Sector público	Sector público	Sector público		Sector público	Sector público	
Museu Nacional d'Art de Catalunya (MNAC)	Sector público	Sector público	Sector público	Sector público	Híbrido	Sector público	Club amigos
Palau de la Música (PM)	Tercer sector	Tercer sector	Híbrido		Híbrido	Híbrido	Orfeó Català
Teatre Lliure (TLL)	Tercer sector	Sector público	Híbrido		Híbrido	Tercer sector	
Teatre Nacional de Catalunya (TNC)	Sector público	Sector público	Sector público		Sector público	Sector público	

Fuente: elaboración propia.

Según el índice construido podemos encontrar cuatro tipos de instituciones culturales:

- Instituciones culturales predominantemente públicas y fuertemente subvencionadas: Auditori, MNAC, Mercat de les Flors y Teatre Nacional de Catalunya.
- Instituciones culturales claramente híbridas y fuertemente subvencionadas: MACBA y Teatre Lliure.
- Instituciones culturales híbridas, pero predominantemente del tercer sector con una participación pública minoritaria: Fundació Antoni Tàpies, Fundació Joan Miró y Palau de la Música.
- Institución cultural híbrida con una participación público-privada casi paritaria: el Liceu.

De acuerdo con los datos, existe una cierta correlación entre el porcentaje de financiación de una institución y el hecho de que esta sea pública o privada según el índice elaborado: las instituciones más subvencionadas son de titularidad más claramente pública y las menos subvencionadas tienen un mayor carácter híbrido y están más próximas al tercer sector. Con todo, también es cierto que encontramos casos problemáticos que no siguen la correlación:

- Instituciones culturales que, a pesar de estar fuertemente subvencionadas, desde el punto de vista de su titularidad son claramente híbridas y se sitúan en un punto intermedio del *continuum*: es el caso del MACBA y el Teatre Lliure.
- El caso del GTL se sitúa en el centro del gráfico, lo que significa que, tanto a nivel de titularidad como de financiación, es un caso puro de carácter híbrido. No obstante, su caso es problemático, puesto que es la institución que recibe en términos absolutos mayores subvenciones públicas sin por ello poderse considerar una institución pública.
- Finalmente, el caso de la Fundació Antoni Tàpies y el Palau de la Música son instituciones culturales claramente situadas en el polo privado dentro del *continuum* presentado. En este caso, no queda claro el rol de las instituciones públicas y su capacidad de tutela, puesto que si bien no pueden detentar la gobernanza tampoco pueden ser sus aportaciones meras subvenciones a la actividad, ya que son necesarias para hacer viable el funcionamiento de la institución cultural o para reformar y mantener los edificios.

3 Instituciones culturales: política cultural, gobernanza local y desarrollo urbano

3.1 Las grandes instituciones culturales nacionales: gobernanza local y articulación entre política cultural y gestión artística

Las grandes instituciones culturales como objeto de estudio

El análisis sobre la dirección de las instituciones culturales nacionales ha ido ganando peso en el mundo académico a medida que crecía su número y su dimensión y se convertían en una de las principales herramientas de la política cultural (Martínez y Font, 2010) y en un instrumento para la consecución de objetivos de otras áreas de gobierno, como la regeneración urbana, la promoción económica o el desarrollo de la cohesión social (Bonet, 2011). Asimismo, el estudio de la gestión de las instituciones culturales se ha focalizado, habitualmente, en la figura del director de arte o, en su denominación anglosajona, el *art manager*, caracterizado como una figura opuesta a la del artista. Tradicionalmente, se ha conceptualizado el director de arte como el profesional que garantiza la viabilidad económica de un proyecto artístico. Diversos autores han destacado su influencia en la actividad artística (Coppinger *et al.*, 2007) y han caracterizado el rol de dicho gestor cultural como una figura doble (Bianchini, 1993a; Gray, 2007) que fusiona las lógicas del mundo artístico y la esfera económica (Kuesters, 2010). Sin embargo, el rol de los directores de arte se ha transformado en gran medida: si en los años ochenta podíamos hablar de revolución en la gestión de las instituciones culturales (Cray *et al.*, 2007), actualmente, desde nuestro punto de vista, podemos hablar de un giro en la gobernanza de las instituciones culturales.

Por ello, para analizar correctamente la gobernanza y la gestión de las instituciones culturales nacionales, debemos considerar la lógica de esferas sociales distintas: la artística, la económica y también la político-institucional. En este sentido, retomamos la idea de Max Weber sobre la separación de esferas sociales que caracteriza a la modernidad (Chiapello, 1998) y que orienta el mundo artístico hacia una dinámica crecientemente autónoma y autorreferencial (DiMaggio, 1991; Peterson, 1986). Una dinámica que se iniciará a mediados del siglo xx, con la crisis del sistema académico y el establecimiento del mercado del arte (Weber,

1944b; Weber, 1998), y que perdurará hasta finales del siglo xx, con la irrupción de las dinámicas posmodernas, en las que se desarrolla un proceso de desdiferenciación de las esferas sociales (Becker, 1984). Por otra parte, entendemos, como Crozier y Friedberg (White y White, 1991), que la acción del actor social no está determinada por el sistema, sino que existe un margen de maniobra en el que se desarrollan estrategias para conseguir objetivos dentro de un marco dinámico. Por lo tanto, debe entenderse que las acciones y los discursos de los responsables políticos y los *mánagers* artísticos no están determinados por el contexto, sino que constituyen juegos estratégicos para definir posiciones de poder, influencia y prestigio dentro del mundo cultural.

En todo caso, mostraremos que hay una tendencia en diversos países por la que los responsables políticos están protagonizando un rol más preponderante en la definición de la política cultural (Lash, 1990) y en la que el *mánager* tiene un papel más activo en la gestión de los equipamientos culturales nacionales (1982). Esta tendencia se expresa en el caso de Barcelona, que es un caso singular y avanzado de la política cultural (Dubois *et al.*, 2012; Gray, 2008).

Para elaborar el análisis nos hemos basado en las entrevistas realizadas a los máximos responsables de las principales instituciones culturales de Barcelona: el Museu Nacional d'Art de Catalunya, el Museu d'Art Contemporani de Barcelona, el Teatre Nacional de Catalunya, el Teatre Lliure, el centro de danza Mercat de les Flors, el Auditori de Barcelona, el Palau de la Música, la Fundació Joan Miró y la Fundació Antoni Tàpies. Por otra parte, se ha entrevistado también a seis responsables políticos de la gestión cultural del Gobierno autonómico catalán y del Ayuntamiento de la ciudad de Barcelona. Se ha elegido a antiguos y actuales responsables para representar una diversidad de experiencias y colores políticos. En total, se ha entrevistado a dieciséis personas, un universo que se considera representativo de la diversidad de posiciones políticas y sectoriales sobre la gobernanza y la gestión de las grandes instituciones culturales.

En primer lugar, analizaremos la influencia de los cambios sociales y económicos que, desde finales del siglo xx, han transformado la política cultural, la gobernanza y la gestión de las instituciones culturales nacionales, con el surgimiento de la dirección de arte y la instrumentalización de las políticas culturales. En segundo lugar, presentaremos brevemente el desarrollo de las instituciones culturales nacionales en Barcelona. Y, en tercer lugar, analizaremos los cambios en la gobernanza y la gestión de estas instituciones a partir de las entrevistas cualitativas a sus responsables políticos y sus directivos. Ello nos permitirá analizar los puntos de consenso y los conflictos sobre la capacidad de gobernar las instituciones culturales y sobre la legitimidad de definir sus objetivos y sus planes de gestión.

Cambios socioeconómicos, política cultural y gobernanza de las instituciones culturales

La investigación sobre la gestión de las grandes organizaciones artísticas ha avanzado mucho en los últimos treinta años (Cray *et al.*, 2007; Dewey, 2004; Peterson, 1986). Uno de los avances principales en el análisis de la gobernanza de

las grandes instituciones culturales es destacar la influencia del marco social y político en los procesos de privatización (Rius-Ulldemolins, 2005), en la mezcla de titularidades públicas y privadas (Evrard y Colbert, 2000) o en su orientación hacia objetivos sociales (Mulcahy, 1998; Mulcahy, 2003). No obstante, uno de los aspectos que condicionan la gobernanza y la gestión de las instituciones culturales nacionales es el grado de intervención de las administraciones públicas. Como señalan Zimmer y Toepler (Rius, 2012b; Schuster, 1998), el grado de implicación del Estado en la política cultural, en general, y el de las grandes instituciones culturales, en particular, se explican por las configuraciones político-institucionales que se han desarrollado de forma distinta en los países desarrollados. En el mundo anglosajón, la tradición de intervención del Estado en el mundo cultural es más débil y se vehicula mediante organismos independientes (el principio del *arm's length*). En este caso, las instituciones culturales son jurídicamente independientes del sector público y existe una fuerte tradición de participación de mecenazgo. Por el contrario, en la Europa continental, la configuración institucional desde la posguerra establece que el Estado tenga un rol preponderante en la gestión de la política cultural. En este caso, las instituciones culturales nacionales son altamente dependientes del sector público, de modo que el Estado es su principal y a veces único financiador.

Consecuencia de este modelo de política cultural europeo-continental se ha producido, durante la segunda mitad del siglo xx, una situación paradójica en las instituciones culturales nacionales: una gran dependencia económica de las administraciones públicas combinada con un alto grado de autonomía en la formulación de la actividad. Una configuración legitimada por el discurso generado en el mundo artístico (Belfiore, 2004) y por la tradición que se establece a nivel internacional a mediados del siglo xix de unas instituciones culturales de élite orientadas a la excelencia artística (1999). Tal situación ha perdurado hasta finales del siglo xx.

El nacimiento de las grandes instituciones culturales y la oposición entre dirección artística y gestión

Las grandes instituciones culturales son producto de su etapa histórica y están ligadas a la élite económica y social que las impulsa. A su vez, a cada etapa histórica le ha correspondido una forma de dirección (Becker, 1984; Moulin, 1983). En el Antiguo Régimen, el director era un sirviente más de la corte, obligado a satisfacer sus gustos y, durante el siglo xix, este se convierte en un empleado dependiente de los patronos privados o de los mecenas institucionales (Martorella, 1982). No será hasta finales del siglo xix cuando la mayor pluralidad en la composición de la élite y una ampliación del mercado artístico darán un cierto margen de maniobra a los *mánagers* y los convertirán en una figura relevante (Agid y Tarondeau, 2007). A partir de la segunda mitad del siglo xix, se producirá un proceso de autonomización del mundo del arte que opondrá la dirección artística y la gestión de la institución. La disputa entre el artista y el *mánager* es una herencia de la oposición cultural entre una idea romántica del arte y la gestión capitalista, considerada

entonces como opuesta a lo creativo (Agid y Tarondeau, 2006). En este contexto, la dirección de las instituciones culturales aparece dividida de forma bipolar: un director artístico consagrado a la misión de la institución cultural orientada a la alta cultura y, en un segundo plano y subordinado, el gerente de la institución, dedicado a proporcionar los medios materiales, técnicos y humanos para que tal misión artística pueda realizarse.

Esta oposición entre lógica artística y lógica empresarial se expresa en una dinámica de enfrentamiento. Por una parte, la dirección artística tiende a fomentar la sobreabundancia de las obras, a fin de ganar reputación profesional y «llenar la sala». Ello deriva en la aparición de déficits crónicos que el gerente debe intentar controlar o, en el caso de no poderlo hacer, recurrir a las administraciones públicas para evitar la bancarrota de la organización, sin poder ofrecer alternativas de gestión (DiMaggio, 1987a). Además, el predominio de los valores artísticos y de la figura del director artístico será común hasta mediados del siglo xx, cuando empiezan a producirse cambios macrosociales que tienen un impacto decisivo en la función social de las grandes instituciones culturales y de su gestión.

Cambios macrosociales y transformación del rol de las organizaciones culturales de la alta cultura

Los cambios en las grandes instituciones culturales están íntimamente ligados a las transformaciones experimentadas por la estructura social y a la relación entre la esfera cultural y la economía. Según DiMaggio (Chiapello, 1998), en la segunda mitad del siglo xx, asistimos a tres grandes cambios:

- a) El declive de la burguesía comercial e industrial y la irrupción de una élite definida por su posición en las grandes empresas y la estructura estatal, así como el vertiginoso crecimiento de una clase media educada, para la que la cultura es una fuente esencial en la construcción de su identidad y su estatus.
- b) El eclipse del patronazgo privado tradicional y el crecimiento de la inversión institucional son parte de las grandes empresas o del Estado.
- c) Un giro en la gestión de las artes, particularmente en las grandes instituciones de la alta cultura, con la potenciación de la figura del *mánager* (Urfalino, 1989).

Esta transformación se enmarca en un rápido incremento de la financiación pública observable en todos los países avanzados a partir de los años cincuenta, que no se explica por una cuestión de costos (la conocida como ley de Baumol), sino por el aumento de la dimensión y la cantidad de organizaciones artísticas (1991). El financiamiento institucional erosiona el poder de los patronos privados tradicionales y del sector artístico, expande la definición de público y, paradójicamente, impulsa a las grandes organizaciones artísticas hacia su dependencia del mercado.

En este contexto, podemos identificar dos lógicas de cambio de la gestión de las grandes instituciones culturales respecto a la etapa precedente:

- a) Las administraciones públicas y los mecenas institucionales (fundaciones y grandes corporaciones) animan a las organizaciones que reciben sus fondos a incrementar la cantidad de público o, en todo caso, toman el crecimiento del público como un indicador de éxito. Esta presión impulsa a las organizaciones artísticas hacia el mercado y hacia el marketing.
- b) Una segunda lógica es la tendencia hacia la rendición de cuentas o la obligación de medir los resultados en el marco de las reformas de la nueva gestión pública (Peterson, 1986). Esta es definida en la práctica como la capacidad de generar proyectos de financiación e informes con datos económicos y de público detallados, así como la creación de estructuras administrativas capaces de satisfacer esta demanda de mayor planificación estratégica. Un efecto de esta lógica es hacer inviables las organizaciones no gestionadas burocráticamente, como los antiguos clubes de la alta cultura. Otro efecto es crear una forma de pericia, lo que representa una fuente de poder en sus conflictos frente a los patronos o el personal artístico. Un tercer efecto es que el incremento de la financiación pública va paralelo al incremento del presupuesto y del personal dedicado a tareas administrativas (DiMaggio, 1987b).

Por todo ello, podemos hablar de un giro en la gestión de las artes, en el sentido de haberse creado una alianza entre los *mánagers* y los patronos institucionales que altera los modos de funcionamiento y los objetivos de las organizaciones artísticas. La educación y los intereses de los nuevos *mánagers* los hacen más receptivos a las llamadas al crecimiento, a la reforma de gestión y hostiles al elitismo social o estético.

El rol directivo como una tarea creativa orientada a la creación de valor público

La erosión de la distancia entre las artes y la economía conlleva también un proceso de revalorización de los sectores considerados menores o paraartísticos (diseño, arquitectura), considerados artes menores (fotografía, cómic) o de las profesiones técnicas dentro de los mundos artísticos (Belfiore, 2004). Una de las profesiones reevaluadas es el rol de *mánager*, que, hasta mediados del siglo xx, era considerada una profesión técnica subordinada a la voluntad de los mecenas o de los artistas. Sin embargo, a partir de los años ochenta, y especialmente a principios del siglo xxi, se produce un cambio. Los dirigentes de las agencias públicas dejan de ser considerados como simples administradores de un servicio público y pasan a ser conceptualizados como *mánagers* que, a partir de una autonomía de gestión, pueden contribuir a la consecución del valor público (DiMaggio, 1987a). En esta redefinición de su rol, se establece que el objetivo del *mánager* ya no es la simple

gestión de un servicio público, sino la creación de valor público para la ciudadanía. El concepto de valor público fue creado por Mark H. Moore (1995) y aplicado por este a las agencias artísticas públicas (Moore y Moore, 2005) y, aunque es un concepto en debate sobre su aplicabilidad en el campo cultural (Becker, 2008), puede ser considerado el valor que los ciudadanos y las ciudadanas otorgan a una organización artística o a su actividad.

Por otra parte, esta nueva conceptualización atribuye al *mánager* un rol mucho más activo, en el sentido de que, para conseguir esta creación de valor público, es necesario tomar la iniciativa y crear nuevos servicios y líneas de actividad que no habían sido previstos inicialmente en la definición del servicio público. Este sería el caso de los servicios educativos en las instituciones culturales, una actividad que no formaba parte de la misión fundacional, pero que ha sido desarrollada por parte de los *mánagers* y que se ha convertido en uno de los principales generadores de valor público de estas instituciones. Según esta visión, el *mánager* ya no sería, por lo tanto, una figura contrapuesta a la del artista, ni tampoco un sujeto pasivo de las instrucciones emanadas por parte de los responsables políticos, sino que tendría un rol activo. Es más, partiendo de las definiciones más recientes aplicadas a la creatividad como una capacidad psicológica, algunos autores llegan a discutir en qué medida puede ser considerada creativa una profesión (Longo, 2007), lo que los sitúa en una posición central en la gobernanza y la gestión de las instituciones culturales. Según Mulcahy (2003): «one of the key elements in a new wave of cultural entrepreneurship is to move away from a defensive/reactive leadership style to one that is confident and positive in communicating the incontestable value of the arts and culture for society as a whole».

En este contexto, el nuevo *mánager* desarrolla las siguientes capacidades de gestión:

- a) Reorientar las instituciones culturales hacia la generación de valor público, creando nuevos servicios y reformulando la misión tradicional, ejerciendo un liderazgo estratégico (Lee *et al.*, 2011).
- b) Adoptar una gestión relacional (Bilton y Leary, 2002; Bilton, 2006), referente a las redes culturales internacionales, para fomentar la proyección de la cultura local y el *branding* territorial (Cray *et al.*, 2007; Moore, 1995; Moore y Moore, 2005), el desarrollo de la colaboración y la coproducción con el resto de los agentes del sector cultural (Mendoza y Vernis, 2007), así como la interlocución y la atención a las peticiones de las partes interesadas culturales y sociales locales (Dewey, 2004; Evans, 2003).
- c) Representar la identidad cultural local en el marco de una creciente diversidad y globalización (Arts Council England, 2011).
- d) Promover métodos innovadores de desarrollo y fomento de la creatividad (Stone y Sandfort, 2009), así como de creación de nuevos públicos (Zolberg, 2007).
- e) Potenciar nuevos modelos sostenibles de financiación mixta pública y privada (Bilton, 2006), combinando proyectos de alto valor cultural (y alto

riesgo económico), proyectos de alto valor público y proyectos generadores de recursos económicos (Holden, 2008), todo ello en una dinámica de gestión del riesgo artístico y económico similar a la del portafolio inversor (Asuaga y Rausell, 2006).

Todas ellas, combinadas en un nuevo rol, constituyen las principales características del giro realizado en la gestión de las instituciones culturales.

Política cultural, nueva gestión pública e instrumentalización de las grandes organizaciones culturales

Desde los años ochenta, una de las dos mayores transformaciones de las políticas culturales ha sido su instrumentalización (Holden, 2004). Esta se puede definir como la utilización de la política cultural para cumplir objetivos de otras áreas de las políticas públicas (Menger, 2009). Una de las áreas de la política cultural más afectada por este proceso es la referente a los equipamientos culturales nacionales, unas instituciones que, hasta el momento, consumen una gran parte de los recursos públicos dedicados a la cultura, pero cuya misión, hasta hace veinte años, casi no había evolucionado, puesto que había quedado anclada en la promoción de la excelencia artística (Gray, 2007). Y una de las primeras instrumentalizaciones de los equipamientos culturales fue su utilización como factor catalizador de los procesos de regeneración urbana a partir de los años ochenta (Belfiore, 2006) y de los procesos de redefinición de la imagen de las ciudades (Coppinger *et al.*, 2007). Sin embargo, a partir de los años noventa, y bajo la influencia de la nueva gestión pública (NGP), la política cultural, en general, y los grandes equipamientos culturales, en particular, se orientan hacia el fomento de la cohesión social y la educación artística (Bianchini, 1993a). El giro ha sido parte de la nueva concepción de la política pública orientada a resultados, lo cual, en el caso cultural, ha conllevado dirigir la política cultural a obtener un impacto social (Evans, 2003).

Generalmente, esta orientación se ha concebido como una dinámica de arriba abajo, de los responsables políticos a los equipamientos culturales. Y la forma de implementación ha sido a través de los acuerdos de funcionamiento firmados entre el actor principal (las administraciones públicas o sus *arm's length*) y el agente, los directivos de las grandes organizaciones culturales. Un proceso que hemos podido observar en distintos países europeos (Gray, 2008). Así, la aparición de los acuerdos de funcionamiento se sitúa en esta doble voluntad de alinear los objetivos de las agencias públicas con unas políticas públicas orientadas a incrementar el bienestar de los ciudadanos y a legitimarlas mediante la evaluación del retorno social de estas. Una aparición que se enmarca en los procesos de agencialización impulsados por la NGP y que se están desarrollando en diversos países europeos, entre ellos Cataluña (Belfiore, 2004).

La articulación entre responsables políticos y managers de las instituciones culturales nacionales: un análisis cualitativo

La misión de los grandes equipamientos culturales. ¿Quién decide qué?

Existe un consenso para articular de una forma más explícita la relación entre los responsables políticos y los directivos de las instituciones culturales. No obstante, este consenso es más aparente que de fondo, ya que existen grandes discrepancias en torno a cómo se formula la misión y a los objetivos de estas instituciones. Para algunos responsables políticos se debe recuperar la gobernanza de los equipamientos culturales:

Hasta hace poco, los equipamientos culturales del país iban muy por libre. Esto ha permitido que se aislaran de ciertas politizaciones negativas, pero ha llevado a que los políticos ejerciéramos un control muy superficial, sin entrar en los objetivos de fondo. Y las instituciones culturales deben cambiar, porque la sociedad ha cambiado. Por esto, apostamos por el contrato programa, que es un instrumento de las administraciones públicas para ayudar a realizar el cambio (entrevista 2. Responsable político del Gobierno autonómico).

Y no solamente se deben redactar los objetivos, sino que también hay que tutelar para que se comuniquen y se cumplan:

Las administraciones públicas deberían estar presentes en las instituciones culturales para hacer el tutelaje, para la corrección de la gestión y el control del presupuesto, y también para que se cumpla lo que hemos escrito en el contrato programa. Las administraciones públicas deben decirse al director artístico, al presidente y conseguir que se cumpla (entrevista 1. Responsable político del Gobierno autonómico).

En general, los managers de las grandes instituciones culturales tienden a reclamar una mayor autonomía, a pesar de que reconocen que la intervención de las administraciones públicas en la definición de los objetivos es escasa:

Hasta ahora no tenemos una definición de la misión o de las líneas maestras de actuación. Esto pasa en Holanda, donde yo he trabajado, pero, de momento, aquí no. Aquí, como máximo, en una conversación informal, los responsables políticos te pueden comunicar oralmente las prioridades más importantes. Pero no hay una concreción escrita (entrevista 6. Director de institución cultural nacional).

Cuando se les pregunta por la definición de los objetivos, los managers los definen en términos de los que tiene la propia institución y no hacen referencia a los contratos programa si no es como derivación del propio plan estratégico:

Tenemos prácticamente cerrado el plan estratégico del museo y estamos trabajando ya con los interlocutores del Departamento de Cultura para transformar este plan estratégico en un contrato programa. El año 2012 se redactará este contrato programa que desarrollará los objetivos del plan estratégico y, para ello, recibiremos unos medios económicos. Estos objetivos son ambiciosos, a pesar de lo ridículamente limitados que son los medios económicos. Determinaremos una serie de indicadores de cumplimiento: uno será la cifra de público, otro será la procedencia del público, las publicaciones, la recepción de la página web o la generación de recursos propios (entrevista 10. Director de institución cultural nacional).

O, en palabras de otro mánager:

Yo lo que tengo clarísimo es que el museo redacta el plan estratégico y lo redacta solo, libremente. Desde este plan más general, se pueden derivar unos objetivos más concretos que se pueden incluir en el contrato programa. Y la Administración participará y pondrá sus exigencias, porque para esto paga. Pero los objetivos en origen deben ser del museo y tienen que ser culturales (entrevista 15. Director de institución cultural nacional).

En este sentido, a pesar de que hay un consenso claro sobre la necesidad de formalizar más los objetivos y de adaptarlos a los de valor público (nuevos públicos, vertiente educativa, etc.), existe una oposición entre la visión de los responsables políticos, que ven estos objetivos como una derivación de los programas de gobierno, y la de los gerentes, que los ven como una emanación de los objetivos de la organización elaborados internamente.

La visión de los responsables políticos. El respeto a la libertad creativa y el gobierno de las políticas culturales

A pesar de su voluntad de ejercer mayor control y tutela, actualmente los responsables políticos son conscientes de la necesidad de que los mánagers disfruten de autonomía como un factor de éxito de los equipamientos, por ello se rechaza la gestión directa.

Parece que los ministros no se han enterado de que el Museo Reina Sofía va bien o va mal en función del director y de si le inyectan más o menos dinero, pero es lo único que pueden hacer, el ministro de Cultura en eso pinta poco y, por lo tanto, lo que debe hacer es establecer marcos reguladores, no intentar intervenir directamente (entrevista 6. Responsable político del Gobierno local).

Desde esta perspectiva, el rol del responsable político es el de crear un marco adecuado sin una dependencia orgánica de la Administración, lo que significa un cambio de perspectiva coherente con la nueva gestión pública. Se considera que una condición para el éxito de la gobernanza de las instituciones culturales nacionales depende de otorgar mayor autonomía jurídica y financiera, así como de fomentar una gestión basada en los resultados.

Debemos basarnos en este tipo de nuevas políticas en las que la Administración pasa a asumir un papel de catalizador del sector cultural y actúa sobre los efectos, no sobre la producción directa de los servicios. Ahora que estamos en un momento de incertidumbre e inseguridades, lo más fácil es volverse a agarrar a lo tangible y que el ministro o el concejal de Cultura quiera entrar en la gestión de las instituciones para poder decir: «Mire, yo no sé lo que está ocurriendo en el mundo, pero mi museo o mi auditorio funcionan estupendamente gracias a mí». Pero eso no funcionaría, hay que dar autonomía de gestión (entrevista 4. Responsable político del Gobierno local).

El esquema actual de gobernanza de los grandes equipamientos ha tendido hacia un esquema estándar en el que existe un consejo de tipo institucional representativo y una comisión de carácter ejecutivo. En realidad, según las opiniones de la mayoría de los entrevistados, estas estructuras refrendan más las decisiones del *mánager* que decide proactivamente. Este último, que es nombrado para que ejerza su cargo a lo largo de diversas temporadas (habitualmente tres o cuatro años), dispone de amplios márgenes de maniobra.

El órgano de gobierno es un consejo general presidido por el Honorable Presidente de la Generalitat y por el alcalde de Barcelona que se reúne anualmente. [...] El director es responsable delante de este consejo y tiene un gerente que depende del director. Al director, se le exigen cuentas, no puede tener déficit, no puede perder visitantes, tiene que construir una buena imagen con la prensa. Pero en el consejo no se discute si una exposición se tiene o no que hacer. Estas cosas no se tratan, se confía en el director, que para eso lo han elegido. Es como con los hospitales, se conciben unos servicios y, dentro de cada servicio, se deja hacer al médico. Así es como ha funcionado el sistema, da libertad y, a cambio, se exigen resultados (entrevista 9. Director de institución cultural nacional).

*La emergencia del rol de *mánager* y la creación de valor público*

La oposición que había tradicionalmente en las instituciones culturales y que estaba representada en las figuras del director artístico y el gerente económico está siendo reemplazada por la de un director plenipotenciario que conjuga las vertientes artística y de gestión. Este es el caso de ocho de las diez instituciones culturales analizadas. En esta ocasión, el director se compara con un profesional con una amplia autonomía basada en un campo de conocimiento especializado, como el de los médicos, y al que los responsables políticos otorgan confianza al nombrarlo.

Una confianza que también se transforma en una mayor autonomía económica, puesto que se pasa del control *ex ante* a controles *ex post* más propios de la nueva gestión pública.

Hasta hace dos años, el museo era objeto de una intervención previa para ejecutar los pagos. La Administración pública fiscalizaba cada euro que nos daba. A partir de entonces, eso ha cambiado, porque el museo ha madurado como institución y merece la confianza de las administraciones públicas. Desde entonces se realiza una auditoría posterior (entrevista 12. Director de institución cultural nacional).

Pero también hay algunos mángers que reivindican, con límites, la libertad basada en la autonomía del mundo artístico y su capacidad de innovación:

Las instituciones culturales están basadas en la libertad de sus responsables, libertad interpretable, que se ejerce de acuerdo con unas condiciones. No es una carta blanca para hacer lo que te salga de las narices. Si no tienes libertad de pensamiento ni capacidad para reinventar las cosas, no haces tu tarea. No son contables, son poetas (entrevista 8. Director de institución cultural nacional).

Una libertad que puede comportar una redefinición entera de las líneas de actividad por parte de la institución cultural y para potenciar su valor público.

Ahora estamos elaborando el plan estratégico. La sensación es la de tener un museo con un potencial enorme no explotable y muchos frentes abiertos. La idea es desplegar todas las funcionalidades que se suponen a un museo e ir más allá. El objetivo para esta etapa es un museo mucho más social, un lugar más público, un lugar de encuentro, de debate. Los museos en general o ganan centralidad social o quedarán apartados. [...] Tengo la impresión de que todos los esfuerzos que se han hecho hasta ahora se habían dirigido a abrir sus puertas, pero no para proyectarse hacia fuera. Por eso hay un gran potencial de crecimiento (entrevista 16. Director de institución cultural nacional).

Otro mánager va más allá en la redefinición de la misión de las instituciones culturales afirmando, no sin cierta polémica, «Serán sociales y educativas o no serán (entrevista 14. Director de institución cultural nacional)».

En esta línea, los mángers toman la iniciativa por delante de los responsables políticos, con lo cual demuestran una notable capacidad de innovación que pretende hacer crecer sus organizaciones, tal y como subraya DiMaggio (Rius-Ulldemolins, 2010). Una capacidad de innovación que, a veces, llega a intentar redefinir aspectos tan fundamentales de la institución cultural como su nombre mismo.

Todo el mundo conoce la Tate de Londres o el Louvre de París, pero con este nombre que tenemos es muy difícil ir por el mundo y hacerse conocer. El nombre del museo no quiere decir nada. Habría que cambiarlo y, seguramente, introducir una referencia a la marca Barcelona, que sí que es conocida internacionalmente (entrevista 16. Director de institución cultural nacional).

Una pretensión que, tras una polémica en la prensa, fue descartada por los responsables políticos, aunque esta mostró que no está claro quién tiene potestad para decidir aspectos fundamentales de los equipamientos culturales.

Procesos de racionalización y legitimidad de actuación en el campo

Una de las capacidades que reivindican los responsables políticos es establecer, según una racionalidad de la gestión pública, una reordenación de la gestión de los equipamientos culturales. Esta reordenación, que pretende conseguir un ahorro económico y, a la vez, una mayor capacidad de control por parte de los gobiernos,

consistiría en la fusión de las instituciones culturales nacionales según criterios propios de la gestión pública, y no de sectores artísticos. A raíz de una propuesta en este sentido, se ha desarrollado un debate sobre la conveniencia y la legitimidad de desarrollar este tipo de proyectos:

Ahora, el consejero, Ferran Mascarell, quiere unificar el MACBA, el CCCB y la Filmoteca, proyecto que me parece negativo, pero aún me parece más negativo que un consejero no lo pueda hacer. Porque, si no puede reordenar el mapa de equipamientos públicos, ¿qué puede hacer? Hoy en día, el consejero necesita la aquiescencia de tanta gente que no lo conseguirá nunca. Hay una cierta parálisis (entrevista 6. Responsable político del Gobierno local).

Una operación de reordenación de un sector que puede generar economías de escala y mayor eficacia en la gestión pública, pero que es interpretada como una agresión a la diversidad cultural y a la libertad creativa de los directores de los equipamientos culturales. Desde su punto de vista, el proceso de racionalización, que reconocen legítimo, no puede afectar a la identidad ni a la autonomía de cada institución cultural.

Las propuestas o alternativas se fundamentan en una lógica de racionalización o de mejora del sistema, con el deseo de fomentar la calidad. Pero cada centro cultural tiene una identidad, una función y unos objetivos diferenciados, hace una contribución específica a la cultura de la ciudad. [...] La diversidad es un componente esencial del ecosistema cultural y debe ser un requisito de las políticas culturales preservarla. Los cambios estructurales no pueden llegar por la vía de desvirtuar la identidad de los proyectos. Hay que mantener los modelos de éxito y dejar que los centros respondan a la crisis desde un modelo propio, sin imposiciones de modelos ajenos. La gestión de los proyectos hay que enfocarla desde criterios de expertos (entrevista 12. Director de institución cultural nacional).

En este caso, se opone la lógica racionalizadora que busca la eficiencia, la normalización y la ordenación de un sistema público orientado hacia el ciudadano con la lógica del *mánager*, que plantea la singularidad de su proyecto, defiende su éxito en términos culturales y exige la preeminencia de los criterios técnicos de los gestores culturales, todo ello por encima de los criterios políticos o de gestión pública.

Por otra parte, otro de los obstáculos a estos procesos de racionalización e intervención por parte de las administraciones públicas es el esquema de gobernanza compartido entre diversas administraciones públicas, un esquema muy común en el caso de Barcelona.

En el caso catalán y en el caso de Barcelona, como siempre ha habido este debate entre Barcelona y Cataluña, se ha construido un sistema con el que hasta ahora estaba bastante satisfecho, en el que se han creado consorcios entre las administraciones, compartiendo, de este modo, las responsabilidades. Ello ha generado mucha independencia y autonomía para estas instituciones culturales. El hecho de que haya tensión entre las administraciones y que haya la presencia

de dos, tres y hasta cuatro administraciones en el consejo de administración hace que todo quede bloqueado. Si bien ello ha garantizado una gestión autónoma, cosa que es básica, porque los directivos deben tener autonomía, hace también que no haya estrategias nuevas, porque todo hay que pactarlo entre todas las administraciones, y el consenso conlleva mediocridad. No hay apuesta, no hay riesgo, no hay fuerza (entrevista 5. Responsable político del Gobierno local).

Este esquema, que se ha desarrollado durante veinte años, había sido percibido como un caso de éxito que había posibilitado la construcción y la puesta en funcionamiento de unas instituciones culturales a partir de una gobernanza multinivel compleja. No obstante, se trata de un sistema que, desde la perspectiva de los responsables políticos, desdibuja la tutela y la responsabilidad y convierte las instituciones culturales, en palabras del consejero de Cultura, en un «Franquenstein simpático pero ingobernable» (Rius-Ulldemolins y Rubio, 2013). Así:

En cada institución artística, una administración pública debe ser preeminente y alguien debe tener la responsabilidad y ser el responsable final. Y sobre ello estamos haciendo un debate con el Ayuntamiento de Barcelona. El Museo Nacional de Arte de Cataluña debe tener preeminencia en la Generalitat. Y, en cambio, el Auditorio de Barcelona es perfectamente posible que sea responsabilidad del Ayuntamiento. [...] Ello daría mucha más claridad a la gestión. Es decir, el proceso para contratar el nuevo gerente del Auditorio ha sido un ejemplo de mala gestión. Se presentaron en el concurso veintinueve personas, ¡y fue declarado desierto! ¿Y todo ello por qué pasó?, porque las administraciones públicas no se pusieron de acuerdo. Hay muchas cosas a mejorar de esta situación (entrevista 3. Responsable político del Gobierno autonómico).

Dirigismo versus captura del interés público

A pesar del consenso sobre la necesidad de que se ejerza un mayor control de la gestión, los gestores también alertan del riesgo de dirigismo en la política cultural, es decir, de una preponderancia del campo político sobre el campo artístico o de gestión interna. Esta ha sido una acusación habitual (1987a) que los mángers culturales han utilizado como arma simbólica para defenderse de los intentos de mayor control de los responsables políticos.

El programa de gobierno puede entrar a planificar proyectos importantes, lo que no tiene sentido es que se acabe hablando de qué obras de teatro se tienen que programar. Esto es injerencia. Si lo que estamos tratando es que queremos hacer crecer los teatros, o trabajar para que se coordinen diversos teatros, o establecer nuevas líneas de trabajo educativo, todo ello se puede establecer en el contrato programa. Pero entrar más en detalle es injerencia a la tarea del director (entrevista 6. Responsable político del Gobierno local).

Pero, desde los responsables políticos, se alerta también de que un desequilibrio de poder hacia los mángers podría derivar en lo que se llama «captura del interés

público», es decir, una gestión orientada al beneficio de los que dirigen la organización, y no hacia la ciudadanía:

Un riesgo es que, como consecuencia de un encargo poco sólido por parte de las administraciones públicas, se produzca una apropiación gremial de la institución cultural. Todo el mundo critica las apropiaciones políticas, pero nadie discute las apropiaciones por parte del sector artístico. Esto quiere decir que, en términos prácticos, el equipamiento deja de realizar la función para la que fue creado, la función colectiva o nacional. Entonces, aquí debemos encontrar el equilibrio. La Administración es la responsable del carácter público y debe contratar a directores en función del contrato programa. Debe dársele una autonomía de gestión, sí, pero luego debe auditarse de forma independiente y pública (entrevista 2. Responsable político del Gobierno autonómico).

Una de las tendencias en la relación entre responsables políticos y directores de las instituciones culturales es pasar de unas relaciones que se consideran demasiado normativizadas o burocratizadas, y por lo tanto ineficaces o basadas en unas relaciones personales, clientelares, a unas relaciones basadas en la transparencia y la evaluación.

A nadie le parece extraño que se hagan auditorías económicas, pero, en cambio, nadie hace auditorías culturales. Y la auditoría tendría que fijarse no en el desajuste entre ingresos y gastos, sino entre el proyecto y el desarrollo de este. Ahora hacemos una cosa que, a mi entender, es increíble: hacemos un concurso para elegir director, le contratamos y le decimos: «Invéntate el proyecto». No puede ser. El director no puede inventarse el proyecto, debe estar incardinado en el proyecto del director anterior y en el contrato programa. Y al director hay que decirle: «Mire, usted debe moverse en estos parámetros». Y, además, debe marcarse unos objetivos de públicos. Otra cosa es que hará las exposiciones que quiera, pero esto no se audita nunca. Y una de las misiones del Consejo de la Cultura debe ser auditarlo (entrevista 1. Responsable político del Gobierno autonómico).

No obstante, como algunos autores han destacado, la evaluación en el sector de las organizaciones culturales es un asunto complejo por la vaguedad y la multiplicidad de los objetivos (Mascarell, 2012). La solución adoptada tradicionalmente ha sido la de crear comisiones de expertos del mismo sector artístico que actuaban como una «academia invisible» para legitimar las elecciones de los responsables políticos (Moulin, 1992). Por el contrario, actualmente se plantea que los proyectos artísticos sean valorados por el sector artístico, de modo que el Consejo de las Artes represente a posteriori los objetivos ya marcados anteriormente por parte de los responsables políticos, pero también esta posibilidad es contestada por los *mánagers*, que consideran que su tarea es mucho más compleja que una evaluación basada en indicadores y que su contribución al valor público debe basarse, en primer lugar, en una planificación interna.

El contrato programa será un primer paso. [...] Pero esto no exime de tener un programa más ambicioso que es el plan estratégico, que es más ambicioso. Y toca algunas variables que son más intangibles. Y es que la Administración tiene un problema, que su lenguaje y sus mecanismos son anticuados. Ponen unas variables de evaluación que son obsoletas. El consejero dice: «Queremos un millón de visitantes», pero discutamos cómo se calculan: ¿cuentan o no los visitantes de la página web que están una hora leyendo? La exposición que va a Lleida, ¿cuenta o no cuenta? Los proyectos educativos que mandamos a las escuelas, ¿cuentan? ¿Y cuentan lo mismo los estudiantes de posgrado que hacen las clases aquí en el museo? Para la gran complejidad de la actividad, los mecanismos son muy rudimentarios (entrevista 12. Director de institución cultural nacional).

En definitiva, entre responsables políticos y *mánagers* de las instituciones culturales nacionales, existe una nueva articulación basada en la instrumentalización, la agencialización y la rendición de cuentas, así como nuevos conflictos para la definición sobre qué es y cómo se evalúa el valor público. Este, y no la oposición entre arte y economía, es el objeto del debate simbólico –pero de efectos bien reales– sobre la legitimidad en la definición de los objetivos de gobernanza y la gestión de las instituciones culturales nacionales.

3.2 Gobernar el Gran Teatre del Liceu de Barcelona: del Liceu de las élites al «Liceu de todos»

El gobierno de las grandes instituciones culturales en general y, en particular, de los grandes teatros de ópera ha sido objeto de creciente atención por parte de los investigadores de la economía de la cultura y de las políticas culturales. Se trata, dentro del sector cultural, de las organizaciones más complejas, con mayor dimensión presupuestaria y más fuertemente subvencionadas (Schuster, 1996). Este hecho las convierte en tema de debate por parte de los representantes políticos y de los medios de comunicación, en relación con la utilidad y la legitimidad de la subvención pública. Una atención que crece especialmente cuando incurren en cuantiosos déficits presupuestarios. En estos casos se desarrolla un debate público sobre la conveniencia o no de seguir aportando fondos públicos a los teatros de ópera o sobre la necesidad de incrementar los controles de la gestión y de definir mejor sus objetivos (Urfalino, 1989). No obstante, estos debates se realizan sin analizar las posibilidades reales de gobernar estas instituciones culturales, a partir de las investigaciones que se han desarrollado en este campo.

La investigación sobre la gestión de las organizaciones artísticas ha avanzado mucho en los últimos treinta años (Gomà, 2004). Se ha prestado especial atención a estudiar el rol de la financiación pública de grandes teatros, óperas o museos en aspectos fundamentales como la viabilidad económica (Towse, 2001) o en su influencia sobre la actividad artística (Evrard y Colbert, 2000). Menos atención ha recibido la relación entre los responsables políticos y la dirección de las organizaciones artísticas que reciben financiación pública. Algunos estudios han analizado

la complejidad de definir y consensuar los nuevos proyectos de las grandes organizaciones operísticas (Baumol y Bowen, 1966), los problemas para establecer los objetivos y la evaluación de las instituciones operísticas existentes en un marco complejo de gobernanza (Krebs y Pommerehne, 1995). Asimismo, también han sido analizados los diferentes esquemas de gobernanza que se establecen entre el Estado y las grandes instituciones operísticas, y se ha destacado la importancia de la autonomía artística y de gestión para la consecución de espectáculos de alta calidad artística y de valoraciones positivas por parte del público (Urfalino, 1990).

Como señalan Zimmer y Toepler (Towse, 2001), el grado de implicación del Estado en la política cultural, en general, y particularmente de las grandes instituciones artísticas se explica no solo por las características económicas de las artes escénicas, sino principalmente por las configuraciones institucionales que se han desarrollado de forma distinta en los países desarrollados. En la Europa continental, la configuración institucional desde la posguerra defiende que el Estado tenga un rol preponderante en la gestión de teatros de ópera, en calidad de principal financiador. A su vez, podemos deducir de este enfoque que esta configuración institucional ha comportado durante la segunda parte del siglo xx una situación paradójica: una gran dependencia económica de las administraciones públicas combinada con un alto grado de autonomía en la formulación de la actividad. Una configuración legitimada por el capital simbólico del campo artístico propio de la modernidad cultural (Krebs y Pommerehne, 1995) y por la tradición que se establece a nivel internacional, a mediados del siglo xix, de unas instituciones culturales de élite orientadas a la excelencia artística, uno de cuyos elementos principales son los teatros de ópera (1999). La mencionada configuración institucional de la Europa continental, que se puede, a grandes rasgos, encontrar en el sur de Europa, ha definido el rol de los gobiernos como meros «proveedores de fondos» sin legitimidad para intervenir en la gestión de estas instituciones culturales. Tal situación ha perdurado hasta finales del siglo xx, cuando se ha observado una tendencia a una mayor voluntad de control por parte de los políticos electos (Bourdieu, 2002). Para corregir esta situación, en algunos países se ha modificado el modelo de gestión de los teatros líricos a fin de incrementar su eficiencia y potenciar la captación de fondos privados (Martorella, 1982). En el caso de Italia, estos intentos han fracasado en su mayor parte y solamente los teatros más importantes han conseguido reducir las aportaciones públicas (Dubois, 2010; Dubois *et al.*, 2012). Estas reformas solo han afectado a la gestión económica y no han implicado un replanteamiento de los objetivos y de las actividades de los teatros de ópera. Según Fontana (*ibid.*), las reformas de gestión, sin la modificación de la misión tradicional de producir y exhibir óperas de alta calidad, han llevado a la mayor parte de las instituciones líricas italianas a una profunda crisis financiera e institucional.

Otra dificultad para estudiar el gobierno de los teatros de ópera se halla en que este se conceptualiza desde el punto de vista del propio equipamiento, y no en el sentido tradicional de la palabra *gobierno*. Normalmente, el gobierno de las instituciones culturales es entendido como un sistema de gobernanza compartida: «the way in which power within the institution is shared among the estate» (Leon,

2004). Esta definición sería sinónima de la de *tutela* y no implicaría capacidad de modificación de la misión o de las líneas de actividad, que se dan por implícitas. En nuestro caso, por gobierno nos referimos no solamente a garantizar una correcta gestión económica, sino a la capacidad de decidir las líneas estratégicas y de fijar los resultados esperados en función de las prioridades del programa de gobierno. Unas prioridades que, de forma creciente, se dirigen a potenciar el valor público de las agencias artísticas (Fontana, 2010).

Se ha investigado poco sobre el poder de decisión que tienen realmente los responsables políticos sobre las actividades y la gestión de las grandes instituciones artísticas, y sobre los condicionantes económicos y de gestión que limitan esta capacidad de gobierno, especialmente en el caso de las óperas. Por ello, si bien consideramos que los contratos programa constituyen una potente herramienta de gobierno, de planificación estratégica y de definición del modelo de gestión, el poder de decisión es, en la práctica, limitado, si no se operan cambios estructurales en el modelo de gobierno y de gestión de estas instituciones.

Con todo, antes de analizar la capacidad de gobierno mediante los contratos programa, empezaremos por destacar la importancia creciente de las grandes organizaciones artísticas como instrumentos de la política cultural, así como la progresiva presión para que adopten el modelo de agencialización y contractualización a fin de potenciar sus resultados y legitimar la financiación pública. A continuación, estudiaremos el caso del Gran Teatre del Liceu como un ejemplo avanzado y significativo de las potencialidades, las dificultades y los límites en la aplicación en el sector cultural de las herramientas de modernización de la gestión de las organizaciones del sector público englobadas en la NGP. Como veremos, las administraciones públicas han intentado en el Liceu reorientar la actividad de un teatro de ópera, una institución cultural del siglo XIX, a fin de conseguir un mayor impacto cultural, social y educativo, un proyecto en buena medida pionero en España. Analizaremos por qué los condicionantes económicos y de gestión del teatro lírico limitan la capacidad de modificar los objetivos y la actividad en el marco de los sucesivos contratos programa que se han firmado entre las administraciones públicas titulares y la dirección de la institución cultural. Finalmente, intentaremos delimitar hasta qué punto es posible gobernar el Liceu y cuál es la contribución de los contratos programa al establecimiento de objetivos para maximizar el valor público de la institución artística.

Políticas culturales y grandes instituciones culturales

En Europa, desde finales de los años noventa, se va tomando conciencia en el ámbito de las políticas culturales de la importancia de las grandes instituciones artísticas públicas y de la débil capacidad de intervenir realmente en su gobierno y gestión (Agid y Tarondeau, 2007: 4). Es por ello por lo que se ha venido insistiendo en la mejora de sus mecanismos de control y evaluación, entre los que encontramos el contrato programa. Varios son los factores que explican este fenómeno. En primer lugar, podemos constatar el crecimiento del número de grandes organizaciones culturales dependientes de la financiación pública, así como de la

tendencia al crecimiento de su presupuesto. Cataluña, en otra escala, ha pasado de tener en diez años de 7 a 14 grandes organizaciones artísticas que reciben financiación pública, que actualmente absorben un 46 % del capítulo IV de subvenciones para actividades del Departament de Cultura y que emplean a cerca de 1.400 personas (Moore y Moore, 2005). Además, debemos destacar la gran concentración del gasto en un grupo reducido de instituciones culturales, particularmente en los teatros de ópera. En Francia, la Ópera Nacional de París representa, ella sola, el 10 % (Coppinger *et al.*, 2007). En Inglaterra, la Royal Opera House representa un 9 % del total (Martinez y Rius-Ulldemolins, 2010). Y en Cataluña, el Gran Teatre del Liceu recibe el 7 % (Coppinger *et al.*, 2007).

En segundo lugar, a estas grandes organizaciones se les han encomendado objetivos que van más allá de la realización de su actividad artística tradicional en un proceso que se ha interpretado como una instrumentalización de la política cultural (Arts Council England, 2010). Algunas de estas organizaciones se han concebido como agentes de una política de regeneración urbana, mecanismos de integración social o de promoción económica de un territorio, un modelo que tuvo su origen en Gran Bretaña (Rius-Ulldemolins, 2010), pero que a partir de los años ochenta se ha implementado en otras ciudades, grandes y medianas, como Barcelona (Belfiore, 2004; Gray, 2007). Ello amplía la misión de estas instituciones, puesto que los nuevos objetivos se suman a los antiguos y les otorgan una mayor centralidad dentro de las políticas públicas. Pero, al mismo tiempo, ello comporta una mayor complejidad en su gobierno y somete a la dirección de la organización a la tensión de cumplir con diversos objetivos (culturales, sociales, económicos, etc.) que no son fáciles de compatibilizar (Bianchini, 1993a).

Paralelamente, existe una creciente presión para que las administraciones públicas y sus organismos dependientes aumenten su eficiencia y eficacia y adopten una orientación hacia resultados evaluables que contribuyan a la solución de determinados problemas de los ciudadanos (Degen y García, 2012; García, 2004). En este sentido, a las organizaciones artísticas, por una parte, se les critica su anclaje en los objetivos marcados por una minoría elitista, que no cuenta con la participación de la ciudadanía, y, por otra, se les reclama crear mayor valor público (Gray, 2008). También se considera cada vez más necesario justificar la contribución de las grandes organizaciones culturales al bienestar de los ciudadanos en comparación con otros servicios públicos habitualmente considerados más esenciales, como la sanidad o la educación (Serra, 2007).

Por lo tanto, las políticas culturales, en general, y la gestión de las organizaciones culturales, en concreto, están crecientemente sujetas al escrutinio de los responsables políticos, al poder legislativo o a la opinión pública (Holden, 2006). De hecho, son cada vez más las voces que piden concebir, ejecutar y evaluar las políticas culturales como las otras políticas públicas, para acabar con la singular situación de las políticas culturales en las que los objetivos y la actividad se definían de forma autónoma por parte de las direcciones artísticas. Existe, pues, una presión para que se apliquen unos mecanismos de dirección y evaluación de los resultados de las grandes organizaciones culturales equiparables (o al menos parecidos) a los de las universidades, centros tecnológicos, hospitales o servicios

sociales. Este déficit ha sido detectado en países de diferentes tradiciones administrativas como Gran Bretaña (ibíd.), Francia (Lewis, 1990) o en la comunidad flamenca de Bélgica (Towse, 2001), con lo cual se convierte en una problemática común a diversos países europeos.

La aparición de los contratos programa se sitúa en esta doble voluntad de alinear los objetivos de las agencias públicas con unas políticas públicas orientadas a incrementar el bienestar de los ciudadanos y a legitimarlas mediante la evaluación del retorno social de estas. Una aparición que se enmarca en los procesos de agencialización impulsados por la NGP.

La nueva gestión pública, los procesos de agencialización y los contratos programa de las grandes organizaciones artísticas públicas

Desde hace cincuenta años se viene destacado la crisis del modelo burocrático de la administración pública y se ha hecho evidente la necesidad de su reforma (Serra, 2007). El conjunto de políticas y programas de transformación se ha llamado nueva gestión pública. Dentro de la NGP se engloban diferentes instrumentos para transformar la administración pública: la evaluación por resultados, la agencialización, la dirección por objetivos, la externalización de los servicios, los programas de calidad y los contratos programa (Coppinger *et al.*, 2007). Los contratos programa son un instrumento de gestión pública para suscitar los comportamientos deseados en el marco de estructuras administrativas descentralizadas. Más específicamente, son un pacto entre los responsables políticos y la dirección de las agencias públicas para delimitar responsabilidades, fijar las expectativas de resultados y establecer los medios económicos durante un ciclo de gestión plurianual (Bouckaert *et al.*, 2002). En efecto, el proceso de agencialización y contractualización de las relaciones entre las administraciones públicas y las grandes organizaciones culturales ha empezado a extenderse por toda Europa. Es más, pueden verse algunos procesos de aplicación de los contratos programa en el sector cultural en Inglaterra o en Francia (Pollitt *et al.*, 2006). En Cataluña, a partir de la década de 1990, se empezaron a aplicar los contratos programa en las universidades y los medios de comunicación públicos (OCDE, 1999). Un proceso que empezó a ampliarse a los grandes equipamientos culturales catalanes de titularidad pública (como el Teatre Nacional de Catalunya o el Teatre Lliure) con el fin de reforzar el control público y la capacidad de gobierno por parte de las administraciones públicas (Rius-Ulldemolins y Rubio, 2013) y que según los planes del Departamento de Cultura debería abarcar en un plazo de cuatro años a todas las agencias y grandes instituciones culturales (Brugué y Gallego, 2003).

Una de las primeras instituciones culturales en tener contrato programa fue el Liceu, una institución con una larga trayectoria histórica y de gran importancia para la política cultural y que, como veremos a continuación, sirve de caso de estudio para mostrar los límites de los contratos programa como herramientas de gobierno en el sector cultural.

Trayectoria y evolución del GTL: del Liceu de las élites al Liceu «de todos»

El Liceu no ha sido desde su origen una entidad de titularidad pública. Al contrario, durante un siglo y medio fue un ente privado, lo que explica, en parte, la complejidad de su gobierno por parte de las administraciones públicas. De hecho, el Liceu fue creado en 1847 por iniciativa de miembros destacados de la burguesía barcelonesa, y la construcción de su edificio de las Ramblas fue financiada mediante acciones mercantiles de la Societat del Gran Teatre del Liceu que comportaban la propiedad de las mejores butacas del teatro. La explotación del teatro fue encomendada a diversas empresas concesionarias. Estas tenían la obligación de ofrecer un determinado número de representaciones y a cambio recibían los ingresos de la venta de las localidades no adscritas a la sociedad.

Este modelo de gestión perduró hasta finales del siglo xx, un momento en el que los grandes teatros de ópera de los países avanzados ya eran o bien públicos o bien recibían cuantiosas subvenciones del Estado (Rubio y Rius-Ulldemolins, 2012). Entre tanto, el Liceu atravesó diversos episodios traumáticos, como un incendio en 1861, un atentado anarquista que causó veinte muertos en 1893 o su incautación por parte del Gobierno en 1936 y durante la Guerra Civil. Ya en la transición a la democracia, el Liceu se convirtió en objeto de crítica de los sectores progresistas que diagnosticaban la decadencia del modelo y lo tachaban de obsoleto y elitista (Mascarell, 2012). Estas críticas, junto con la baja calidad de las obras, provocó una desertión del público y una creciente tensión entre los propietarios y la empresa de gestión en relación con los criterios de programación, que la empresa quería orientar hacia lo comercial y popular (Martorella, 1982), una situación que amenazó la continuidad del teatro y que forzó al Departament de Cultura de la Generalitat de Catalunya, recién constituido en 1980, a intervenir y a crear el Consorcio del Gran Teatre del Liceu. Este contaba también con la participación del Ajuntament de Barcelona y de la Societat del Gran Teatre del Liceu –que detentaría la titularidad del inmueble hasta 1994–. Posteriormente, se sumaron la Diputació de Barcelona (1985) y el Ministerio de Cultura (1986). La entrada de las instituciones públicas se realizó con el objetivo, entonces preponderante en la política cultural catalana, de recuperar la normalidad cultural alterada por la dictadura franquista, y con el fin de equiparar las instituciones culturales barcelonesas a las europeas (Alier, 1978) sin alterar la línea de actividad del teatro lírico, que continuó siendo la de producir espectáculos de ópera.

En 1994 un incendio destruyó completamente el auditorio, excepto la fachada y las salas anexas. En seguida se generó un fuerte consenso entre las élites económicas, culturales y políticas sobre la necesidad de reconstruirlo rápidamente (Moya-Angeler, 1978), sin que ello generara un debate sobre el modelo de institución cultural y su rol dentro del sistema cultural barcelonés. El consenso en relación con la importancia del Liceu se reflejó en la constitución de la nueva Fundació Gran Teatre del Liceu, integrada por las cuatro administraciones pú-

blicas mencionadas anteriormente, que aparcaron, en este caso, sus importantes enfrentamientos sobre las competencias en cultura (Rius-Ulldemolins, 2005).

La presión de la sociedad civil motivó que se constituyera inmediatamente una comisión intergubernamental que consiguió reconstruir en cinco años la totalidad del edificio, con una reinauguración, en 1999, de gran solemnidad. El edificio del GTL pasó de doce a treinta y dos mil metros cuadrados y costó 88,3 millones de euros de inversión, aportados mayoritariamente por las administraciones públicas, lo que conllevó que la propiedad del edificio pasara a ser pública. No obstante, las aportaciones privadas también fueron relevantes y representaron un 25 % del gasto total, con lo que se anticipaba el nuevo modelo de gestión de la institución, la Fundació del GTL, en cuyo Patronato y Comisión Ejecutiva las empresas patrocinadoras tienen voz y voto a través del Consejo de Mecenazgo. Este consejo sirve de nexo con las grandes empresas (principalmente del sector de la construcción, las finanzas o los grandes medios de comunicación) que aportan desde entonces cuantiosos fondos a la Fundació GTL. Un modelo de gestión que acerca el Liceu al modelo híbrido –ni público ni privado– de institución cultural (Pla, 2000).

La reinauguración del GTL se escenificó bajo el lema «El Liceu de todos» (en oposición al Liceu de las élites que había representado hasta entonces) como mecanismo de legitimación de la fuerte inversión pública que había supuesto su reconstrucción y ampliación. Entonces, la voluntad fue la de democratizar los públicos de la institución operística (Font, 1991), lo que significó la apertura de nuevas líneas de actividad dedicadas a ampliar la diversidad social de estos (entre otros, con sesiones *golfas* o en el *foyer* con precios más bajos que las sesiones de temporada) o sus actividades de mediación cultural (como el programa educativo Petit Liceu, dirigido a un público infantil).

Desde su reconstrucción y desde la definitiva conversión del Liceu en una gran organización artística pública, este ha constituido una de las «joyas de la corona» de la política cultural barcelonesa y catalana, en parte por la dimensión histórica, patrimonial y simbólica que representa para Barcelona y Cataluña. Pero, sin duda, su importancia se debe también a su capacidad de generar un alto nivel de actividad artística: la temporada 2009-2010 programó 23 obras, de las que se escenificaron 124 funciones, y se vendieron aproximadamente unas 300.000 entradas, lo que lo convierte en el segundo equipamiento escénico y musical que más ciudadanos convoca de toda Cataluña (Rius-Ulldemolins, 2012b). Asimismo, el Liceu destaca también por su dimensión presupuestaria: su presupuesto pasó de 34 millones de euros en la temporada 1999-2000 a 55,7 diez años más tarde, en la temporada 2009-2010, cifra que representa una cuarta parte del presupuesto global del resto de equipamientos culturales de Cataluña. En lo relativo a las aportaciones, el Liceu ha pasado de recibir 19,9 millones en la temporada 2000-2001 a 28,5 millones de euros en la temporada 2009-2010. En global, los últimos diez años ha percibido alrededor de 253 millones de euros, siendo la institución cultural catalana que más dinero público ha absorbido, a gran distancia de las demás.

Los condicionantes económicos y de gestión al gobierno del Liceu

Hemos podido observar la relevancia social del Liceu como institución histórica, el consenso político sobre la necesidad de apoyarlo con fondos públicos y su importancia dentro de los presupuestos culturales. No obstante, si gobernar una institución supone, además de proveer fondos, decidir también sus líneas estratégicas, orientar los resultados esperados, exigir eficacia y eficiencia e incluso reorientar la misión, el Liceu, como gran teatro lírico, tiene unos importantes condicionantes económicos y de gestión que limitan esta capacidad de gobierno.

Los condicionantes de los gastos: los costes fijos y de personal

En primer lugar, en el Liceu nos encontramos con una estructura de costes fijos muy elevada, superior al 60 %. Estos, junto con las amortizaciones y los gastos de financiación, dejan poco margen de maniobra para la actividad, que se sitúa en tan solo un 28 %. La mayor parte de estos gastos estructurales se debe al gasto de personal. El Liceu tiene una plantilla de 474 personas, que representan un gasto total de más de 26 millones de euros. Además, en los últimos años ha habido un incremento del 35 % del personal: se ha pasado de 352 personas en 2002 a 474 en 2010 (Caminal, 2004). En el marco de una política de mejora de la calidad artística, el mayor incremento se ha debido al área artística, que incluye un coro y una orquesta permanente. Esta área y la técnica representan el 80 % del personal de todo el GTL y suponen el 79 % del gasto en recursos humanos. Si lo comparamos con otras instituciones operísticas europeas, vemos que la dimensión de la orquesta está ligeramente por debajo, mientras que el coro se sitúa un poco por encima de la media (ADETCA, 2010).

En general, no se puede decir que el Liceu sea un teatro de ópera con un presupuesto muy elevado en comparación con otros teatros líricos europeos. El Liceu cuenta con aproximadamente la mitad de presupuesto que las grandes óperas europeas. Así, si se compara con teatros líricos de otras ciudades de talla equiparable a Barcelona, según un estudio de 2004, su presupuesto estaba por encima de los otros teatros líricos, pero su ratio de costes por funciones y coste por espectador estaba solo ligeramente por encima de la media. Puede decirse que el GTL tiene una estructura de costes fijos elevada, pero comparable a la que presentan otros teatros líricos equivalentes, y que la mayor parte del gasto se dedica al personal artístico, indispensable para su línea de actividad principal: producir ópera con un alto nivel de calidad. Por lo tanto, la estructura de costes se puede optimizar, pero difícilmente se puede modificar sustancialmente sin afectar a la calidad de su actividad artística.

Los condicionantes de los ingresos: la importancia de los recursos propios

A partir de un total de ingresos, en la temporada 2009-2010, de 55,7 millones de euros, el porcentaje de ingresos propios es de un 51 % del total, muy por encima

de la media de los otros teatros y auditorios del área de Barcelona, que es de un 32 % (Departament de Cultura, 2012). Ello se debe, en parte, a la capacidad de captar patrocinios y a una fuerte entrada de ingresos proveniente de las taquillas del teatro.

En cuanto a los patrocinios, el Liceu es la organización catalana que recoge mayores aportaciones del sector privado. El porcentaje que representa en relación con el total de ingresos, un 16 %, muestra que el compromiso de la sociedad civil con el Liceu es muy elevado. Esta cifra es mucho mayor que la de otros teatros europeos de la misma talla, en los que los patrocinios no superan de media el 5 % (Marco y Gomà, 2004). Por lo que respecta a los ingresos por taquilla, estos disponen de poco margen para su incremento. La tasa de ocupación de sus 2.300 localidades es, en las diez últimas temporadas, superior al 90 % (Diputació de Barcelona, 2008). Por otra parte, destaca la fidelidad de su público, puesto que la tasa de venta anticipada en forma de abono anual es de un 60 %. A partir de esta realidad, todo intento de incrementar los ingresos por taquilla supondría aumentar la actividad, es decir, programar más obras y funciones. Esta estrategia, si bien conseguiría incrementar los ingresos, también tendría el riesgo de aumentar los costes en mayor medida que los ingresos, al tener que pagar horas extras al personal técnico y artístico que, como hemos visto, supone una de las mayores partidas de gasto del GTL. Fue en 2004 cuando se detectó esta problemática: una mayor actividad redundaba en un crecimiento de los ingresos y del presupuesto, pero generó déficits de alrededor de un millón de euros durante las temporadas 2003-2004 y 2004-2005, que debieron ser asumidos por las administraciones públicas con aportaciones extraordinarias. Por otra parte, la estrategia de aumentar los ingresos mediante la taquilla chocaría rápidamente con el límite físico de no poder ampliar un auditorio (que, no obstante, es de los mayores de Europa) y de no poder programar más días al tener el escenario ocupado.

Costes e ingresos del Liceu: un frágil equilibrio

Desde el punto de vista de la gestión, se ha visto que el GTL tiene poco margen de ajuste en los costes de la actividad o de los recursos humanos, y la capacidad de incremento de los recursos propios es limitada, puesto que se encuentra por encima de la media en todos los indicadores de este apartado. Por lo tanto, la mejora de gestión del GTL es posible, pero no aumentaría su eficiencia significativamente, uno de los ejes de mejora que normalmente se plantean en los contratos programa (Gomà, 2004), a no ser que se modificara la misión del teatro lírico o su ambición de situarse dentro de las redes internacionales de teatros de ópera de calidad.

Por otra parte, las administraciones públicas juegan el rol de financiador principal, pero, al mismo tiempo, tienen un margen de maniobra limitado a causa del importante nivel de autofinanciación del Liceu. En este sentido, los patrocinadores que participan en los órganos de gobierno del GTL deben ser tenidos en cuenta en el gobierno de la institución, ya que un descenso de sus aportaciones representaría un aumento correlativo de las aportaciones públicas (que ya de por sí representan un porcentaje significativo de las subvenciones) o de los precios de las entradas.

También debe considerarse la opinión del público ya que, a diferencia de otros teatros públicos, aporta una gran cantidad de ingresos. Un aumento del coste de los abonos o de las entradas, una modificación de la línea de actividad o una bajada de la calidad de las obras que implique una menor asistencia de público pueden generar importantes déficits. Por otra parte, un encarecimiento de las entradas previsiblemente conduciría a una reducción de la diversidad social de su público, lo que constituiría una vuelta atrás, es decir, al modelo del Liceu para las élites, lo que supondría a la larga un déficit de legitimidad para justificar las aportaciones públicas. En definitiva, el Liceu puede ser gobernado como cualquier agencia pública, pero las administraciones públicas deben tener en cuenta las específicas rigideces de una institución operística, con un equilibrio frágil y difícilmente alterable a corto plazo entre subvenciones, patrocinios e ingresos de taquilla.

Los instrumentos de gobierno: la supervisión directa y los contratos programa

Analizados los condicionantes de gestión, cabe, a continuación, plantearse si existen otras dificultades para gobernar una agencia pública, en concreto las que pertenecen a un sector altamente especializado como es el de las artes líricas. Existe un consenso entre los especialistas en agencialización en el hecho de que para gobernar una agencia pública es necesario disponer, en primer lugar, de información suficiente y, por lo tanto, de mecanismos estables de captación de esta información (ADETCA, 2010). En segundo lugar, hay que establecer fórmulas para elaborar estrategias a medio y largo plazo (Brugué y Gallego, 2003). Y, en tercer lugar, se deben establecer mecanismos para poder hacer un seguimiento de la implementación de los objetivos fijados (OCDE, 1999). No obstante, estas tres condiciones no se dan de forma natural, ya que, de entrada, como indica la teoría del principal y el agente, existe una asimetría de información del segundo respecto al primero (Coppinger *et al.*, 2007).

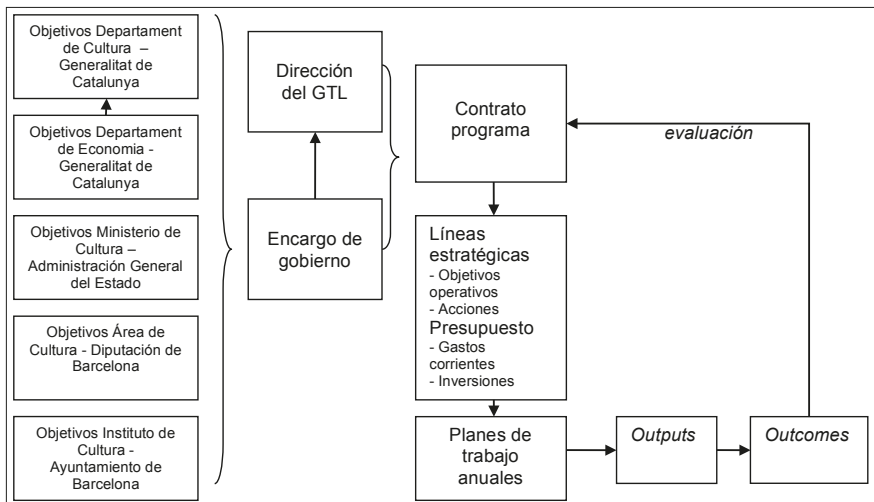
En general, las grandes organizaciones culturales tienen una complejidad económica y organizacional considerable que desborda en muchos casos las competencias de los responsables políticos y el tiempo que pueden dedicar a su supervisión. En la práctica, la tutela de las administraciones públicas se limita a la supervisión directa *ex ante*, con la presencia de los responsables políticos en las reuniones de la junta directiva de la institución cultural, y a un control anual basado en la presentación de las cuentas auditadas (Verschuere, 2006). Esto sitúa la tutela en una dinámica reactiva y no propositiva o estratégica, más centrada en las cuestiones presupuestarias que en la definición y orientación de la actividad y en el control *ex post* de los resultados (Stiglitz, 1987).

En el caso del Liceu, a nivel teórico, las administraciones públicas tienen el control de la organización. La titularidad y los votos en el Patronato y la Comisión Ejecutiva se distribuyen en el porcentaje que establecen los estatutos de la organización, y guardan una relación proporcional con las aportaciones económicas: el Ministerio de Cultura (45 %), la Generalitat de Catalunya (40 %), el Ajuntament de Barcelona (10 %) y la Diputació de Barcelona (5 %). Las administraciones públi-

cas nombran al director general, que a su vez nombra al director artístico, a partir de la propuesta de una comisión de asesoramiento artístico. No obstante, la dificultad de coordinar la acción entre cuatro administraciones públicas diferentes, con niveles de implicación desigual, comporta que una vez nombrada la dirección, en la práctica, las administraciones públicas participen muy poco en la elaboración de los planes anuales y aún menos en la elaboración de las estrategias a medio y largo plazo. Al no existir una comisión de coordinación entre administraciones, separada de las reuniones del Patronato o de la Comisión Ejecutiva, los representantes públicos siempre se reúnen en presencia y a iniciativa de los directivos del GTL. Ello demuestra que no existe un órgano que explicita el encargo de las administraciones titulares. En consecuencia, si a los condicionantes económicos y de gestión que se han estudiado se unen la fragmentación y la debilidad organizativa de la tutela ejercida por las administraciones públicas, puede concluirse que, sin los contratos programa, la capacidad de gobierno de la institución cultural es muy reducida.

Por todo ello, las administraciones públicas han intentado desde finales de la década de los noventa convertir los contratos programa del Liceu en verdaderas herramientas de gobierno estratégico a largo plazo. Un proceso que, al igual que en otros países, ha supuesto una mayor complejidad de la esperada y ha requerido mejorar en cada negociación la calidad y profundidad de los textos, para lograr que supongan una mejora efectiva de esta tutela y del control que deberían ejercer las administraciones para garantizar el valor público aportado por estas organizaciones (Coppinger *et al.*, 2007).

GRÁFICO 3.1
Esquema de gobierno a partir del contrato programa
entre las administraciones públicas y el Gran Teatre del Liceu



Fuente: elaboración propia.

El modelo ideal de contrato programa se basa en la definición, por parte de las principales administraciones públicas titulares, del encargo según el programa de gobierno.¹ Este encargo se negocia con la dirección de la agencia (la gerencia y la dirección artística) y aparece reflejado en el contrato programa. En su articulado se desarrollan los objetivos estratégicos, los objetivos operativos y los resultados que se espera alcanzar por parte del agente en el periodo de duración del contrato programa (habitualmente cuatro años) a partir de unas aportaciones públicas y de un presupuesto. Los planes de trabajo anuales fijan la implementación de los programas y las actividades (*outputs*) que producen unos resultados (*outcomes*) que serán evaluados por una comisión de seguimiento y producirán incentivos o penalizaciones, según su grado de cumplimiento. No obstante, como se verá a continuación, este esquema teórico solo ha sido parcialmente aplicado en los dos primeros contratos programa firmados por el Liceu. El tercero, en cambio, es el que más se aproxima a este diseño ideal.

Los contratos programa del Liceu como instrumento de gobierno

El primer contrato programa del Liceu fue elaborado y firmado en 1998, poco antes de la reinauguración del teatro en 1999, reconstruido después del incendio de 1994. Este, más que constituir un documento definidor de objetivos estratégicos, se centraba en fijar las cuantías de las aportaciones de las administraciones públicas a cuatro años vista, elemento que dominó la negociación. De hecho, los acuerdos presupuestarios se acompañaban solamente de un recordatorio de la misión del Liceu, definida en los estatutos, y de la formulación de unos objetivos de actividad genéricos y fácilmente alcanzables.²

Esta laxitud se intentó corregir en 2004, cuando se negoció y firmó el contrato programa para el periodo de 2006 a 2009. En el segundo contrato programa se especificaban, por primera vez, los objetivos y los programas de actuación del teatro, junto a unas orientaciones en relación con la gestión de recursos humanos, a cambio de pactar un incremento de las aportaciones públicas. El contrato programa se organizaba en torno a cuatro apartados: objetivos y programas, política presupuestaria, recursos humanos y mecenazgo. En cuanto a los objetivos y

1. El «encargo» sería el equivalente al *cahier de charges* en terminología administrativa francesa, o bien, en su equivalente inglés, al *public service agreement*, es decir, una definición de los objetivos de la agencia pública en función de los objetivos del programa de gobierno.

2. El contrato programa de 1998 formulaba 17 objetivos sin una definición estratégica a medio plazo de cuál debía ser la misión del equipamiento. En realidad, su articulado se parecía más a un plan interno de mejora (o a una «lista de deseos») que a la formulación del encargo de gobierno y a su traslación operativa. Por otra parte, la única definición concreta de *output* esperado era la de programar entre 8 y 12 óperas, lo que en sí mismo es una medida de sentido común y no una acción que aporte un mayor valor público (*cf.*, Caminal, 2000).

programas, se establecían planes ambiciosos para diversificar la actividad, buscar sinergias con otros agentes del sector público (como el Teatro Real de Madrid) y utilizar los medios de comunicación y las nuevas tecnologías para llegar a nuevas audiencias, en particular los jóvenes universitarios.

No obstante, el contrato programa tenía diversas debilidades, en comparación con lo que debería ser el esquema ideal presentado anteriormente o el modelo utilizado por el Departamento de Economía del Gobierno autónomo catalán y que se aplica a las agencias públicas de otros departamentos.³ En primer lugar, el contrato programa no partía del encargo del principal, en este caso de las cuatro administraciones públicas, respecto a la contribución del teatro lírico al cumplimiento de los objetivos de sus respectivas políticas culturales. Ante la ausencia del encargo, del que en teoría se deberían derivar los objetivos del contrato programa, los objetivos fueron fijados según las necesidades y los deseos internos del agente, el GTL. En segundo lugar, respecto a la planificación, el contrato programa no planteaba unos objetivos estratégicos orientados a mejorar la gestión e incrementar los *outcomes*, sino que se formulaba más como un plan de trabajo de optimización de los procesos internos de la organización. Y, en tercer lugar, no establecía unos indicadores de cumplimiento o un mecanismo de incentivación o penalización económica según el grado de implementación de las medidas pactadas.

El resultado de ello es que, a pesar de que las administraciones públicas incrementaron las aportaciones en un 19 % (porcentaje acumulado entre 2006 y 2009), en el informe de cumplimiento se reconoció no cumplir parcial o totalmente 15 de las 22 actuaciones previstas. Algunas de las razones aducidas para no cumplir el plan fueron la falta de presupuesto específico para las actuaciones (como el programa de descentralización territorial), una falta de adecuación del programa al contexto de gestión (la imposibilidad de centralización del servicio de almacén o compras con otros equipamientos culturales públicos) o el rechazo para cumplir acciones que, según el GTL, formaban parte de la autonomía de gestión de la propia organización (como es la política de contratación de personal). A pesar de ello, los responsables políticos no hicieron un informe desfavorable ni un análisis de la gestión del teatro, ni se derivó ninguna consecuencia respecto a las posteriores aportaciones públicas al teatro.

Ahora bien, este elevado nivel de incumplimiento sí dio pie, entre las administraciones públicas y el GTL, a la idea de que era necesario mejorar la concepción y la redacción del contrato programa posterior. En el tercer contrato programa, 2010-2013,⁴ se ha avanzado en la definición de nueve objetivos estratégicos, tres

3. Nos referimos al modelo de contrato programa elaborado por el Programa de Financiación Estructurada del Departamento de Economía de la Generalitat de Catalunya. Este modelo se ha aplicado a diferentes agencias públicas dependientes del Gobierno autónomo catalán, como la Agència de Residus de Catalunya (ACR), el Consorci del Centre Tecnològic i Forestal de Catalunya (CCTFC) o la Entitat Autònoma del Diari i de Publicacions (EADOP).

4. El nuevo contrato programa fue aprobado en la Comisión Ejecutiva del GTL en 2010, pendiente de su aprobación definitiva por el Patronato y los órganos de gobierno de las

de los cuales hacen referencia a la programación (garantía de la diversidad en la programación, promoción del patrimonio lírico local y promoción de la nueva creación) y dos a los públicos (difusión digital y programas educativos), mientras que el resto hacen referencia a elementos de gestión.⁵ Estos objetivos se concretan en 23 objetivos operativos y 69 acciones, todas ellas con indicadores de cumplimiento durante los cuatro años de vigencia del contrato programa. Y si bien es cierto que gran parte de los objetivos se corresponden más a cuestiones de gestión que propiamente a una orientación por resultados, el contrato programa actual supone un paso en la concreción de objetivos de valor público.

¿Es posible realmente gobernar los teatros de ópera?

Esta situación estructuralmente rígida y la complejidad de la gobernanza y de la gestión del GTL se revelaron en toda su crudeza a raíz de los recortes en las aportaciones públicas por parte de las administraciones públicas. Especialmente severos fueron los aplicados por el Ministerio de Educación, Cultura y Deportes a las aportaciones al Liceu: si en la temporada 2009-2010 el Ministerio aportaba 12,7 millones de euros, en la temporada 2014-2015 esta fue de 6,8 millones, es decir, la mitad (Verschuere, 2006). Esta mayor reducción vulneraba los estatutos del Consorcio del GTL, que establece que este debe aportar un 45 %.⁶ En total, el presupuesto de la institución cultural pasó de los 55,7 millones en 2009-2010 a los 41,8 millones de euros de la temporada 2014-2015, una reducción en global del 25 %. Asimismo, la marcha en 2013 al Teatro Real de Madrid de quien había sido su director artístico en los anteriores quince años, Joan Matabosch, aumentó esta situación de crisis institucional. Todo esto llevó a que durante el periodo de 2011 a

administraciones públicas participantes en el Consorcio. No obstante, en su discusión ya quedó evidenciado que las administraciones vinculaban el compromiso con las aportaciones a la evolución de su déficit presupuestario (GTL, 2010).

5. Los objetivos del contrato programa son, en este orden, 1) Garantizar la diversidad de la programación, 2) Promover el patrimonio lírico de Cataluña, 3) Promocionar óperas de nueva creación, 4) Desarrollar un centro de documentación, 5) Potenciar la proyección del Liceu y fomentar la relación con los otros teatros, 6) Mejorar de forma continua la plantilla y especialmente los cuerpos artísticos del teatro, 7) Fidelizar al público actual y captar nuevos públicos aprovechando las nuevas tecnologías para llegar a todos los sectores de la sociedad, 8) Continuar y fomentar las actividades formativas dirigidas al público infantil y juvenil y 9) Mejorar la eficacia y la eficiencia de la gestión del teatro.

6. En el caso del Liceu, a nivel teórico, las administraciones públicas tienen el control de la organización: la titularidad y los votos en el Patronato y la Comisión Ejecutiva se distribuyen en el porcentaje establecido en los estatutos de la organización, y teóricamente guardan una relación proporcional con las aportaciones económicas: el Ministerio de Cultura (45 %), la Generalitat de Catalunya (40 %), el Ajuntament de Barcelona (10 %) y la Diputació de Barcelona (5 %). Las administraciones públicas nombran al director general, que a su vez nombra al director artístico a partir de la propuesta de una comisión de asesoramiento artístico.

2015 se hayan intentado aplicar ajustes de plantilla y en la actividad. El más severo fue el plan de viabilidad de 2012, que planteó la amortización de una veintena de puestos de trabajo, reducciones salariales, flexibilidad, anulación del programa del Foyer y cierre del coliseo durante los meses de verano hasta octubre, así como una programación de corte más clásico y conservador, lo que afectaba en consecuencia a la actividad artística de la institución.

Así, en el manifiesto de sos Liceu de 2012, los trabajadores denunciaron el modelo de gestión como ineficiente, opaco y con frecuentes interferencias de las administraciones públicas. Además de un diagnóstico diferenciado centrado en las insuficiencias de una gestión poco ambiciosa e imaginativa por parte de la dirección, los firmantes del manifiesto se centraban en reivindicar la importancia del prestigio artístico como herramienta de atracción del mecenazgo y del público y en la creación de una marca a nivel internacional. Asimismo, no veían la contradicción en esto por ser «la máxima representación en nuestra sociedad como bien cultural común» (Declaración de los Trabajadores sos Liceu, 2012). Sin embargo, este cambio se producirá solo a partir de la adopción de modelos de gestión empresarial, reformas en los teatros líricos de recorrido muy corto y consecuencias indeseadas, como muestra el caso de Italia (Bouckaert *et al.*, 2002). Por el contrario, un aumento de la capacidad de gobierno se producirá mediante la articulación de mecanismos estables de gobierno multinivel de las administraciones públicas, la clarificación de su encargo del Liceu a partir de un contrato programa negociado políticamente, bien articulado a nivel técnico y que vincule a los responsables y los técnicos de las administraciones culturales con el conjunto del equipo humano en pro de objetivos finales compartidos. Por otra parte, se puede aumentar la transparencia en la gestión, la participación de los agentes sociales y profesionales en la gestión, así como establecer vías y mecanismos de participación ciudadana para que se visualice su condición de bien común.

¿Se puede por tanto realmente gobernar los teatros de ópera? La respuesta no puede ser binaria (sí o no rotundamente), sino que la voluntad de gobierno debe considerar los condicionantes estructurales de un teatro de ópera y basarse en una capacidad de gobernanza y gestión compleja articulada a través de una herramienta potente y al mismo tiempo flexible como un contrato programa. Asimismo, las administraciones públicas han de replantearse las prioridades en la misión del teatro lírico. Si la prioridad es producir óperas de excelencia artística equiparables a las grandes instituciones líricas internacionales (Scala de Milán, Royal Opera House, etc.), la mayor parte de los recursos seguirán siendo absorbidos por la actividad operística, y la capacidad de gobierno seguirá siendo superficial. Si la prioridad es aumentar la participación en la cultura y la capacidad creativa de los ciudadanos, como se plantea en Inglaterra (Ministerio de Economía y Hacienda, 2010; Ministerio de Economía y Hacienda, 2014), la institución debe reorientar una parte significativa de sus esfuerzos y medios a los programas de mediación y participación. Este es el escenario que puede potenciar el valor público del Liceu y que permitiría una mayor articulación entre los objetivos de la política cultural y los de la institución. En definitiva, casos como el del Liceu muestran que, para avanzar en este camino de reforma de la gestión pública, no basta con una

aplicación rutinaria y estandarizada de las herramientas de la nueva gestión pública, sino que hay que establecer unos mecanismos de control y gobierno a las realidades –en este caso complejas del sector de la ópera– en que se implementan.

3.3 El Palau de les Arts de Valencia: «elefantes blancos» culturales y gobernanza pública

Los elefantes blancos son sin duda uno de los fenómenos más característicos de las políticas culturales del siglo XXI. Sin embargo, creemos que, salvo algunos trabajos pioneros como el de Graeme Evans (Fontana, 2010; Leon, 2004), no se han investigado en profundidad las causas de su aparición. En este artículo partiremos de varias hipótesis: de entrada, entendemos que las políticas culturales cada vez están en mayor medida condicionadas por el modelo de ciudad de tipo neoliberal y su orientación globalizadora. Asimismo, este modelo de ciudad condiciona el modelo de política cultural, que se ha convertido en buena parte en un instrumento de promoción económica y de *place branding* de la ciudad. Sin embargo, más allá de estos determinantes macrosociológicos, la forma y evolución que han ido tomando las políticas culturales en Valencia se explican también por la definición del modelo de política cultural autonómico y local, y por la adopción de determinados modelos de institución cultural. Este modelo explica formas de gestión implementadas en el *cap i casal* y el rol que ha otorgado en este contexto al *mánager* de la institución. Un caso paradigmático es sin duda el Palau de les Arts de Valencia, que analizaremos con detalle en este texto.

Esta operación de análisis, a partir de las herramientas teóricas y conceptuales de la sociología aplicadas a la cultura y a la gestión pública, permite comprender, más allá de lecturas superficiales o centradas en la mala gestión, por qué se ha generado esta institución cultural que calificamos como elefante blanco. ¿Por qué se creó un teatro de ópera en Valencia como parte de un proyecto estratégico del Gobierno autonómico? ¿A qué modelo urbano y de política cultural ha respondido? ¿Por qué se ha generado un modelo de equipamiento dirigido a la alta cultura, con poco arraigo local, afectado por una disminución continua de público y un creciente déficit? ¿Por qué la figura del *mánager* ha sido tan central y por el contrario ha habido tan poco control por parte del Gobierno?

Nos proponemos, por lo tanto, comprender este fenómeno, que entendemos que no es producto como decimos de una mala práctica concreta de una administración pública o de un territorio concreto, sino que forma parte de una tendencia común de la política cultural y la gobernanza local contemporánea y de la que podemos encontrar diversas expresiones que hemos estudiado previamente en Barcelona y en Valencia (Arts Council England, 2009). No obstante, se ha investigado poco sobre los efectos del modelo de desarrollo económico, urbano y cultural y su relación con la gobernanza y la gestión de los grandes equipamientos culturales, un vacío que este artículo pretende ayudar a cubrir. Por otra parte, el artículo se basa en los resultados de la investigación sobre la política cultural en Valencia (2003), así como en un trabajo específico sobre la generación de elefantes blancos, el modelo de desarrollo urbano y el modelo de política cultural.

Política cultural, génesis y modelo de gestión del Palau de les Arts

El Palau de les Arts es sin duda la joya y el edificio más emblemático de la Ciutat de les Arts i les Ciències. Inaugurado en 2006 tras más de diez años de obras que costaron 478 millones de euros, el Palau de les Arts es el teatro de la ópera de Valencia y la sede de la orquesta de la Comunidad Valenciana. Su programación teóricamente combina todas las artes escénicas, pero ya en su inicio nació con el objetivo de situar a Valencia en la agenda cultural internacional y, por lo tanto, su apuesta ha sido siempre la alta cultura, en el sentido clásico, especialmente la ópera y la música clásica.

Por otra parte, su edificio, diseñado por el arquitecto valenciano Santiago Calatrava, forma parte de la tendencia a buscar en los grandes arquitectos internacionales una forma de convertir los grandes equipamientos en buques insignia de la renovación urbana y utilizarlos para promover la marca territorial local (*place branding*) a nivel internacional. Así, el arquitecto diseñó un edificio de grandes dimensiones (37.000 m² y una altura de más de 70 m) que alberga cuatro auditorios para espectáculos de ópera, teatro y música: la Sala Principal, con 1.700 butacas; una Aula Magistral de 400 asientos destinada a pequeños conciertos; un Auditorio con capacidad para 1.500 asistentes, y el Teatro Martín y Soler, en un edificio adyacente y con un aforo de 400 personas. De esta manera y sin una planificación cultural previa digna de este nombre, la ciudad de Valencia aumentó de golpe su oferta musical y el número de butacas disponibles en un contexto en el que ya existían en la ciudad grandes equipamientos musicales como el Palau de la Música.

A nivel teórico el Palau se alejaba de la fórmula de gestión directa y por tanto del modelo europeo-continental de organización de las instituciones artísticas, modelo habitual en las instituciones culturales de España (Rius-Ulldemolins *et al.*, 2015). En su página web se declara que:

Para la gestión del Palau de les Arts, razones relacionadas con la propia naturaleza de este singular proyecto han aconsejado la adopción de la figura jurídica de la fundación. De ese modo se abarcan aspectos como, por un lado, la persecución del interés general, finalidad siempre presente en la labor cotidiana del Gobierno de la Generalitat, y, por otro lado, la agilidad en super funcionamiento, en que cobra una especial atención la autonomía de la gestión.

Adoptaba, por tanto, en su forma de presentación la retórica neoliberal de la superioridad del modelo de gestión privado por encima de la gestión pública, en concordancia con el modelo de planeamiento urbano que ha llevado a su construcción.

Sin embargo, a pesar de que se incidía en la agilidad en la gestión para justificar la adopción de un ente de gestión propio del modelo anglosajón de políticas culturales, a la vez no se adoptaba ningún mecanismo de tutela o control de este

ente, como sería un contrato programa o un patronato experto e independiente (Hernández i Martí *et al.*, 2014). Según la página web oficial del Palau:

El 26 de enero de 2005 se constituía la Fundación Palau de las Artes Reina Sofía. Ejerce el Gobierno el Patronato, presidido por el Muy Honorable Presidente de la Generalidad Valenciana y un máximo, establecido estatutariamente, de 25 patronos, entre los que destacan, además de los mecenas, ilustres representantes del ámbito de la cultura valenciana.

Sin embargo, un análisis de la lista de patronos revela rápidamente un amplio dominio de los patronos institucionales y una ausencia de figuras representativas del empresariado, del sector cultural. Y al mismo tiempo hay que destacar una ausencia de representantes de diferentes agentes sociales o ciudadanos. Así, el Patronato está totalmente controlado por representantes políticos, y de veinticinco patronos posibles solo tres son del sector privado. Una composición que evidencia el limitado compromiso del sector privado en la gobernanza de la institución cultural, que se verá reflejado finalmente en la escasa aportación económica que le dedican las empresas, como veremos en el siguiente apartado. Por lo tanto, su adopción de un modelo liberal de gestión cultural es solo retórica y en la práctica nos encontramos ante una institución cultural completamente pública en la forma de financiación, pero con graves deficiencias en su tutela y control de gestión.

En su concepción como institución cultural se escogió el modelo de prestigio internacional, un teatro de ópera conectado a las redes europeas e internacionales de la alta cultura, como la red «Opera Europa», con la intención de aparecer en el mapa cultural global. De este modo, al elegir esta orientación se descartaron otras orientaciones de equipamientos culturales menos definidos y más porosos a su entorno, como pueden representar, entre otros, el Centre de Cultura Contemporània (inaugurado en 1994) o el Matadero de Madrid (reformado en 2005), que ya eran conocidos como casos de éxito en el momento de iniciar el proyecto del Palau (Rubio y Rius-Ulldemolins, 2012). Estos modelos de equipamientos culturales se basan en una orientación a las tendencias más actuales, una transdisciplinariedad y una permeabilidad de su entorno, retroalimentándose con los movimientos sociales, los grupos de artistas y la cultura urbana locales. Asimismo, también se rechazó otra alternativa: la construcción de un equipamiento cultural dirigido a conservar el patrimonio cultural propio y a promover la creación propia, como pueden ser el Teatre Nacional de Catalunya en Barcelona o el Centro Dramático Nacional en Madrid (Rius-Ulldemolins, 2014b). A pesar de que se acordó que el teatro realizaría una obra lírica valenciana al año, esta ha sido siempre una obra menor por coste y por espectadores, «lo que en sí es revelador de la actitud hacia la cultura y la lengua propia» (Rius-Ulldemolins, 2006).

Esta decisión sobre la misión implicaba un rechazo de promoción de la cultura local y por tanto de la participación de los sectores culturales locales y la adopción de un discurso globalizador anclado en los criterios del circuito internacional de la alta cultura. Un posicionamiento que conllevó ceder la gestión y –lo que es más grave– la concepción y dirección del equipamiento a un equipo internacional sin

prácticamente arraigo local. Un hecho que, como veremos más adelante, ha tenido consecuencias decisivas en la gobernanza y la gestión del Palau de les Arts y la falta de participación efectiva y real del Gobierno de la Generalitat o del sector cultural de esta.

Finalmente, a diferencia de otros casos, como el de las óperas en Francia, el Liceu de Barcelona o el Teatro Real de Madrid, no existe una participación en el patronato de otras administraciones públicas. En el caso del Ministerio de Educación y Cultura (MEC), es evidente el desinterés por participar en el Patronato a pesar de las reiteradas reivindicaciones desde los sectores culturales de Valencia. Asimismo, las exiguas aportaciones desde Madrid muestran la incapacidad del Gobierno valenciano hasta ahora —y de sus élites sociales y culturales— de presionar y conseguir compromisos firmes de la Administración General del Estado (AGE) con relación a Valencia (Rius-Ulldemolins, 2005; Rubio Arostegui, 2003). Si en 2009 el Palau de les Arts recibía del MEC solo 1,4 millones de euros, cuatro años después y en el marco de los recortes presupuestarios esta cifra disminuía un 70 %, situándose en 423.000 euros (Ferrero, 2015). Por contraste, de todas las subvenciones en artes escénicas el Teatro Real recibía en 2013 8,7 millones (47 % de estas subvenciones) y el Teatre del Liceu 6,5 millones (el 35 %), o el Teatro de la Maestranza un millón de euros (el 5,5 %), mientras que la aportación al Palau representaba un 2,2 % (Hernández i Martí *et al.*, 2014). Una cifra que revela la escasa prioridad que se otorga desde la AGE a la participación en la gobernanza y la gestión de este equipamiento cultural y que ha sido denunciada repetidamente incluso por responsables de la institución cultural como el director de la orquesta Zubin Metha. Por otra parte, con relación al Gobierno local, a diferencia de otros casos, como en Barcelona, donde este ha mantenido una posición o bien de liderazgo o bien de participación activa en las instituciones culturales, el Ajuntament de València se ha mantenido al margen del patronato y la gestión del teatro de ópera valenciano, haciendo solamente una aportación modesta anual que no sobrepasa el 0,2 % del total del presupuesto, una cifra que contrasta con los 2,9 millones que aportaba el Ajuntament de Barcelona al Liceu (un 10 % del total del presupuesto) o los 1,3 millones del Ayuntamiento de Madrid al Teatro Real en 2011 (un 6,2 %).

Gestión y gobernanza del Palau de les Arts: un desgobierno institucionalizado

Desde su momento de creación hasta la actualidad, el Palau no ha contado con una definición de su misión, ya que esta o bien se ha dado por descontada o bien es una cuestión que define su director artístico. Se ha adoptado en consecuencia un modelo de equipamiento definido en su misión por el sector artístico y no en función de unos objetivos de valor público que busquen satisfacer unas necesidades ciudadanas, una mejora de su formación, habilidades o integración social. En ningún momento, por lo tanto, se han establecido sus objetivos en el formato de las instituciones culturales francesas (*lettre de misión*), o se han negociado los objetivos como en el caso de las agencias y equipamientos culturales ingleses

(*performance contract*), sino que por el contrario no ha habido ningún intento ni organismo de control ni de tutela del equipamiento basado en una definición de objetivos artísticos y de gestión y una evaluación de su desempeño.

Esta falta de control por parte del Gobierno no ha sido sustituida por parte de otros agentes políticos o sociales, en parte por la opacidad en su gestión. Por lo tanto, los únicos controles han sido los informes de la Sindicatura, que da alertas importantes sobre la gestión (generación de déficits, regalo de entradas), sin entrar en el fondo del problema del modelo de gobernanza y gestión (Ministerio de Economía y Hacienda, 2009; Ministerio de Economía y Hacienda, 2013). Asimismo, los mecanismos desarrollados para controlar la gestión por parte de la Generalitat Valenciana son de una formalidad estéril, al concentrarse solo en el cumplimiento de las normas contables (Ministerio de Economía y Hacienda, 2013), sin articular ningún mecanismo de sanción en caso de incumplimiento. Huelga decir que en este contexto no se ha elaborado en sus diez años de existencia ningún tipo de evaluación de los resultados (*outcomes*) y del valor cultural y el valor público creado.

Por otra parte, en el modelo tradicional de las óperas (aplicado también al Palacio Real y parcialmente al Liceu) se ha creado una figura, el intendente, que ejerce en parte de director artístico; está por encima jerárquicamente del gerente económico y desempeña una función de enlace con el poder político, con los mecenas y con la red internacional. Este esquema presenta diversas características: *a)* Su gobernanza se encuentra dividida entre una dirección artística y una gestión empresarial, en vez de articular un *management* estratégico que compatibilice las diferentes líneas de programación combinando eficiencia (ingresos propios) con generación de excelencia cultural y valor público. *b)* Se establece una figura pleni-potenciaria que cuenta con una red social, unos recursos de gestión y un monopolio de la información que le sitúa en una situación de poder respecto a los técnicos de las administraciones públicas e incluso a los responsables políticos que presumiblemente han de controlarlo. *c)* Se generan unos liderazgos y estilos de gestión personalistas que confunden la gestión de un servicio público con un proyecto personal, como se comprobó en la comunicación, donde se incorpora el nombre del intendente junto al del equipamiento. *d)* Es un tipo de desarrollo que ha generado conflictos en otros equipamientos, como es el caso de Gerard Mortier como director artístico del Teatro Real o de Josep Maria Flotats como director fundador del Teatre Nacional de Catalunya, y que tiende a generar una programación orientada más a satisfacer la reputación de los directores en el marco internacional que a responder a las necesidades culturales de la ciudadanía (Sindicatura de Comptes, 2013). *e)* Este modelo de gestión es contrario al modelo de gestión relacional y enfocado a la innovación; es impermeable a la crítica y a la evaluación externa, incluso por parte de organismos oficiales como la Sindicatura de Cuentas, que en 2012 ya diagnosticó graves fallas en la gestión del producto del modelo analizado, como la ausencia de un organigrama formal.

Así, la evolución del Palau de la Música es inseparable de la que ha sido su primera intendente, Helga Schmidt. Nacida en Viena en 1941 en una familia con tradición musical y operística, ha desarrollado toda su carrera profesional en el mundo de las grandes instituciones operísticas: en los años setenta había sido di-

rectora adjunta de la Ópera de Viena, y entre 1973 y 1981 fue la directora de la prestigiosa Royal Opera House de Londres. Desde 2000 se incorporó a tiempo completo al proyecto del Palau de les Arts, al que ha estado vinculada quince años como intendente, sin ganar nunca ningún concurso público para ocupar esta posición. La elección como máxima responsable del proyecto responde únicamente a la voluntad de la Generalitat de introducirse rápidamente en la red de equipamientos de cultura de élite, en la que Schmidt contaba con numerosos contactos por su anterior trayectoria profesional, sin tener en consideración ningún otro argumento en relación con la calidad de la gestión o la capacidad de desarrollar un servicio público.

Su fichaje por parte de los responsables políticos de la Generalitat Valenciana para una ópera sin aún prestigio fue a condición de dejar total carta blanca a la gestión y a cambio de sueldos y privilegios abundantes y superiores a otras instituciones culturales equivalentes en el Estado español.⁷ Su gestión ha estado bien valorada por ciertos sectores culturales por su capacidad de atraer a directores musicales e intérpretes con talento y programar óperas consideradas de excelencia dentro del circuito internacional (Aimeur, 2014). Sin embargo, su gestión ha sido repetidamente polémica por su poco control de los gastos originados por la actividad artística, por un lado, y por sus gastos personales excesivos en viajes y hoteles, por otro. A pesar de estas acusaciones, la Generalitat Valenciana la mantuvo en el cargo, pero finalmente fue detenida e imputada por cobrar comisiones ilegales y obligada a dimitir.⁸ El escándalo público de la policía entrando en el Palau en enero de 2015, junto con el ERE al personal, la dimisión del director de orquesta Zubin Metha en 2014, la caída del *trencadís* de la cubierta principal y la imagen de los andamios de obra durante más de un año (de 2013 a 2015) han acabado por deteriorar la imagen y el prestigio del teatro de ópera diez años después de su apertura (Generalitat Valenciana, 2015b).

Esta gestión autárquica, sin relación con los objetivos de política cultural, respecto a las altas instituciones de artes escénicas de Valencia y a la patrimonializa-

7. No se conoce exactamente la remuneración del cargo de intendente, pero sí que en la fiscalización por parte de la Generalitat Valenciana de las cuentas se detalla que por los dos cargos directivos (incluyendo el de gerente responsable de las finanzas) en 2014 se recibe un total de 145.563 euros, lo que si se dividiera equitativamente (hipótesis que no creemos probable, ya que se trata de un subordinado) supondría una remuneración de 72.000 euros anuales (Generalitat Valenciana, 2015b).

8. La intendente Helga Scmidt ha sido imputada acusada de disolver el departamento de patrocinio de la Fundació Palau de les Arts, crear dos empresas privadas a través de las que gestionaba los patrocinios y llevarse por esta gestión una comisión ilegal que se calcula en 508.000 euros. La Generalitat Valenciana conocía parte de los hechos desde 2013, a partir del llamado «Informe Diógenes», una denuncia anónima proveniente de la propia organización que, a pesar de los datos aportados y la gravedad de las acusaciones, la Conselleria de Cultura ignoró durante dos años (cf., «Saqueo en la ópera de Valencia: la gerente cobra 508.000 € en comisiones», *El mundo*; disponible en línea: <<http://www.elmundo.es/comunidad-valenciana/2015/01/13/54b4378eca4741ef248b4576.html>>).

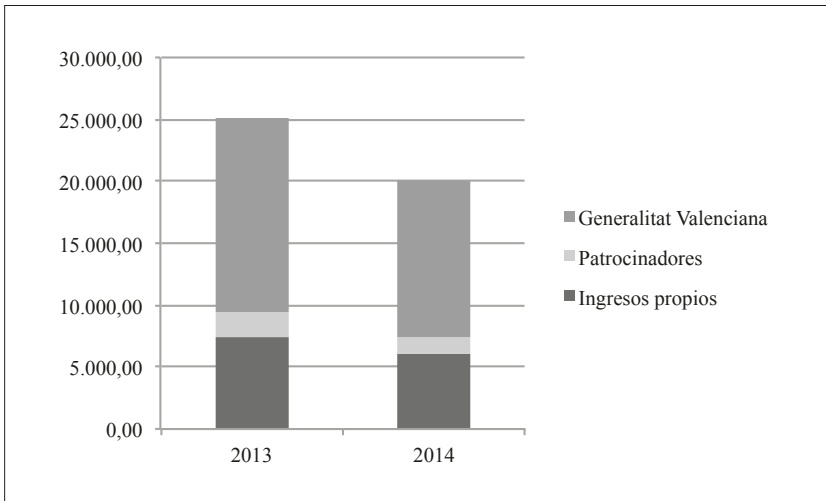
ción por parte del intendente de la institución cultural, ha sido constante y se ha visto reflejada en una programación orientada a la ópera internacional. Y solo en una reducida parte ha sido dedicada a la promoción del patrimonio lírico del país y a los compositores locales: durante las temporadas 2013-2014 y 2014-2015, solo se ha producido una ópera valenciana (pero ninguna en valenciano) y 14 conciertos de bandas de viento autóctonas (Rius-Ulldemolins, 2014a).

Ciertamente, hubo intervencionismo por parte del Gobierno a la hora de dictar alguna programación, como es el caso de la ópera *Los Miserables*, que fue producto de una petición expresa del presidente de la Generalitat Alberto Fabra (Amón, 2015). Pero este hecho aislado no explica el porqué de los 27,4 millones de deuda acumulada en 2014, que son sin duda en parte al menos producto de la estrategia de buscar la calidad artística típica de los directores artísticos (Generalitat Valenciana, 2015c), sin una conciencia ni responsabilidad respecto a las consecuencias de gestión y finalmente a las pérdidas financieras por la institución cultural.

Financiación, gestión y valor público del Palau de les Arts

En cuanto a la eficacia y la eficiencia en la gestión, este modelo se aleja mucho de las ratios de autofinanciación de otras óperas, llegando solo a un 37 % de ingresos propios y mecenazgo, lo que demuestra una gran dependencia de los ingresos públicos en 2014.

GRÁFICO 3.2
Ingresos de la Fundació Palau de les Arts (2013-2014)



Fuente: elaboración propia a partir de datos de la Sindicatura de Comptes de la Generalitat Valenciana (Viñas y Aimeur, 2015).

Según las cuentas de la Generalitat Valenciana, los ingresos por mecenazgo y patrocinio pasaron de 868.000 euros en 2013 a tan solo 429.000 en 2014 (Urfalino, 1989). Si partimos de que el presupuesto global es de 19,3 millones de euros, teóricamente la aportación privada representa solo el 4 %. No obstante, si depuramos este dato y contamos estrictamente las aportaciones del sector privado, la cifra de mecenazgo y patrocinio es aún más exigua, ya que hay que destacar que parte de esta aportación corresponde a administraciones públicas, como el Ajuntament de València (con 238.000 euros), y a entidades participadas por estas, como la Autoridad Portuaria de Valencia (que en 2013 aportaba 30.000 euros). Si sumamos solo las aportaciones de las empresas privadas en 2014, los patrocinios sumaron exclusivamente 142.000 euros, es decir, el 0,7 % del total del presupuesto de la ópera. Una cifra que muestra la falta de compromiso de las empresas con la institución cultural y que se ha evidenciado con la salida del patronato en 2013 de empresas como Iberdrola y Telefónica (2013; 2015). Esta última empresa, además, sigue formando parte (y financiada por tanto) de la Junta de Protectores del Teatro Real de Madrid, lo que muestra el elevado centralismo no solo por parte de las administraciones públicas sino también de las grandes empresas multinacionales de matriz española.

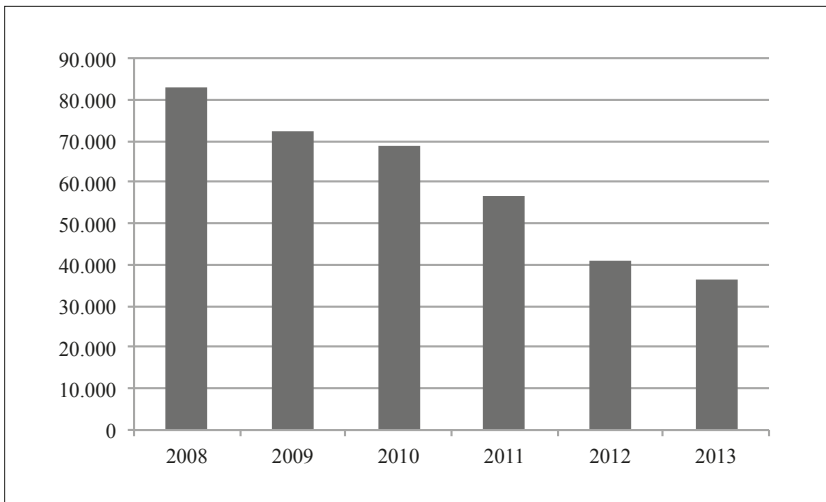
Con relación al sector privado, cabe destacar que muchas de las empresas financiadoras mantienen un estrecho contacto con el sector público. Es el caso de la antigua caja de ahorros Bancaja, cuyo patrocinio ha pasado de 295.000 euros en 2013 a 0 euros en 2014, lo que explica en buena parte la disminución global de los patrocinios. Asimismo, podemos observar que otras empresas patrocinadoras han sido o son empresas que han recibido contratos de obra pública (ACS), prestatarias de concesiones (EULEN) o han desarrollado diversas asesorías de las políticas de recortes (PWC), otorgadas por la Generalitat Valenciana.⁹ En definitiva, la tan celebrada generosidad y participación del sector privado se reduce a un porcentaje

9. En el caso de la empresa ACS, solo hay que recordar que la Unión de Empresas Temporal (UTE) formada por ACS Dragados y Acciona fue la encargada de construir el edificio del Palau de les Arts. Por otra parte, y sin ánimo de exhaustividad, podemos encontrar diversos ejemplos de estas concesiones. 1) La UTE formada por EULEN y GE Healthcare recibió de la Generalitat Valenciana la adjudicación en 2013 del mantenimiento de los equipos de electromedicina de los hospitales de Castellón y La Fe por un importe de 1,7 millones anuales (fuente: EULEN; disponible en línea: <<http://www.eulen.com/es/wp-content/uploads/2014/02/221013.pdf>>). Esta empresa ha sido contratada por el valor de un millón de euros para la vigilancia del recinto desde 2007 y se ha renovado el contrato anualmente sin concurso previo, incumplándose así el Texto Refundido de la Ley de Contratos del Sector Público, RDL 3/2011 (Generalitat Valenciana, 2013; Generalitat Valenciana, 2015b), lo que pone en duda el desinterés de las donaciones que se vienen produciendo desde al menos 2012. 2) PriceWaterhouseCoopers recibió el encargo en 2010 de elaborar un informe sobre las posibilidades de externalización de la RTVV que no fue hecho público (y solo parcialmente) hasta 2012, a pesar de estar pagado con 200.000 euros por parte de la Generalitat Valenciana (fuente: *valenciaplaza*; disponible en línea: <<http://epoca1.valenciaplaza.com/ver/106074/rtvv-perdido-el-informe-de-pwc-para-su-reorganizacion.html>>).

marginal, al tiempo que algunas de las aportaciones de las empresas provienen de sectores regulados que «agradecen» el negocio que se les ha concedido en el Diario Oficial de la Comunidad Valenciana. Podemos decir que lejos de estar ante un sector privado interesado en la cultura nos encontramos frente a una confusión entre sector público e intereses privados que, bajo la apariencia de un modelo anglosajón, esconde un modelo esencialmente subvencionado y atravesado por el clientelismo. Esta situación no solo se aleja mucho de los modelos europeos de política cultural, sino que incluso se encuentra muy por debajo de otros equipamientos de España de dimensión similar.

Asimismo, la gestión de la institución artística ha demostrado no arraigarse a la ciudadanía valenciana. Desde el inicio de la crisis en 2008, como podemos ver en el gráfico 3.3, la cifra de espectadores ha sufrido una bajada del 54 %, contándose tan solo 36.000 espectadores en 2013. Los abonos también han ido disminuyendo hasta los 2.965 de la temporada 2014, con una disminución del 8 % respecto a la temporada anterior (Generalitat Valenciana, 2015a).

GRÁFICO 3.3
Evolución del número de espectadores del Palau de les Arts
(2008-2014)

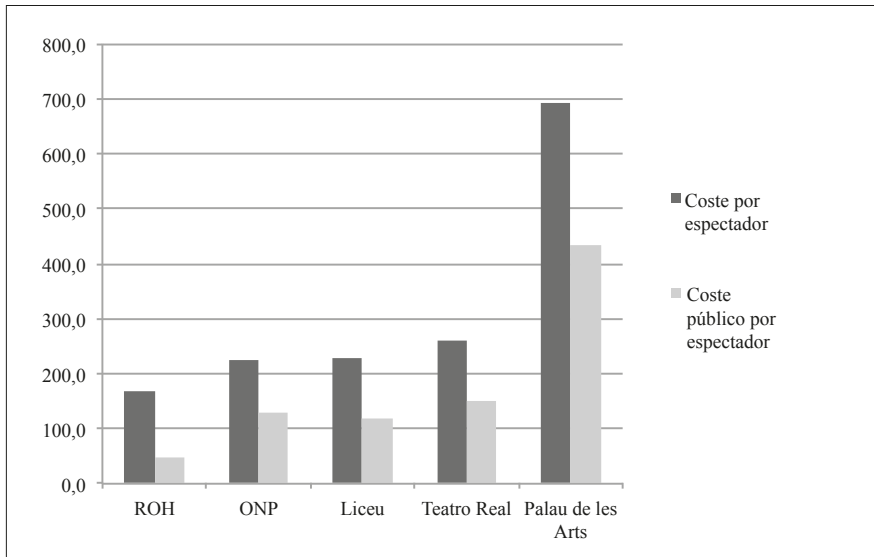


Fuente: elaboración propia a partir de datos de la Fundación SGAE (Generalitat Valenciana, 2015a).

Una evolución dramática que deja el coste espectador en 2013 de 693 euros, una cifra mucho más elevada que en otras óperas internacionales como la Royal Opera House (ROH), la Opéra National de París (ONP) o, dentro del Estado español, el Teatro Real o el Gran Teatre del Liceu. Por otra parte, el coste público por espectador

queda en 2013 en 464 euros, lo que la sitúa en unas cifras mucho más elevadas que las del resto de óperas estudiadas. De hecho, en 2010 el coste público por espectador del Palau de les Arts triplica el coste del Teatro Real o de la ONP, cuatricula el del Liceu y es casi diez veces más elevado que el de la ROH.

GRÁFICO 3.4
Comparación del coste por espectador y coste público por espectador de los teatros de ópera (2010)



Fuente: ROH (Memorias del Arts Council England), ONP (Ministère de la Culture et la Communication), Gran Teatre del Liceu (*Pressupostos de la Generalitat de Catalunya* y *Memòries del Departament de Cultura*), Teatro Real (BOE y Cultura Base).

Si siguiendo este cálculo podemos establecer que los abonados, que tienen derecho a entre seis y cuatro funciones y pagan entre 600 y 200 euros (dependiendo del turno elegido, la ubicación y el número de obras a las que pueden asistir), en realidad reciben un servicio que cuesta de media más de dos mil euros. Siendo el coste del abono un precio no accesible a personas de baja capacidad adquisitiva, podemos calcular que este no es un servicio público distributivo, sino regresivo, es decir, que financia con los impuestos de todos los ciudadanos sin distinción de renta los servicios de personas con rentas medias y altas. Esto, en una comunidad autónoma con graves problemas de endeudamiento y que ha recortado servicios públicos e incluso eliminado servicios públicos como la televisión autonómica (Generalitat Valenciana, 2015c), convierte la institución en un gran elefante blanco, es decir, en una institución con graves problemas de sostenibilidad y legitimidad a corto y medio plazo.

Ciertamente, en 2015 se elaboró el Plan Estratégico 2015-2018,¹⁰ que situaba el objetivo de conseguir un escenario de financiación, según declaraciones del director de la fundación «formado por un 30 % de subvenciones, un 30 % de patrocinios e ingresos propios y un 30 % de ingresos por venta de entradas» [sic] (2015). Aparte de dejarse un 10 % por justificar (la suma de los porcentajes solo llega al 90 %), esta fórmula, que normalmente se expresa en tres tercios, se ha convertido en un lugar común de la buena gestión cultural en España. Sin embargo, no deja de ser un deseo muy poco realista, como lo muestra que ningún equipamiento pueda siquiera acercarse a estas ratios de generación de recursos propios (Flor, 2015). De hecho, se trata de porcentajes que solo obtienen instituciones culturales históricas, de renombre mundial, en países de larga tradición de mecenazgo empresarial y también individual y situados en ciudades globales que concentran grandes flujos de población altamente educada y de turismo cultural, como es el caso de la Royal Opera House de Londres (Generalitat Valenciana, 2015a: 69). Asimismo los indicadores establecidos en los presupuestos de 2014 no incluían ni objetivos de público ni de autofinanciación, en realidad ni cuenta con un plan de gestión ni con indicadores de evaluación ni con incentivos para cumplirlo (Rubio y Rius-Ulldemolins, 2012).

Balance: ¿de la joya de la corona a un peso muerto?

Los equipamientos culturales, en general, y los teatros de ópera, en particular, constituyen un terreno de estudio relativamente inexplorado por parte de las ciencias sociales, a pesar de que en los últimos años han ido atrayendo mayor atención por parte de la comunidad académica y el mundo de la consultoría (Rius-Ulldemolins y Rubio, 2013; Rubio *et al.*, 2014). Esta atención se debe a la mayor centralidad que ocupan estas instituciones para las políticas culturales y como instrumentos de regeneración urbana o *branding* territorial (*cf.* Generalitat Valenciana, 2015c). Es

10. El Plan Estratégico 2015-2018 fue elaborado en 2014 por la dirección económica del Palau de les Arts para responder al déficit y a la deuda creciente de la institución operística. Cabe destacar que ni en la fase de diagnóstico ni en la de definición del propio plan se contó con el resto de agentes del sector musical ni con otros agentes sociales o ciudadanos. Así mismo, el hecho de que haya sido elaborado por la dirección económica y no por la dirección artística es un síntoma de la desconexión entre gestión artística y gestión económico-operativa y de la falta de una visión integral de la gestión. Por otro lado, las medidas que se prevén son simplemente planes para incrementar los ingresos (conseguir unos ingresos propios del 50 % a través, por ejemplo, de la potenciación del turismo cultural) o medidas de ahorro (aumentar las coproducciones con otras instituciones operísticas) poco creíbles en un entorno de crisis económica y de los presupuestos de cultura, sin una modificación de sus objetivos y en ausencia de un compromiso y firme implicación de la parte artística de la organización, que de hecho es la que genera el gasto. Finalmente, la única medida que el Plan Estratégico preveía en relación con la gobernanza, la entrada del Ministerio de Educación y Cultura en el Patronato del Palau de les Arts, no ha sido ni tomada en consideración en Madrid.

precisamente esta mayor centralidad en la agenda política y económica la que precisamente da las claves para entender algunas de las principales realizaciones en este campo, entendiéndolas como elefantes blancos culturales (Rius-Ulldemolins y Rubio, 2013), es decir, los equipamientos culturales públicos sobredimensionados que generan un gasto mayor que el valor público que aportan, siendo por tanto insostenibles económica y políticamente a medio y largo plazo.

Esta tendencia ha sido especialmente acusada en general en Valencia durante los últimos veinte años, especialmente en el *cap i casal*, bajo el dominio del Partido Popular y el desarrollo de un modelo de desarrollo económico y planeamiento urbano de tipo neoliberal que ha instrumentalizado la cultura como forma de potenciación y legitimación de estos proyectos estratégicos, como la Ciutat de les Arts i les Ciències, donde se incluye el Palau de les Arts (Evans, 2003; Rius-Ulldemolins y Sánchez, 2015). Es en este marco donde hay que situar el desarrollo de una institución de la alta cultura característica del siglo XIX, un teatro de ópera en pleno siglo XXI con una gestión propia del siglo XX: financiación pública, pero con una misión al servicio de la calidad artística entendida en términos de alta cultura (y a mayor gloria del director artístico), con una ausencia de control legitimada por la retórica neoliberal de la «agilidad de la gestión privada».

Finalmente, con relación a la creación de valor público, es decir, el valor que aporta a la ciudadanía, entendemos que el coste total que suponen la mala gestión desarrollada y la falta de compromiso de las élites sociales y económicas convierte el Palau de les Arts en una institución cultural sin un valor para los y las ciudadano/as del País Valenciano, convirtiéndose así en una institución no distributiva a nivel social y cultural; todo lo contrario, regresiva, sin una legitimación clara para su funcionamiento como institución pública. El modelo de desarrollo urbano de tipo neoliberal que ha motivado la creación de la institución cultural se expresa claramente con un modelo neoliberal en sus efectos sociales. Asimismo, los beneficios intangibles (y ahora discutibles) en la imagen de la ciudad de Valencia no compensan, desde nuestro punto de vista, estos costes reales, concretos e insoslayables para las maltratadas finanzas públicas valencianas y por los escasos recursos para la cultura local. Lo que lo convierte en definitiva en un elefante blanco cultural, ahora mismo desbocado, que ha dejado tras de sí un escenario de devastación de fantasías megalomaniacas, descontrol y despilfarro en la gestión e insensibilidad frente a los objetivos de democratización cultural que debería presidir toda política e institución cultural pública.

4 Coda: promoción de la gobernanza, la participación y la sostenibilidad en la política cultural

La política cultural en la ciudad emprendedora

La relación entre los modelos de desarrollo local y la política cultural es uno de los puntos de debate clave sobre el rol que desarrolla la cultura, en el que han destacado algunas ciudades (Rius-Ulldemolins *et al.*, 2015). En el marco de estos análisis se ha destacado la creciente importancia de las orientaciones instrumentalizadoras de la cultura (Hernández i Martí, 2013; Hernández i Martí *et al.*, 2014) en la definición de las políticas culturales locales, que han adquirido un nuevo protagonismo (Muntaner, 2007). De este modo, la relación entre los modelos de desarrollo local y la política cultural es uno de los puntos de debate esencial sobre el papel que desarrolla la cultura, en el que han destacado algunas ciudades, como es el caso –entre otras– de Glasgow (Belfiore, 2002; Gray, 2007), Liverpool (Connolly, 2011), Bilbao (García, 2004) o Barcelona (Connolly, 2011). Estos casos han sido considerados un modelo para otras ciudades deseosas de proyectarse como ciudad global (González, 2011) o ciudad creativa (Muntaner, 2007). En el marco de estos análisis se ha destacado la creciente importancia de las orientaciones instrumentalizadoras de la cultura (Sassen, 1991) en la definición de las políticas culturales locales, que han tomado un nuevo protagonismo (Landry y Bianchini, 1995).

A partir de los años noventa, con la irrupción en el Gobierno británico del Nuevo Laborismo, la cultura y la creatividad son concebidas, además de como un motor del desarrollo económico y urbano, como un instrumento para la cohesión social. Se profundiza entonces en una tendencia a instrumentalizar la política cultural para fines de otras agendas de política pública (Belfiore, 2002; Gray, 2007), a pesar de que no se ha demostrado de forma empírica su efectividad (Connolly, 2011). En este contexto se produce un cambio en los objetivos de la política cultural como política social, respaldado por un giro conceptual en el que la concepción redistributiva es desplazada por la idea de la cultura como factor de inclusión social (Gray, 2007), una nueva orientación que sitúa a los gobiernos locales como líderes de las políticas culturales por encima de las políticas culturales estatales, de carácter tradicionalmente redistributivo (Belfiore, 2002).

No obstante, no todas las transformaciones de la política cultural son interpretables a partir de su instrumentalización, sino que algunas se explican por factores

endógenos e históricos, como la tendencia a una mayor interrelación entre los actores públicos, privados y del tercer sector que la componen. En el marco local, y teniendo en cuenta la creciente complejidad de la dinámica cultural contemporánea, la política cultural se está concibiendo cada vez más desde una perspectiva sistémica y estratégica (Connolly, 2011). Es en las ciudades donde esta tendencia es más tangible (Evans, 2001: 221), expresándose en nuevas formas de gobernanza cultural y orientada la política cultural hacia una estrategia de fertilización intersectorial, con el objetivo de crear valor cultural local (Menger, 2010) en un contexto de competitividad global entre ciudades creativas (Cherbo y Wyszomirski, 2000). En este marco la dimensión organizativa de la política cultural se reconfigura bajo la nueva gestión pública (Currid, 2007), agencializando e instrumentalizando las organizaciones culturales financiadas públicamente para la consecución de estos nuevos objetivos (Menger, 2010). Con esto, los dilemas de la política cultural (Belfiore, 2004) planteados hace veinte años siguen vigentes: efecto final *versus* valor cultural, grandes eventos *versus* pequeñas acciones, proyección internacional *versus* desarrollo local.

En este sentido, Barcelona es una ciudad pionera en la adopción de este modelo de política cultural emprendedora, en el que como veremos se expresan las potencialidades y contradicciones de este modelo (Gray, 2008; Rius-Ulldemolins y Rubio, 2013). Asimismo, lejos de ejercer una simple instrumentalización de la cultura, en el caso barcelonés se ha intentado superar los dilemas planteados por Bianchini (*op. cit.*) a partir de una aproximación más sistemática que podemos llamar gobernanza cultural local, orientada a la generación de valor cultural (Bianchini, 1993a) o, en palabras de Pierre-Michel Menger (Degen y García, 2008; Rius-Ulldemolins y Sánchez, 2015), una *generatividad* cultural. Asimismo, también en el caso barcelonés, se ha pretendido –no siempre con éxito– el efecto negativo de una estrategia de promoción cultural estandarizadora basada en una cultura global o en grandes eventos e infraestructuras (Rius-Ulldemolins, 2005), en función de los recursos locales y aprovechando de este modo sus singularidades, como la lengua propia, su patrimonio arquitectónico, el diseño urbano o las producciones de los creadores autóctonos (2010).

Política cultural, grandes eventos y los límites de la ciudad creativa

Desde los años noventa, en paralelo al surgimiento del paradigma de la ciudad creativa –hasta el punto de que a veces se puede confundir con ella– han surgido diversas orientaciones que pretenden otorgar una mayor sistematicidad, interrelación y equilibrio en los objetivos a la política cultural. A esta orientación se la ha llamado «nuevo paradigma de la política cultural», refiriéndose al desarrollo en el marco local de una gobernanza cultural local orientada a la generación de valor cultural (Evans, 2003; Rius-Ulldemolins *et al.*, 2015), una generatividad cultural centrada en el marco local (Julier, 2005; Rius-Ulldemolins, 2014) o una tendencia a apostar por una planificación de políticas culturales sostenibles (Rius-Ulldemo-

lins, 2005). Más recientemente, algunos autores han planteado la necesidad de analizar la política cultural como un sistema integrado de interacciones (2010).

Este nuevo paradigma, cuyo campo de intervención se plantearía ahora como más amplio, ya que comprendería no solo el segmento profesional de la actividad artística tradicional, sino también el de la cultura más comercial –las industrias culturales– y la actividad cultural informal, como la actividad *amateur* y la de base comunitaria (Duxbury y Jeannotte, 2011; Evans y Foord, 2008; Kagan y Hahn, 2011). Al mismo tiempo, la perspectiva de intervención tendería a cubrir muchas nuevas cuestiones, como temas fiscales y financieros, de regulación de derechos, de política comercial, tecnológica o de competencia, temas todos ellos que inciden globalmente en una gran diversidad de actividades creativas y que también implican a una gran diversidad de administraciones.

Por otra parte, la concepción del mundo cultural en el que se pretendería incidir es mucho más compleja y sistemática. Si nos referimos a los profesionales de la política cultural en Norteamérica, se constata, por ejemplo, que existe «una creciente conciencia sobre las intersecciones y vínculos existentes entre el sector artístico no comercial, el sector del entretenimiento y el sector artístico informal» (Comunian, 2011; Rodríguez Morató, 2012), y actualmente está emergiendo un enfoque sistémico de la política cultural. La «unidad de atención» ya no sería, en esta perspectiva, ni un artista individual ni una organización o proyecto concreto, ni siquiera una disciplina artística en particular, sino todo el sistema cultural. Y, finalmente, en consonancia con esta representación, las formas de actuación de la política cultural de hoy tenderían a ser, por un lado, más complicadas, combinando medidas de carácter muy diverso (por ejemplo, medidas de carácter fiscal y financiero y medidas de promoción artística o de cuotas de programación), y por otro, mucho más estratégicas, en el sentido de que los poderes públicos tratarían ahora de vincular sus actuaciones a la multiplicidad de agentes que operan en el campo cultural (creadores, empresarios, intermediarios, fundaciones, asociaciones, etc.).

El cambio de paradigma no implica en sí mismo una eliminación de los objetivos y paradigmas de actuación precedentes (democratización cultural, democracia cultural e instrumentalización económica y social), puesto que la política cultural se ha desarrollado estos cincuenta años por adición de objetivos, discursos legitimadores y campos de actuación (Becker, 1984). En cambio, sí representa un intento de fusionarse de un modo que el sistema en conjunto se reorienta hacia una producción de valor cultural (Cherbo y Wyszomirski, 2000) en los contextos urbano (Moulin, 1997; Urfalino, 1996) o regional (Rius-Ulldemolins, 2005). Entendemos, pues, que se trata de un cambio en el sistema de la política cultural, en el sentido que le otorga Piotr Sztompka al cambio social (Currid, 2007), es decir, al número de agentes culturales que no ha cesado de aumentar en las últimas décadas, a su nivel de interrelación e interdependencia entre los diferentes agentes culturales, a las funciones que desarrollan estos mucho más diversas e integradas entre ellas –como los museos o instituciones culturales–, a una redefinición de las fronteras que la definen (mucho más porosas e indefinidas, integrando a agentes

de otros campos), al número de subsistemas que incluye (integrando la creación, intermediación, difusión) o a la influencia del entorno (por ejemplo, la influencia de la esfera económica o urbana, cada vez más relevante).

Democratización de la cultura, protección de la creación y reconocimiento de la diversidad cultural

El principio más significativo que ha orientado la política cultural como esfera legítima de intervención pública en la sociedad es su carácter democratizador, es decir, la capacidad de redistribuir los bienes culturales y simbólicos a todos los ciudadanos y ciudadanas (Molotch, 1996 y 2002). La esfera cultural se configura en el siglo XIX como una esfera separada y controlada por las élites emergentes, produciéndose desde entonces varios intentos de difundir al conjunto de la población, revelándose a menudo los obstáculos sociales y la desigualdad de base en el dominio de los recursos culturales que caracterizan a la sociedad de clases moderna (Sztompka, 1993).

La aparición de la cultura de masas a partir del siglo XX difumina, pero no elimina, las fronteras entre niveles culturales, alejando y dificultando el acceso de gran parte de la población al patrimonio cultural y a la creación contemporánea (Urfalino, 1996). Desde la invención de la política cultural a mediados del siglo XX los gobiernos democráticos intentan difundir, con mayor o menor éxito y coherencia, la cultura en todas las capas sociales, pero desde una perspectiva paternalista (Bennett *et al.*, 2010). Asimismo, intentan proteger a los creadores de las presiones comerciales, dotándolos de recursos y espacios de libertad para la experimentación. Finalmente, será a partir del último tercio del siglo XX cuando la política cultural se oriente de forma progresiva hacia una mayor participación social en la concepción y gestión de la política cultural y en el reconocimiento de la diversidad cultural (social y nacional) y del valor de la creatividad de toda la ciudadanía como fuente de riqueza social (Bourdieu *et al.*, 2003).

Ciertamente, en las últimas décadas las políticas culturales han sido descubiertas por las élites como instrumento para favorecer el desarrollo económico y urbano y para extraer rentas y oportunidades de negocio (Dubois, 1999 y 2016). La cultura en este contexto ha ganado centralidad política y urbana pero ha perdido autonomía, lo que ha generado efectos no deseados por la mayoría, como la elitización urbana, la segregación social, la especulación, etc. (Moulin, 1997). Según todo lo analizado en el libro, entendemos que hay que rescatar la política cultural de estas instrumentalizaciones y volver a poner los intereses de la ciudadanía y las estrategias a largo plazo en el centro de la política cultural. Si los principales objetivos de la política cultural deben ser la democratización de la cultura y el reconocimiento de la diversidad cultural, los instrumentos han de estar alineados con estos objetivos, priorizando aquellas actuaciones y equipamientos que pueden ofrecer una capacidad de cumplimiento mayor y más eficiente.

Gobernanza y participación en la concepción, tutela y evaluación de las políticas culturales

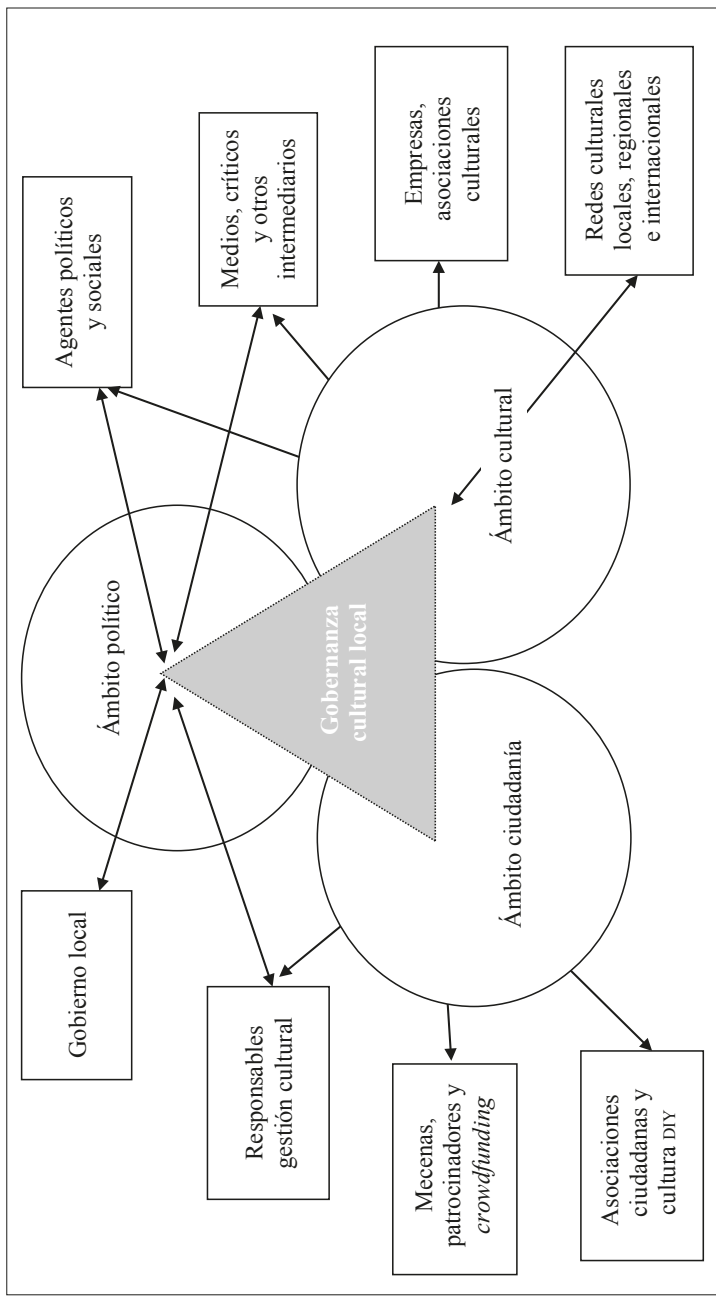
La gobernanza debe entenderse como un buen gobierno, un gobierno complejo que une el sector público en sus diversos niveles y agencias y que engloba también a los agentes del sector privado y del tercer sector para conseguir gobernar y resolver problemas sociales complejos (como los retos de la política cultural) a los que una sola administración no conseguiría enfrentarse con garantías de éxito (Harvey, 2005).

Para entender la verdadera potencialidad de la gobernanza cultural hay que cambiar al mismo tiempo el paradigma desde el que analizamos y conceptualizamos la cultura (Rius-Ulldemolins y Sánchez, 2015). Hay que abandonar las visiones restrictivas de la cultura, que se fijan solo en la alta cultura, o las visiones economicistas que observan los sectores culturales como un sector económico que ha de ser instrumentalizado. Por el contrario, hay que considerar la cultura como un frágil ecosistema en el que se produce una cooperación entre agentes para conseguir crear las condiciones con las que desarrollar los procesos de creación, intermediación y recepción cultural.

Por lo tanto, el espacio social e institucional de la política cultural debe concebirse como un espacio de relaciones entre diversos sectores (administraciones públicas, sector cultural privado –lucrativo y tercer sector– y ciudadanía) y de las distintas relaciones de intercambio de información, influencia, dependencia y financiación. En el cruce de estos tres ámbitos se debe situar la gestión cultural, entendida como gobierno del sistema cultural local y teniendo en cuenta que la generación de valor por parte de la política cultural ha de incardinarse en este esquema relacional. Un valor que debe combinar el valor público (el valor que crea la política para la ciudadanía), el valor cultural (el valor intrínseco de la cultura creada profesionalmente, de forma *amateur* o en casa, el llamado *DIY –Do It Yourself–*) y el valor de crear un bien común o espacio social en el que todos puedan disfrutar de un ocio y un aprendizaje compartidos (Bonet, 2011; Rius-Ulldemolins, 2015).

Sin embargo, diferentes experiencias en participación cultural señalan los límites de la gobernanza como dispositivo de elaboración de las políticas públicas si esta se convierte en un canal para el mayor control de las élites económicas y culturales de los cargos electos, o bien si estos organismos de gobernanza y participación crean «consejos de notables», o un espacio de representación de los intereses creados de los sectores culturales en el que la participación es puramente ritualista y sin una dinámica de trabajo real ni incidencia efectiva en el sistema cultural local. Consecuentemente, el necesario esfuerzo para concretar las políticas culturales debe estar diseñado de forma que este tipo de organismos respondan a esta necesidad de gobernanza y participación y actúen dentro del sistema como una agencia de dinamización y cambio de las políticas culturales locales (Rius-Ulldemolins, 2005).

GRÁFICO 4.1
Ámbitos de la cultura, agentes culturales y gobernanza cultural local



Fuente: elaboración propia.

Centralidad urbana e innovación cultural

La capitalidad cultural debe entenderse como la capacidad de generar atracción cultural y de producir un relato sobre la ciudad uno de cuyos componentes principales sea la creación contemporánea. La identificación de patrimonio material e inmaterial y el vínculo con las prácticas culturales cultas, populares o subculturales deben formar parte de una nueva imagen (*branding*) avanzada y dinámica (Willis, 1990). Para generar capitalidad cultural son fundamentales las industrias culturales y las alianzas con otros sectores creativos locales, nacionales e internacionales (Patricio Mulero y Rius-Ulldemolins, 2017).

La capitalidad cultural de las ciudades se ejerce en varias dimensiones: *a)* Una primera dimensión que parte del propio sistema cultural y de la dinámica endógena: la identidad local cristalizada en el patrimonio cultural e histórico y la creatividad de las escenas culturales locales. *b)* Una segunda dimensión con relación al país en el que la ciudad ejerce de antena y altavoz de la creatividad del territorio. *c)* Y una dimensión hacia fuera a nivel estatal e internacional que podemos llamar creación de marca de ciudad o *branding* urbano. Estos tres niveles deben estar interrelacionados con el fin de no caer en la palabrería propagandística sobre la creatividad y la innovación local, o lo que es peor, en una instrumentalización elitista de la imagen de la ciudad que, como bien común que constituye, debe estar participada y consensuada por todos los agentes culturales y el conjunto de la ciudadanía. Asimismo, los ejercicios de creación de marca de forma elitista sin un contenido real ni singularidad local están siendo desacreditados por su falta de autenticidad y su carácter banal y repetitivo (Rosi, 2014). Al mismo tiempo, el programa de generación de marca ha de ir acompañado de un programa de actuaciones que estimule la configuración de los recursos patrimoniales materiales e inmateriales y la identidad local de las escenas creativas para articular el país y proyectarse a nivel extrarregional. Uno de los instrumentos privilegiados para ello son los grandes equipamientos culturales y las ferias y festivales culturales (Patricio Mulero y Rius-Ulldemolins, 2017).

Por otra parte, la innovación cultural surge de la capacidad de los/as creadores/as de generar nuevos focos de interés cultural, nuevas cooperaciones entre ellos/as y de producir conexiones con los públicos. En el mundo cultural contemporáneo estas creaciones se expresan en los clústeres o aglomeraciones culturales que concentran estas dinámicas creativas emergentes, de los que las ciudades de Barcelona y Valencia presentan numerosos casos destacables. En este habría que hacer un *mapping* de las instituciones culturales y al mismo tiempo de las iniciativas relacionadas con el territorio y que tienen un interés más de distrito o local. En este sentido, se pueden configurar clústeres no como una mera agregación indiferenciada de activados más o menos relacionadas con la cultura, sino clústeres sectoriales, de tipo más industrial, o urbanos, relacionados con las culturas más emergentes. En este caso, hay que tomar en consideración la conformación de clústeres en barrios de especial interés y favorecer subprocesos de planificación cultural a nivel de barrio, empezando por aquellos que despuntan en este sentido. Explorar la capacidad de generar una marca de barrio inclusiva y sus impactos

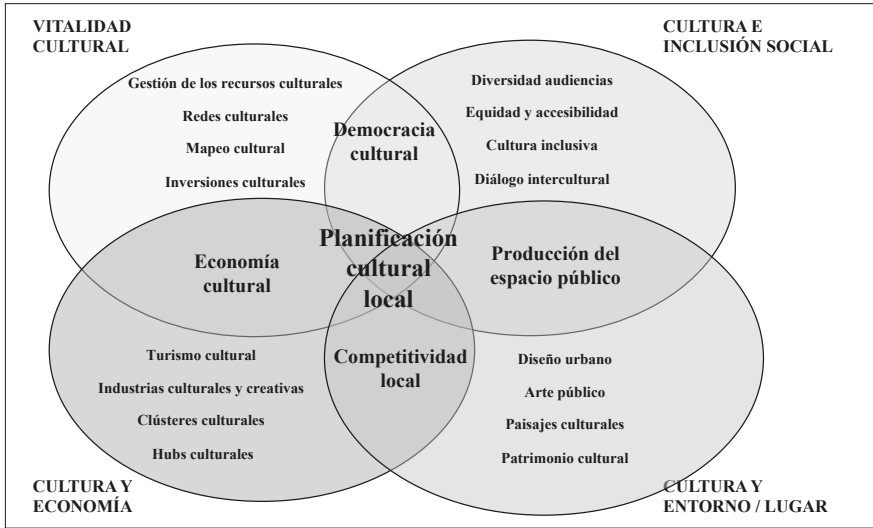
urbanos y sociales. Por otra parte, el *mapping* debería ser desarrollado siguiendo las metodologías de la Agenda 21 de la cultura, a partir de herramientas cualitativas, interpelando a los agentes culturales locales y a la asistencia técnica de geógrafos o urbanistas (Ren y Blichfeldt, 2011).

Un paradigma que supere el modelo instrumentalizador de la ciudad creativa: la apuesta por la sostenibilidad

En el contexto del paso a la economía fordista y a la aparición de los paradigmas de la ciudad creativa (García, 2004), el marco local ha tomado un nuevo protagonismo y sus gobiernos han cambiado y han ganado peso, convirtiéndose en elementos clave para el desarrollo de las ciudades (Pascual, 2008). Esta orientación, que ha conducido a la generación de éxitos en términos económicos y turísticos, también ha demostrado sus límites al convertir el espacio urbano en una marca dirigida a inversores y alejándolo de las necesidades y prácticas de sus propios habitantes (Landry y Bianchini, 1995). Y lo que es peor, la orientación de la ciudad creativa a menudo ha degenerado en la construcción de elefantes blancos que suponen un despilfarro de fondos públicos, una pérdida de oportunidades de invertir en una cultura de base sostenible y una hipoteca a medio plazo para la política cultural (Ríos-Ulldemolins *et al.*, 2017a). Es por ello por lo que existe un intenso debate a nivel internacional para reconstruir un paradigma de política cultural posciudad creativa que haga compatible una promoción de la creatividad local con una aproximación sostenible hacia la cultura y el desarrollo urbano (Scott, 2001 y 2010). En este sentido, como podemos ver en el gráfico 4.2, ha habido actuaciones que plantean la necesidad de desarrollar una aproximación equilibrada entre las áreas de vitalidad cultural, cultura y economía, cultura e inclusión social y cultural y entorno-lugar. Un equilibrio que constituye la base para conseguir desarrollar las intersecciones, la economía cultural y la competitividad local, al tiempo que se promueve la producción del espacio público y la democracia cultural, evitando así los excesos instrumentalizadores y los efectos neoliberales de una aproximación excesivamente anclada en el eje economicista.

En definitiva, se trata de redefinir la base de legitimación de la cultura, recuperando la idea fundacional de la democratización cultural, pero sin renunciar a ampliar sus objetivos hacia un impacto social más holístico e integrador (Duxbury y Jeannotte, 2010; Kagan y Hahn, 2011). Si en el modelo de la ciudad creativa el acento está puesto en su legitimación económica, en el de la sostenibilidad la cultura se legitima por su capacidad para vehicular valores que faciliten transformaciones sociales hacia un modo de vida sostenible, y por lo tanto es una pieza vital en el bienestar social, económico y medioambiental. En esas transformaciones la creatividad como rasgo común al ser humano es clave (Sánchez *et al.*, 2013). Desde esta mirada, la cultura se plantea como una forma de agencia (Subirats *et al.*, 2010) y tiene un carácter preeminentemente participativo, donde los creativos son catalizadores del cambio social y del empoderamiento comunitario; «agentes de trans-polinización intercultural entre diferentes redes y contextos urbanos» (ibíd.,

GRÁFICO 4.2
Cultura y sostenibilidad en la planificación cultural local



Fuente: elaboración propia a partir de *Municipal Cultural Planning Incorporated* (2016).

2011: 19). Asimismo, el enfoque de la sostenibilidad no niega por completo los principios del paradigma de la ciudad creativa, sino que cuestiona, por un lado, su impacto negativo sobre la sostenibilidad ambiental y económica y la equidad social como bases para la resiliencia de una comunidad (Duxbury y Jeannotte, 2011; Hawkes, 2001); por otro lado, se propone hacer un *re-shaping* de algunos aspectos de la ciudad creativa, dentro de la lógica de la ciudad sostenible, a partir de la reconceptualización del concepto de creatividad y de sus usos sociales, en la línea de lo que propone la Unesco a partir de 2005, con el fin de convertir la creatividad en una herramienta para el desarrollo sostenible y la protección de la diversidad.

Anexo

Relación de las personas entrevistadas

<i>N.º</i>	<i>Entrevistado</i>	<i>Entidad o institución</i>	<i>Año</i>
1	Jordi Barnadas	Director de la Galeria Jordi Barnadas	2000
2	Cruz Serrahima	Directora de la Galeria Serrahima	2000
3	Toni Berini	Directora de la Galeria Toni Berini	2000
4	Ferran Cano	Director de la Galeria Ferran Cano	2000
5	Carlos Duran	Director de la Galeria Senda	2000
6	Eduard Miralles	Jefe del Servei de Recursos Culturals (Àrea de Cultura Diputació de Barcelona)	2003
7	Xavier Filella	Regidor de Cultura del Ajuntament de Reus	2003
8	Antoni Llevot	Regidor de Cultura del Ajuntament de Lleida	2003
9	Joan Guitart	Antic conseller de Cultura	2003
10	Joan Pluma	Regidor de Cultura del Ajuntament de Girona	2003
11	Josep Altayó	Responsable cultura ICV	2003
12	Josep Ma. Carbonell	Diputat y responsable cultura psc	2003
13	Xavier Soler	Responsable cultura ciu	2003
14	Joseph Maria Vall	Responsable cultura ERC	2003
15	Joan Frances Marco	Antiguo diputado y presidente del Àrea de Cultura de la Diputació de Barcelona	2003
16	Vicenç Llorca	Jefe de la Direcció General de Promoció Cultural	2003

<i>N.º</i>	<i>Entrevistado</i>	<i>Entidad o institución</i>	<i>Año</i>
17	Pep Subirós	Antiguo coordinador del Àrea de Cultura del Ajuntament de Barcelona	2003
18	Vicenç Villatoro	Director CCRTV y antiguo DG Promoció Cultural	2003
19	Irene Martínez	Exjefe Serveis Personals Districte Ciutat Vella	2004
20	Carles Martí	Regidor distrito Ciutat Vella	2004
21	Marc Aureli Santos	Jefe de proyectos, FOCIVESA	2004
22	Berta Sureda	Serveis Culturals del CCCB	2004
23	Lluís Cabrera	Taller de Músics	2004
24	Ricard Gomà	Regidor de Benestar Social del Ajuntament de Barcelona	2004
25	Roser Palol	Sindicalista y nueva vecina del Raval	2004
26	Jorge Ribalta	Serveis Culturals MACBA	2004
27	Jesús i Eli	Revista <i>Masala</i>	2004
28	Macarena G. de Vega	Almazén	2004
29	Antoni Deulofeu	Rector parroquia St. Agustí	2004
30	Albert Grau	Director IES Miquel Tarradell	2004
31	Gaspar Maza	Educador social CSP Raval Sud	2004
32	Martí Abella	Jefe de comunicación, FOCIVESA	2004
33	Octavi Alexandre	Urbanista y participante VDBV	2004
34	Pep García	Presidente de la Associació Veïns Raval	2004
35	Iñaki García	El Lokal	2004
36	Rosa Gil	Casa Leopoldo	2004
37	Rosa Llop, Joan Leandre	Col·lectiu OVNI	2004
38	Teresa Roca	Taula del Raval	2004
39	Rosa Balaguer	Directora del Casal dels Infants del Raval	2004
40	Carme Guasch	Associació Sòcio-cultural Ibn Batuta	2004
41	Jomi Murlans	Gerente del FAD	2004
42	Manolo Borja-Villel	Director del MACBA	2004
43	Vladimir Olivella	Presidente TEB	2004

<i>N.º</i>	<i>Entrevistado</i>	<i>Entidad o institución</i>	<i>Año</i>
44	Carmen de Dios	Jefe de zona de Serveis Personals	2004
45	Josep Ramoneda	Director del CCCB	2004
46	Emili Álvarez	Galería dels Àngels i vicepresident FTR	2004
47	Mikel Aramburu	Antropólogo	2004
48	Manuel Delgado	Profesor de Antropología UB	2004
49	Jordi Martí	Gerente del CCCB	2004
50	Eugeni Madueño	Periodista <i>La Vanguardia</i>	2004
51	Jaume Badia	Exgerente del CCCB	2004
52	Oriol Bohigas	Arquitecto y exregidor de Cultura del Ajuntament de Barcelona	2004
53	Manel González	Coordinadora Contra l'Especulació al Raval	2004
54	Bartomeu Marí	Director del MACBA	2011
55	Daniel Martínez	Gerente de FOCUS	2011
56	Ferran Mascarell	Consejero de Cultura	2011
57	Jordi Martí	Regidor de Cultura del Ajuntament de Barcelona	2011
58	Carme Sais	Jefe de Cultura de Girona	2011
59	Rafa Milan	Jefe de Cultura de El Prat	2011
60	Amadeu Aguado	Regidor de Cultura del Ajuntament de Terrassa	2011
61	Valentí Oviedo	Gerente del teatro Kursaal	2011
62	Salvador Sunyer	Director del Festival Temporada Alta	2011
63	José Manuel Lara Bosch	Director Grup Planeta	2011
64	Lluís Noguera	Secretario General de Cultura	2011
65	Oriol Picas	Subdirector general Equipaments Culturals	2011
66	Marta Clarí	Gerente ICUB	2011
67	Jaume Ciurana	Regidor de Cultura del Ajuntament de Barcelona	2012
68	Pepe Serra	Director del MNAC	2012
69	Joaquim Garrigosa	Auditori	2012
70	Sergi Belbel	Teatre Nacional de Catalunya	2012

<i>N.º</i>	<i>Entrevistado</i>	<i>Entidad o institución</i>	<i>Año</i>
71	Antonio Ariño	Vicerrector de Cultura de la Universitat de València	2016
72	Gil-Manuel Hernández	Director Museu Faller	2016
73	David Estal	Arquitecto	2016
74	Maribel Domenech	Profesora de la UV y experta en artes visuales	2016
75	Antonio Bravo	Subdirector de Patrimoni Cultural i Museus de la Generalitat Valenciana	2016
76	Javier de Lucas	Director IDH	2016
77	Maria Oliver	Regidora de Acció Cultural	2016
78	Albert Girona Albuixech	Secretario de Cultura de la Generalitat Valenciana	2016
79	Vicent Flor	Director de la Institució Alfons el Magnànim	2016
80	Miguel G. Cortés	IVAM	2016
81	Francesc Tamarit	Museu Valencià d'Etnologia	2016
82	Rafa Company	Director del MUVIM	2016
83	Núria Enguita	Per Amor a l'Art	2016
84	Aristide Rosel	PICUV	2016
85	Toni Gisbert	Secretario de Acció Cultural del País Valencià	2016
86	David Cases Sena	Gremi de Llibrers	2016
87	Lluís Miguel Campos	Productors Audiovisuals Valencians	2016
88	Vicent Colonques	Coordinadora Valenciana de Músics	2016
89	Maria Luisa Peydro	Las Naves	2016
90	Enrique Vidal	Director de CACSA	2016

Bibliografía

- ADETCA (2010): *Teatros de Barcelona. Estadísticas de las temporadas 2000-2010*, Barcelona, ADETCA (Associació d'Empreses de Teatre de Catalunya).
- AGID, Philippe y Jean Claude TARONDEAU (2006): *L'Opéra de Paris. Gouverner une grande institution culturelle*, París, Éditions Vuibert.
- AGID, Philippe y Jean Claude TARONDEAU (2007): «Governance of Major Cultural Institutions: The Case of the Paris Opera», *International Journal of Arts Management*, 10(3), pp. 4-18.
- AISA, Ferran y Mei VIDAL (2005): *El Raval: un espai al marge*, Barcelona, Editorial Base.
- AJUNTAMENT DE BARCELONA (2000): *Pla d'Acció Municipal. Àrea de Cultura (2000-2003)*, Barcelona, Ajuntament de Barcelona.
- AJUNTAMENT DE BARCELONA (2011): *Anuari Estadístic de la Ciutat de Barcelona*, Barcelona, Ajuntament de Barcelona.
- ALCALÁ-SANTAELLA, F., F. DÍAZ ORUETA y X. GINÉS *et al.* (2011): «Valencia», en M. Iglesias *et al.* (eds.): *Políticas urbanas en España. Grandes ciudades, actores y gobiernos locales*, Barcelona, Icaria, pp. 201-227.
- ALIER, Roger (1978): «El Liceu desde dentro y desde fuera», *Revista Destino*, 2109, pp. 20-22.
- ALLINGTON, Daniel (2015): «Linguistic Capital and Development Capital in a Network of Cultural Producers: Mutually Valuing Peer Groups in the 'Interactive Fiction' Retrogaming Scene», *Cultural Sociology, Online First*, pp. 1-20.
- AMÓN, Ruben (2015): «Renacer en el Palau de les Arts», *El País*, 12/10/2015.
- ARIÑO VILLARROYA, Antonio (1992): *La ciudad ritual: la fiesta de las Fallas*, Barcelona, Anthropos.
- ARIÑO VILLARROYA, Antonio (1997): *Sociología de la cultura: la constitución simbólica de la sociedad*, Barcelona, Ariel.
- ARIÑO VILLARROYA, Antonio (2010): *Prácticas culturales en España: desde los años sesenta hasta la actualidad*, Barcelona, Ariel.
- ARTS COUNCIL ENGLAND (2009): *Annual Review*, Londres, Arts Council England.
- ARTS COUNCIL ENGLAND (2010): *Annual Review 2009*, Londres, Arts Council England.

- ARTS COUNCIL ENGLAND (2011): *Arts Council England's Guidelines for Boards of Producing Theatres Appointing Artistic Leaders*, Londres, Arts Council England.
- ASSOULINE, Pierre (1989): *L'Homme de l'art. D.-H. Kahnweiler (1884-1979)*, París, Gallimard.
- ASUAGA, Carolina y Pau RAUSELL (2006): «Un Análisis de la gestión de instituciones culturales: el caso específico de los Museos», *Revista Iberoamericana de Contabilidad de Gestión*, 8(4), pp. 83-104.
- BAILEY, Jackie y Lance RICHARDSON (2010): «Meaningful measurement: a literature review and Australian and British case studies of arts organizations conducting “artistic self-assessment”», *Cultural Trends*, 19(4), pp. 291-306.
- BALIBREA, Mari Paz (2001): «Urbanism, culture and the post-industrial city: Challenging the “Barcelona model”», *Journal of Spanish Cultural Studies*, 2(2), pp. 187-210.
- BALIBREA, Mari Paz (2004): «Barcelona: del modelo a la marca», en J. Carrillo, I. Estella Noriega y L. García-Merás (eds.): *Desacuerdos 3. Sobre arte, políticas y esfera pública en el estado Español*, Barcelona, Arteleku - MACBA - Universidad Internacional de Andalucía, pp. 261-271.
- BALIBREA, Mari Paz (2007): «La marca y el pasado: estrategias de lucha por el espacio social en la Barcelona postindustrial», en YProductions (ed.): *Producta50*, Barcelona, Departament de Cultura, pp. 20-36.
- BARBER, Austin y Montserrat PAREJA EASTAWAY (2010): «Leadership challenges in the inner city: planning for sustainable regeneration in Birmingham and Barcelona», *Policy Studies*, 31(4), pp. 393-411.
- BARBIERI, Nicolás (2012): «Why does cultural policy change? Policy discourse and policy subsystem: a case study of the evolution of cultural policy in Catalonia», *International Journal of Cultural Policy*, 18(1), pp. 13-30.
- BARBIERI, Nicolás, Adriana PARTAL, Eva MERINO et al. (2011): «Nuevas políticas, nuevas miradas y metodologías de evaluación. ¿Cómo evaluar el retorno social de las políticas culturales?», *Papers*, 96(2), pp. 477-500.
- BARCELONA MEDIA (2012): *¿Que hacemos? Presentación de Barcelona Media*, Barcelona, Barcelona Media.
- BAUMOL, William J. y William G. BOWEN (1966): *Performing Arts: The Economic Dilemma*, Nueva York, Twentieth Century Fund.
- BECKER, Howard S. (1984): *Art Worlds*, Berkeley, University of California Press.
- BECKER, Howard S. (2008): *Los mundos del arte. Sociología del trabajo artístico*, Buenos Aires, Universidad Nacional de Quilmes.
- BELFIORE, Eleonora (2002): «Art as a means of alleviating social exclusion: Does it really work? A critique of instrumental cultural policies and social impact studies in the UK», *International Journal of Cultural Policy*, 8(1), pp. 91-106.
- BELFIORE, Eleonora (2004): «Auditing Culture. The subsidised cultural sector in the New Public Management», *International Journal of Cultural Policy*, 10(2), pp. 183-202.

- BELFIORE, Eleonora (2006): «The social impact of the arts. myth or reality», en M. Mirza (ed.): *Culture Vultures: Is UK Arts Policy Damaging the Arts?*, Londres, Policy Exchange.
- BELFIORE, Eleonora (2009): «On bullshit in cultural policy practice and research: notes from the British case», *International Journal of Cultural Policy*, 15(3), pp. 343-359.
- BELFIORE, Eleonora y Oliver BENNETT (2007): «Rethinking the social impact of the arts», *International Journal of Cultural Policy*, 13(2), pp. 135-151.
- BELFIORE, Eleonora y Oliver BENNETT (2008): *The Social Impact of the Arts: An Intellectual History*, Basingtoke, Palgrave/Macmillan.
- BELL, Daniel (1976a): *The Coming of Post-Industrial Society: A Venture in Social Forecasting*, Basic Books.
- BELL, Daniel (1976b): *The Cultural Contradictions of Capitalism*, Portsmouth, Heinemann Educational Books.
- BELL, Daniel (1991): *El advenimiento de la sociedad post-industrial: un intento de prognosis social*, Madrid, Alianza.
- BENLLOCH, L. (2009): *Abraçant la mar. Les narratives hegemòniques sobre el front marítim de València*, Valencia, Memoria de DEA, Departament de Sociologia i Antropologia Social, Universitat de València.
- BENNETT, Andy (2004): «Consolidating the music scenes perspective», *Poetics*, 32, pp. 223-234.
- BENNETT, T., M. SAVAGE, E. SILVA, A. WARDE, M. GAYO-CAL y D. WRIGHT (2010): *Culture, Class, Distinction*, Londres, Routledge.
- BEVERLAND, Michael B. (2005): «Crafting brand authenticity: The case of luxury wines», *Journal of Management Studies*, 42(5), pp. 1003-1029.
- BIANCHINI, Franco (1991): *City Centres, City Cultures: the Role of the Arts in the Revitalisation of Towns and Cities*, Londres, Centre for Local Economic Strategies.
- BIANCHINI, Franco (1993a): «Remaking European Cities: the role of cultural policies», en F. Bianchini y M. Parkinson (eds.): *Cultural Policy and Urban Regeneration: the West European Experience*, Manchester, Manchester University Press, pp. 1-19.
- BIANCHINI, Franco (1993b): *Urban Cultural Policy in Britain and Europe: Towards Cultural Planning*, Londres, Institute for Cultural Policy Studies.
- BILTON, Chris (2006): *Management and Creativity: from the Creative Industries to Creative Management*, Oxford, Blackwells.
- BILTON, Chris y Ruth LEARY (2002): «What can managers do for creativity? Brokering creativity in the creative industries», *International Journal of Cultural Policy*, 8(1), pp. 49-64.
- BLANCO, Ismael (2009a): «Gobernanza urbana y políticas de regeneración: el caso de Barcelona», *Revista Española de Ciencia Política*, 20, pp. 125-146.
- BLANCO, Ismael (2009b): «Does a Barcelona model really exist? periods, territories and actors in the process of urban transformation», *Local Government Studies*, 35(3), pp. 355-369.

- BLONDEAU, Olivier, Nick DYER, Carlo VERCELLONE, Ariel KYROU, Antonella CORSANI y ENZO RULLANI (2004): *Capitalismo cognitivo, propiedad intelectual y creación colectiva*, Madrid, Traficantes de Sueños.
- BOHIGAS, Oriol (1993): *Gràcies i desgràcies culturals de Barcelona*, Barcelona, Àrea de Cultura, Ajuntament de Barcelona.
- BOIRA MARQUES, Josep Vicent (2012): *Valencia, la tormenta perfecta*, Barcelona, RBA.
- BOLTANSKI, Luc (1975): «La constitution du champ de la bande dessinée», *Actes de la Recherche en Sciences Sociales*, 1(1), pp. 37-59.
- BONET, L. (2011): «Dèficit de governança en la cultura», *Ara*, p. 48.
- BORJA, Jordi (2010): *Luces y sombras del urbanismo de Barcelona*, Barcelona, Editorial UOC.
- BOROWIECKI, Karol Jan (2013): «Geographic clustering and productivity: An instrumental variable approach for classical composers», *Journal of Urban Economics*, 73(1), pp. 94-110.
- BOUCKAERT, Geert, Koen VERHOEST y Joris VOETS (2002): *Beheersovereenkomsten binnen de culturele sector*, Leuven, Instituut vor de Overheid - Katholieke Universiteit Leuven.
- BOURDIEU, Pierre (1977): «La production de la croyance : contribution à une économie des biens symboliques», *Actes de la Recherche en Sciences Sociales*, 13, pp. 3-43.
- BOURDIEU, Pierre (1985): «Existe t'il une littérature belge? Limites d'un champ et frontières politiques», *Etudes de Lettres*, 4, pp. 3-6.
- BOURDIEU, Pierre (1991): *La distinción: criterios y bases sociales del gusto*, Madrid, Taurus.
- BOURDIEU, Pierre (2001): *Campo de poder, campo intelectual. Itinerario de un concepto*, Buenos Aires, Montessor.
- BOURDIEU, Pierre (2002): *Las reglas del arte: génesis y estructura del campo literario*, Barcelona, Anagrama.
- BOURDIEU, Pierre (2002a): *Razones prácticas: sobre la teoría de la acción*, Barcelona, Anagrama.
- BOURDIEU, Pierre (2002b): *Las reglas del arte: génesis y estructura del campo literario* (3.ª ed.), Barcelona, Anagrama.
- BOURDIEU, Pierre (2012): *Sur l'État. Cours au Collège de France 1989-1992*, París, Raisons d'agir / Le Seuil.
- BOURDIEU, Pierre (2013): *Manet, une révolution symbolique. Cours au Collège de France (1998-2000) suivis d'un manuscrit inachevé de Pierre et Marie-Claire Bourdieu*, París, Seuil.
- BOURDIEU, Pierre, Alain DARBEL y Dominique SCHNAPPER (2003): *El amor al arte: los museos europeos y su público*, Barcelona, Paidós.
- BOURDIEU, Pierre y Loïc WACQUANT (1992): *Réponses : pour une anthropologie réflexive*, París, Seuil.
- BOUZADA, Xan (2007): «La gouvernance de la culture en Espagne», en L. Bonet y E. Négrier (eds.): *La politique culturelle en Espagne*, Karthala, pp. 15-34.

- BRENNER, Neil y Nik THEODORE (2003): «Cities and the geographies of ‘actually existing neoliberalism’», en: N. Brenner y N. Theodore (eds.): *Spaces of Neoliberalism: Urban Restructuring in North America and Western Europe*, Oxford, Blackwell Publishers, pp. 22-45.
- BROWN, Stephen, Robert KOZINETS, John SHERRY *et al.* (2003): «Teaching Old Brands New Tricks: Retro Branding and the Revival of Brand Meaning», *Journal of Marketing*, 67, pp. 19-33.
- BRUGUÉ, Joaquim y Raquel GALLEGRO (2003): «Els contractes programa a l'Administració pública catalana», en A. Fernández Pérez, X. Muñoz Puiggròs y X. Sisternas Surís (eds.): *Informe Pi i Sunyer sobre l'Administració de la Generalitat de Catalunya*, Barcelona, Fundació Pi i Sunyer, pp. 292-308.
- BUREAU, M., M. PERRENOUD y R. SHAPIRO (eds.) (2009): *L'artiste pluriel. Démultiplier l'activité pour vivre de son art*, Villeneuve d'Ascq, PU du Septentrion.
- CAMINAL, Josep (2004): «El Liceu avisa que tocará techo», *La Vanguardia*, 20/02/2004, p. 38.
- CASANOVA, Pascale (2001): *La república mundial de las letras*, Barcelona, Anagrama.
- CASARES, Toni (2004): *Presentacio de Plou sobre Barcelona de Pau Miro*, Barcelona, Sala Beckett.
- CASTELNUOVO, Enrico y Carlo GINZBURG (1979): «Centro e periferia», en *Storia dell'arte italiana*, Turín, Guilio Einaudi Editore, pp. 285-352.
- CASTELLS, Manuel (1989): *The Informational City: Information, Technology, Economic Restructuring and the Urban-Regional Process*, Oxford, Blackwell.
- CASTILLO, Sergi (2013): *Tierra de saqueo. La trama valenciana de Gürtel*, Valls, Ediciones Lectio.
- CCCB (2000): *Memoria del CCCB*, Barcelona, Centro de Cultura Contemporánea de Barcelona.
- CHALVON-DEMERSAY, Sabine (1999): *Le triangle du XIV^e: Des nouveaux habitants dans un vieux quartier de Paris*, París, Métailée.
- CHARLE, Christophe (1998a): *Paris, fin de siècle. Culture et politique*, París, Seuil.
- CHARLE, Christophe (1998b): *Paris fin de siècle: Culture et politique (Univers historique)*, París, Seuil.
- CHATTERTON, Paul y Robert HOLLANDS (2002): «Theorising urban playscapes: producing, regulating and consuming youthful nightlife city spaces», *Urban Studies*, 39(1), pp. 95-116.
- CHERBO, Joni M. y Margaret J. WYSZOMIRSKI (2000): *The Public Life of the Arts in America*, Brunswick, Rutgers.
- CHIAPELLO, Eve (1998): *Artistes versus managers: le management culturel face à la critique artiste*, París, Métailié: Diffusion, Seuil.
- CINTI, Tommaso (2008): «Cultural clusters and districts: the state of the art», en P. Cooke y L. Lazzarretti (eds.): *Creative Cities, Cultural Clusters and Local Economic Development*, Cheltenham, Edward Elgar, pp. 70-92.
- COLLINS, Randall (1987): «A micro-macro theory of intellectual creativity: the case of german idealist philosophy», *Sociological Theory*, 5(1), pp. 47-69.

- COLLINS, Randall (2009): *Cadenas de rituales de interacción*, Barcelona, Anthropos.
- COMUNIAN, Roberta (2011): «Rethinking the Creative City», *Urban Studies*, 48(6), pp. 1157-1179.
- CONNOLLY, Mark Gerard (2011): «The “Liverpool model(s)”: cultural planning, Liverpool and Capital of Culture 2008», *International Journal of Cultural Policy*, pp. 1-20.
- COOKE, Philip y Luciana LAZZERETTI (2008): *Creative cities, cultural clusters and local economic development*, Londres, Edward Elgar Publishing.
- COPPINGER, Nathalie, Mélanie JODER, Charlotte LECA y Jean-Sébastien DUPUIT (2007): *Rapport sur la tutelle et le pilotage des opérateurs au ministère de la culture*, París, Ministère de l'économie, des finances et de l'industrie.
- CORSANI, Antonella y Maurizio LAZARATTO (2008): *Intermittents et Précaires*, París, Éditions Amsterdam.
- COSTA, C. y M. MURPHY (eds.) (2015): *Bourdieu, Habitus and Social Research. The Art of Application*, Londres, Palgrave Macmillan.
- CRANE, Diana (1987): *The Transformation of the Avant-Garde: the New York Art World, 1940-1985*, Chicago, The University of Chicago Press.
- CRANE, Diana (2002): «Culture and globalisation. Theoretical models and emerging trends», en D. Crane y K. Kawasaki (eds.): *Global Culture: Media, Arts, Policy, and Globalisation*, Nueva York, Routledge, pp. 1-25.
- CRANE, Diana (2009): «Reflections on the global art market: implications for the sociology of culture», *Sociedade e Estado*, 24(2), pp. 331-362.
- CRAY, David, Loretta INGLIS, Susan FREEMAN *et al.* (2007): «Managing the arts: leadership and decision making under dual rationalities», *Journal of Arts Management, Law and Society*, 36(4), pp. 295-313.
- CREWE, Louise y Jonathan BEAVERSTOCK (1998): «Fashioning the city: Cultures of consumption in contemporary urban spaces», *Geoforum*, 29(3), pp. 287-308.
- CROZIER, Michel (1964): *The bureaucratic phenomenon* [Phénomène bureaucratique], Chicago, University of Chicago Press.
- CROZIER, Michel y Erhard FRIEDBERG (1982): *L'Acteur et le système : les contraintes de l'action collective*, París, Seuil.
- CUCÓ i GINER, Josepa (2013): «La ciudad pervertida. Explorando la fórmula de renovación urbana de la Valencia glocalizada», en J. Cucó i Giner (ed.): *La ciudad pervertida. Una mirada sobre la Valencia global*, Barcelona, Anthropos, pp. 7-15.
- CURRID, Elizabeth (2007): *The Warhol Economy: How Fashion, Art, and Music Drive New York City*, Princeton University Press.
- CURRID, Elizabeth (2009): «“Bohemia” as subculture; “Bohemia” as industry», *Journal of Planning Literature*, 23(4), pp. 368-382.
- CURRID, Elizabeth y Sarah WILLIAMS (2010): «The geography of buzz: art, culture and the social milieu in Los Angeles and New York», *Journal of Economic Geography*, 10(3), pp. 423-451.

- CURRID-HALKETT, Elizabeth y Allen J. SCOTT (2013): «The geography of celebrity and glamour: Reflections on economy, culture, and desire in the city», *City, Culture and Society*, disponible en línea, pp. 1-19.
- DCMS (Department for Culture Media and Sport) (1998) (ed.): *Creative Industries Mapping Document*, Londres, Department for Culture Media and Sport.
- DCMS (Department for Culture, Media and Sport) (2010): *Annual report 2009*, Londres, Department for Culture, Media and Sport.
- DEGEN, Mónica y Soledad GARCÍA (2008): *La metaciudad: Barcelona. Transformación de una metropolis*, Barcelona, Antrophos.
- DEGEN, Mónica y Marisol GARCÍA (2012): «The transformation of the Barcelona model?: An analysis of culture, urban regeneration and governance», *International Journal of Urban and Regional Research*, 36(5), pp. 1022-1038.
- DELGADO, Manuel (2007): *La ciudad mentirosa: fraude y miseria del «modelo Barcelona»*, Madrid, Los Libros de la Catarata.
- DEPARTAMENT DE CULTURA (2012): *Estadístiques culturals de catalunya*, Barcelona, Departament de Cultura, Generalitat de Catalunya.
- DEPS (2011): *Culture and medias. Prospective de politiques culturelles*, París, Ministère de la Culture, La documentation Française.
- DEUTSCHE, Rosalyn y Cara GENDEL RYAN (1984): «The Fine Art of Gentrification», *October*, 31, pp. 91-111.
- DEWEY, Patricia (2004): «From arts management to cultural administration», *International Journal of Arts Management*, 6(3), pp. 13-22.
- DIMAGGIO, P. (1987): «Classification in art», *American Sociological Review*, 52, pp. 440-445.
- DIMAGGIO, Paul (1987a): *Managers of the Arts*, Boston, National Endowment for the Arts-Seven Locks Press.
- DIMAGGIO, Paul (1987b): «Nonprofit Organizations in the production and distribution of culture», en W. W. Powell (ed.): *The Nonprofit Sector: A Research Handbook*, New Haven, Yale University Press, pp. 195-220.
- DIMAGGIO, Paul (1991): «Social structure, institutions and cultural goods: the case of the United States», en P. Bourdieu y J. Coleman (eds.): *Social Theory for a Changing Society*, Boulder, Westview Press, pp. 133-166.
- DIPUTACIÓ DE BARCELONA (2008): *1.ª edició del Cercle comparatiu intermunicipals d'espais escènics*, Barcelona, Diputació de Barcelona.
- DONNAT, Olivier (2004): «Les univers culturels des Français», *Sociologie Et Sociétés*, 36-1, pp. 87-103.
- DUBOIS, Vincent (1999): *La politique culturelle. Genèse d'une catégorie d'intervention publique*, París, Belin.
- DUBOIS, Vincent (2010): «Le modèle français et sa crise: ambitions, ambiguïtats et défis d'une politique culturelle», en D. Saint-Pierre y C. Audet (eds.): *Tendances et défis des politiques culturelles*, Québec, Presses de l'Université de Laval, pp. 17-52.
- DUBOIS, Vincent (2016): «The “French model” and its “crisis”: ambitions, ambiguities and challenges of cultural policy», *Debats. Journal on Culture, Power and Society, Annual Review*, 1, pp. 81-97.

- DUBOIS, Vincent, Clément BASTIEN, Audrey FRYERMUTH y Kévin MATZ (2012): *La politique, l'artiste et le gestionnaire. (Re)configurations locales et (dé)politisation de la culture*, Bellecombe-en-Bauges, Éditions du Coquant.
- DUXBURY, Nancy y M. Sharon JEANNOTTE (2010): «From the bottom-up: culture in community sustainability planning», *3rd ESA Sociology of Culture Research Mid-Term Conference*, pp. 1-15.
- DUXBURY, Nancy y M. Sharon JEANNOTTE (2011): «Introduction: culture and sustainable communities». *Culture and Local Governance*, 3:1-2, pp. 1-10.
- ELÍAS, Norbert (2010): *El proceso de la civilización. Investigaciones sociogenéticas y psicogenéticas*, Madrid, Fondo de Cultura Económica.
- ESPAI EN BLANC (2004): *La otra cara del Fórum de les Cultures*, S.A., Bellaterra, Edicions Bellaterra.
- ESPING-ANDERSEN, Gosta (1993): *Los tres mundos del Estado de Bienestar*, Valencia, Alfons el Magnànim.
- EVANS, Graeme (2001): *Cultural Planning: An Urban Renaissance?*, Londres, Routledge.
- EVANS, Graeme (2003): «Hard-Branding the cultural city-from Prado to Prada», *International Journal of Urban and Regional Research*, 27(2), pp. 417-440.
- EVANS, Graeme y Jo FOORD (2008): «Cultural mapping and sustainable communities: planning for the arts revisited», *Cultural Trends*, 17(2), pp. 65-96.
- EVRRARD, Yves y François COLBERT (2000): «Arts management: A new discipline entering the millennium?», *International Journal of Arts Management*, 2(2), pp. 4-13.
- FARRELL, Michael P. (2001): *Collaborative Circles: Friendship Dynamics and Creative Work*, Chicago, University of Chicago Press.
- FEATHERSTONE, Mike (2000): *Cultura de consumo y posmodernismo*, Buenos Aires, Amorrortu.
- FEDELI, Silvia y Michele SANTONI (2006): «The government's choice of bureaucratic organisation: An application to Italian State Museums», *Journal of Cultural Economics*, 30(1), pp. 41-72.
- FERRERO, Sixto (2015): «10è aniversari de les Arts i res en valencià», *La Veu. Diari Digital del País Valencià*, 4/06/2015.
- FISCHER, Claude S. 1995 (): «The subcultural theory of urbanism: A twentieth-year assessment», *American Journal of Sociology*, 101(3), pp. 543-577.
- FLOR, Vicent (2011): *Noves glòries a Espanya. Anticatalanisme i identitat valenciana*, Catarroja-Barcelona, Afers.
- FLOR, Vicent (2015): *Societat anònima*, València, Afers.
- FLORIDA, Richard L. (2002): *The Rise of the Creative Class: and How it's Transforming Work, Leisure, Community and Everyday Life*, Nueva York, Basic Books.
- FONT, Jordi (1991): *Papers de política cultural*, Barcelona, Edicions 62.
- FONTANA, Carlo (2010): «Quale rilancio della lirica senza legittimazione sociale?», *Economia Della Cultura*, 20(3), pp. 78-95.
- FRANCK, Dan (2003): *Bohemian Paris: Picasso, Modigliani, Matisse, and the Birth of Modern Art*, Nueva York, Grove Press.

- FRANK, Robert H. y Philip J. COOK (1995): *The Winner-Take-All Society*, Nueva York, Martin Kessler Books.
- FRANKFURT, H. G. (2005): *On Bullshit*, Princeton, Princeton University Press.
- FROST-KUMPF, Hillary Anne (1998): *Cultural Districts. The Arts as Strategy for Revitalizing Our Cities*, Washington, Americans for the Arts.
- FUNDACIÓ TOT RAVAL (2012): *Estudi econòmic i comercial del Raval 2010-2011*, Barcelona, Fundació Tot Raval.
- FUNDACIÓN SGAE (2015): *Anuario SGAE de las artes escénicas, musicales y audiovisuales*, Madrid, SGAE.
- FURIÓ, Vicenç (2000): *Sociología del arte*, Madrid, Cátedra.
- GAINER, Brenda (1995): «Ritual and relationships: Interpersonal influences on shared consumption», *Journal of Business Research*, 32(3), pp. 253-260.
- GAJA, Fernando (2002): «La ciudad de Valencia en el siglo xx. La consolidación de la ciudad moderna», en F. Gaja (ed.): *Pensar Valencia*, Valencia, Universitat Politècnica de València, pp. 1-26.
- GAJA, Fernando (2006): «Una mirada a la ciutat de València. El boom de València o la ciutat com a expectable», en M. Diego Carmen (ed.): *Llibre Verd del territori valencià*, Valencia, Federació Escola Valenciana, pp. 201-213.
- GAJA, Fernando (2013): «Cui prodest? Grandes eventos / grandes proyectos. Una apuesta perdida», en J. Cucó i Giner (ed.): *Metamorfosis urbanas. Ciudades españolas en la dinámica global*, Barcelona, Icaria, pp. 201-228.
- GAQUIN, Deirdre (2008): *Artists in the Workforce 1990-2005*, Washington, National Endowment for the Arts.
- GARCÍA, Beatriz (2004): «Urban regeneration, arts programming and major events: Glasgow 1990, Sydney 2000 and Barcelona 2004», *International Journal of Cultural Policy*, 10(1), pp. 103-118.
- GARCÍA, Beatriz (2004): «Cultural Policy and Urban Regeneration in Western European Cities: Lessons from Experience, Prospects for the Future», *Local Economy*, 19(4), pp. 312-326.
- GATTINGER, Monica y Diane SAINT-PIERRE (2008): «Can national cultural policy approaches be used for sub-national comparisons? An analysis of the Québec and Ontario experiences in Canada», *International Journal of Cultural Policy*, 14(3), pp. 335-354.
- GENERALITAT DE CATALUNYA (2010): *Pressupostos de la Generalitat de Catalunya 2010*, Barcelona, Generalitat de Catalunya.
- GENERALITAT VALENCIANA (2013): *Compte general Generalitat Valenciana 2012. Palau de les Arts Reina Sofia. Fundació de la Comunitat Valenciana. Informe de auditoria de cumplimiento de la legalidad. Ejercicio 2012*, Valencia, Generalitat Valenciana.
- GENERALITAT VALENCIANA (2015a): *Compte general Generalitat Valenciana 2014. Palau de les Arts Reina Sofia. Fundació de la Comunitat Valenciana. Cuentas anuales. Ejercicio 2014*, Valencia, Generalitat Valenciana.
- GENERALITAT VALENCIANA (2015b): *Compte general Generalitat Valenciana 2014. Palau de les Arts Reina Sofia. Fundació de la Comunitat Valenciana. Informe de auditoria de cumplimiento. Ejercicio 2014*, Valencia, Generalitat Valenciana.

- GENERALITAT VALENCIANA (2015c): *Compte general Generalitat Valenciana 2014. Palau de les Arts Reina Sofia. Fundació de la Comunitat Valenciana. Informe de la auditoria operativa. Ejercicio 2014*, Valencia, Generalitat Valenciana.
- GOMÀ, Ainhoa (2004): *Estudi sobre inversió pública i privada en cultura i òpera*, Barcelona, Gran Teatre del Liceu.
- GOMA, Ricard y Natalia ROSETTI (1998): «Análisis de una política de regeneración urbana: el caso de Ciutat Vella», en: Q. Brugue y R. Gomà (eds.): *Gobiernos locales y políticas públicas*, Barcelona, Ariel, pp. 56-98.
- GONZÁLEZ, Erika (2006): «Las presas de Endesa y el progreso de Chile», *Rebelión*, 03/07/2006.
- GONZÁLEZ, Sara (2011): «Bilbao and Barcelona “in Motion”. How Urban Regeneration “Models” Travel and Mutate in the Global Flows of Policy Tourism», *Urban Studies*, 48(7), pp. 1397-1418.
- GRAÑA, Cesar (1964): *Bohemian versus Bourgeois*, Nueva York, Basic Books.
- GRAY, Clive (2002): «Local Government and the Arts», *Local Government Studies*, 28(1), pp. 77-90.
- GRAY, Clive (2007): «Commodification and instrumentality in cultural policy», *International Journal of Cultural Policy*, 13(2), pp. 203-215.
- GRAY, Clive (2008): «Instrumental policies: causes, consequences, museums and galleries», *Cultural Trends*, 17(4), pp. 209-222.
- GREIF, Mark y Christian LORENTZEN (2010): *What Was The Hipster?: A Sociological Investigation*, Nueva York, n+1.
- GRIGNON, Claude y Jean-Claude PASSERON (1989): *Le savant et le populaire: misérabilisme et populisme en sociologie et en littérature*, París, Gallimard: Seuil.
- HALL, Peter Geoffrey (2002): *Urban and regional planning* (4.^a ed.), Londres, Routledge.
- HALLE, David y Elisabeth TISO (2014): *New York's New Edge: Contemporary Art, the High Line, and Urban Megaprojects on the Far West Side*, Chicago, University Of Chicago Press.
- HARVEY, David (1989a): «From managerialism to entrepreneurialism: The transformation in urban governance in late capitalism», *Geografiska Annaler. Series B, Human Geography*, 71(1), pp. 3-17.
- HARVEY, David (1989b): *The Urban Experience*, Baltimore, The John Hopkins University Press.
- HARVEY, David (2003): *Paris, capital of modernity*, Londres, Routledge.
- HARVEY, David (2005): «El arte de la renta: la globalización y la mercantilización de la cultura», en D. Harvey y N. Smith (eds.): *Capital financiero, propiedad inmobiliaria y cultura*, Barcelona, Museu d'Art Contemporani de Barcelona, pp. 29-58.
- HAWKES, Jon (2001): *The Fourth Pillar of Sustainability. Culture's Essential Role in Public Planning*, Victoria, Common Ground Publishing.
- HEBDIGE, Dick (2004): *Subcultura: el significado del estilo*, Barcelona, Paidós.
- HEINICH, Nathalie (1992): *La gloire de Van Gogh. Essai d'anthropologie de l'admiration*, París, Éditions de Minuit.

- HEINICH, N. y Roberta SHAPIRO (eds.) (2012): *De l'artification. Enquêtes sur le passage à l'art*, París, Éditions de l'EHESS.
- HELLMANZIK, Christiane (2010): «Location matters: Estimating cluster premiums for prominent modern artists», *European Economic Review*, 54(2), pp. 199-218.
- HENNION, Antoine (2004): «Une sociologie des attachements. D'une sociologie de la culture à una pragmatique de l'amateur», *Sociétés*, 85(3), pp. 9-24.
- HERNÁNDEZ I MARTÍ, Gil-Manuel (2013): «Glocalización: espacios singulares de la glocalización. El caso de Valencia», *Kamchatka: Revista de Análisis Cultural*, 2, pp. 13-36.
- HERNÁNDEZ I MARTÍ, Gil-Manuel y Maria ALBERT RODRIGO (2012): «La dinámica general de la política cultural en el País Valenciano: posiciones, discursos y prácticas de los actores culturales valencianos», *Revista de Investigaciones Políticas y Sociológicas*, 11(3), pp. 89-114.
- HERNÁNDEZ I MARTÍ, Gil-Manuel, María ALBERT, Emma GÓMEZ NICOLAU y Marina REQUENA (2014): *La cultura como trinchera. La política cultural en el País Valenciano (1975-2013)*, Valencia, Universitat de València.
- HERNÁNDEZ I MARTÍ, Gil-Manuel y Francisco TORRES PÉREZ (2013): «El impacto de la Valencia glocalizada en el Centro Histórico popular», en J. Cucó i Giner (ed.): *La ciudad perversa. Una mirada sobre la Valencia global*, Barcelona, Antrophos, pp. 19-40.
- HOLDEN, John (2004): *Capturing Cultural Value*, Londres, Demos.
- HOLDEN, John (2006): *Cultural Value and the Crisis of Legitimacy*, Londres, Demos.
- HOLDEN, John (2008): *Democratic Culture. Opening Up the Arts for Everyone*, Londres, Demos.
- HUERTAS CLAVERIA, Josep Maria (1998): «Entrevista», en C. Zulian (ed.): *Escenas del Raval*, Barcelona, CCCB, pp. 10-22.
- ICUB (2006): *Nous accents 2006. Pla Estrategic del Sector Cultural de Barcelona*, Barcelona, Ajuntament de Barcelona.
- INSTITUT DE CULTURA DE BARCELONA (2011): *Memòria de l'Institut de Cultura de Barcelona 2010*, Barcelona, Ajuntament de Barcelona.
- IVIE (2007): *Impactos económicos del Plan Estrategico 2006-2010 de la Ciudad de las Artes y las Ciencias*, Valencia, Instituto Valenciano de Investigaciones Económicas.
- JEANPIERRE, Laurent y Olivier ROUEFF (2013): *La culture et ses intermédiaires. Dans les arts, le numérique et les industries créatives*, Estrasburgo, Éditions des archives contemporaines.
- JONES, Deborah y Karen SMITH (2005): «Middle-earth Meets New Zealand: Authenticity and location in the making of The Lord of the Rings*», *Journal of Management Studies*, 42(5), pp. 923-945.
- JULIER, Guy (1996): «Barcelona design, Catalonia's political economy, and the new Spain, 1980-1986», *Journal of Design History*, 9(2), pp. 117-127.
- JULIER, Guy (2005): «Urban designscapes and the production of aesthetic content», *Urban Studies*, 42, pp. 869-887.

- JUTGLA, Esteve Dot, Antònia CASELLAS y Montserrat PALLARES-BARBERA (2010): *Gentrificación productiva en barcelona: efectos del nuevo espacio económico*, León ed.
- KAGAN, Sacha y Julia HAHN (2011): «Creative cities and (Un)Sustainability: From creative class to sustainable creative cities», *Culture and Local Governance*, 3:1-2, pp. 11-27.
- KARLSSON, Charlie (2010): *Clusters, Networks and Creativity*, Stockholm, CESIS Electronic Working Paper Series.
- KEARNS, G. y C. PHILO (1993): *Selling Places: The City as Cultural Capital, Past and Present*, Oxford, Pergamon Press.
- KIM, Hak-Hee (2007): «The creative economy and urban art clusters: locational characteristics of art galleries in Seoul», *Journal of the Korean Geographical Society*, 42(2), pp. 258-279.
- KOSTELANETZ, Richard (2003): *Soho: The Rise and Fall of an Artist's Colony*, Nueva York, Routledge.
- KRÄTKE, Stefan (2011): *The Creative Capital of Cities: Interactive Knowledge Creation and the Urbanization Economies of Innovation*, Wiley-Blackwell.
- KREBS, Susanne y Werner POMMERHNE (1995): «Politico-Economic Interactions of German Public Performing Arts Institutions», *Journal of Cultural Economics*, 19, pp. 17-32.
- KUESTERS, Ivonne (2010): «Arts Managers as liaisons between finance and art: a qualitative study inspired by the Theory of Functional Differentiation», *The Journal of Arts Management, Law and Society*, 40, pp. 43-57.
- LANDRY, Charles y Franco BIANCHINI (1995): *The creative city*, Londres, Demos.
- LANIER, Jaron (2010): *You Are Not a Gadget: A Manifesto*, Nueva York, Alfred A. Knopf.
- LASH, Scott (1990): *Sociology of Postmodernism*, Londres, Routledge.
- LASH, Scott (1994): *Economies of Signs and Space*, Londres, Sage.
- LASH, Scott (1997): *Sociología del posmodernismo*, Buenos Aires, Amorrortu.
- LASH, Scott y John URRY (1998): *Economías de signos y espacio: Sobre el capitalismo de la posorganización*, Buenos Aires, Amorrortu.
- LEE, David John, Kate OAKLEY, Richard NAYLOR *et al.* (2011): «‘The public gets what the public wants’? The uses and abuses of ‘public value’ in contemporary British cultural policy», *International Journal of Cultural Policy*, 17(3), p. 289.
- LEON, Alessandro F. (2004): «Enti lirici: conseguenze della trasformazione in fondazione», en A. F. Leon y M. Ruggieri (eds.): *Il costo del melodramma, Quaderno della rivista Economia della Cultura*, Bolonia, Il Mulino, pp. 36-60.
- LEWIS, Justin (1990): *Art, Culture, and Enterprise: The Politics of Art and the Cultural Industries*, Londres, Routledge.
- LEY, David (2003): «Artists, aestheticisation and the field of gentrification», *Urban Studies*, 40(12), pp. 2527-2544.
- LLOYD, Richard (2002): «Neo-Bohemia: art and neighborhood redevelopment in Chicago», *Journal of Urban Affairs*, 24(5), pp. 517-532.

- LLOYD, Richard (2010): *Neo-Bohemia: Art and Commerce in the Postindustrial City*, Nueva York, Londres, Routledge.
- LLOYD, Richard y Therry Nichols CLARK (2001): «The city as entertainment machine», en: K. F. Gotham (ed.): *Critical Perspectives on Urban Redevelopment. Research in Urban Sociology*, Oxford, JAI Press/Elsevier.
- LONGO, Francisco (2007): «Introducció. Els directius públics davant els reptes de la governança contemporània», en F. Longo y T. Ysa (eds.): *Els escenaris de la gestió pública del segle XXI*, Escola d'Administració Pública de Catalunya, pp. 15-32.
- LORD, Barry y Gael LORD (1998): *Manual de gestión de museos*, Barcelona, Ariel.
- LORENTE, Jesús Pedro (1997): *Espacios de arte contemporáneo: generadores de revitalización urbana*, Zaragoza, Universidad de Zaragoza.
- LORENTE, Jesús Pedro (2000): «Comparative growth and urban distribution of the population of artists in Victorian London», en P. Borsay (ed.): *New Directions in Urban History: Aspects of the European Art, Health, Tourism and Leisure since the Enlightenment*, Munster, Waxmann Verlag, p. 86.
- LORENZEN, M. y L. FREDERIKSEN (2007): «Why do cultural industries cluster? Localization, urbanization, products and projects», en P. Cooke y R. Lazzeretti (eds.): *Creative cities, cultural clusters and local economic developmen*, Londres, Elgar, pp. 155-179.
- LOTTMAN, Herbert R. (1981): *Rive gauche. du front populaire a la guerre froide*, París, Seuil.
- MAJOR, Stan (2011): «Framing large-scale projects: Barcelona Forum and the challenge of balancing local and global needs», *Journal of Planning Education and Research*, 31(2), pp. 143-156.
- MANGSET, Per (1998): «The artist in metropolis: Centralisation processes and decentralisation in the artistic field 1», *International Journal of Cultural Policy*, 5(1), pp. 49-74.
- MANGSET, Per (2009): «The arm's length principle and the art funding system. A comparative approach», en M. Pyykkönnen y S. Sokke (eds.): *What about Cultural Policy: Interdisciplinary Perspectives on Culture and Politics*, Oslo, Minerva Kustannus, pp. 15-35.
- MANITO LORITE, F. (ed.) (2010): *Ciudades creativas*, Barcelona, Fundación Kreaanta.
- MARAGALL, Pascual (1989): «Prefaci», en J. M. Flotats (ed.): *Un projecte per al Teatre Nacional*, Barcelona, Edicions de la Revista de Catalunya, pp. 3-15.
- MARCO, Joan Francesc y Ainhoa GOMÀ (2004): *Estudi sobre teatres d'òpera europeus*, Barcelona, Gran Teatre del Liceu.
- MARKUSEN, Ann (1996): «Sticky Places in Slippery space: a typology of industrial districts», *Economic Geography*, 72(3), pp. 293-313.
- MARKUSEN, Ann (2006): «Urban development and the politics of a creative class: evidence from a study of artists», *Environment and Planning A*, 38(10), pp. 1921-1940.

- MARKUSEN, Ann y Greg SCHROCK (2006): «The artistic dividend: urban artistic specialisation and economic development implications», *Urban Studies*, 43(10), pp. 1661-1686.
- MARKUSEN, Ann, Gregory H. WASSALL, Douglas DENATALE, Randy COHEN *et al.* (2008): «Defining the creative economy: industry and occupational approaches», *Economic Development Quarterly*, 22(1), pp. 24-45.
- MARRERO GUILLAMÓN, Isaac (2003): «¿Del manchester catalán al Soho barcelonés? La renovación del barrio del Poblenou en barcelona y la cuestión de la vivienda», *Scripta Nova*, 7(146).
- MARSHALL, Tim (1996): «Barcelona fast forward? City entrepreneurialism in the 1980s and 1990s», *European Planning Studies*, 4(2), pp. 147-165.
- MARSHALL, Tim (2000): «Urban planning and governance: Is there a Barcelona model?», *International Planning Studies*, 5(3), pp. 299-319.
- MARTÍ, Javier (2010): «Turismos y museos en la ciudad de Valencia», en I. Arrieta (ed.): *Museos y parques naturales: comunidades locales, administraciones públicas y patrimonialización de la cultura y la naturaleza*, Bilbao, Universidad del País Vasco, pp. 63-90.
- MARTÍ-COSTA, Marc y Marc PRADEL I MIQUEL (2012): «The knowledge city against urban creativity? Artists' workshops and urban regeneration in Barcelona», *European Urban and Regional Studies*, 19.1(92), p. 108.
- MARTIN, Ron y Peter SUNLEY (2003): «Deconstructin clusters: chaotic concepts o politic panacea?», *Journal of Economic Geography*, 3, pp. 5-35.
- MARTÍNEZ, Santi y Josep FONT (2010): «Infraestructures públiques al servei de la creació i de la comunitat», en Gescenic (ed.): *L'avaluació externa de projectes culturals*, pp. 37-49.
- MARTÍNEZ, Santi y Joaquim RIUS-ULLDEMOLINS (2010): «Cultural planning and community sustainability: The case of the Cultural Facilities Plan of Catalonia (PECCAT 2010-20)», *Culture and Local Government*, 3:1-2, pp. 71-82.
- MARTORELLA, Roseanne (1982): *The Sociology of Opera*, Nueva York, Bergin Publishers.
- MASCARELL, Ferran (1995): *Memòria de constitució del Instituto de Cultura de Barcelona*, Barcelona, Ajuntament de Barcelona.
- MASCARELL, Ferran (2002): «El nuevo museo del diseño», *Barcelona Cultura*, 4, pp. 18-21.
- MASCARELL, Ferran (2005): *La cultura en la era de la incertidumbre*, Barcelona, Roca Editorial.
- MASCARELL, Ferran (2012): «Compareixença de l'Honorable Conseller de Cultura Ferran Mascarell», *Comissió de Cultura del Parlament de Catalunya*, 11, pp. 9-37.
- MÉNDEZ, Ricardo, Juan J. MICHELINI, José PRADA, Jesús TEBAR *et al.* (2012): «Economía creativa y desarrollo urbano en España: una aproximación a sus lógicas espaciales», *EURE*, 38(113), pp. 5-32.
- MENDOZA, Xavier y Alfred VERNIS (2007): «L'Estat relacional i la transformació de les administracions públiques», en F. Longo y T. Ysa (eds.): *Els escenaris*

- de la gestió pública del segle XXI*, Barcelona, Escola d'Administració Pública de Catalunya, pp. 33-55.
- MENGER, Pierre-Michel (1992): «Les paradigmes de la sociologie de l'art» en I. Domínguez y A. Rodríguez Morató (eds.): *Arte, cultura y sociedad*, Bilbao, AESCA, pp. 42-57.
- MENGER, Pierre-Michel (1988): «El oído especulativo. Consumo y percepción de la música contemporánea», *Papers*, 29, pp. 109-152.
- MENGER, Pierre-Michel (1989): «Rationalité et incertitude de la vie d'artiste», *L'Année Sociologique*, 39, pp. 111-151.
- MENGER, Pierre-Michel (1991): «Marché du travail artistique et socialisation du risque : le cas des arts du spectacle», *Revue Française de Sociologie*, 32(1), pp. 61-74.
- MENGER, Pierre-Michel (1993): «L'hégémonie parisienne. Économie et politique de la gravitation artistique», *Annales. Économies, Sociétés, Civilisations*, 48(6), pp. 1565-1600.
- MENGER, Pierre-Michel (1997): *La Profession de comédien : formations, activités et carrières dans la démultiplication de soi*, París, Ministère de la Culture et de la Communication, Département des études et de la prospective.
- MENGER, Pierre-Michel (1999): «Artistic labor markets and careers», *Annual Review of Sociology*, 25, pp. 541-574.
- MENGER, Pierre-Michel (2001): *Portrait de l'artiste en travailleur, Métamorphoses du capitalisme*, París, Seuil.
- MENGER, Pierre-Michel (2005): *Les intermittents du spectacle. Sociologie d'une exception*, París, Éditions de l'École des hautes études en sciences sociales.
- MENGER, Pierre-Michel (2009): *Le travail créateur. S'accomplir dans l'incertain*, París, Gallimard.
- MENGER, Pierre-Michel (2010): *Cultural Policies in Europe. From a State to a City-Centered Perspective on Cultural Generativity*, Tokyo, National Graduate Institute for Policy Studies.
- MINISTERIO DE ECONOMÍA Y HACIENDA (2009): *Presupuestos generales del Estado 2009. Ministerio de Cultura*, Madrid, Ministerio de Economía y Hacienda.
- MINISTERIO DE ECONOMÍA Y HACIENDA (2010): *Presupuestos generales del Estado 2010. Ministerio de Cultura*, Madrid, Ministerio de Economía y Hacienda.
- MINISTERIO DE ECONOMÍA Y HACIENDA (2013): *Presupuestos generales del Estado 2013. Ministerio de Cultura*, Madrid, Ministerio de Economía y Hacienda.
- MINISTERIO DE ECONOMÍA Y HACIENDA (2014): *Presupuestos generales del Estado 2014. Ministerio de Cultura*, Madrid, Ministerio de Economía y Hacienda.
- MINISTERIO DE EDUCACIÓN, CULTURA Y DEPORTE (2017): *Bibliotecas públicas españolas en cifras*, Madrid, Ministerio de Educación, Cultura y Deporte.
- MOLOTCH, Harvey (1996): «L.A. as a design product: how arts works in a regional economy», en A. J. Scott y E. W. Soja (eds.): *The City: Los Angeles and Urban Theory at the End of the Twentieth Century*, Los Ángeles, University of California Press, pp. 225-275.
- MOLOTCH, Harvey (2002): «Place in product», *International Journal of Urban and Regional Research*, 26(4), pp. 665-688.

- MOLOTCH, Harvey y Mark TRESKON (2009): «Changing art: SoHo, Chelsea and the dynamic geography of galleries in New York City», *International Journal of Urban and Regional Research*, 33(2), pp. 517-541.
- MONFORT, Vicent (2010): «Valencia turismo cubista», en J. Sorribes (ed.): *Valencia, 1957-2007. De la riada a la Copa de América*, Valencia, Publicacions de la Universitat de València, pp. 101-154.
- MONTANYES, J. A. (2011): «La generalitat destituyó a semprún del MNAC días antes de morir», *El País*, p. 55.
- MONTGOMERY, John (2003): «Cultural quarters as mechanisms for urban regeneration. Part 1: conceptualising cultural quarters», *Planning Practice and Research*, 18(4), pp. 293-293.
- MONTGOMERY, Sarah y Michael D. ROBINSON (1993): «Visual artists in New York: What's special about person and place?», *Journal of Cultural Economics*, 17(2), pp. 17-39.
- MOOMAS, Hans (2002): «City branding: the importance of socio-cultural goals», en T. Hauben, M. Vermeulen y V. Paatteuw (eds.): *City Branding: Image Building and Building Images*, Rotterdam, NAI Uitgevers, pp. 15-48.
- MOOMAS, Hans (2004): «Cultural clusters and the post-industrial city: towards a remapping of urban cultural policy», *Urban Studies*, 41(3), pp. 507-532.
- MOORE, Mark H. (1995): *Public Value. Strategic Management in Government*, Boston, Harvard University Press.
- MOORE, Mark H. y Gaylen W. MOORE (2005): *Creating Public Value Through State Arts Agencies*, Minneapolis, Arts Midwest.
- MORRIS, HARGREAVES y MCINTYRE (2009): *Cultural Impact Study. The Impact of the Arts in Birmingham*, Manchester, Lateral Thinkers.
- MOULIN, Raymond (1983): *Le marché de l'art en France*, París, Éditions de Minuit.
- MOULIN, Raymond (1992): *L'artiste, l'institution et le marché*, París, Flammarion.
- MOULIN, Raymonde (1997): *L'Artiste, l'institution et le marché*, París, Flammarion.
- MOULIN, Raymonde (2003): *Le marché de l'art. Mondialisation et nouvelles technologies*, París, Flammarion.
- MOULIN, Raymonde y Marie-Jo CARDINAL (2012): *El mercado del arte: mundialización y nuevas tecnologías*, Buenos Aires, La Marca.
- MOYA-ANGELER, Joaquín (1978): «¿Muere el Liceu?», *Revista Destino*, 2109, pp. 21-23.
- MULCAHY, Kevin (1998): «Cultural patronage in comparative perspective: public support for the arts in France, Germany, Norway, and Canada», *Journal of Arts Management, Law and Society*, 27(4), pp. 247-263.
- MULCAHY, Kevin (2003): «Entrepreneurship or cultural darwinism? Privatisation and American Cultural Patronage», *Journal of Arts Management, Law and Society*, 33(3), pp. 165-184.
- MUÑOZ, Francesc (2010): *Urbanización. Paisajes comunes, lugares globales*, Barcelona, Gustavo Gili.
- MUNTANER, Josep Maria (2007): «El modelo Barcelona», *El País*, 12-06, p. 56.

- MUSTERD, S., C. CHAPAIN, Z. KOVACS, M. BONTJE y A. MURIE: *Accommodating creative knowledge. A literature review from a European perspective. ACRE report 1*, Amsterdam, AMIDst. University of Amsterdam.
- NAREDO, José Manuel y Antonio MONTIEL (2011): *El modelo inmobiliario español y su culminación en el caso valenciano*, Barcelona, Icaria.
- NOVY, Johannes y Claire COLOMB (2013): «Struggling for the Right to the (Creative) City in Berlin and Hamburg: New Urban Social Movements, New ‘Spaces of Hope’?», *International Journal of Urban and Regional Research*, 37(5), pp. 1816-1838.
- OCDE (1999): *Performance Contracting. Lessons from Performance Contracting Case Studies. A Framework for Public Sector Performance Contracting*, París, OCDE.
- O’CONNOR, Justin (2007): *The Cultural and Creative Industries: a Review of the Literature*, Londres, Creative Partnerships, Arts Council England.
- O’CONNOR, Justin y Xin GU (2012): «Creative industry clusters in Shanghai: a success story?», *International Journal of Cultural Policy*, pp. 1-20.
- O’HAGAN, John y Christiane HELLMANZIK (2008): «Clustering and migration of important visual artists: broad historical evidence», *Historical Methods: A Journal of Quantitative and Interdisciplinary History*, 41(3), pp. 121-136.
- PARCERISAS, Pilar (2000): *Idees i actituds. Entorn de l’art conceptual a Catalunya 1964-1980*, Barcelona, Centre d’Art Santa Mònica.
- PASCUAL, Jordi (2008): «Cultural policies, human development and development innovation: or why we need an Agenda 21 for culture», *UNESCO Observatory Multi-Disciplinary Research in the Arts E-Journal*, 1(2), pp. 9-25.
- PATRICIO MULERO, María y Joaquim RIUS-ULLDEMOLINS (2017): «From creative city to generative governance of the cultural policy system? The case of Barcelona’s candidature as UNESCO City of Literature», *City, Culture and Society*.
- PECK, Jamie (2005): «Struggling with the Creative Class». *International Journal of Urban and Regional Research*, 29(4), pp. 740-770.
- PERRET, Jacques y Guy SAEZ (1996): *Institutions et vie culturelles*, París, Documentation française.
- PETERSON, Karin (1997): «The distribution and dynamics of uncertainty in art galleries: A case study of new dealership in the Parisian art market, 1985-1990», *Poetics*, 25, pp. 241-263.
- PETERSON, Richard A. (1986): «From impresario to art administrator. Formal accountability in Nonprofit Cultural Organizations», en P. DiMaggio (ed.): *Non-profit Enterprises in the Arts: Studies in Mission and Constraint*, Nueva York, Oxford University Press, pp. 161-183.
- PETERSON, Richard A. (1992): «Understanding audience segmentation: from elite and mass to omnivore and univore», *Poetics*, 21-4, pp. 243-258.
- PETERSON, Richard A. (1997): *Creating Country Music: Fabricating Authenticity*, Chicago, University of Chicago Press.
- PLA, Ramon (2000): «La formació d’un gran teatre d’òpera», *Barcelona Metròpolis Mediterrània*, 48, pp. 23-48.

- PLAZA, Beatriz (1999): «The Guggenheim-Bilbao Museum Effect: A reply», *International Journal of Urban and Regional Research*, 23(3), pp. 589-592.
- POLANYI, Karl y Joseph E. STIGLITZ (2006): *La gran transformación :los orígenes políticos y económicos de nuestro tiempo*, México, Fondo de Cultura Económica.
- POLLITT, Christopher, Colin TALBOT, Janice CAULFIELD y Amanda SMULLEN (2006): *Agencies: How Governments do Things Through Semi-autonomous Organisations*, Basingstoke, Palgrave Macmillan. doi:10.1111/j.1467-9299.2006.00612_12.x
- PORTER, Michael E. (2000): «Location, competition, and economic development: local clusters in a global economy», *Economic Development Quarterly*, 14(1), pp. 15-34.
- POWER, Dominique y Allen J. SCOTT (2004): «A prelude to cultural industries and the production of culture», en D. Power y A. J. Scott (eds.): *Cultural Industries and the Production of Culture*, Londres, Routledge, pp. 3-15.
- PRAATT, Andy C. (2008): «Creative cities: the cultural industries and the creative class». *Geografiska Annaler: Series B, Human Geography*, 90(2), pp. 107-117.
- PROCIVESA (2002): *Ciutat Vella Ciutat construïda*, Barcelona, El Cep i la Nansa.
- QUEMIN, Alain (2013a): *Les stars de l'art contemporain. Notoriété et consécration artistiques dans les arts visuels*, París, CNRS.
- QUEMIN, Alain (2013b): «International Contemporary Art Fairs in a “Globalized” Art Market», *European Societies*, pp. 1-16.
- RAGIN, Charles C. y Howard S. BECKER (1992): *What is a Case?: Exploring the Foundations of Social Inquiry*, Cambridge England, Nueva York, Cambridge University Press.
- REDAELLI, Eleonora (2008): «Thinking about local cultural policy in America: navigating the theoretical confusion», *The International Journal of the Arts in Society*, 2(4), pp. 55-66.
- REN, Carina y Bodil Stilling Blichfeldt (2011): «One clear image? Challenging simplicity in place branding», *Scandinavian Journal of Hospitality and Tourism*, 11(4), pp. 416-434.
- RIUS-ULLDEMOLINS, Joaquim (2005): *Un nou paradigma de la política cultural. Estudi sociològic del cas Barcelona*, Barcelona, Universitat Autònoma de Barcelona, École des Hautes Études en Sciences Sociales.
- RIUS-ULLDEMOLINS, Joaquim (2006): «El MACBA i el CCCB. De la regeneració cultural a la governança cultural», *Digithum*, 8, pp. 10-17.
- RIUS-ULLDEMOLINS, Joaquim (2008): «Los barrios artísticos como base local de la cultura global. El caso del Raval de Barcelona», *Revista Internacional de Sociología*, 66(51), pp. 179-205.
- RIUS-ULLDEMOLINS, Joaquim (2010): *Els Contractes programa dels equipaments culturals. Governança, eficiència i retorn social del sistema públic d'equipaments culturals de Catalunya*, Barcelona, Departament de Cultura i Mitjans de Comunicació.

- RIUS-ULLDEMOLINS, Joaquim (2012a): «Gallery districts of Barcelona: The strategic play of art dealers», *The Journal of Arts Management, Law and Society*, 42(2), pp. 48-62.
- RIUS-ULLDEMOLINS, Joaquim (2012b): «Política cultural e hibridación de las instituciones culturales. El caso de Barcelona», *Revista Española de Ciencia Política*, 29, pp. 85-105.
- RIUS-ULLDEMOLINS, Joaquim (2014): «Culture and authenticity in urban regeneration processes: Place branding in central Barcelona», *Urban Studies*, 51(14), pp. 3026-3045.
- RIUS-ULLDEMOLINS, Joaquim (2014a): «La gobernanza y la gestión de las instituciones culturales nacionales: de la oposición entre arte y economía a la articulación entre política cultural y management», *Revista Papers*, 99(1), pp. 73-95.
- RIUS-ULLDEMOLINS, Joaquim (2014b): «Modelos de política cultural y modelos de equipamientos culturales: de los modelos nacionales a los modelos locales. Análisis del caso de Barcelona», *Política y Sociedad*, 51(2), pp. 399-422.
- RIUS-ULLDEMOLINS, Joaquim (2015): «La governança cultural a les ciutats mitjanes: de la cooperació público-privada a l'articulació entre ciutat i cultura», en Ajuntament de Terrassa (ed.): *Llibre Blanc de la Cultura de Terrassa*, Terrassa, Ajuntament de Terrassa, pp. 95-113.
- RIUS-ULLDEMOLINS, Joaquim, Gil-Manuel HERNÁNDEZ I MARTÍ, FRANCISCO TORRES PÉREZ *et al.* (2015): «Urban development and cultural policy 'white elephants', Barcelona and Valencia», *European Planning Studies*, pp. 1-21.
- RIUS-ULLDEMOLINS, Joaquim y Mariano MARTÍN ZAMORANO (2014): «Spain's nation branding project Marca España and its cultural policy: the economic and political instrumentalization of a homogeneous and simplified cultural image», *International Journal of Cultural Policy*, pp. 1-21.
- RIUS-ULLDEMOLINS, Joaquim, Arturo RODRÍGUEZ MORATÓ, Santi MARTÍNEZ ILLA *et al.* (2012): «El sistema de la política cultural en Cataluña: un proceso inacabado de articulación y racionalización», *Revista de Investigaciones Políticas y Sociológicas*, 11(3), pp. 173-204.
- RIUS-ULLDEMOLINS, Joaquim y Arturo RUBIO (2013): «The governance of national cultural organisations: comparative study of performance contracts with the main cultural organisations in England, France and Catalonia», *International Journal of Cultural Policy*, 19(2), pp. 249-269.
- RIUS-ULLDEMOLINS, Joaquim y M.^a Victoria SÁNCHEZ (2015): «Modelo Barcelona y política cultural: usos y abusos de la cultura por parte de un modelo emprendedor de desarrollo local», *EURE*, 41(122), pp. 101-123.
- RIUS-ULLDEMOLINS, Joaquim y Mariano M. ZAMORANO (2014): «Federalism, Cultural Policies, and Identity Pluralism: Cooperation and Conflict in the Spanish Quasi-Federal System», *Publius: The Journal of Federalism*.
- RIUS-ULLDEMOLINS, Joaquim y Matías ZARLENGA (2014): «Industrias, distritos, instituciones y escenas. Tipología de clústeres culturales en Barcelona», *Revista Española de Sociología*, 21, pp. 47-68.

- RODRÍGUEZ MORATÓ, Arturo (2012): «El análisis de la política cultural en perspectiva sociológica. Claves introductorias al estudio del caso español», *Revista de Investigaciones Políticas y Sociológicas*, 11(3), pp. 15-38.
- ROSELLÓ, David y Joaquim RIUS (2009): *La cooperació entre ateneus i ens locals per una cultura del segle XXI*, Barcelona, Departament de Cultura i Mitjans de Comunicació.
- ROSI, Mauro (2014): «Branding or sharing?: The dialectics of labeling and cooperation in the UNESCO Creative Cities Network», *City, Culture and Society*, 5(2), pp. 107-110.
- RUBIO AROSTEGUI, Juan Arturo (2003): *La política cultural del Estado en los gobiernos socialistas: 1982-1996*, Gijón, Trea.
- RUBIO AROSTEGUI, Juan Arturo (2008): «Génesis configuración y evolución de la política cultural del estado a través del Ministerio de Cultura: 1977-2007», *RIPS: Revista de Investigaciones Políticas y Sociológicas*, 7(1), pp. 55-70.
- RUBIO, Arturo y Joaquim RIUS-ULLDEMOLINS (2012): «La modernización de la gestión pública de la cultura. Análisis comparado del caso de los equipamientos culturales de las comunidades autónomas de Cataluña y Madrid», *Gestión y Análisis de Políticas Públicas*, 8, pp. 79-92.
- RUBIO, Arturo, Joaquim RIUS-ULLDEMOLINS y Santi MARTÍNEZ (2014): *El modelo español de financiación de las artes y la cultura en el contexto europeo. Crisis económica, cambio institucional, gobernanza y valor público de la cultura y la política cultural*, Madrid, Fundación Alternativas.
- RUIZ ZAFÓN, Carlos (2001): *La sombra del viento*, Barcelona, Planeta.
- SÁNCHEZ, M.^a Victoria, Joaquim RIUS-ULLDEMOLINS, Matías ZARLENGA *et al.* (2013): «¿Ciudad creativa y ciudad sostenible?: Un análisis crítico del modelo Barcelona de políticas culturales», *Revista Crítica de Ciències Socials*, 96, pp. 48-57.
- SANDERCOCK, Leonie (2003): *Cosmopolis II. Mongrel Cities for the 21st Century*, Londres, Continuum.
- SANTAGATA, Walter (2002): «Cultural districts, property rights and sustainable economic growth», *International Journal of Urban and Regional Research*, 26(1), pp. 9-23.
- SANTAMARINA, Beatriz y Albert MONCUSÍ (2013): «De huertas y barracas a galaxias faraónicas. Percepciones sociales de la mutación de Valencia», *Papers. Revista de Sociologia*, 99(2), pp. 365-391.
- SAPIRO, Gisèle (1996): «La raison littéraire. Le champ littéraire français sous l'Occupation (1940-1944)», *Actes de La Recherche en Sciences Sociales*, 111(1), pp. 3-35.
- SAPIRO, Gisèle (2016): «Sobre l'ús de les categories de «dreta» i «esquerra» en el camp literari», *Debats. Revista De Cultura, Poder i Societat*, 130(2), pp. 99-123.
- SASSEN, Saskia (1991): *The global city: New York, London, Tokyo*, Princeton, N.J., Princeton University Press.
- SASSEN, Saskia (2007): *Una sociología de la globalización*, Buenos Aires, Katz editores.

- SCC (2014): *Informe 11/2014. Fòrum Universal de les Cultures 2004, SA*, Barcelona, Sindicatura de Comptes de Catalunya. Generalitat de Catalunya.
- SCHUMPETER, Joseph (1974): *Capitalism, Socialism and Democracy*, Londres, Allen & Unwin.
- SCHUSTER, J. Mark (1996): «The performance of performance indicators in the arts», *Nonprofit Management and Leadership*, 7(3), pp. 253-269.
- SCHUSTER, J. Mark (1998): «Neither public nor private: the hybridization of museums», *Journal of Cultural Economics*, 22(2-3), pp. 127-150.
- SCOTT, Allen (1999): «The cultural economy: geography and the creative field», *Media, Culture & Society*, 21(6), pp. 807-817.
- SCOTT, Allen (2000): *The Cultural Economy of Cities*, Londres, Sage in association with Theory, Culture & Society. Nottingham Trent University.
- SCOTT, Allen (2001): «Capitalism, cities, and the production of symbolic forms». *Transactions of the Institute of British Geographers*, 26(1), pp. 11-23.
- SCOTT, Allen J. (2001): *The Cultural Economy of Cities*, Londres, Sage.
- SCOTT, Allen (2007): «Capitalism and urbanization in a new key? The cognitive-cultural dimension», *Social Forces*, 85(4), pp. 1465-1482.
- SCOTT, Allen (2010): «Cultural economy and the creative field of the city», *Geografiska Annaler: Series B, Human Geography*, 92(2), pp. 115-130.
- SCOTT, Carol A. (2010): «Searching for the public in Public Value: arts and cultural Heritage in Australia», *Cultural Trends*, 19(4), pp. 279-289.
- SERRA, Albert (2007): «Gestió per resultats en les administracions públiques», en F. Longo y T. Ysa (eds.): *Els escenaris de la gestió pública del segle XXI*, Barcelona, Escola d'Administració Pública, pp. 99-132.
- SEWELL, William H. (1992): «A theory of transformation: Duality, agency and transformation», *American Journal of Sociology*, 98-1, pp. 1-29.
- SHANK, Barry (1994): *Dissonant Identities: The Rock 'n' Roll Scene in Austin, Texas*, Middletown, CT, Wesleyan University Press.
- SIBALIS, Michael (2004): «Urban Space and Homosexuality: The Example of the Marais, Paris' 'Gay Ghetto'», *Urban Studies*, 41(9), pp. 1739-1758.
- SIMPSON, Charles R. (1981): *Soho: The Artist in the City*, Chicago, University of Chicago Press.
- SINDICATURA DE COMPTES (2013): *Palau de les Arts Reina Sofia, Fundació de la Comunitat Valenciana. Exercici de 2012*, Valencia, Sindicatura de Comptes de la Comunitat Valenciana.
- SINDICATURA DE COMPTES (2015): *Ciutat de les Arts i de les Ciències, S.A. Exercici 2014*, Valencia, Sindicatura de Comptes de la Generalitat Valenciana.
- SONNABEND, Ileana (1998): «Entrevista», *El Periòdico del Arte*, 14, pp. 37-38.
- STIGLITZ, Joseph E. (1987): «Principal and agent», en S. N. Durlauf y L. E. Blume (eds.): *The New Palgrave: A Dictionary of Economics*, pp. 966-971.
- STONE, Melissa M. y Jodi R. SANDFORD (2009): «Building a policy fields framework to inform research on Nonprofit Organizations», *Nonprofit and Voluntary Sector Quarterly*, 38(6), pp. 1054-1075.
- STORPER, Michael y Anthony J. VENABLES (2004): «Buzz: face-to-face contact and the urban economy», *Journal of Economic Geography*, 4, pp. 351-370.

- STROM, Elizabeth (2002): «Converting pork into porcelain: Cultural Institutions and Downtown Development», *Urban Affairs Review*, 38(1), pp. 3-21.
- SUBIRATS, Joan, Nicolás BARBIERI, Adriana PARTAL *et al.* (2010): «El retorn social de les polítiques culturals: de l'impacte social al valor públic», *Quaderns d'Acció Social i Ciutadania*, 10, pp. 18-24.
- SUBIRATS, Joan y Joaquim RIUS-ULLDEMOLINS (2008): *Del Xino Al Raval. Cultura i transformació social a la Barcelona central*, Barcelona, Editorial Hacer.
- SUBIRÓS, Josep (1998): *El vol de la fletxa. Barcelona '92: Crònica de la reinvenió de la ciutat*, Barcelona, Electa.
- SUBIRÓS, Josep (1999): *Estrategias culturales y renovación urbana*, Barcelona, Aula Barcelona.
- SZTOMPKA, Piotr (1993): *The Sociology of Social Change*, Hoboken, NJ, Wiley-Blackwell.
- TAYLOR, Ian (2000): «European ethnoscaapes and urban redevelopment: The return of Little Italy in 21st century Manchester», *City*, 4(1), pp. 27-42.
- THEODORE, Nik, Jamie PECK, Neil BRENNER *et al.* (2009): «Urbanismo neoliberal: la ciudad y el imperio de los mercados», *Temas Sociales*, 66, pp. 1-13.
- TÖNNIES, Ferdinand (1887 [2002]): *Community and Society*, Nueva York, Courier Dover Publications.
- TORRES, Francisco y Pedro GARCÍA (2014): «La ciudad ocultada. Desigualdad y precarización en la Valencia global», en J. Cucó i Giner (ed.): *La ciudad pervertida. Una mirada sobre la Valencia global*, Barcelona, Anthropos.
- TOWSE, Ruth (2001): «Quis custodiet? Or managing the management. The case of The Royal Opera House, Covent Garden», *International Journal of Arts Management*, 3(3), pp. 38-50.
- TRULLÉN, J. (2001): «El projecte Barcelona. Ciutat del coneixement des de l'economia», *Barcelona Metròpolis Mediterrània*, 1, pp. 16-25.
- TUDELA, A. (2014): *Crisis S.A. El saqueo neoliberal*, Madrid, Akal.
- TURISME DE BARCELONA (2012): *Activitat turística 1993/2011*, Barcelona, Turisme de Barcelona.
- TUROK, Ivan (2003): «Cities, clusters and creative industries: the case of film and television in Scotland», *European Planning Studies*, 11(5), pp. 549-565.
- URFALINO, Philippe (1989): «Les politiques culturelles: mécénat caché et académies invisibles», *L'Anne Sociologique*, 3(39), pp. 81-109.
- URFALINO, Philippe (1990): *Quatre voix pour un opera*, Paris, Éditions Métailié.
- URFALINO, Philippe (1994): «Décisions, actions et jeux. Le cas des grands travaux parisiens», *Villes En Parallèle*, 20-21, pp. 262-285.
- URFALINO, Philippe (1996): *L'invention de la politique culturelle*, Paris, La Documentation Française.
- VANOLO, Alberto (2008): «The image of the creative city: Some reflections on urban branding in Turin», *Cities*, 25(6), pp. 370-382.
- VERSCHUERE, B. (2006): *Autonomy and Control in Arm's Length Public Agencies: Exploring the Determinants of Policy*, Reino Unido, Leuven.
- VIADEL, Francesc (2012): *Valencianisme, l'aportació positiva. Cultura i política al País Valencià*, Valencia, PUV.

- VICARIO, Lorenzo y P. Manuel MARTÍNEZ MONJE (2003): «Another ‘Guggenheim Effect’? The Generation of a Potentially Gentrifiable Neighbourhood in Bilbao», *Urban Studies*, 40(12), pp. 2383-2400.
- VIDAL, J. (2001): «Conservas que no caducan», *Barcelona Metròpolis Mediterrània*, 57, pp. 23-27.
- VILLAR, Paco (1997): *Historia y leyenda del Barrio Chino (1900-1992)*, Barcelona, La Campana.
- VILLARROYA, Anna (2012): «Cultural policies and national identity in Catalonia», *International Journal of Cultural Policy*, 18(1), pp. 31-45.
- VIÑAS, Eugenio (2014): «Las colas interminables en el IVAM son invisibles», *Valencia Plaza*, 04/09/2014.
- VIÑAS, Eugenio y Carlos AIMEUR (2015): «Los patrocinios se desploman en el Palau de les Arts y el IVAM», *Culturplaza*, 23/09/2105.
- WEBER, Max (1944a): *Economía y Sociedad*, México, Fondo de Cultura Económica.
- WEBER, Max (1998): *Ensayos sobre sociología de la religión*, Madrid, Taurus.
- WEN Wen (2012): «Scenes, quarters and clusters: the formation and governance of creative places in urban China», *Journal of Cultural Science*, 5(2), pp. 8-27.
- WHITE, Harrison C. (1993): *Careers and Creativity: Social Forces in the Arts*, Colorado, Westview Press.
- WHITE, Harrison C. y Cynthia A. WHITE (1991): *La Carrière des peintres au XIX^e siècle: du système académique au marché des impressionnistes*, París, Flammarion.
- WHITT, J. Allen (1987): «Mozart in the metropolis: The arts coalition and the urban growth machine», *Urban Affairs Review*, 23(1), pp. 15-36.
- WILLIAMS, S. y E. CURRID-HALKETT (2011): «The emergence of Los Angeles as a fashion hub: A comparative spatial analysis of the New York and Los Angeles fashion industries», *Urban Studies*, 48(14), pp. 3043-3066.
- WILLIS, Paul E. (1990): *Common Culture: Symbolic Work at Play in the Everyday Cultures of the Young*, Londres, Open University Press.
- WU, W. (2005): en Research W. B. P. (ed.): *Dynamic Cities and Creative Clusters*, Washington DC, World Bank.
- ZIMMER, Annette y Stefan TOEPLER (1996): «Cultural policies and the Welfare State: The cases of Sweden, Germany, and the United States», *The Journal of Arts Management, Law and Society*, 26(3), pp. 167-193.
- ZIMMER, Annette y Stefan TOEPLER (1999): «The subsidized muse: government and the arts in Western Europe and the United States», *Journal of Cultural Economics*, 23, pp. 33-49.
- ZOLBERG, Vera L. (1990): *Constructing a Sociology of the Arts*, Cambridge, Cambridge University Press.
- ZOLBERG, Vera L. (2007): «Los retos actuales de la política cultural: una nueva idea de comunidad», en A. Rodríguez Morató (ed.): *La sociedad de la cultura*, Barcelona, Ariel, pp. 89-105.
- ZOLBERG, Vera L. y Joni Maya CHERBO (1997): *Outsider Art: Contesting Boundaries in Contemporary Culture*, Cambridge, Cambridge University Press.

- ZUKIN, Sharon (1982): *Loft Living: Culture and Capital in Urban Change*, Baltimore, The Johns Hopkins University Press.
- ZUKIN, Sharon (1989): *Loft Living: Culture and Capital in Urban Change*, Nueva York, Rutgers University Press.
- ZUKIN, Sharon (1995): *The Culture of Cities*, Oxford, Blackwell.
- ZUKIN, Sharon y Laura BRASLOW (2011): «The life cycle of New York's creative districts: Reflections on the unanticipated consequences of unplanned cultural zones», *City, Culture and Society*, 2(3), pp. 131-140.

DESARROLLO TERRITORIAL

1. *Gobernanza territorial en España. Claroscuros de un proceso a partir del estudio de casos*, Joan Romero, Joaquín Farinós, eds.
2. *Territorialidad y buen gobierno para el desarrollo sostenible*, Joaquín Farinós, Joan Romero, eds.
3. *Los hábitos de movilidad en la Universitat de València (2005-2006). Problemas de acceso a los campus y sostenibilidad*, Juan M. Albertos, Joan Noguera, María D. Pitarch, Julia Salom
4. *De la economía global al desarrollo local. El alcance de la intervención de los agentes de empleo y desarrollo local*, Ana María Fuertes Eugenio, Leonardo Gatica Villarroel, eds.
5. *Nuevos factores de desarrollo territorial*, Joan Noguera Tur, Javier Esparcia Pérez, eds.
6. *Redes socioinstitucionales, estrategias de innovación y desarrollo territorial en España*, Julia Salom, Juan M. Albertos, eds.
7. *Cohesión e inteligencia territorial. Dinámicas y procesos para una mejor planificación y toma de decisiones*, Joaquín Farinós, Joan Romero, Julia Salom, eds.
8. *Desarrollo local y regional*, Andy Pike, Andrés Rodríguez-Pose, John Tomaney
9. *La gestión integrada de zonas costeras. ¿Algo más que una ordenación del litoral revisada?*, Joaquín Farinós Dasí, ed. y coord.
10. *Urbanismo y gobernanza de las ciudades europeas. Gobernar la ciudad por proyecto*, Gilles Pinson.
11. *Renovación y reestructuración de destinos turísticos en áreas costeras. Marco de análisis, procesos, instrumentos y realidades*, J. Fernando Vera Rebollo y Isabel Rodríguez Sánchez (eds.)
12. *Turismo de interior: renovarse o morir. Estrategias y productos en Catalunya, Galicia y Murcia*, Gemma Cànoves, Montserrat Villarino, Asunción Blanco-Romero, Elena De Uña, Cayetano Espejo (eds.)
13. *Identity and Territorial Character: Re-Interpreting Local-Spatial Development*, Julia Salom Carrasco and Joaquín Farinós Dasí (eds.)
14. *Ciudad y movilidad. La regulación de la movilidad urbana sostenible*, Andrés Boix Palop, Reyes Marzal Raga (eds.)
15. *Valencia, 1940-2014: Construcción y destrucción de la ciudad*, Josep Sorribes i Monrabal

16. *El Corredor Mediterráneo. Desencuentro político y territorial*, Eloïse Libourel
17. *Los Servicios Sociales en la provincia de Valencia. Análisis territorial y estado de la cuestión*, Lucía Martínez Martínez, Francesc Xavier Uceda-Maza, coords.
18. *Gobernanza y planificación territorial en las áreas metropolitanas. Análisis comparado de las experiencias recientes en Alemania y de su interés para la práctica en España*, Andreas Hildenbrand Scheid
19. *Turismo de interior en España. Productos y dinámicas territoriales*, G. Cánovas, A. Blanco-Romero, J. M. Prat, M. Villarino
20. *Cultura, gobernanza local y desarrollo urbano. Políticas culturales en Barcelona y València en perspectiva comparada*, Joaquim Rius-Ulldemolins



La cultura, entendida como esfera de actividad humana dirigida a la elaboración simbólica, ha tejido una estrecha relación con la ciudad a partir del Renacimiento. Así, hablar de ciudad es referirse a los espacios centrales de la cultura; las instituciones culturales que ordenan el mundo creativo concentran en gran medida las luchas por el poder simbólico y caracterizan en gran medida el peso y la identidad cultural de las ciudades. Además, los distritos y clústeres culturales concentran los artistas e intermediarios e industrias culturales, convirtiéndose así en polos atractores de la actividad creativa, del consumo y el turismo cultural. Este libro examina este fenómeno internacional desde una perspectiva sociológica y se centra en el caso de dos grandes ciudades, Barcelona y Valencia, en las que desde finales de los años ochenta su proyecto e identidad urbana se ha basado en gran medida en las instituciones y los grandes eventos culturales, poniendo de relieve su creciente relevancia para el desarrollo local, al mismo tiempo que analiza críticamente sus consecuencias para la gobernanza cultural y urbana.

