

PROYECTO URBSPAIN

**El impacto del modelo autonómico
en las ciudades españolas**

Una aproximación interdisciplinar

Manuel Valenzuela
(Coordinador)

COLECCIÓN ESTUDIOS 150

**El impacto del modelo autonómico
en las ciudades españolas**

Una aproximación interdisciplinar

Coordinador

Manuel Valenzuela Rubio



Servicio de Publicaciones
de la Universidad Autónoma de Madrid

Todos los derechos reservados. De conformidad con lo dispuesto en la legislación vigente, podrán ser castigados con penas de multa y privación de libertad quienes reproduzcan o plagien, en todo o en parte, una obra literaria, artística o científica fijada en cualquier tipo de soporte, sin la preceptiva autorización.

© Ediciones UAM, 2012

© Los/as respectivos/as autores/as

Ediciones Universidad Autónoma de Madrid

Campus de Cantoblanco

C/ Einstein, 1

28049 Madrid

Tel. 914974233 (Fax 914975169)

<http://www.uam.es/publicaciones>

servicio.publicaciones@uam.es

ISBN: 978-84-8344-322-4

e-isbn: 978-84-8344-343-9

Diseño y maquetación: Miguel A. Tejedor López

Cuidado de la edición: Manuel Valenzuela y Nicolás Delmonte

Depósito legal: M-24029-2012

Printed in Spain - Impreso en España

Este libro se ha realizado en el marco del Proyecto de Investigación “Las ciudades españolas en la etapa autonómica (1978-2008). Dinámicas, procesos y políticas” (Código CSO 2009-11261-Subprograma GEOG) financiado por el Plan Nacional I+D+i para el período 2010-2012.

CULTURA Y PROMOCIÓN URBANA: EL IMPULSO AUTONÓMICO*

Diego A. Barrado Timón
Universidad Autónoma de Madrid
diego.barrado@uam.es

Palabras clave: Regeneración urbana, marketing urbano, cultura, museos, arte contemporáneo.

1. Presentación

El principal objetivo de este texto es analizar las estrategias de revitalización y regeneración urbana a partir de las políticas culturales llevadas a cabo en las ciudades españolas desde principios de la década de los ochenta del pasado siglo. Por tanto, se enmarca temporal, legal y administrativamente en la descentralización derivada de la Constitución de 1978 y, a partir de ella, en la nueva distribución competencial en materia de cultura entre las administraciones central, autonómica y local.

Durante este período las políticas culturales, tanto a escala local como autonómica, han ido dejando de ser vistas exclusivamente como una responsabilidad pública para con los ciudadanos, concretada básicamente en la provisión de dotaciones y servicios asociados, para pasar a convertirse también en uno de los ejes centrales de cualquier proyecto de recuperación o de promoción urbana. Esto no supone que la cultura no sea ahora concebida como un derecho ciudadano, sino que el acento ya no se pone exclusivamente en su vocación formativa,

* Este texto se enmarca en el proyecto de investigación <<Las ciudades españolas en la etapa autonómica (1978-2008). Dinámicas, procesos y políticas>>. Ref. CSO 2009-11261 (Subprograma GEOG), del Ministerio de Ciencia e Innovación.

educativa o auto-realizadora para situarse también en su capacidad de crear valor económico. Por lo tanto, esta reflexión sobre la cultura y las políticas culturales en relación con la ciudad y la economía urbana, más allá del caso español, obligará a plantearse uno de los temas más controvertidos de las últimas décadas para las ciencias sociales: el nuevo papel económico de la cultura en un período de profundas transformaciones tanto en lo tecno-económico como en lo social.

Dada la gran diversidad de aspectos susceptibles de intervención administrativa que pueden encuadrarse dentro del concepto de cultura y presentar una cierta repercusión urbana, la investigación se va a centrar de manera preferente en la planificación cultural y su evolución en las escalas local y autonómica, así como en la creación de museos y centros de arte contemporáneo. La elección de estas temáticas se ha realizado en el convencimiento de que la primera permitirá comprender la concepción que las diferentes administraciones tienen de la cultura, y sobre todo, su evolución en relación con el desarrollo y la ciudad; mientras que la segunda, los museos y el arte contemporáneo, ofrecen no solo uno de los mejores ejemplos prácticos de esta conexión, sino que además su generalización en el panorama español coincide en gran medida con la aparición de las comunidades autónomas y con la visión de la cultura como instrumento para el desarrollo y para la representación de una nueva instancia del poder.

2. De la cultura como derecho a la cultura como consumo

Por una serie de causas que se irán viendo más adelante el concepto de cultura se ha ido haciendo cada vez más complejo, banal y laxo. Por lo tanto, parece oportuno, aun cuando solo sea desde un punto de vista operativo, intentar definir el concepto y apuntar a sus posibles relaciones con la ciudad y con las políticas urbanas, con el fin de profundizar posteriormente en los diferentes modelos de intervención desarrollados en las ciudades españolas.

2.1. Cultura, ciudad y políticas culturales

De acuerdo con el ensayista R. Williams (1976) el concepto de cultura se encuentra entre los más complejos de las ciencias sociales,

sistematizando dicho autor tres acepciones principales. Una de ellas, la usualmente utilizada por la antropología y referida a la forma particular de vida de un grupo o período, aparece en el siglo XIX y parece consolidarse a mediados del XX a partir de la clasificación de las ciencias sociales auspiciada por el sociólogo norteamericano T. Parsons y el informe realizado por los antropólogos Kroeber y Kluckhohn¹. Desde las últimas décadas del pasado siglo la antropología básicamente define la cultura como un “discurso simbólico colectivo” (Kuper, 2001: 34), ganando en la antropología postmoderna un carácter interpretativo y hermenéutico. Pero a pesar del elevado nivel de abstracción que ha alcanzado se trata de una acepción de enorme trascendencia para el análisis urbano actual, especialmente en una época de globalización y de migraciones internacionales que si bien han roto la conexión directa entre una cultura y el territorio en el que se desarrolla, propio de la antropología más tradicional, también han apuntalado “el fuerte sentido de lugar que existe en el pensamiento cultural”, complementado ahora “con algunos de los flujos culturales que hay en el espacio, dispuestos en parte por las relaciones centro-periferia” (Hannerz, 1996: 206). Este planteamiento conllevaría el análisis de las ciudades como lugares de asentamiento, creación y recreación de identidades culturales, como espacios en donde se crean culturas y subculturas específicamente urbanas; pero, mucho más allá, las ciudades serían ahora los nodos de la globalización en donde se mezclan y redefinen las culturas y donde se crean otras nuevas.

La segunda de las acepciones que recoge R. Williams (1976) es la de cultura como proceso de desarrollo intelectual, espiritual y/o estético, la más antigua y la que más directamente asume el significado latino de tendencia y proceso hacia algo. En este sentido la cultura sería en la actualidad esencialmente “un derecho objetivo de los individuos y de las sociedades que conforman”, por lo que su provisión pasa a considerarse una obligación por parte de la administración. Ambos aspectos, “tanto una exigencia ante los poderes públicos (...) como una respuesta individual y colectiva a las cambiantes concepciones que emergen con las distintas épocas, ideologías y sociedades” (Pose, 2006: 18), se vieron reforzados en España a partir de un proceso demo-

1 La obra referida es: *Culture. A Critical Review of Concepts and Definitions*, publicada en 1952.

cratizador en el que se percibía la cultura como una de las aspiraciones más elevadas de los ciudadanos, en gran medida como forma de marcar una ruptura con las políticas de la etapa dictatorial. Este derecho a la cultura se concretaría, desde el punto de vista urbano, en la provisión de una oferta de espacios (equipamientos) y servicios (conciertos, representaciones, exposiciones, educación, etc.) que generalmente han recaído sobre las administraciones locales, por su mayor cercanía a los ciudadanos y por su provisión en parte a través de un planeamiento urbanístico competencia municipal, lo que en cierto modo uniría este derecho a la cultura con el concepto de “derecho a la ciudad”

Finalmente, la tercera de las acepciones que ofrece R. Williams (1976), y posiblemente la más común, es aquella que considera la cultura como los trabajos, las prácticas intelectuales y la actividad artística, así como las obras a que dan resultado, tanto materiales como inmateriales. Históricamente las ciudades han sido los principales lugares de producción cultural, espacios en donde por sus propias características (interacción, mezcla, acumulación de capital, mecenas, instituciones culturales y de poder, etc.) se produce la emergencia de nuevos movimientos culturales (artísticos, literarios, sociales, etc.) y de nuevas ideas. Esto supone que hayan sido y sean los centros en donde se acumula la mayor parte del patrimonio y donde este tiene una mayor presencia social, pero también urbanística y arquitectónica en forma de museos, edificación, trazado urbano, formas específicas de uso social del espacio, etc. Como resultado, las políticas sobre el patrimonio (coleccionismo, exhibición, promoción, difusión, conservación, reutilización, etc.) son en gran medida por y para la ciudad, singularmente en el caso de aquéllas consideradas como ciudades históricas y con algún tipo de sistema de preservación.

La producción cultural se ha concentrado y se concentra en la ciudad por la presencia de una masa crítica de creadores y, en una relación de ida y vuelta, de consumidores de cultura; pero también de una estructura socioeconómica que favorece la producción, promoción, distribución, adquisición, valoración y crítica de esas ideas y de los objetos creados, lo que desde una perspectiva actual en los estudios urbanos implicaría analizar la ciudad como *milieu* que favorece la creación y la difusión de ideas y de símbolos, es decir, como lugar

de producción y de consumo cultural. En este sentido las ciudades, y sobre todo las capitales culturales más o menos coincidentes con las grandes ciudades globales, son los lugares donde se asientan las denominadas industrias culturales, entendidas como el sector productivo que pone en relación a los creadores individuales con el encadenamiento de producción, distribución, promoción y publicidad que acaban permitiendo los consumos culturales, por lo que de la cultura como producción intelectual y artística se acaba llegando a la consideración de la misma como un sector económico que crea espacios de producción, oportunidades, empleo y flujos de capital.

De este modo la cultura sería un elemento esencial para la reproducción de la ciudad, y muy especialmente una forma de acumular un capital simbólico a partir tanto de la producción como del consumo cultural. Este capital simbólico de las ciudades estaría fundamentalmente representado por aspectos como las instituciones artísticas punteras, la arquitectura de firma o los grandes eventos, pero también cada vez más por actividades de ocio de alto nivel como la gastronomía, las compras, el diseño, etc.; y se reafirmaría a través de signos que se transmiten vía marketing urbano movilizándolo los discursos culturales en las estrategias urbanas emprendedoras (Ribera-Fumaz, 2009).

Pero no debe olvidarse que estas nuevas estrategias e interpretación del desarrollo urbano pueden también valorarse a partir del concepto mucho más crítico y menos complaciente de "capital cultural" elaborado por P. Bourdieu (1988), entendido como una forma de adquirir estatus a través de la capacidad de apreciar y juzgar productos culturales, lo que se convierte a su vez en una marca de clase. Desde el punto de vista urbano los supuestos efectos beneficiosas de esa creación de capital cultural acabarían ofreciendo cobertura a operaciones de renovación que favorecerían procesos de sustitución sectorial (terciario, turismo y comercio avanzado frente a industria) y social (*gentrification*), y en general cambios económicos que se consideran positivos para la ciudad entendida como un organismo con objetivos únicos, pero que de manera real solo acaban beneficiando a ciertas elites y grupos sociales. A analizar la nueva relación entre lo cultural y lo económico que se deriva de estas últimas ideas se dirigen las siguientes páginas.

2.2. El giro cultural: el nuevo papel de la cultura en la economía

Como se ha señalado en páginas precedentes, quizá el proceso más destacado sobre la temática que se está tratando haya sido la conversión de la cultura en una de las grandes fuerzas económicas de finales del siglo XX y principios del XXI. Frente a los planteamientos de D. Bell (1976, 1977), que sostenía a partir de su exitosa etiqueta de postindustrial la emergencia de un nuevo orden económico causa y efecto de nuevos procesos tecnológicos, en el cual habría una discordancia entre los dominios tecno-económicos, políticos y culturales, otros autores sostienen que en realidad se estaría en una nueva fase del capitalismo, habitualmente calificado de tardío (E. Mandel) o avanzado (F. Jameson), caracterizada por el dominio de los capitales multinacionales; la fase más pura de cuantas habrían existido hasta ese momento, en palabras de F. Jameson, en la medida en que comportaba “una ampliación prodigiosa del capital hasta territorios antes no mercantilizados” (Jameson, 1991: 81). Entre esos nuevos territorios que se han ido incorporando definitivamente a las lógicas económicas del capital multinacional se encuentra una cultura “transformada totalmente en un continente económico en incesante expansión” (Lipovetsky y Serroy, 2010: 30), lo que implica su disolución como esfera autónoma de lo económico a cambio de su implosión “en el dominio de lo social, hasta el punto de que no resulta exagerado decir que, en nuestra vida social, ya todo (...) se ha convertido en cultura” (Jameson, 1991: 106-7).

Esto conlleva la asunción de la cultura a cuestión esencial en todos los debates contemporáneos, el habitualmente denominado “giro cultural” (*cultural turn*) que supone su reforzamiento como concepto fundamental y común a todas las ciencias sociales. Pero más allá de la reflexión científica, este “giro” implica una enorme expansión de todos aquellos aspectos que podrían incluirse bajo el epígrafe de cultura, y por supuesto, su inserción plena en la esfera de lo económico. Además, esta relación economía – cultura es claramente de ida y vuelta, y si por un lado implica la conversión de toda la cultura (desde la alta cultura a la cultura de masas o las denominadas industrias culturales y del ocio, pasando por un turismo que siempre mantuvo una completa relación con la esfera económica) en una de las principales actividades de las economías avanzadas, erosionando las tradicionales fronteras simbólicas que la parcelaban y jerarquizaban en la modernidad (Lipovetsky y Serroy, 2010), también conlleva que la producción de mercancías sea

algo cultural, en la medida en que el valor simbólico de los bienes o servicios más avanzados puede llegar a superar con mucho su valor de uso, y se acaban convirtiendo en un marcador de clase social.

Como resultado, prácticamente todas las políticas culturales desarrolladas por el sector público, sea cual sea su motivación declarada, pueden ser interpretadas como políticas económicas o con motivación económica. Y esto sería particularmente cierto, como señala F. Jameson (2001), para el caso particular de la arquitectura, al que se podría añadir el más general del urbanismo, dado que la fusión entre la producción estética y la de mercancías sería más rápida y profunda en aquellas artes o técnicas que como las citadas, dada su vocación necesariamente funcional además de estética, estarían desde su origen más ligadas a la economía². De ahí la importancia conceptual de la arquitectura y el urbanismo para las teorías posmodernas (Jameson, 1991), y de ahí que ese giro cultural se incorporase de forma inequívoca, adquiriendo en la mayoría de las ocasiones un papel dominante, a todas las “políticas de renovación urbana y de revitalización de las ciudades post-industriales” (Miles, 2005: 889).

La particularidad del caso español es que la democratización y la recuperación de legitimidad por parte de las administraciones central y local, junto con la paralela descentralización administrativa hacia las comunidades autónomas, se produce en un momento clave para la reconsideración de la esfera de la cultura como objeto de intervención pública, pasando de una visión tradicional de protección del patrimonio y de servicio público, generalmente desatendido durante la dictadura, a convertirse en la “ortodoxia a través de la cual las ciudades tratan de mejorar su posición competitiva” (Miles y Paddison, 2005: 833). El resultado fue lo que podría calificarse de efervescencia de este tipo de intervenciones, con alguno de los ejemplos más exitosos a nivel mundial (Barcelona o Bilbao) pero también con una enorme cantidad de energía y dinero invertido en procesos de dudosa rentabilidad económica, social y urbana, generalmente de carácter repetitivo y acumulativo y con clara intencionalidad política.

2 Como se ha apuntado arriba esta conexión entre cultura y economía es también muy clara en una actividad que como el turismo siempre mantuvo y produjo relaciones económicas clásicas, y que si bien tenía problemas a la hora de ser considerada como una actividad cultural por más que en ocasiones se le adjetivase así de forma expresa – turismo cultural -, hoy es incluida sin duda entre las industrias culturales.

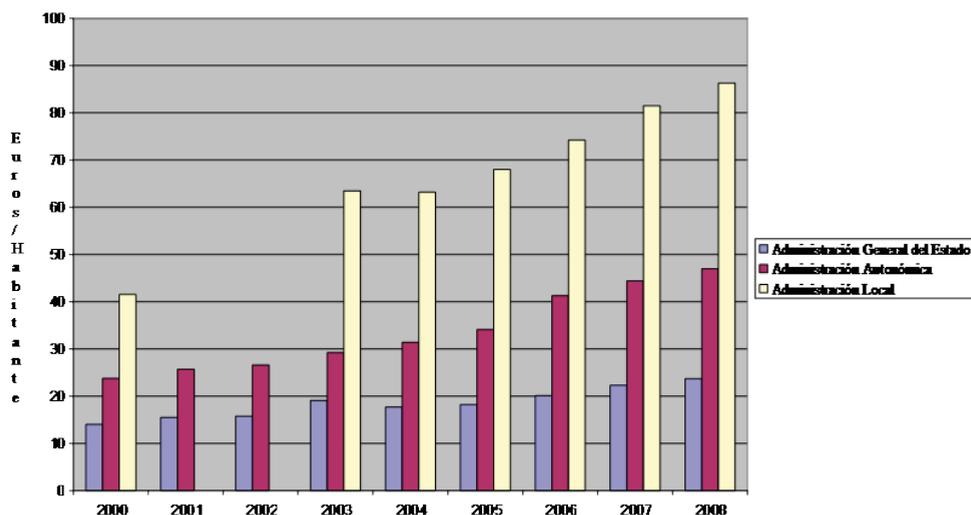
3. Competencias y políticas culturales en España

En el ordenamiento competencial derivado de la Constitución de 1978 la cultura se constituye como un ámbito en el que la mayoría de las interpretaciones consideran que predomina la concurrencia, es decir, en el que los niveles de la administración central y autonómica tienen atribuciones genéricas sin que predomine ninguno de ellos. En todo caso, y como señala J. Esteve (1986), este análisis es sólo pertinente si se considera la cultura como un supraconcepto con una notable carga de abstracción, lo que resulta de escasa utilidad para la discusión jurídica y competencial. Por el contrario, si se parte para este análisis de las diferentes materias concretas que pueden considerarse estrechamente relacionadas con la cultura o integradas en ella, sí es posible encontrar un régimen distributivo más preciso entre las diferentes administraciones.

Del análisis de los artículos 148 y 149 de la Constitución se deriva que el gobierno central retiene determinada normativa básica en materia de cultura que afecta a derechos fundamentales (libertad de expresión, creación, etc.) o a la igualdad económica en todo el estado (propiedad intelectual), junto con la protección del patrimonio frente a las exportaciones y, de forma más general, la conservación y promoción del mismo (art. 46 CE). Además, conserva la titularidad de algunos centros culturales emblemáticos, bien heredados de períodos anteriores (Museo del Prado, Biblioteca Nacional, etc.) o bien creados con posterioridad a la normalización del marco político (Museo Nacional Centro de Arte Reina Sofía), elementos de enorme valor como capital simbólico para algunas ciudades, especialmente Madrid. Por su parte, y de acuerdo con el artículo 148 de la Constitución las comunidades autónomas podrían asumir competencias en aspectos como la artesanía, los museos, bibliotecas y conservatorios, junto con el patrimonio cultural de interés para la propia comunidad. Así pues, las comunidades autónomas son competentes en la mayoría de los aspectos en los que en principio se podría establecer una relación directa entre las políticas culturales y la ciudad, concretados en la provisión de equipamientos y servicios culturales y educativos para sus ciudadanos y en la conservación del patrimonio inmueble, urbanístico y paisajístico.

En cuanto a los gobiernos locales, y de acuerdo con la Ley de Bases de Régimen Local de 1985, prácticamente no tendrían ninguna atribución en materia de cultura, señalándose en el art. 25 de forma genérica que ejercerán competencias sobre las “actividades o instalaciones culturales y deportivas; ocupación del tiempo libre; turismo”; recogiendo además, en el siguiente artículo, que los mayores de 5.000 habitantes deberán a su vez prestar el servicio de biblioteca pública. Sin embargo, lo cierto es que los ayuntamientos tienen una amplia autonomía para desarrollar actividades culturales, como claramente señala el art. 28 de la Ley de Bases al recoger que “pueden realizar actividades complementarias de las propias de otras Administraciones Públicas, y en particular, las relativas a (...) la cultura”.

Fig. 1. Gasto en cultura por habitante



Fuente: Ministerio de Cultura

En realidad, y dado que siempre y cuando se trate de forma abstracta la cultura es una competencia concurrente, todos los niveles de la administración realizan actividades ligadas a su promoción, tarea en la que han sido especialmente activos los ayuntamientos. Esto queda probado al analizar el gasto en cultura de las diferentes administraciones públicas recogido en el anterior gráfico (Fig. 1), dado que

como puede verse la administración local aproximadamente duplica y triplica la inversión de las administraciones autonómica y central respectivamente.

Para explicar esta sobreinversión local, tanto más sorprendente si se compara con la exigüidad de las competencias con que cuenta este nivel de la administración, debe tenerse en cuenta que su papel protagonista en esta materia se inicia a partir de la aparición en 1979 de los calificados como *ayuntamientos democráticos*, “que apostaron por la cultura y la recuperación de la calle como espacio festivo colectivo” (Real Instituto Elcano, 2004: 5) como una clara reivindicación ciudadana ejemplo del cambio político. No es hasta entrada “la década de los ochenta [cuando] se produjo un interés político por el valor económico como valor extrínseco de la política cultural” (Rubio, 2008: 66), lo que hizo que pasase de ser contemplada casi exclusivamente como un derecho ciudadano parte del ya citado “derecho a la ciudad”, con una lógica territorial en la intervención pública, a formar parte dentro de las nuevas tendencias de la planificación estratégica.

Es a partir de esta nueva idea de la intervención estratégica, cuyos criterios esencialmente empresariales se superponen a las lógicas propias de la tradicional planificación urbanística, cuando la cultura se convierte en una parte esencial de las políticas para la recuperación y promoción urbana. La valoración de estos procesos suele ser muy polarizada, desde los que asumen que esta “planificación estratégica permite a la cultura desarrollar su vocación de centralidad dentro de las políticas públicas, aportando sus valores al desarrollo territorial y comunitario” (Manito, 2008: 15), a los que consideran que cobra un carácter instrumental dirigida a buscar un determinado posicionamiento urbano y a construir identidades colectivas comercializables, partiendo de un carácter organicista que considera la ciudad como un sujeto con objetivos únicos guiado de forma más o menos carismática por un “alcalde – líder” (Gavira, 1996) que gana perfil de gestor empresarial frente al más tradicional de político – administrador.

4. La lógica y la planificación de los políticas culturales en la España democrática en relación con la ciudad

Dos son los hechos esenciales ya apuntados que explican la evolución de las políticas culturales en España desde los años ochenta. En

primer lugar el cambio político y administrativo que permitió la legitimación de unos gobiernos locales que a pesar de sus escasas atribuciones asumen de forma generalmente entusiasta las políticas culturales; junto con la aparición de un nuevo nivel de la administración, como es el autonómico, que en este caso sí tiene competencias y presupuestos específicos en cultura. A estas circunstancias particulares de nuestro país habría que sumarles, por un lado, el nuevo papel que comenzó a representar la cultura en relación con lo económico y lo social; junto con la evolución general sobre el modo en cómo se concibe la planificación a partir de los años ochenta, lo que dio lugar a que la cultura pasase a ser una materia que se ordenó y gestionó a partir de una concepción estratégica.

De acuerdo con estos procesos J. Font (2002) establece tres grandes períodos en la evolución de las políticas culturales en España, que como no podía ser menos, y dadas las circunstancias históricas comentadas, ha sido paralela a su plasmación sobre la ciudad como realidad socioespacial. A principios de los ochenta estuvieron fundamentalmente marcadas por la recuperación de la ciudad y de la calle como espacio cultural y festivo, poniéndose el acento en el carácter emancipador de la misma y en la recuperación y redotación de la ciudad. A finales de los ochenta y principios de los noventa, momento en el que se han consolidado los equipos políticos y técnicos en materia de cultura tanto a escala local como especialmente autonómica, tiene lugar un gran apogeo inversor en equipamientos y grandes eventos tanto puntuales como periódicos, con un objetivo más o menos declarado por potenciar su carácter simbólico, promocional y de centralidad. Los grandes proyectos de 1992 en Barcelona, Sevilla y Madrid³ marcaron un claro modelo en cuanto a la intervención sobre la ciudad, la promoción urbana y la creación de capital simbólico, pero que difícilmente podía tener continuidad por su propia escala y por la crisis económica que se produjo a continuación. Finalmente, desde mediados de los noventa y en clara consonancia con el "giro cultural"

³ La comparación se plantea solo en cuanto que los tres supusieron el apogeo de un modelo de promoción urbana ligada al intento de crear capital simbólico, pero es obvio que existieron enormes diferencias tanto en su mayor o menor relación con las políticas culturales (Juegos Olímpicos frente a una Exposición Universal y una capitalidad cultural) como al éxito económico y simbólico que se obtuvo de cada uno de ellos.

arriba analizado, se consolida plenamente el carácter estratégico de la cultura que se había empezado a esbozar en el período anterior⁴, ganando en centralidad dentro del conjunto de las políticas públicas y asumiendo su importancia económica tanto desde el punto de vista productivo como simbólico.

4.1. Las primeras políticas locales en materia de cultura: recuperar y hacer ciudad

En el primer período la principal motivación fue la recuperación del espacio público, tanto en lo físico como en lo social, como lugar de relación, socialización y representación, unido a una redotación de la ciudad y a una preocupación por la calidad de vida y la estética urbana⁵, aspectos que en determinados barrios fuera de los espacios centrales o en ciudades dormitorio de los grandes núcleos metropolitanos fueron conceptualmente incluidos dentro de un proceso sintomáticamente denominado *hacer ciudad*. En este momento se produjo la ya referida “municipalización de la cultura” paralela a la que se dio también en Francia, producto de transformaciones sociales como la creciente urbanización o el aumento del nivel educativo de las clases medias urbanas, junto con el cambio político que supuso la obtención de gran parte del poder municipal por partidos de izquierda cuyas elites políticas provenían en gran medida del movimiento asociativo y cultural (Bouzada, 2008).

Desde el punto de vista urbano la principal atención se dirigió al sistema de equipamientos, definido en cada ciudad y momento por la legislación urbanística y la sectorial, así como por la planificación correspondiente. De forma general, el equipamiento cultural está compuesto por centros culturales y cívicos a diferente escala (barrio o ciudad), bibliotecas de barrio a regionales, archivos y, finalmente, espacios

4 Hasta entonces la cultura había tenido una cierta presencia en la primera generación de planificación estratégica urbana realizada a finales de los ochenta en España, pero a partir de ese momento se empiezan a redactar planes estratégicos centrados en la cultura, tanto a escala local como autonómica.

5 En las dos principales ciudades españolas estas políticas dieron origen a campañas que incluyeron algunos de los primeros procesos que podrían calificarse de marketing urbano, como “Recuperar Madrid” y “Barcelona posa’t guapa”.

más especializados y dotados algunos de ellos de un cierto carácter recreativo y simbólico, como los museos y galerías, teatros, salas de conciertos, etc. (Hernández Aja, 2000). Estos equipamientos, que en sus inicios estuvieron dotados de un carácter estructurante desde el punto de vista territorial, esencial para la mejora de la calidad de vida urbana en España, han venido sirviendo como lugar donde desarrollar los dos servicios básicos prestados por las administraciones locales y autonómicas: la difusión y el acceso a la cultura para el disfrute de los ciudadanos (lectura, exposiciones, conciertos y representaciones, etc.), y la promoción de la creatividad y formación cultural de esos mismos ciudadanos con servicios como las escuelas de música, teatro y pintura o las universidades populares. En realidad, y al menos en los espacios urbanos peor dotados, se trató de ir pasando de una visión centrada en el equipamiento como un contenedor y como elemento estructurante a potenciar una “ciudad educadora”, que además de preocuparse por recuperar y mantener sus tradiciones impulsase la capacidad creativa e innovadora de sus ciudadanos (Pose, 2006).

Sin embargo, desde finales de los ochenta algunas administraciones locales empezaron a desarrollar planes estratégicos que implicaban una nueva visión de la gestión de lo público, asumiendo un carácter menos rígido y permitiendo la participación de otros agentes, lo que esencialmente implica la intervención del sector privado sobre atribuciones anteriormente exclusivas de la administración. Pero además, esta nueva planificación suponía una nueva forma de intervención frente a la tradicional distribución sectorial de carácter vertical, lo que dio lugar a la aparición de organismos con competencias transversales cuyo objetivo ya puede considerarse claramente estratégico y en la línea de la nueva visión de las políticas culturales: “situar la cultura como uno de los activos cardinales del desarrollo y proyección de la ciudad” (Guillemat, 2008: 190).

4.2. La planificación estratégica local en cultura

Es a finales de los noventa y principios del siglo XXI cuando la planificación estratégica de la cultura se generaliza. Sin duda el mejor ejemplo tanto a nivel de planificación como de consecución de objetivos finales es el de Barcelona, que aprueba en 1999 uno de los

primeros documentos estratégicos de cultura. Tanto el *Pla Estratègic del Sector Cultural de Barcelona* de 1999 como su actualización, *Nuevos Acentos 2006. Plan Estratégico de la Cultura de Barcelona*, son ya una clara apuesta por la cultura como agente para el cambio urbano, como el “eje estratégico básico para afrontar los retos contemporáneos de las ciudades [de tal modo que] es esta la que ha de teñir el resto de los planeamientos estratégicos, y no al revés”⁶.

También es Barcelona el mejor modelo para analizar la relación entre la ciudad, la cultura y la nueva economía, no sólo a escala nacional sino también internacional. En efecto, el plan asume esta nueva forma de abordar la cultura y el desarrollo urbano como una consecuencia inevitable derivada de un cambio de modelo tecno-económico que, a su vez, supondría una profunda transformación de la realidad económica de las grandes ciudades postindustriales; lo que implica que de la anterior preocupación esencial por la dotación de equipamientos se deba pasar a poner el acento en aspectos como el reforzamiento de la imagen de Barcelona y su proyección internacional, la incorporación de la ciudad a los flujos de la cultura digital o el reforzamiento de su papel en la producción de contenidos culturales⁷. La actualización del plan en 2006, tomando como punto de inflexión el Forum Universal de las Culturas celebrado en la misma ciudad en 2004, no supuso cambios esenciales desde el punto de vista conceptual más allá de un reforzamiento de la reflexión y las propuestas en torno a los nuevos retos de la multiculturalidad, producto de la presencia de nuevas minorías muy por encima de lo que podía intuirse en los noventa. Así pues, tanto si es valorado negativamente con el calificativo de mercantilización como si se asume positivamente como apuesta por un desarrollo equilibrado, queda patente el nuevo papel que dentro de la esfera económica la ciudad de Barcelona le asigna a la cultura⁸.

6 *Pla Estratègic del Sector Cultural de Barcelona*, página 4.

7 Debe recalcar que este cambio en las prioridades no implica que se abandone la política de equipamientos y de apertura de la cultura al conjunto de los ciudadanos. Se trata, fundamentalmente, de un cambio en las prioridades y en las narrativas.

8 Algunos de los proyectos con más claro contenido económico o dirigidos a reforzar el papel simbólico de la ciudad serían los años temáticos como el de Gaudí (2002), el plan 22@ para potenciar las industrias creativas y, por supuesto, el Forum Universal de las Culturas de 2004.

Frente al caso de Barcelona, otras grandes ciudades han optado por no desarrollar planes específicos de cultura, pero sí por incluir este sector como una de las apuestas preferentes dentro de sus líneas estratégicas generales. Es el caso de Sevilla, que dentro de su *Plan Estratégico Sevilla 2010* inserta un apartado específico para la cultura con el significativo nombre de *Sevilla Factoría Cultural*, concebido al mismo tiempo como “un proyecto y una marca” (Sitjes, 2008a: 349). Su visión del papel de la cultura en el nuevo contexto socioeconómico puede adjetivarse de relativamente clásico, en la medida en que su principal apuesta sería reforzar el desarrollo e imagen de la ciudad utilizando su potencialidad simbólica (*Sevilla, enclave cultural del sur de Europa; Sevilla, nodo entre Oriente y Occidente*) y económica, apostando por sus sinergias con el patrimonio, el turismo y el comercio. Sin embargo, debe destacarse también su interés no sólo por la promoción del patrimonio heredado y tradicional sino por la nueva creación (artes visuales, tecnología), así como la conexión de cultura – educación y, de manera significativa, cultura y nueva economía, con su apuesta por los barrios @.

Tampoco Bilbao tiene un plan de cultura propio sino que se incluye en un documento estratégico general. Evidentemente, el carácter emblemático del caso Bilbao para analizar los procesos de regeneración urbana a través de la cultura no viene dado por su planificación, sino por el enorme éxito del edificio del Museo Guggenheim para construir capital simbólico y convertir a la ciudad vasca en pocos años en uno de los referentes culturales, arquitectónicos y turísticos del mundo. En este caso no se puede apreciar una conexión del proyecto ni con las demandas ciudadanas en materia de cultura ni con el apoyo a los procesos de creación propios, sino que desde un principio “respondía fundamentalmente a lógicas (...) vinculadas al desarrollo territorial y a la regeneración urbana” (Etxebarria, 2008b: 672) del conjunto de la Ría del Nervión, profundamente afectada en lo económico, lo social y lo urbanístico por la crisis de la industria pesada y la reconversión de los años ochenta.

Seguramente estos sean los tres ejemplos más relevantes de conexión entre la planificación del desarrollo y la cultura de entre las grandes ciudades españolas, debiendo destacarse el caso de Madrid, que cuenta con una enorme potencialidad económica en el sector cul-

tural pero mucho más por su factor capitalidad y el simbolismo heredado de algunas de sus grandes instituciones que por haber desarrollado estrategias coherentes en este sentido. En cuanto a otras grandes ciudades no se encuentran planes estratégicos claramente definidos, lo cual no significa que no se haya pretendido ganar simbolismo a escala internacional o nacional a partir de la cultura, con intervenciones de gran calado como la Exposición Internacional Zaragoza 2008 o el Museo Picasso de Málaga.

Al margen de las ciudades de mayor tamaño, se han podido detectar y analizar planes de cultura en ciudades medias o pequeñas con muy diversas perspectivas. Por ejemplo, Vitoria parece apostar por la cultura como una forma de profundizar en la sociedad del bienestar y en la alta calidad de vida que tradicionalmente han mostrado los indicadores de esta ciudad (Sitjes, 2008b), posiblemente ante la dificultad de competir en el ámbito vasco con la imagen internacional del Guggenheim de Bilbao o con la potencia cultural de San Sebastián, derivada del Festival de Cine⁹ y del simbolismo de los edificios del Kursaal proyectados por Rafael Moneo.

Otros muchos gobiernos locales han optado por adherirse al documento *Agenda 21 de la Cultura*¹⁰, referencia en la materia para la Organización Mundial de Ciudades y Gobiernos Locales Unidos con sede en Barcelona. Frente a las tendencias generales arriba comentadas, este documento presenta en principio un carácter menos centrado en la mercantilización y la producción de símbolos ligados al marketing urbano, haciendo hincapié más en el papel de la cultura para el desarrollo personal y social que en lo económico. A pesar de ello, ha sido el marco general en el que se han insertado políticas y programas de muy diverso signo y tendencia, como algunos de los ya comentados (Barcelona, Sevilla, Bilbao) y otros que, como el caso de la ciudad de Alcobendas, en el área metropolitana norte de Madrid, es generalmente presentado como un buen ejemplo del proceso que en páginas anteriores se denominó *hacer ciudad* (Anllo, 2008), pasando de ser un

9 La *Estrategia Donostia – San Sebastián 2003* pretende mejorar la creatividad y la economía urbana potenciando las industrias culturales.

10 La lista puede consultarse en http://www.cities-localgovernments.org/uclg/upload/newTempDoc/ES_275_list_of_cities_agenda21culture_es.pdf.

núcleo dormitorio infradotado en los sesenta y setenta a desarrollar un modelo muy equilibrado entre las dotaciones básicas (centros culturales, casas de asociaciones, actividades) y los equipamientos de mayor rango y carácter claramente metropolitano, como el recientemente inaugurado Centro de Arte de Alcobendas¹¹.

4.3. Las políticas culturales de las comunidades autónomas y su proyección urbana

Frente a lo que podría pensarse, dada la gran cantidad de competencias y equipos técnicos con que cuentan las comunidades autónomas en la materia, no se ha producido una clara consolidación de la planificación estratégica de la cultura a escala regional. De hecho, y desde el pionero *Plan Estratégico de Cultura 1997 – 2006 de Castilla-La Mancha*, tan solo han redactado documentos formales las comunidades de Andalucía, País Vasco y Canarias, por más que para el resto puedan encontrarse también una gran cantidad de instrumentos parciales y *estrategias* más o menos definidas y enunciadas¹². De manera general puede señalarse que todos ellos asumen una serie de principios metodológicos y conceptuales entre los cuales se encuentran el reconocimiento del papel central de las políticas culturales y su interés económico; junto con una estructura de trabajo y propositiva que o bien sigue las lógicas tradicionales de la división sectorial de la cultura (patrimonio, bibliotecas e infraestructuras, creación y expresión – libro, artes plásticas, teatro, danza, música – audiovisual, etc.) o bien asume otras más modernas de carácter transversal (cultura y economía, cultura y nuevas tecnologías, innovación y creatividad, etc.).

Más difícil resulta profundizar a nivel de plan en los efectos sobre la ciudad y su promoción que presentan las estrategias autonómicas, dado que los objetivos perseguidos, si bien muy similares conceptualmente a los de la planificación local, se refieren obviamente al conjunto de la comunidad, por lo que no puede encontrarse de manera

11 Inaugurado en noviembre de 2010.

12 Debe constatarse la existencia de documentos estratégicos no generales, sino sobre aspectos parciales de las políticas culturales, como el *Plan PAHIS 2004 – 2012 del Patrimonio Histórico de Castilla y León*, o libros blancos sobre bibliotecas, industrias culturales, etc.

tan evidente la conexión entre cultura y la revitalización o regeneración urbana. Sin embargo, gran parte de las actuaciones concretas en materia de cultura, y singularmente aquéllas que requieren la construcción de equipamientos con un cierto componente simbólico, presentan un importante efecto sobre el tejido urbano en particular, y de forma general sobre la reorganización de los sistemas urbanos a escala regional o incluso nacional. En todo caso, las estrategias de las comunidades autónomas pueden ser enormemente diferenciadas en cuanto a la búsqueda de efectos urbanos, encontrándose desde aquéllas que apuestan por la creación de grandes conjuntos urbanos consagrados a la cultura y con un claro contenido icónico en la capital autonómica, como el conjunto de la Ciudad de las Artes y de las Ciencias del cauce del Turia en Valencia o la Ciudad de la Cultura de Galicia junto a Santiago de Compostela, frente a otras que por muy diversos motivos pretenden una distribución por el conjunto del sistema urbano (Castilla León) e incluso buscan efectos descongestionadores, caso del Centro de Arte Dos de Mayo, en Móstoles, frente a la enorme concentración de equipamientos y oferta cultural del centro de Madrid.

Como conclusión general puede señalarse la expansión de un modelo de planificación que desde los noventa asume de manera clara el nuevo papel de la cultura dentro de la esfera económica, como elemento esencial ligado al marketing urbano y a la generación de símbolos con capacidad de atraer actividades avanzadas. Sin necesariamente abandonar compromisos tradicionales, resulta obvio que poco a poco ha ido ganando peso el componente *extrínseco* de las políticas culturales, que sobre todo en las grandes ciudades les impregna de aspectos como la eficiencia económica o su uso como herramienta genérica para el desarrollo (Bouzada, 2008).

En cuanto al análisis de los documentos o de las reflexiones realizadas sobre los mismos se puede concluir que, salvo en las propuestas concretas, obviamente ligadas a la realidad local o autonómica según el caso, no es fácil encontrar diferencias significativas desde el punto de vista metodológico y teórico, en la medida en que siguen las mismas tendencias tanto en lo referido a los modelos de planificación como al papel que ha de representar la cultura para la ciudad contemporánea. Debe señalarse, además, que una vez asumidas unas metodologías y unos conceptos en torno a la planificación y al nuevo papel de la cultu-

ra, la realidad es que las propuestas genéricas desarrolladas son repetitivas y poco conectadas, en gran cantidad de ocasiones, con la realidad urbana profunda y con el papel que cada ciudad puede representar en contextos regionales, nacionales o internacionales más amplios.

5. De las políticas culturales al proyecto de ciudad: el ejemplo de los museos y centros de arte contemporáneo

Los museos promovidos por las comunidades autónomas son un buen testigo de los procesos de descentralización de la España moderna, iniciando rápidamente la mayoría de ellas una política museística propia a medio camino entre lo cultural y lo político. Dentro de estas iniciativas el arte contemporáneo ha tenido una presencia singularmente importante a pesar de que quizá no sea el más popular (Llorente, 1997), seguramente debido a razones de orden práctico ligadas a la mayor facilidad para construir colecciones contemporáneas, aunque evidentemente con significación y valor muy diverso. Pero esto no debería esconder que los museos de arte contemporáneo cuentan con un público cada vez más amplio, participativo y generalmente fiel¹³, convirtiéndose en instituciones muy activas que a la creación de una colección propia añaden las funciones de centro de arte integrándose en el circuito de exposiciones temporales, promocionando la creación artística, programando teatro, cine o conciertos, promoviendo la educación y el gusto artístico, etc¹⁴.

Al margen de su efecto en la dinamización y la creación cultural, que no es el objetivo de este texto, debería apuntarse además como explicación de su gran desarrollo el papel que estas instituciones cumplen en el imaginario social, y que liga el proceso de creación de museos y centros de arte por parte de las comunidades autónomas en el contexto particular del cambio político y la descentralización en España con otros de carácter general ya analizados en páginas precedentes: la significación económica de la cultura en la actual fase del ca-

13 Según la *Estadística de Museos y Colecciones Museográficas 2008* del Ministerio de Cultura los museos de arte contemporáneo son la tercera tipología de centros más visitados en relación a las instalaciones abiertas, solo superados por los de Bellas Artes y los de Ciencia y Tecnología.

14 Muchas de las instituciones creadas en los últimos años tienen el carácter de centro de arte sin colección propia, o sin ser esta la función principal.

pitalismo avanzado y su papel para la revitalización y la regeneración urbana. En el marco de una “economía simbólica” la percepción y la imagen que se intenta transmitir de las ciudades se forma a partir de esquemas de significado objeto de producción semiótica, que reducen a unos cuantos elementos fácilmente asimilables la enorme complejidad que supone la ciudad y la vida urbana (Prior, 2006). Y el arte contemporáneo, sin lugar a dudas, trasciende su propio ámbito y público interesado para transmitir ideas eminentemente positivas ligadas a la modernidad, la creatividad, el vanguardismo o la capacidad de innovación, esenciales para *re-imaginar* ciudades o regiones que a lo largo de la historia algunas, o desde la crisis del modo de producción *fordista* otras, han soportado la imagen del atraso cultural y social y de la obsolescencia física y económico - productiva.

A esto ha de añadirse que los museos y las exposiciones son una de las más potentes conexiones de la cultura con la denominada “economía del espectáculo”, desarrollándose complejas estrategias de comercialización, marketing y merchandising con el fin de atraer al máximo público posible, proceso que parece reproducirse a sí mismo y genera una visibilidad social a partir de la cual, más que a través de sus funciones tradicionales, parece justificarse política y socialmente la inversión económica. Sin necesidad de llegar a la metáfora del museo como supermercado cultural desarrollada por J. Baudrillard¹⁵ lo cierto es que la visita a los museos y centros de arte forma parte de una especie de “divertimiento sofisticado” (Esteban, 2007: 9) que admite una enorme multiplicidad de lecturas y de relaciones con el espacio expositivo y con lo que en él se muestra, y que atrae a expertos, profesionales e interesados en el arte contemporáneo pero también a una enorme variedad de visitantes que habría que relacionar más con el desarrollo de las industrias culturales que con la cultura como esfera independiente de lo económico. Siguiendo de nuevo a I. Esteban (2007) y generalizando sus observaciones particulares sobre el Museo Guggenheim de Bilbao, este tipo de fenómenos serían claramente culturales pero no solo culturales, una especie de “cultura extracultural” (Esteban, 2007: 30) de la que la administración espera fundamentalmente beneficios económicos y políticos.

15 La idea, referida específicamente al Centro Pompidou de París, está desarrollada en *The Beaubourg Effect: Implosion and Deterrence* cit. Prior, 2006.

En realidad esto no tiene por que suponer una enmienda total ni a las políticas culturales ni, por supuesto, a ejemplos concretos que se irán analizando, sino que forma parte de una redefinición de las estrategias museísticas que incluye la superación del concepto de cultura y su absorción en parte por el de industria cultural. Pero debe dejarse claro que es fundamentalmente a partir de la asunción de estas nuevas lógicas, paralelas a sus funciones intrínsecas y tradicionales, por lo que los museos han pasado a estar al menos tan ligados a las políticas urbanísticas y económicas como a las culturales o educativas clásicas.

Esta nueva concepción de los museos en relación con la ciudad no hubiese sido posible si, al mismo tiempo, no se hubiese producido una trascendental evolución arquitectónica y urbanística que bien puede resumirse en el camino que va del museo al “contenedor cultural”; y que ha finalizado en una concepción escultural del edificio (Giebelhausen, 2006) que en cierto modo se convierte en una de las razones últimas para su construcción. Para ello se busca atraer a los arquitectos más famosos y prestigiosos del momento, con capacidad para concitar atracción y crear capital simbólico en la economía del espectáculo a través de sus diseños; proceso en el que junto con sonoros fracasos pueden advertirse una serie de éxitos que podrían ir desde el Guggenheim de Nueva York, obra de F. Wright, al de Bilbao de F. Gehry, pasando por el Centro Pompidou de París de R. Piano y R. Rogers o la Tate Modern de Londres de J. Herzog y P. De Meuron. Son, por tanto, perfectamente pertinentes las metáforas catedralicias que desde hace tiempo acompañan a muchos de los centros de arte contemporáneos tanto por su protagonismo arquitectónico como social para el conjunto de una ciudad; a la que habría que añadir la idea de fábrica como lugar de creación más que de conservación (Matilla, 2008), lo que adquiere evidente significación con la imagen del Centro Pompidou de París o con la refuncionalización de la Tate Modern de Londres a partir de una central eléctrica abandonada.

Pero la conexión actual de los museos de arte contemporáneo con la ciudad va mucho más allá de la creación de capital simbólico para las estrategias de marketing urbano, dado que de manera general abandonan los espacios periféricos que habían ido ocupando durante el movimiento moderno (Matilla, 2008) para situarse en áreas de alta centralidad con el fin de, tanto si utilizan edificios históricos como si se construyen otros nuevos, ser instrumento de apoyo a

los procesos de regeneración de las áreas urbanas centrales. Se trata de que estas nuevas funciones de alto valor y simbolismo atraigan a su entorno tanto actividades relacionadas (galerías, fundaciones, academias, escuelas, comercio especializado) como otras conexas (restaurantes, hoteles, comercio de lujo, etc.), con el fin de servir al público especializado (artistas, críticos, aficionados al arte) y a los visitantes ocasionales y turistas, así como a las potenciales nuevas localizaciones (residenciales o económicas) que se vean atraídas por este tipo de usos.

Se trataría, en suma, de incentivar la creación de “barrios artísticos” definidos por la conexión entre la afluencia de artistas, de establecimientos artísticos tanto públicos como privados y de arte en el espacio público (Llorente, 2009: 15) para, a partir de estos, favorecer una recuperación más general del área. Aunque siempre ha habido áreas definidas por la presencia de artistas en las grandes capitales culturales, ahora, con el nuevo modelo económico, se trataría de reproducir el proceso de arriba abajo a partir de la instalación de una institución cultural más o menos potente, a la que se le supone capacidad para generar atracción económica y residencial, y por lo tanto, de potenciar la recuperación de áreas urbanas degradadas. La expulsión de ciertas funciones urbanas y ciertas capas sociales de sus lugares de residencia no aparece en el programa, por más que no deje de ser una consecuencia prácticamente inevitable caso de tener éxito el proyecto.

Por lo tanto, a la función cultural inherente al museo se le han de sumar al menos otras tres más. En primer lugar la económica ligada a la revitalización del conjunto de la ciudad, que impulse las estrategias de marketing urbano si es posible a partir de un hito arquitectónico firmado por un arquitecto de prestigio y que permita vender el conjunto de la ciudad como un espacio vibrante y dinámico, digno de ser visitado o de considerarse para posibles inversiones. La segunda sería la urbanística, dirigida a la regeneración de áreas centrales más o menos degradadas, al transformar sus usos y sus significaciones espaciales. Y finalmente la política, como legitimación del poder a través de símbolos claramente visibles, que además, si se tiene suerte, son capaces de reforzar la cohesión y el consenso de los ciudadanos en torno a valores positivos ligados al progreso y el

desarrollo (Esteban, 2007). Es este último un aspecto de enorme importancia en el caso de las comunidades autónomas españolas, dado que se trata de una nueva instancia de poder que ha de ir configurando sus propios espacios, narrativas y justificaciones, para lo cual la cultura y los museos han sido uno de los principales instrumentos.

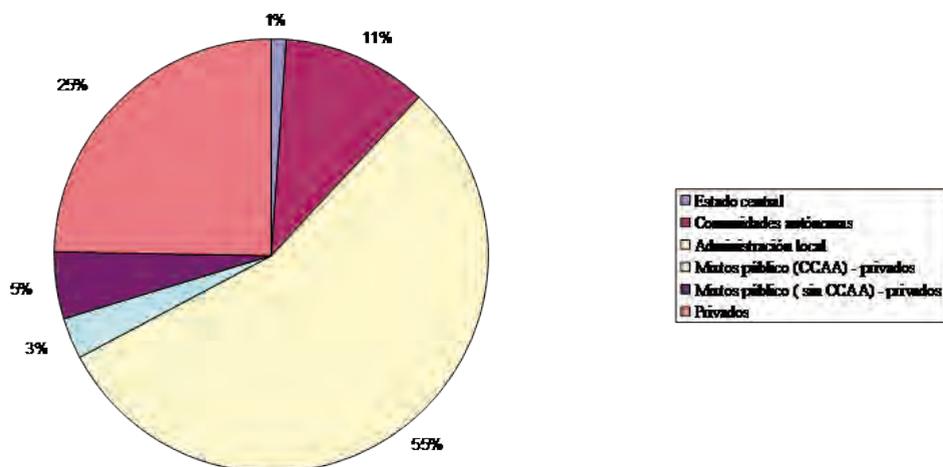
Pues bien, sin prácticamente excepción, todos los museos y centros de arte contemporáneo creados en España en las últimas décadas han asumido de forma clara las funciones económica y urbanística arriba citadas, llevando además más o menos implícita la tercera, de carácter político. A continuación se van a analizar, a partir de una serie de ejemplos que no pretenden la exhaustividad, determinadas dinámicas provocadas en las ciudades españolas por este tipo de intervenciones, haciendo especial hincapié en las políticas de la administración autonómica pero atendiendo también a la de otras instituciones tanto públicas como privadas, en el entendimiento de que en ocasiones se producen claras sinergias espaciales que no es posible analizar de forma aislada.

5.1. La función económica como objetivo de los museos y centros de arte contemporáneo: capital simbólico y revitalización urbana

De acuerdo con el Directorio de Museos del Ministerio de Cultura en España existen 101 museos de arte contemporáneo¹⁶ sin contar con lo que serían centros de arte sin colección propia, algunos de los cuales han tenido y tienen una presencia muy importante en el actual panorama cultural, como por ejemplo la Sala Rekalde de Bilbao, el Centro de Arte Santa Mónica de Barcelona o la Sala del Depósito del Canal de Isabel II de Madrid. Este alto número, que parece apuntar a una clara inflación del fenómeno, esconde una enorme diversidad de situaciones que hacen que tanto desde el punto de vista artístico y cultural como desde el económico y urbanístico sea necesario establecer una cierta diferenciación y criba entre ellos.

16 www.mcu.es/directoriomuseo/loadSearch.do?cache=init&layout=directoriomuseo&language=es [Consultado: 17 de enero de 2011].

Fig 2. Titularidad de los museos y centros de arte contemporáneo



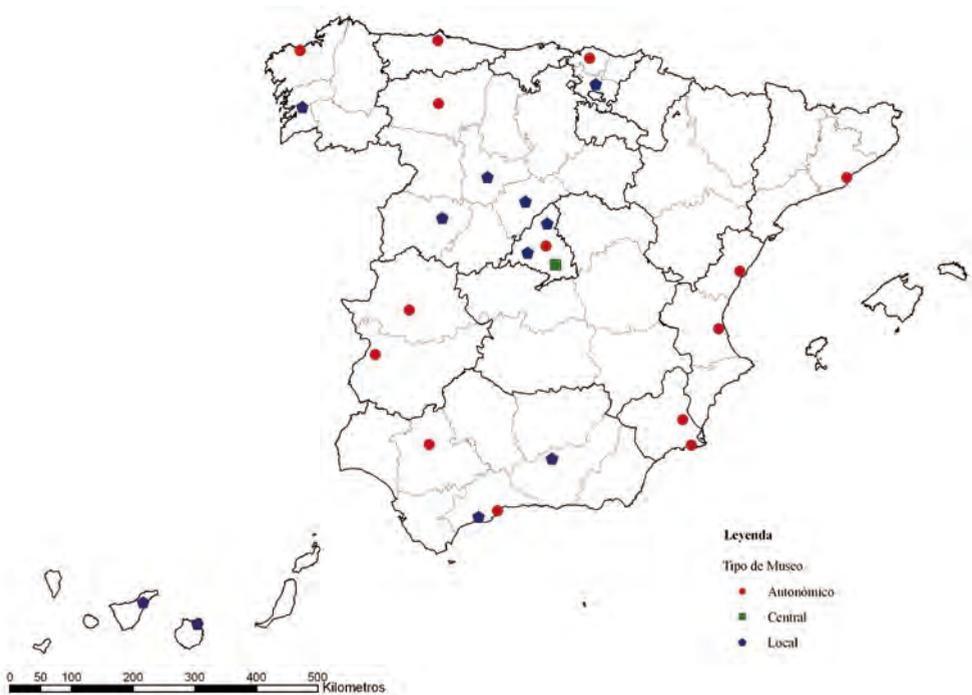
Fuente: Varias

Como puede verse en la figura 2, en donde se analiza su titularidad¹⁷, más de la mitad son propiedad de la administración local, lo que incluye desde municipios hasta la administración local de segundo nivel, como las diputaciones provinciales o los cabildos insulares canarios. Esto supone una gran diversidad en cuanto a su valor intrínseco, pero también enormes diferencias en cuanto a su funcionalidad para implantar estrategias de revitalización y marketing, solo realmente factible en casos excepcionales derivados bien de la significación artística (Fundación Joan Miró de Palma de Mallorca) o de una relativamente importante capacidad económica y política de la institución y del municipio en que se sitúa (Museo Picasso de Barcelona). Diferente es el caso de la administración local de segundo nivel, que sí puede disponer de una gran capacidad inversora y de gestión aplicada a este tipo de procesos, como lo muestra por ejemplo el Centro Atlántico de Arte Moderno del Cabildo de Gran Canaria, en Las Palmas. En cuanto a los privados, los segundo en número, responden a estrategias muy diversificadas según la propiedad y el origen, y si bien

17 En algunos casos la titularidad se encuentra tan repartida, con la participación de distintos niveles de la administración y empresas públicas, que resulta difícil de sistematizar. Tómense los datos, por tanto, como una aproximación integrada en una investigación cuyo objetivo no es analizar de forma expresa este aspecto.

tienden a potenciar básicamente intereses corporativos también han acabado formando parte de políticas urbanas de cierto calado para la promoción urbana (Museo de Arte Abstracto de Cuenca, perteneciente a la Fundación Juan March), e incluso para la recuperación de infraestructuras obsoletas y la regeneración de áreas centrales (Caixa-Forum de Madrid, perteneciente a la Fundación La Caixa, situado en una antigua central eléctrica reformada por J. Herzog y P. De Meuron junto al Paseo del Prado).

Fig 3. Museos y centros de arte contemporáneo de España



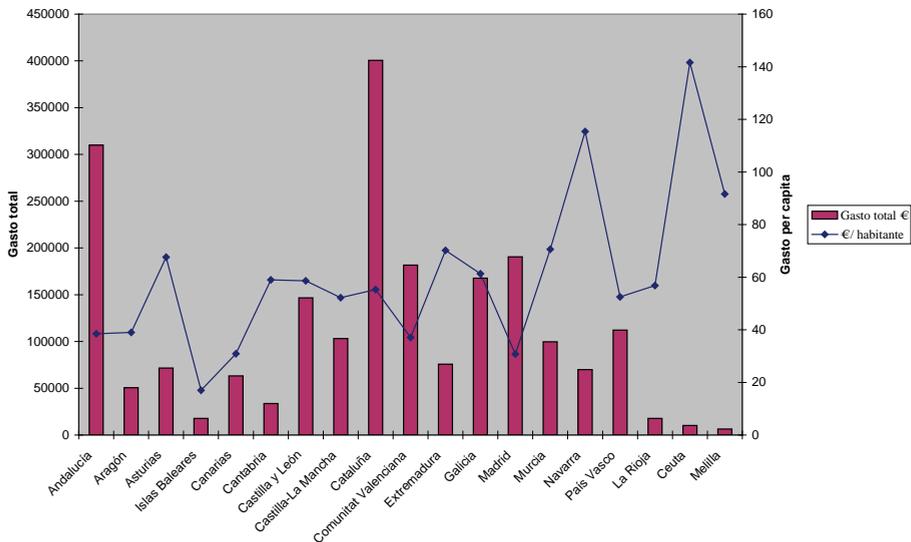
Fuentes: Varias

Elaboración: Diego Barrado y Nicolás Delmonte

Pero como ya se apuntó, han sido los museos autonómicos los que más claramente han incluido entre sus objetivos los económicos, tanto por el momento de su gestación a finales del pasado siglo, en plena efervescencia de las ideas y proyectos que valoran la cultura como parte esencial para las estrategias de revitalización urbana, como por contar con las disponibilidades presupuestarias y la capa-

ciudad administrativa para seleccionar ubicaciones y construir colecciones y edificios con posibilidades de producir capital simbólico. La lista de equipamientos con algún tipo de participación autonómica supera la decena desde los ochenta (Tabla 1), pudiendo establecerse muy diversas tipologías en función del tamaño de la ciudad en que se sitúa, desde las grandes (Museo de Arte Contemporáneo de Barcelona – MACBA, Centro Andaluz de Arte Contemporáneo de Sevilla – CAAC, Instituto Valenciano de Arte Moderno - IVAM de Valencia, Museo Picasso de Málaga) a las medianas (ARTIUM Centro Vasco de Arte Contemporáneo de Vitoria) o pequeñas (Centro Gallego de Arte Contemporáneo – CGAC de Santiago, Museo Extremeño e Iberoamericano de Arte Contemporáneo – MEIAC de Badajoz, Espai d’Art Contemporani – EACC de Castellón, Museo de Arte Contemporáneo de Castilla y León - MUSAC de León); la opción por la rehabilitación y el uso de edificios de valor patrimonial (CAAC en la Cartuja de Sevilla, Museo Picasso de Málaga) frente a la arquitectura icónica y de autor (Guggenheim de Bilbao, MUSAC de León, MACBA de Barcelona, CGAC de Santiago); o las colecciones permanentes frente a la apuesta por el espacio exclusivo para exposiciones temporales.

Fig. 4 Gasto total y per capita en cultura en 2008



Fuente: Ministerio de Cultura

Tabla 1. Museos de arte contemporáneo: información básica y elementos de impacto en la ciudad

MUSEO Y AÑO	PRINCIPAL IMPULSOR Y/O PROPIETARIO	CIUDAD	POBLACIÓN 2008	VISITANTES AL MUSEO EN 2008	TURISTAS EN LA CIUDAD 2008	CARACTERÍSTICAS DEL EDIFICIO	LOCALIZACIÓN EN LA CIUDAD
ARTIUM 2002	Diputación Foral	Vitoria	232.477	140.000	196.717	Nueva planta	Centro urbano
CAAC 1990	Comunidad Autónoma	Sevilla	699.759	168.795	1.665.201	Edificio histórico	Espacio histórico no central en la ciudad
CAAM 1989	Cabildo Insular	Las Palmas	381.123	62.159 (2009)	340.171	Edificio histórico	Centro urbano
CA2M 2008	Comunidad Autónoma	Móstoles (Madrid)	206.275	41.269	s. d.	Nueva planta	Municipio metropolitano
CGAC 1993	Comunidad Autónoma	Santiago	94.339	63.637	562.384	Nueva planta	Borde del casco histórico
Domus Artium 2002	Municipio	Salamanca	155.740	s.d.	590.590	Nueva planta + reforma	Centro urbano
EACC 1999	Comunidad Autónoma	Castellón	177.924	s.d.	164.818	Nueva planta	Centro urbano
Guggenheim 1997	Comunidad Autónoma	Bilbao	353.340	951.369	624.359	Nueva planta	Centro urbano
IVAM 1989	Comunidad Autónoma	Valencia	807.200	630.580	1.517.701	Nueva planta + rehabilitación	Centro urbano – casco histórico
MACBA 1995	Comunidad Autónoma	Barcelona	1.615.908	649.558	5.495.100	Nueva planta	Centro urbano – casco histórico
MNCARS 1986	Estado central	Madrid	3.213.271	1.818.202	7.166.476	Edificio histórico + nueva construcción	Centro urbano – casco histórico
MEIAC 1995	Comunidad Autónoma	Badajoz	146.832	30.060	146.444	Nueva planta + reforma	Centro urbano
MUSAC 2005	Comunidad Autónoma	León	135.119	155.994	364.243	Nueva planta	Polígono residencial
Museo Picasso 2003	Comunidad Autónoma	Málaga	566.447	336.522	746.350	Edificio histórico	Centro histórico
Patío Herrero 2002	Municipio	Valladolid	318.461	56.520	335.032	Edificio histórico + nueva construcción	Centro histórico

Fuente: Varias. Elaboración propia

A la hora de valorar los resultados en función de los objetivos económicos es esencial tener en cuenta la muy diferente capacidad presupuestaria entre las distintas comunidades autónomas, o incluso de algunos gobiernos locales que también han asumido este tipo de estrategias. Como se señaló en páginas anteriores el mayor gasto en cultura es realizado globalmente por los municipios, pero dada la estructura competencial y financiera española las administraciones que individualmente disponen de mayor capacidad en esta materia, al margen del propio Ministerio de Cultura, son cada una de las diecisiete comunidades autónomas.

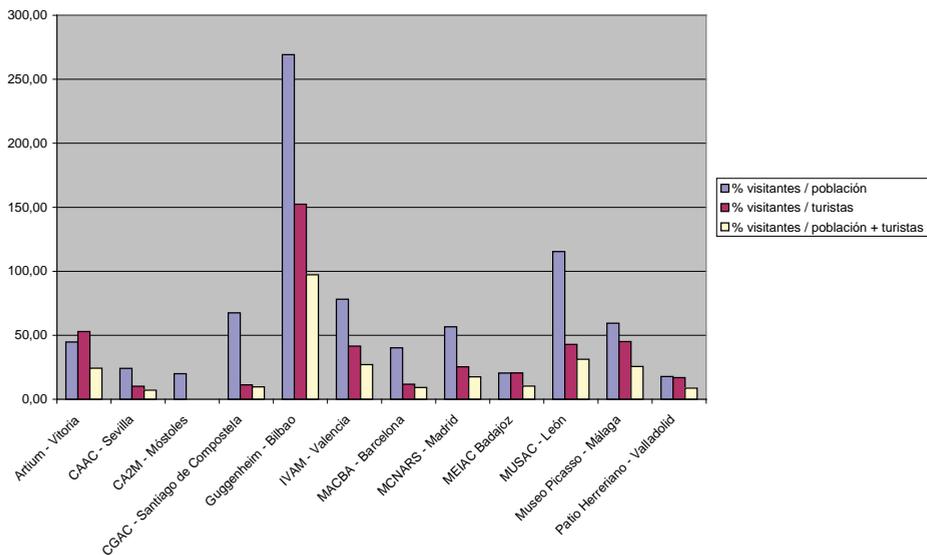
Una primera aproximación, utilizando el gasto en 2008 como ejemplo (Fig. 4), muestra que la disponibilidad presupuestaria en materia de cultura de las comunidades es muy contrastada, por más que la comparación por habitante matice notablemente esta primera aproximación y refleje hechos significativos como la reducida inversión per capita de algunas de las comunidades con mayor PIB / habitante, caso de Madrid. Pero si bien es cierto que el acceso a la cultura como servicio público y como derecho ciudadano dependen en gran medida de la inversión por habitante, sería la capacidad de inversión absoluta y no tanto su distribución el dato esencial para entender las diferentes posibilidades para desarrollar, de manera independiente o en participación con otras administraciones o instituciones privadas, proyectos emblemáticos e icónicos con verdadera capacidad para generar atención mediática. A esto habría que sumarle, para completar el panorama explicativo, la muy distinta proyección nacional e internacional que presentase previamente el sistema urbano de cada comunidad autónoma, las imágenes que estas ciudades hayan ido generando y transmitiendo a lo largo del tiempo y, por supuesto, su mayor o menor inserción previa en los flujos del turismo nacional e internacional.

En la siguiente imagen (Fig. 5) se intenta medir, aun cuando sea de manera parcial, el impacto urbano de varios museos autonómicos junto con el MNAC Reina Sofía, analizando sus capacidad de atracción (visitantes) en relación con la población residente en el municipio, los turistas y el conjunto de la población potencialmente interesada (residentes más turistas)¹⁸. Como puede verse, sólo el Guggenheim

18 Han de asumirse algunos problemas a la hora de componer el gráfico, el mayor de los cuales deriva de la debilidad de los datos que, en el caso de los visitantes, no

de Bilbao y el MUSAC de León reciben más visitantes que población reside en su término municipal, por lo que podría concluirse que son estos los casos en los que más claramente el museo forma parte de los principales atractivos de la ciudad; sin embargo, tan sólo el Guggenheim iguala las visitas con el total de población potencialmente interesada (residentes más turistas), destacándose claramente, como parece mostrar cualquier tipo de aproximación cuantitativa como cualitativa, como el principal elemento de atracción de la ciudad vasca. En una posición intermedia se sitúan museos como el Picasso de Málaga, que comparativamente parece mostrar una importante capacidad de atracción para los turistas derivado del reconocimiento internacional del artista al que se dedica.

Fig. 5 Impacto de los museos entre residentes y turistas



Fuente: Varias

permiten distinguir no ya entre residentes o no en el municipio, sino tan siquiera entre visitantes nacionales o internacionales. De igual manera, se ha optado por tomar como población la residente en el municipio, por más que esto claramente sobrepasa el papel de los museos en relación con la población para aquéllos situados en áreas metropolitanas, tanto más cuanto menor sea el peso porcentual del municipio central, como por ejemplo sucede en Bilbao. Por lo tanto, el gráfico cumple esencialmente un papel comparativo entre los distintos museos.

Otra situación interesante se da en museos localizados en ciudades medias o pequeñas que no tenían una clara imagen turística y a las que sus respectivos museos parecen haberlas situados en circuitos especializados, con poco impacto cuantitativo pero quizá sí cualitativo para los interesados en el arte contemporáneo. Serían los casos de Artium de Vitoria y, en menor medida, MEIAC de Badajoz y Patio Herreriano de Valladolid, en este último caso con un menor impacto posiblemente derivado de la imagen turística previa de la ciudad, centrada en una valoración más clásica del patrimonio. Este sería también el caso del CGAC de Santiago de Compostela, que parece recibir pocos visitantes en relación con el alto número de turistas de la ciudad, que sin duda presentan mayoritariamente motivaciones más clásicas centradas en lo religioso y lo patrimonial entendido como herencia tangible e intangible (Camino de Santiago, monumentalidad, etc.).

Por lo tanto, podría concluirse que sólo en casos excepcionales se ha conseguido, utilizando estrategias de marketing urbano a partir de la promoción del arte contemporáneo, un cambio radical de la imagen urbana o la creación de una nueva, incluso de ámbito internacional, desde prácticamente cero. Por el contrario, otras iniciativas, tanto por la capacidad de inversión como por el sistema urbano en el que se asientan, aunque sean bien valoradas desde el punto de vista cultural no han tenido capacidad de trascender masivamente al público más interesado en el arte o a los visitantes y turistas de un claro carácter cultural, permitiendo por tanto resultados limitados para las estrategias de revitalización. Finalmente, y sobre todo en el caso de las grandes ciudades (Madrid, Barcelona o Sevilla), los museos y los centros de arte contemporáneo de nueva creación se insertan en una matriz cultural mucho más desarrollada, por lo que compiten con otros iconos igual o más potentes a la hora de convertirse en parte esencial de las estructuras simbólicas de la ciudad.

La primera de las situaciones enunciadas en el párrafo anterior, el cambio radical de la imagen de una ciudad y su revitalización económica a partir de un museo de arte contemporáneo, cuenta en Bilbao con el mejor ejemplo internacional, objeto además de una ingente bibliografía que ha provocado que este tipo de procesos sean globalmente conocidos como "efecto Guggenheim". En realidad, y al margen del proyecto artístico, la operación de la construcción de una "franquicia"

de la Fundación Solomon R. Guggenheim en Bilbao era desde el principio una estrategia de revitalización por ambas partes: la de la propia Fundación, en un intento de superar su crisis económica e iniciativas fallidas como la de su segunda sede neoyorquina en el Soho o la de Salzburgo; y la de la ciudad vasca, “que sufría por entonces el deterioro característico de las ciudades industriales atrapadas en un proceso de decadencia, y había perdido así su capacidad y motivación para atraer proyectos que allanaran su futuro” (Azúa, 2007: 81). De hecho, en la propia página web del museo, en el apartado *misión*, se asume como uno de los primeros objetivos su participación en el “esfuerzo de revitalización de la ciudad de Bilbao”, apuntándose a continuación su éxito evidente en este sentido ya que se convirtió “casi desde su apertura en una importante atracción turística cautivando la atención de visitantes de numerosos países y constituyendo el símbolo contemporáneo más importante de la ciudad”¹⁹. Si el museo se creó en gran medida para cumplir una función económica había que evidenciar claramente ante la sociedad el éxito de tal compromiso, lo cual sin embargo no parece necesario hacer con una función cultural cuyo cumplimiento se daría por obvio.

El fracaso de la sede del Soho, en un edificio reformado por el famoso arquitecto Arata Isozaki pero sin ningún ornamento exterior ni especial significación en el conjunto de la ciudad, llevó a que desde el principio una de las condiciones de la Fundación Guggenheim para su instalación en Bilbao fuese la construcción de un auténtico hito arquitectónico. Para ello hubo que establecer un complejo marco de financiación tanto de la construcción como de la posterior colección y gestión del museo, integrándose como uno de los objetivos del proceso de planificación impulsado por *Bilbao Metrópoli 30*, uno de los ejemplos que se comentaron en páginas precedentes y que sin está centrado exclusivamente en la cultura hacía de ella uno de los anclajes fundamentales para el desarrollo de la ciudad.

Pero la operación del Guggenheim como iniciativa estratégica no puede separarse con fines analíticos del enorme conjunto de complejas intervenciones territoriales y económicas puestas en marcha para la regeneración de Bilbao (vid. Moreno, 2005). Para ello, entre otros proyectos, hubo que abordar profundas reformas urbanas en el con-

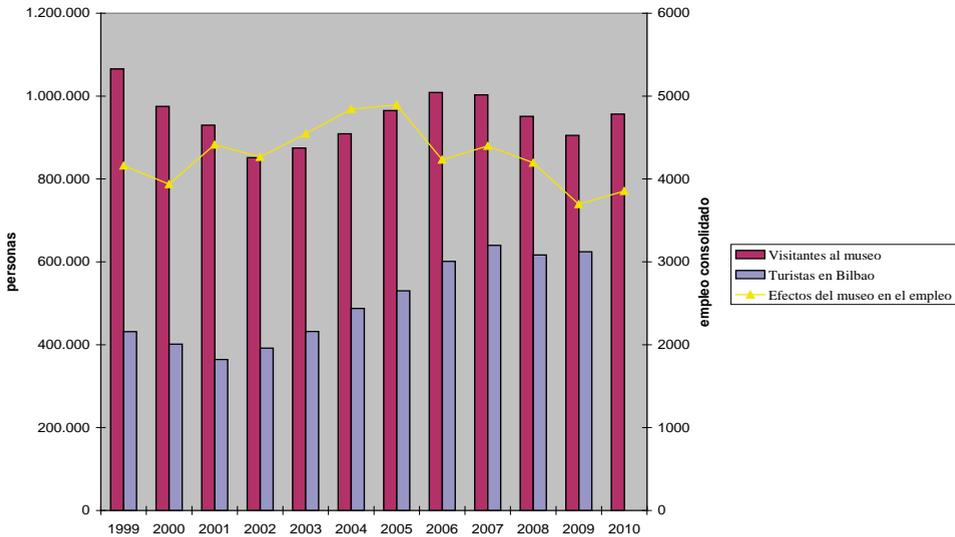
¹⁹ http://www.guggenheim-bilbao.es/secciones/el_museo/la_mision.php?idioma=es [Consultado: 19 de enero de 2011].

junto de la ciudad, y por supuesto en el entorno de la ría del Nervión. Entre estas se incluye la participación en diversos proyectos de otros de los habitualmente considerados como arquitectos estrellas, caso del metro de N. Foster o del aeropuerto y el puente firmado por S. Calatrava; así como la total remodelación del área en la que se sitúa el museo, las casi 35 ha de Abandoibarra que incluyen entre otras cosas el palacio Euskalduna, edificios residenciales y universitarios, zonas verdes, centros comerciales y la apertura del paseo de Ribera, en una operación típica de *waterfront*. Para desarrollar el proyecto se creó *Bilbao Ría 2000*, una sociedad anónima de capital público a la que se cede para su gestión el suelo público de la zona, en un modelo similar al de las *urban development corporations* británicas, protagonistas de remodelaciones urbanas del calado de los *docklands* de Londres o la ribera del Mesey en los puertos de Liverpool.

Seguramente la principal diferencia entre el modelo británico y el vasco, y el hecho de la ejemplaridad que se le concede al segundo a pesar de la mayor envergadura urbana de proyectos como el de Londres, se debe a la capacidad para crear un verdadero símbolo global, factible en gran medida al dar preeminencia a lo cultural y lo público frente al carácter mercantilista de la operación de Canary Wharf, la más emblemática de las desarrolladas en los antiguos puertos de la capital inglesa²⁰. En palabras de I. Estaban, la recuperación de Bilbao “desacredita el materialismo vulgar de los *thatcheristas* y lo cambia por el empuje inmaterial – anímico – de un ornamento con luminosas contraprestaciones materiales, económicas y políticas” (Esteban, 2007: 40). Porque la realidad es que el éxito fue inmediato desde su apertura en 1997, doblando el primer año la previsión inicial de visitantes y convirtiéndose en un lugar “al que había que ir”, logrando prácticamente un consenso total en su entorno social y potenciando la revitalización de su área inmediata con la instalación de galerías, comercio de lujo, hoteles de diseño, restaurantes, etc.

20 En ningún caso la cultura está ausente de los modelos británicos de regeneración tipo *waterfront*. Referido únicamente a los dos ejemplos aquí citados, en Canary Wharf, Londres, existe un museo de los *docklands* en una estrategia típicamente postmoderna que, como señala M. Agué, implica la conservación de la memoria y de restos de aquello que se está transformando y arrasando totalmente. En cuanto a Liverpool, la regeneración incluyó la instalación en el Albert Dock de la Tate Liverpool, una sucursal del sistema Tate abierta en 1988.

Fig 6. Museo guggenheim: impactos en el turismo y el empleo



Fuente: Fundación del Museo Guggenheim, Eustat e INE

La figura anterior (Fig. 6) parece confirmar de manera cuantitativa el efecto que generalmente se le atribuye al Museo Guggenheim en cuanto al cambio en la imagen de la ciudad, algo que incluso los más críticos con este tipo de procesos parecen admitir²¹, y lo que podría ser su reflejo más evidente e inmediato, la potenciación del turismo en la ciudad de Bilbao. No sólo es que se desde muy pronto se observase un muy sensible incremento en el número de turistas, sino que además en los últimos años se produce un acercamiento y una clara conexión en la evolución entre los visitantes y los turistas, lo que unido a los datos ofrecidos por la figura 5 parece demostrar que el museo es la principal razón del aumento de los visitantes en la ciudad. De hecho, esta

21 Esta discusión puede seguirse, por ejemplo, en los trabajos de B. Plaza (1999,2000) y M. Gómez (1998, 2001). Mientras que la primera valora de forma general muy positivamente el 'efecto Guggenheim', la segunda muestra una postura más crítica, pero aceptando de forma expresa que "no hay duda de que esta estrategia ha producido dividendos in cuanto al número de visitantes a la ciudad" (Gómez y González, 2001, 898).

conexión entre visitantes al museo y turistas en la ciudad que parecen reflejar las figuras 5 y 6 queda confirmada cuando se advierte que sólo el 11% de los que entran al museo proceden de la provincia de Vizcaya y un 3% de las otras dos provincias vascas, mientras que el 26% serían del resto del país y un elevado 60% extranjeros²²; es decir, no se trata de un equipamiento cultural de ámbito local o regional sino nacional, y muchos más claramente, internacional.

Fig. 7 Museo Guggenheim: impacto económico



Fuente: Fundación del Museo Guggenheim

Esta atracción turística tiene un reflejo económico y en el empleo (Fig. 6 y 7), por más que esta última relación directa parezca haberse roto en parte en los últimos años, que justificaría la inversión en un equipamiento cultural que, visto el análisis del párrafo anterior, no parece justificarse ni mucho menos por las demandas de los ciudadanos de su entorno. El conjunto de efectos económicos positivos viene derivado fundamentalmente de los consumos realizados por los visitantes (casi 224 € de media por visitante en el 2010) en gastronomía y restauración (39,4%), alojamiento (19,8%), gastos en el museo

²² Guggenheim de Bilbao. Nota de prensa 2011. Los datos son referidos a 2010.

(12,9%), compras (12,8%), ocio (9,4%) y transporte (5,8%)²³. Es decir, genera una economía apoyada en el consumo de servicios que, dadas sus características (hoteles de diseño y alto nivel, comercio y restauración de lujo, etc.), podría considerarse de alto nivel y con capacidad de innovación. Otra cosa será su capacidad para generar transversalidad con el resto de las actividades productivas de su entorno, posiblemente el punto más débil de su inversión y quizá el que requiera un análisis más en profundidad, fundamentalmente centrado en su capacidad de conexión con el resto de las industrias culturales vascas (Gómez y González, 2001) más allá de la del turismo y el ocio.

Aunque no es posible encontrar otros ejemplos con la misma trascendencia, no ya internacional sino tan siquiera nacional, sí hay otros modelos de revitalización que presentan similitudes conceptuales en cuanto a la búsqueda de iconos con capacidad simbólica, como el caso del MUSAC, abierto en León en el 2004. Obra de los arquitectos E. Tuñón y L. Mansilla, se convirtió desde un principio, tanto por su reconocimiento internacional²⁴ como por su singular imagen arquitectónica en uno de los referentes de la ciudad. De hecho, y frente a la tradicional promoción turística de León centrada en su casco histórico, con la catedral gótica y sus vidrieras como símbolo principal, ahora existe otra vía que vende la ciudad en conexión con la modernidad; así como una nueva área turística en las Eras de Renueva, un polígono de vivienda en altura desarrollado principalmente en los años ochenta, que además del citado museo cuenta con otros elementos arquitectónicos de interés, caso del auditorio de los mismos arquitectos, y que se comunica bajo el lema "fabricando paisaje"²⁵. En todo caso, y a pesar de que la apertura del museo coincide con un repunte en el número de turistas a esta ciudad su trascendencia para la misma debe matizarse, dado que según datos del Observatorio Turístico de la Ciudad de León el MUSAC fue visitado en 2009 tan sólo por un 15% de los turistas de la ciudad, quedando muy por debajo no sólo de la catedral (práctica-

23 Fuente: Fundación Museo Guggenheim, Impacto de las actividades del Museo Guggenheim Bilbao en la economía del País Vasco en el año 2010.

24 En el 2007 recibió el premio de arquitectura Mies van der Rohe.

25 "El León moderno. Fabricando paisaje". Folleto turístico editado por el Ayuntamiento de León.

mente el 100%) sino de otros elementos como San Isidro y el Hostal de San Marcos²⁶.

Así pues, y modo de conclusión, aunque sea cierto que no hay “centro artístico inaugurado en España (...) que no haya incluido los factores de revitalización urbana y atractivo turístico entre sus justificaciones” (Esteban, 2007: 31), la realidad es que los efectos en la economía y la imagen urbana no son en ningún caso tan espectaculares como se suele afirmar, limitándose la mayoría a cumplir con su papel inherente atrayendo un público especializado, pero sin cambiar sustancialmente la imagen de la ciudad y su posición en el sistema turístico.

5.2. La regeneración de espacios centrales: renovación urbana, barrios artísticos y *gentrificación*

La segunda de las funciones de los museos en relación con la ciudad sería la urbanística, es decir, aquellos procesos de transformación tanto del espacio físico y arquitectónico como de los usos públicos y privados de ese espacio. Tal y como se ha visto en el epígrafe anterior esta no es separable de la económica, en el sentido de que intervenir sobre la imagen implica de forma casi imprescindible, en una relación de causa efecto, intervenir sobre la ciudad como hecho socioespacial. Aquí se van a poner de manifiesto específicamente esos cambios sobre el espacio urbano, por más que, como en el epígrafe anterior, no se pretenda la exhaustividad sino la reflexión sobre una serie de casos escogidos, y no se vayan a repetir ejemplos de enorme importancia en este sentido pero ya tratados, como la operación de recuperación de Bilbao ligada a la instalación del Guggenheim.

La primera manifestación de la transformación física de la ciudad vendría dada por la propia instalación del museo, bien construyendo un nuevo edificio de carácter más o menos icónico o bien apostando por la reutilización de estructuras ya existentes, de más o menos valor y más o menos transformados. Pero al margen de la propia intervención arquitectónica, los efectos sobre la ciudad a partir de iniciativas museísticas autonómicas han sido singularmente importantes, dado que cronológicamente coinciden con una tendencia hacia la cen-

26 Boletín del Observatorio Turístico de la Ciudad de León, http://www.leon.es/Events/boletin_observatorio_turistico

tralidad de este tipo de equipamientos que se había perdido durante el movimiento moderno (ver Tabla 1).

Posiblemente el único ejemplo claramente contrario a estas nuevas lógicas centralizadoras sea el de la Comunidad de Madrid, donde muy recientemente se optó por la localización del Centro de Arte Dos de Mayo en Móstoles, municipio del suroeste del área metropolitana de Madrid, con una justificación a medio camino entre el acercamiento de la cultura a los ciudadanos – otros ciudadanos – y, a partir de su vinculación con un entorno urbano generalmente ajeno a las inversiones en equipamientos culturales de centralidad, “cuestionarse la compleja definición de las metrópolis y su papel en la cultura contemporánea”²⁷. Tampoco se apuesta por la centralidad absoluta en el caso del CAAC de Sevilla, pero en este caso se ocupa el edificio histórico de la Cartuja de Santa María de las Cuevas y la fábrica de cerámica del mismo nombre, que tras la rehabilitación como pabellón para la Exposición Universal de 1992 había quedado como un contenedor infrautilizado de enorme valor histórico, ambiental y urbanístico; y de este modo no solo se le dota de una nueva función de alto valor social sino que se favorece la conexión social del centro urbano con la denominada Isla de la Cartuja, en la orilla derecha del Guadalquivir.

Por el contrario, posiblemente sea el centro de la ciudad de Madrid donde se encuentre el caso más significativo de vuelta a la ciudad central con la localización del MNCA Reina Sofía, abierto como centro de arte en 1986 y como museo nacional en 1992, junto a la Glorieta de Atocha, en sustitución del antiguo Museo Nacional de Arte Contemporáneo, un edificio racionalista de la Ciudad Universitaria y por tanto en una situación periférica. En su entorno, siguiendo hacia el norte el eje del Paseo del Prado, se encuentran las otras instituciones museísticas más importantes de la ciudad, el Museo del Prado y la Colección Thyssen – Bornemisza, que junto con el citado Reina Sofía configuran el denominado Paseo del Arte. A este enorme polo de atracción cultural, al que se le han unido otros proyectos privados de referencia como el CaixaForum o la Casa Encendida de la Fundación Caja Madrid²⁸, se

27 <http://ca2m.org/es/mision> [Consultado: 19 de enero de 2011].

28 A las instituciones referidas habría que añadirles otras de iniciativa local, como el centro Medialab-Prado, en un antiguo edificio industrial en la recientemente renombrada Plaza de las Letras; e incluso, aunque más al sur del área tratada, el Centro de

le ha intentado dotar, a partir de una polémica intervención urbana en los paseos del Prado y Recoletos firmada por Álvaro Siza, de un carácter unitario similar al que presentan otros espacios museísticos como la Isla de los Museos de Berlín, Museumplein en Amsterdam, el barrio de los museos de Viena o la menos estructurada Museum Mile de Nueva York, en la Quinta Avenida. Pero al margen del hasta ahora fracaso de esta iniciativa de carácter esencialmente urbanístico, lo cierto es que puede al menos apuntarse la generación en este entorno de un verdadero barrio artístico²⁹, ya que a las instituciones citadas hay que sumarle numerosas galerías, principalmente en la calle Doctor Fourquet a la espalda del Reina Sofía, tiendas especializadas y, sobre todo, lo que podría considerarse un auténtico *cluster* turístico cultural con numerosas plazas hoteleras de categoría media alta junto con restaurantes y locales de ocio (Barrado, 2010). Un ejemplo similar en objetivos y escala sería el del centro de Barcelona, tanto por el modelo de intervención cultural, en este caso por parte de la administración autonómica y local, como por los objetivos urbanísticos buscados: la regeneración de la parte alta del Raval a partir de la instalación del MACBA junto con el Centro de Cultura Contemporánea, el Centro de Estudios y Recursos Culturales y la Facultad de Geografía e Historia de la Universidad de Barcelona.

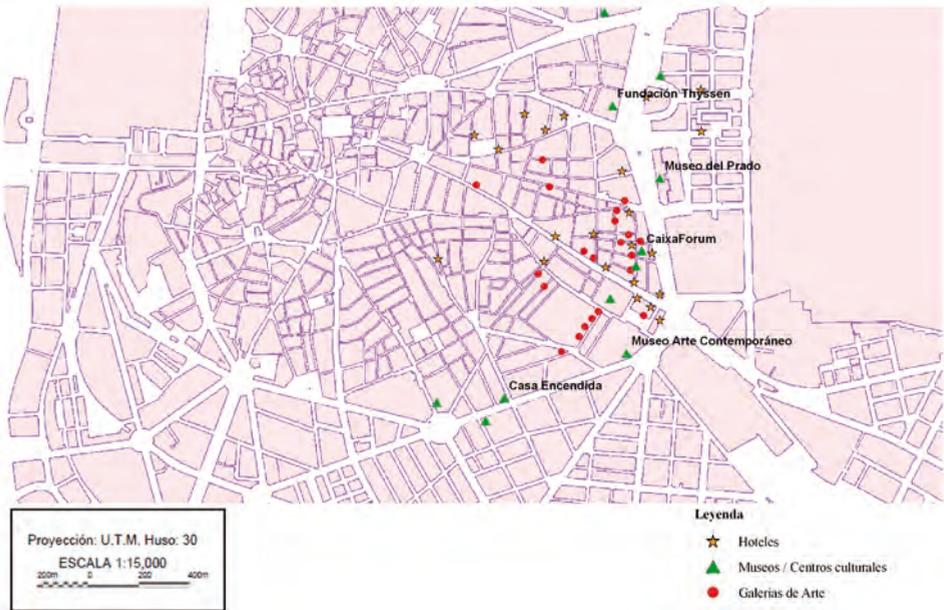
Uno de los efectos urbanísticamente positivos de la localización central de los nuevos museos es la que, unida a una nueva concepción arquitectónica de los mismos, ha supuesto la desaparición de un claro dentro y fuera y una transición suave entre lo institucional, el uso museístico controlado, y el espacio público. Esto ha permitido la creación de zonas abiertas más o menos reguladas (plaza de MACBA) o semi-públicas (plaza del Reina Sofía entre el edificio Sabatini y la amplia-

Creación Contemporánea Matadero Madrid, unos antiguos mataderos y mercado de ganados de principios del XX situados en el borde sur del ensanche decimonónico madrileño, antigua zona industrial y de grandes mercados que incluye en las naves industriales recuperadas diferentes espacios para las artes escénicas, el arte contemporáneo – exhibición y producción – o el diseño. Además, en el barrio de Lavapiés se encuentra también el Teatro Valle Inclán, sede del Centro Dramático Nacional.

29 Como señala J. L. Llorente (2007) este tipo de renovaciones son difíciles de medir, y se referirían sobre todo a cambios en la atmósfera del barrio más que a cambios físicos.

ción de J. Nouvel) que además funcionan como espacios expositivos (Puppy y Fuente de Fuego – y Niebla - del Guggenheim, instalaciones exteriores del MUSAC, jardines en el MEIAC, etc.), y que acaban convirtiéndose en umbrales fácilmente traspasables desde el punto de vista espacial y perceptual que permiten nuevas formas de encuentro y de relación con el arte y lo urbano. Como bien señala I. Estaban “la regeneración urbanística con la cultura como pivote y el paseo turístico se retroalimentan” (2007: 56), incluso aun cuando de ese contacto pueda surgir una cierta confrontación y usos inesperados del espacio que, como la concentración de *skateboarders* en la plaza del MACBA en Barcelona, no estaba evidentemente previsto entre los objetivos de regeneración urbana.

Fig. 8. Cluster cultural turístico del entorno de Atocha y Paseo del Prado



Fuentes: Varias

Elaboración: Diego Barrado y Nicolás Delmonte

Pero tanto Madrid como Barcelona, ejemplos claros de utilización del arte y la cultura para las políticas económicas y urbanísticas de centralidad, son también magníficos ejemplos para observar

la confrontación que se produce entre grandes instituciones y cultura oficial frente a iniciativas sociales, de carácter e impacto muy diverso, pero que suelen mantener una evidente preocupación por lo cultural. De manera más o menos declarada este tipo de movimientos se han enfrentado a las estrategias de *artistificación* y *tematización* cultural que buscan lo que podría calificarse de “reapropiación capitalista de las ciudades” (Delgado, 2008: 5); que han favorecido procesos de *gentrificación* y expulsión muy evidentes en algunas áreas de la capital catalana como el barrio de La Ribera y una oposición social muy relevante con el fin de intentar impedir los mismos procesos en El Raval, llegando incluso a manifestarse frente al MACBA (Delgado, 2008). En el caso de Madrid el barrio de Lavapiés es sin duda el centro de esa contestación a la *estetización* mercantilista de la ciudad, pudiendo citarse en este sentido desde las numerosas ocupaciones en los años ochenta y noventa con un carácter esencialmente reivindicativo y cultural (Carrillo, 2009) hasta el actualmente en funcionamiento Centro Social Autogestionado la Tabacalera, un antiguo edificio industrial del siglo XVIII que ha permanecido largo tiempo cerrado y sobre el que se ha presentado múltiples propuestas de uso³⁰, y que durante el 2010 ha acogido a diversos colectivos sociales que realizan labores culturales, educativas y de integración.

6. Conclusiones

Poner de manifiesto que un proyecto museístico conlleva además de sus objetivos intrínsecos otros de carácter económico, urbanístico o de marketing urbano no supone una descalificación a priori del mismo, sino la constatación de que las políticas culturales han dejado de ser un subconjunto aislado dentro de la esfera social. De hecho, la conservación del patrimonio, los museos, exposiciones o espectáculos culturales se realizan para ser disfrutados a múltiples niveles, y ya desde sus orígenes estuvieron conectados con actividades de claro contenido económico como el turismo. En todo caso, no debería asumirse el abandono de la polisemia de la palabra cultura que se analizó en las primeras páginas y su sustitución absoluta por el concepto de industria cultural, permitiendo que las inversiones en esta materia se

30 La última de las cuales era la ubicación del Centro Nacional de Artes Visuales.

justificasen y definiesen de manera esencial en función de su rentabilidad económica. Como señala en una entrevista Josep Ramoneda, director del Centro de Cultura Contemporánea de Barcelona, “nosotros somos un centro cultural, no un centro turístico” (Xirau, 2004), y su función esencial ha de ser permitir el acceso a la cultura y la generación y difusión de ideas, manteniendo la concepción de aquella esencialmente como derecho ciudadano.

Pero si se asume una función económica ha de aceptarse también la valoración de sus resultados como tal inversión, y por supuesto, poner los medios necesarios para que se alcancen los objetivos adecuados; y lo cierto es que en este sentido la mayor parte de los planes desarrollados y de las instituciones creadas no han tenido ni mucho menos la capacidad de impacto que les suponía la retórica oficial. La revitalización, la atracción de capitales o de turistas no se produce a partir de la existencia de un recurso, sino por la conversión de este en un producto atractivo y su comercialización y comunicación a su público objetivo a través de estrategias adecuadas. Y es posiblemente aquí donde han fallado muchas de las iniciativas puestas en marcha por las comunidades autónomas, al asumir un mecanismo simple que suponía que a determinada inversión en cultura le siguen necesariamente determinadas repercusiones económicas, sin atender a la generación de estrategias adecuadas y realistas de promoción en función de la localización y la estructura productiva de la ciudad, o sus posibilidades de competir con otras localizaciones por determinada demanda.

Esta sería una de las más interesantes líneas de investigación a futuro, el análisis micro de estudios de caso comparables en los que, a partir de una serie de indicadores geográficos, sociales y económicos, se pusiese de manifiesto la verdadera repercusión cultural, revitalizadora y regeneradora en la sociedad, la economía y el espacio urbano. Porque lo que resulta evidente es que, al margen del proyecto arquitectónico, en lo que existen enormes diferencias es en la capacidad de las diferentes ciudades españolas entendidas como *milieu* susceptible de acoger a un número significativo de creadores, críticos, estructuras de producción y consumidores de productos culturales, y por tanto su posibilidad de generar en torno a los museos verdaderos procesos de revitalización urbana o, de forma aún más profunda, la regeneración física de los espacios en que estos equipamientos se asientan.

7. Bibliografía

- ANLLO, F. (2008): "La planificación estratégica de la cultura en la Comunidad de Madrid", en MANITO, F. (coord.), *Planificación estratégica de la cultura en España*. Madrid, Fundación Autor, 627–666.
- AZÚA, J. (2007): "El Guggenheim de Bilbao: estrategias 'cooptativas' para los nuevos espacios cultural-económicos" en GUASCH, A. y ZULAIKA, J. (eds.), *Aprendiendo del Guggenheim de Bilbao*. Madrid, AKAL, 81 – 99.
- BARRADO, D. (2010): "Gran ciudad y turismo en la transición postindustrial: nuevos y viejos procesos, nuevas y viejas teorías. El caso del área metropolitana de Madrid", *Scripta Nova. Revista electrónica de Geografía y Ciencias Sociales*, vol. XIV, nº 317. Disponible en <http://www.ub.es/geocrit/sn/sn-317.htm>.
- BELL, D. (1976): *El advenimiento de la sociedad post-industrial*. Madrid. Alianza.
- BELL, D. (1977): *Las contradicciones culturales del capitalismo*. Madrid. Alianza.
- BOURDIEU, P. (1988): *La distinción: criterios y bases sociales del buen gusto*. Madrid. Taurus.
- BOUZADA, X. (2008): "Políticas culturais e desenvolvimento socioeconómico: algumas anotações sobre a situação galega". *Revista de Investigaciones Políticas y Sociológicas*, vol. 7, nº 1, 31–53.
- CARRILLO, J. (2009): "Lavapiés-Atocha, arte público y política municipal" en FERNÁNDEZ QUESADA, B. Y LLORENTE, J. P. (eds), *Arte en el espacio público: barrios artísticos y revitalización urbana*. Zaragoza, Prensas Universitarias de Zaragoza, 194–211.
- DELGADO, M. (2008): "La artistización de las política urbanas. El lugar de la cultura en las dinámicas de reapropiación capitalista de la ciudad". *Scripta Nova*, vol. XII, nº 270 (69). Disponible en <http://www.ub.edu/geocrit/sn/sn-270/sn-270-69.htm>.
- ESTEBAN, I. (2007): *El efecto Guggenheim. Del espacio basura al ornamento*. Barcelona. Anagrama, Colección Argumentos.
- ESTEVE, J. (1986): "Competencias del estado y de las comunidades autónomas en materia de cultura". *Autonomies. Revista Catalana de Derecho Público*, nº 4, 97–108.
- ESTEVE, A. (2008): "Contenedores culturales y espacios abiertos a la cultura: museos, parques y jardines. ¿Cultura ajardinada o cultivo de la cultura?". *Lars. Cultura y ciudad*, nº 11, 9–13.

- ETXEBARRIA, M. (2008a): "El Plan Indartu de la Diputación Foral de Bizkaia" en MANITO, F. (coord.), *Planificación estratégica de la cultura en España*. Madrid, Fundación Autor, 243–248.
- ETXEBARRIA, M. (2008b): "Museo Guggenheim Bilbao. Plan estratégico (2001-2004)". en MANITO, F. (coord.), *Planificación estratégica de la cultura en España*. Madrid, Fundación Autor, 669–694.
- FRANCO, A. (1997): "El Museo Extremeño e Iberoamericano de Arte Contemporáneo" en LLORENTE, J.P. (coord.), *Espacios para el arte contemporáneo generadores de revitalización urbana*. Zaragoza, Departamento de Historia del Arte, Universidad de Zaragoza, 85-91.
- FONT, J. (2002): "Radiografía de la política cultural local: competencias, funciones y perspectivas". en *La política cultural en el municipio*, Madrid, Fundación Autor, 15–34. Disponible en <http://www.femp.es/files/120-19-CampoFichero/Pol%C3%ADticaCultural.pdf>.
- GAVIRA, C. (1996): "Ciudad, cultura y mercado. Libros de piedra e hilos de información". *Ciudades*, nº 3, 35–47.
- GIEBELHAUSEN, M. "Museum Architecture" en MACDONALD, S. (edited), *A Companion to Museum Studies*. Victoria, Australia, Blackwell Publishing, 223-244.
- GÓMEZ, M. (1998): "Reflective Images: the Case of Urban Regeneration in Glasgow and Bilbao". *International Journal of Urban and Regional Research*, 22(1), 106–121.
- GOMEZ, M. y GONZÁLEZ, S. (2001): "A Replay to Beatriz Plaza's 'The Effect Guggenheim – Bilbao Museum Effect'". *International Journal of Urban and Regional Research*, 25(4), 898 – 900.
- GUASCH, A. y ZULAIKA, J. (2007): "Aprendiendo del Guggenheim de Bilbao. El museo como instrumento cultural" en GUASCH, A. y ZULAIKA, J. (eds.), *Aprendiendo del Guggenheim de Bilbao*. Madrid, AKAL, 9–18.
- GUILLEMAT, E. (2008): "Plan Estratégico de Cultura de Barcelona 2007 – 2015: Nuevos Acentos 2006" en MANITO, F. (coord.), *Planificación estratégica de la cultura en España*. Madrid, Fundación Autor, 189–218.
- HERNÁNDEZ AJA, A. (2000): *La ciudad de los ciudadanos*. Madrid. Ministerio de Fomento.
- JAMESON, F. (1991): *El posmodernismo o la lógica cultural del capitalismo avanzado*. Barcelona. Paidós Studio.

- HANNERZ, U. (1996): *Conexiones transnacionales. Cultura, gente y lugares*. Valencia. Frónesis Cátedra, Universitat de València.
- HARVEY, D. (1990): *La condición de la posmodernidad. Investigación sobre los orígenes del cambio cultural*. Buenos Aires. Amorrortu editores.
- KUPER, A. (2001): *Cultura. La versión de los antropólogos*. Barcelona. Paidós Básica.
- LIPOVETSKY, G y SERROY, J. (2010): *La cultura – mundo. Respuesta a una sociedad desorientada*. Barcelona. Anagrama.
- LLORENTE, J.P. (ed.) (1996): *The Role of Museums and the Arts in the Urban Regeneration of Liverpool*. Leicester. Center for Urban History.
- LLORENTE, J.P. (1997): “Focos artísticos de revitalización urbana, espacios para el sincretismo” en LLORENTE, J.P. (coord.), *Espacios para el arte contemporáneo generadores de revitalización urbana*. Zaragoza, Departamento de Historia del Arte, Universidad de Zaragoza, 11–27.
- LLORENTE, J. P. (2009): “¿Qué es y cómo evoluciona un barrio artístico? Modelos internacionales en los procesos de regeneración urbana impulsados por las artes” en FERNÁNDEZ QUESADA, B. y LLORENTE, J. P. (eds.), *Arte en el espacio público: barrios artísticos y revitalización urbana*. Zaragoza, Pressas Universitarias de Zaragoza, 15–38.
- MANDEL, E. (1972): *El capitalismo tardío*. México. Era.
- MARZO, J. L. y BADÍA, T. (2006): *Las políticas culturales en el estado español (1985 – 2005)*. Disponible en http://www.soymenos.net/politica_espanya.pdf.
- MATILLA, A. (2008): “De la catedral al ágora. La evolución del museo de arte contemporáneo en la ciudad”. *Lars. Cultura y Ciudad*, nº 11, 15–21.
- MILES S. (2005): “Interruptions: Testing the Rethoric of Culturally Led Urbans Development”. *Urban Studies*, vol. 42, nº 5-6, 889-911.
- MILES S. y PADDISON, R. (2005): “Introduction: The Rise and Rise of Cultural-le Urban Regeneration”. *Urban Studies*, vol. 42, nº 5-6; 833–839.
- MORENO, J. (2005): *Bilbao. Declive industrial, regeneración urbana y reactivación económica de un espacio metropolitano*. Bilbao. IVAP, Gobierno Vasco.
- PLAZA, B. (1999): “The Guggenheim – Bilbao Museum Effect: a replay to Maria V. Gomez ”. *International Journal of Urban and Regional Research*, 23(3), 589–592.

- PLAZA, B. (2000): "Evaluating the Influence of a Large Cultural Artifact in the Attraction of Tourism. the Guggenheim Museum Bilbao Case". *Urban Affairs Review*, 36(2), 264–274.
- POSE, H. (2006): *La cultura en las ciudades. Un quehacer cívico – social*. Barcelona. Editorial Graó.
- PRIOR, N. (2006): "Postmodern Restructurings" en MACDONALD, S. (ed.), *A Companion to Museum Studies*. Victoria, Australia, Blackwell Publishing, 50–524.
- REAL INSTITUTO ELCANO (2004): *La política cultural en España, Real Instituto Elcano de Estudios Internacionales y Estratégicos*. Disponible en <http://www.realinstitutoelcano.org/documentos/109/040428-Jaime Esp.pdf>, 41 p.
- RIBERA-FUMAZ, R. (2009): "From Urban Political Economy to Cultural Political Economy: Rethinking Culture and Economy in and beyond the Urban". *Progress in Human Geography*, 33(4), 447–465.
- ROSELLÓ, D. (2008a): "Los planes estratégicos de cultura en la provincia de Barcelona" en MANITO, F. (coord.), *Planificación estratégica de la cultura en España*. Madrid, Fundación Autor, 219–241.
- ROSELLÓ, D. (2008b): "El Mapa Cultural de Sabadell" en MANITO, F. (coord.), *Planificación estratégica de la cultura en España*. Madrid, Fundación Autor, 155–168.
- RUBIO, J. A. (2008): "Génesis, configuración y evolución de la política cultural del estado a través del Ministerio de Cultura: 1977 – 2007". *Revista de Investigaciones Políticas y Sociológicas*, vol. 7, nº 1, 55–70.
- SITJES, F. (2008a): "Sevilla Factoría Cultural. El Plan Estratégico de Sevilla 2010" en MANITO, F. (coord.), *Planificación estratégica de la cultura en España*. Madrid, Fundación Autor, 338–356.
- SITJES, F. (2008b): "Cultura y sociedad del bien: El Plan Estratégico de Vitoria-Gasteiz 2010" en MANITO, F. (coord.), *Planificación estratégica de la cultura en España*. Madrid, Fundación Autor, 405–418.
- SOMOZA, J. (2006): "Nuevos contenedores culturales y cambios en la centralidad urbana" en *Los procesos urbanos postfordistas, VIII Coloquio y jornadas de campo de Geografía Urbana de la Asociación de Geógrafos Españoles*, Islas Baleares, 247–259.
- STEVENS, Q. (2007): *The ludic city. Exploring the Potential of Public Spaces*. Oxon. Routledge.
- WILLIAMS, R. (1976): *Keywords. A vocabulary of Culture and Society*. New York. Oxford University Press.

XIRAU, E. (2004): “El CCCB és un centre cultural, no un centre turístic”. *Digit-HVM Revista Digital d’Humanitats*, Universitat Oberta de Catalunya. Disponible en <http://www.uoc.edu/humfil/articles/cat/xirau0304/xirau0304.pdf>.