

Presentación

Joaquim RIUS-ULLDEMOLINS
Universitat de València
joaquim.rius@uv.es

Juan Arturo RUBIO AROSTEGUI
Universidad Antonio de Nebrija
jrubioa@nebrija.es

1. Introducción: la cultura, entre la crisis sistémica y el cambio

El mundo cultural vive un momento de creciente desconcierto. Las bases sobre las que se asentaban los pilares de sus sistemas parecen en crisis: una relativa autonomía del creador, unos mercados regulados por intermediarios, unas políticas públicas de sustento, democratización y apoyo a los creadores. A este desconcierto procura responder este monográfico con aportaciones que pretenden evaluar las causas de esta crisis sistémica, situándola en el marco de la inevitable transición al paradigma digital. Asimismo, se propone la necesidad de vislumbrar nuevos escenarios para la cultura y por consiguiente, se analizan algunos aspectos de la política cultural que apuntan a una apremiante refundación.

Sin embargo, la actual crisis del sistema cultural no arranca con la gran recesión del siglo XXI, sino que responde a los inicios de una desarticulación del orden social, político y cultural de la posguerra en los años setenta (Lash y Urry, 1998). De este modo, podemos interpretar las dinámicas posmodernas iniciadas hace cuarenta años como un proceso de mayor centralidad social de la cultura y a la vez su mayor mercantilización e instrumentalización para fines económicos y sociales (Gray, 2007). En este sentido, evidenciamos una situación paradójica: por un lado, existe un discurso sobre las industrias culturales y creativas que le asigna un rol fundamental en el desarrollo económico, social y personal (Schlesinger, 2009) y unas prácticas que asignan a la cultura un potencial transformador e innovador con capacidad de transformar la sociedad (Belfiore y Bennett, 2007). Pero, por el otro, todos los sectores culturales, y

parece que ninguno queda a salvo, van cayendo bajo el torbellino perfecto de la gran recesión económica, la caída de la financiación pública y una crisis de los paradigmas institucionales basados en el mercado y la intervención del Estado establecidos en Europa en los años sesenta (Dubois, 2010; Levine, 2013). Después de tres décadas de crecimiento casi sostenido, las gráficas y estadísticas culturales se expresan en números rojos en casi todos sus indicadores: público, ventas, facturación o empleo (Rausell Köster, 2007). Asimismo, desde hace veinte años no han faltado las diagnósticos sobre el efecto perverso de las políticas culturales, su crisis (Poirrier, 2013) y las llamadas a su reinención (McGuigan, 2004).

Ante esta realidad, hay una aparente desconexión de lo cultural y lo político y un cuestionamiento de las instituciones, cadenas cooperativas y mecanismos de asignación de recursos, que constituyen su base organizativa e institucional y que, del mismo modo, apuntan a una reconfiguración de los paradigmas clásicos de producción, distribución y consumo cultural, así como de la articulación y papel entre actores estatales, del mercado y sociales en que estos se sustentan. Parafraseando la famosa frase de Marx, todo lo que parecía sólido en el mundo cultural parece desvanecerse en el aire de la crisis y el *tsunami* digital.

En España, a la crisis de financiación pública de la cultura que se inicia en 2008 se le une una crisis en su modelo de Estado del bienestar, su modelo de organización territorial, su modelo de desarrollo ante la globalización económica y el marco de la Unión Europea y la crisis de valor de la esfera cultural (Rubio Arostegui *et al.*, 2014). No abordaremos en este monográfico esta cuestión en sí misma, sino en los efectos sobre la esfera cultural: a) La erosión del Estado del bienestar afecta en primer lugar a la cultura, al ser considerada por muchos como un servicio no esencial. b) La cultura es interpretada cada vez más por las administraciones como un recurso competitivo en el mercado global, ya sea en las ciudades grandes o medianas (Evans, 2003) o bien para los estados con la promoción de la marca-país (Dinnie, 2008). Y c) En cuanto a la crisis de valor de la esfera cultural, ésta se caracteriza por una paupérrima valoración de la ciudadanía y de la política acerca de las profesiones culturales, su función y la protección al derecho de obtener una retribución por el trabajo creativo.

Frente a este estado de cosas, se perfilan diferentes posiciones y discursos en diferentes ejes: a) Una conformada por el eje izquierda/derecha. b) En segundo lugar y relacionado con el primer elemento, una diferente comprensión del rol que debe tener el Estado y su nivel de intervención en la esfera cultural. Y c) finalmente, otras caracterizadas por su actitud frente a los cambios actuales reales (o a los cambios futuros imaginables) respecto a lo digital. Con respecto al primer eje, las actitudes varían con respecto a los recortes y con la aceptación de una mayor participación privada o en el grado de intervención pública para garantizar el acceso a la cultura. En el segundo caso, los debates se centran en la bondad de la intervención estatal en la garantía y desarrollo de los derechos culturales y la creatividad, ámbito en el que algunos defenderán la

posibilidad de generar espacios al margen del mercado y el estado, los llamados bienes comunes (Hess y Ostrom, 2006). Y en tercer lugar, como elemento más reciente, se han desarrollado diversas posiciones enfrentadas sobre la financiación y la política cultural en relación a la actitud frente a lo digital, un debate que aborda el artículo de Joaquim Rius-Ulldemolins (Universidad de Valencia) «*Contra el ciberutopismo. Discurso utópico versus análisis sociológico sobre la transición al paradigma digital de la esfera cultural*». Por un lado, según este autor podemos llamar ciberutópica a la visión que enfatiza el poder transformador de las nuevas tecnologías en lo social y en lo político, subrayando la dimensión positiva de las formas de cooperación y distribución que éstas impulsan. Por otro lado, surge una mirada más crítica que advierte sobre el sesgo idealista de la ciberutopía y que parafraseando a Umberto Eco (1995), podríamos denominar ciberapocalípticas. En el primer caso, habitualmente, se toma un punto de vista externo a la esfera cultural y se suelen señalar las ventajas que conlleva la posibilidad de nuevos procesos creativos sin intermediarios y su impacto social y político positivo para generar nuevos vínculos sociales. En el segundo caso, se advierte de los riesgos del impacto que se deriva de estos procesos. Por un lado, el de la desarticulación de las grandes industrias culturales, pero también, el del conjunto del sector cultural, atrapado por la disolución y devaluación de las esferas profesionales de actividad y la oligopolización sin control de la distribución y la mediación cultural.

2. La nueva relación entre sociedad y las artes: de la marginalidad a la centralidad, de la autonomía a la instrumentalización

La evolución de la relación entre la sociedad y las artes desde el siglo XIX hasta la actualidad puede caracterizarse en dos etapas. Una primera etapa, en la que el mundo del arte construye una esfera social especializada en la que ocupa una posición de gran relevancia simbólica pero de relativa marginalidad en términos macro-sociales, económicos o políticos. Esta es la etapa que arranca a mediados del siglo XIX y termina a finales del siglo XX y que se caracteriza por una sucesión de rupturas con los condicionantes sociales, religiosos o económicos por parte de los creadores. Un proceso que acaba configurando un campo artístico, dividido por un polo autónomo de creación artística contrapuesto a un polo de arte comercial y en permanente proceso de renovación por parte de las nuevas vanguardias que disputan la legitimidad y el poder simbólico a las vanguardias ya consolidadas (2002). Los creadores desarrollan nuevos lenguajes cada vez más autorreferenciales y el papel de los intermediarios culturales aparece en este contexto como secundario. En el caso de las artes visuales, quizá el sector donde se desarrolla de forma más pronunciada este proceso, las sucesivas revoluciones vanguardistas rompen con los cánones de la representación de la realidad hasta negar la misma idea de obra artística y, en este sentido, la necesidad de receptor y de público

(Fabiani, 2007). Asimismo, en esta etapa la figura del creador ocupa un rol central y mitificado (Heinich, 1992) hasta el punto de que el rol de los intermediarios, críticos de arte y marchantes, aparece claramente minusvalorado (Moulin, 1983).

A partir de los años setenta podemos ver cómo, producto de las transformaciones sociales macro-económicas analizadas, se desarrolla una nueva relación entre cultura y sociedad en la que la primera adquiere un renovado protagonismo (Bell, 1991). Si desde mediados del siglo XIX hasta finales del siglo XX la relación entre cultura y sociedad se definió por su marginalidad y autonomía, a partir de entonces podemos hablar de una nueva centralidad social y de un proceso de des-diferenciación entre la esfera cultural, la económica y la política. Asimismo, la propia esfera cultural se transformará internamente debilitándose la distinción entre cultura culta y cultura popular, aumentando la relación entre géneros y disciplinas artísticas, incrementándose la hibridación entre culturas de diferentes orígenes y generándose al mismo tiempo estilos locales con proyección global. Ello también se evidencia en una orientación de la política cultural que, sin abandonar el objetivo de la democratización, también comienza a pivotar sobre el concepto de democracia cultural a partir de la década de los setenta del siglo pasado. Esta nueva configuración generará, parafraseando a Bourdieu (2002), unas nuevas “reglas del arte” que marcarán un nuevo tipo de relación entre cultura y economía y entre cultura y política cultural resituándolo en el centro de diferentes debates teóricos y ciudadanos sobre los usos y los impactos sociales de la cultura (Belfiore, 2002).

3. Cultura y economía: estetización del consumo y expansión del trabajo expresivo

Esta nueva centralidad de la cultura se explica en parte por su nuevo rol dentro de la producción de bienes y servicios y su consumo, o lo que se ha llamado la culturización de la economía. En la esfera económica, esta mayor atención a los aspectos simbólicos se interpreta como el resultado del paso de la economía fordista a la postfordista, en la que la organización industrial es más especializada y flexible para responder a la demanda de bienes y servicios más elaborados culturalmente y que ofrezcan a los consumidores un elemento de distinción social. Ello viene relacionado con los patrones de consumo de las nuevas capas medias urbanas que utilizan el consumo (entre el que se encuentra el consumo cultural) como un factor expresivo, definidor de nuevas identidades sociales y estilos de vida. Asimismo, este proceso se refleja en una estetización de la producción a través del diseño así como del consumo a partir del marketing o de la publicidad (Lash, 1994). Una estetización que se escapa del mundo productivo e impregna la vida cotidiana a partir de la estetización del espacio urbano: un proceso que se expresa en el surgimiento de barrios artísticos (Zukin, 1995) y en la transformación

del espacio privado como una forma de presentación social simbólicamente valorizada (Chalvon-Demersay, 1999).

Al mismo tiempo, los patrones de trabajo del mundo artístico, es decir, el trabajo por proyectos, la gestión por resultados, las colaboraciones flexibles y temporales y la creatividad expresiva se trasladan también al mundo de la gestión empresarial (Chiapello, 1998). En este proceso, se manifiesta el nuevo espíritu del capitalismo que desactiva la crítica artística a la sociedad capitalista (Boltanski y Chiapello, 2002). De este modo, algunos autores ven la oportunidad de aprovechar las sinergias entre los sectores creativos de la economía y una reconciliación de la cultura y la economía que durante dos siglos habían parecido estar confrontadas (Florida, 2005). Otros interpretan este fenómeno como una estrategia del nuevo capitalismo, que denominan como capitalismo cognitivo, con el fin explotar las capacidades creativas de la sociedad para apropiárselas de modo privado a partir de las leyes de propiedad intelectual (Blondeau *et al.*, 2004). Sea cual sea la opinión que merezca esta tendencia, lo cierto es que los modos de trabajar y consumir han cambiado notablemente desde finales del siglo XX, alumbrando un nuevo periodo en el que cultura y economía han tejido numerosos lazos.

La consciencia de esta nueva importancia se refleja también en la conceptualización de la cultura como sector cultural. Durante los años ochenta, se popularizó la noción de las industrias culturales en su visión amplia (que abarcan desde las artes visuales hasta el cine) como uno de los sectores clave en la nueva economía postfordista, superando progresivamente los recelos a la utilización de esta noción que había dentro del mundo cultural (O'Connor, 2007). No obstante, a partir de los años noventa, surge en el Reino Unido un nuevo concepto, el de las industrias creativas. Esta nueva noción abandona una definición sectorial de la actividad y se centra en definir un nuevo sector económico que se caracterizará por ser un proceso, la creación. Este cambio no es independiente a la nueva orientación de la economía que combina la perspectiva neoliberal heredada de los gobiernos conservadores junto con un impulso emprendedor y modernizador del Nuevo Laborismo de los años noventa (Belfiore, 2004). En esta nueva mirada las artes (visuales, escénicas, literatura, etc.) no solamente aparecen mezcladas con los sectores industriales o con las artes industriales o técnicas, como el diseño y la arquitectura como en la noción de industrias culturales. Al mismo tiempo, a estos sectores referenciados se les añaden los sectores científico-técnicos, los servicios empresariales o la industria financiera. Una conceptualización muy amplia de gran relevancia económica y que se presenta como uno de los sectores con mayor valor añadido y mayores perspectivas de crecimiento.

Resumiendo, la nueva centralidad de la cultura se fundamenta en los siguientes fenómenos: a) Una importancia creciente de los aspectos culturales y estéticos en la concepción (diseño) y la comercialización (publicidad) de los bienes y servicios. b) Una mayor relevancia de los aspectos cultural y estético en el consumo de bienes y

servicios: estetización del espacio privado y público. c) Una intensificación de la frecuencia y la cantidad de los consumos culturales por parte de las clases medias, y un incremento de su importancia como factor de construcción de las identidades sociales. d) El aumento de las personas dedicadas a las profesiones del sector cultural (creadores e intermediarios): transmisión de los patrones de trabajo del sector artístico (orientados a proyectos, creatividad, flexibilidad) a otros sectores profesionales. e) Un crecimiento del peso económico de las industrias culturales y de los recursos públicos destinados a la cultura (en términos longitudinales). Y f) Una instrumentalización de la cultura para objetivos sociales, urbanísticos y económicos.

4. Política cultural y transformación de la sociedad: retos y límites

La metamorfosis de las relaciones entre cultura y sociedad no sólo se explica a partir del cambio de relación entre cultura y economía sino también por el creciente rol de las políticas culturales. Ciertamente, podemos decir que desde su surgimiento como categoría de acción pública la política cultural se ha orientado a la transformación social. Pero también debemos reconocer que esa voluntad ha ido evolucionando en paralelo a la posición de las artes y la cultura en la sociedad y de la concepción del encaje entre política cultural y efectos sociales.

En un primer momento, la política cultural nace del rechazo a la cultura transmitida por la industria cultural que es concebida como un embrutecimiento ideológico y pura distracción y de la idea de fomentar un sentimiento de comunidad a partir de las artes (Urfalino, 1996). Entonces, el objetivo es poner en contacto directamente y sin mediaciones al ciudadano con la alta cultura para enriquecer su vida espiritual y de protegerlo de la influencia de la cultura de masas (Urfalino, 1996). Esta orientación, a diferencia de las anteriores políticas de protección de la cultura, se orienta también a la promoción de la creación según el paradigma moderno. Es decir, se propone promover la creación sin condicionar o influir –huyendo así de las orientaciones intervencionistas en el campo cultural que se habían desarrollado por parte de los regímenes totalitarios– respetando de este modo la autonomía de los artistas construida desde el siglo XIX. No obstante, esta orientación fundadora de la política cultural se irá erosionando principalmente por tres factores.

En primer lugar, en el mismo desarrollo de la política cultural, esta orientación democratizadora va encontrando diversos obstáculos que erosionan su legitimidad. En este sentido, se constata la relativa ineficacia de esta política para expandir los consumos culturales al conjunto de la población, especialmente entre las clases populares. Los diversos estudios de consumos culturales, en diversos momentos y contextos históricos, confirman que el principal efecto de las políticas culturales democratizadoras es

aumentar la intensidad del consumo de las clases medias pero también es mucho menos eficaz a la hora de incentivar la participación cultural en amplios sectores de la población de bajo nivel socio-económico y cultural (Bourdieu *et al.*, 2003, Donnat, 2004). Este hecho provoca que se acuse a la política cultural democratizadora de elitista.

En segundo lugar, esa voluntad de “promover sin influir” conlleva una falta de criterio de elección de los artistas a promover por parte de los responsables de las instituciones culturales. Lo que se intenta resolver con la creación de comisiones de expertos que decidan el reparto de las ayudas a los creadores, un fenómeno que podríamos llamar “academias invisibles” (Urfalino, 1989). Sus decisiones serán objeto de debate sobre sus elecciones de apoyo a un creador y generaran polémicas en la arena intelectual, política y de los medios de comunicación. Unos conflictos que, por ejemplo, supusieron graves ataques por parte de los congresistas y senadores ultraconservadores al *National Endowment for the Arts* de EEUU por su apoyo a obras de arte consideradas por estos como moralmente perniciosas y que supusieron un importante recorte de sus fondos y una reorganización de su actividad de financiación. Sin llegar a estos extremos, en otros países la idea de “promover sin influir” ha ido perdiendo legitimidad frente a las orientaciones que se proponen dar un valor público o un retorno social a la política cultural. El razonamiento es que el dinero de los contribuyentes invertido en cultura debe tener un retorno social en términos de bienes y servicios para el conjunto de la sociedad. Y que el gasto cultural debe ser orientado según los objetivos del gobierno y el interés general y no por parte de las comisiones formadas por el propio sector cultural (Moore, 1999).

En este contexto emerge con fuerza el concepto de valor público, un criterio crecientemente utilizado para diseñar y evaluar las políticas públicas. Su formulación por parte de Mark H. Moore (1999) se enmarca dentro de la corriente de reforma de las administraciones públicas, llamada Nueva Gestión Pública, que consiste en modernizar los objetivos y los procesos de implementación de las políticas públicas y que desde los años noventa se ha intentado aplicar a las administraciones y a las instituciones culturales.

El objetivo del concepto de valor público es identificar aquellas actuaciones que aportan soluciones (es decir, un valor) a la ciudadanía, centrando la atención en los resultados “en ella” y no en los procesos internos de la administración pública. Su aplicación al ámbito cultural se ha traducido en una mayor atención al usuario final, a la calidad de su experiencia y la capacidad de resolver retos o problemas colectivos a partir de la cultura. Un ejemplo que plantea el mismo Moore (*ibidem*) es la capacidad de las bibliotecas públicas de generar experiencias educativas para los niños y sus familias así como su contribución a reforzar el vínculo familiar o la cohesión social de la comunidad.

Otros autores como John Holden (2006) han destacado que la política cultural debe dejar de estar controlada por los sectores culturales o por los responsables políticos y

que debe darse una nueva voz a los públicos para decidir los contenidos a promover. Según este punto de vista, debe abandonarse definitivamente las posiciones elitistas o instrumentalizadoras de la cultura y las artes para adaptarse en un nuevo escenario donde los ciudadanos pueden convertirse de forma efectiva en los verdaderos protagonistas de la política cultural. Las políticas y las instituciones culturales deben dirigirse a potenciar las nuevas habilidades creativas de los ciudadanos, en el marco de las nuevas posibilidades expresivas que ofrecen las nuevas tecnologías de la información. Este sería según su punto de vista el valor público de la política cultural.

Y en tercer lugar, las nuevas dinámicas de producción, distribución y consumo cultural producto de la revolución tecnológica que emerge en los años noventa producirá que en buena medida las fronteras entre los creadores y no creadores se difuminen, que los ciudadanos tengan un rol mucho más activo en el consumo y la participación cultural, y que gran parte del acceso y la participación cultural se desarrolle fuera de las actividades que promueven las políticas y las instituciones culturales (García Canclini, 1979; Holden, 2006).

En definitiva, podemos decir que la política cultural ha ganado peso social tanto por su nivel mayor de institucionalización como por el nivel de gasto público dedicado a la cultura en los últimos cincuenta años. Pero son muchas las voces que alertan de su falta de legitimidad social y de la crisis del modelo de la política cultural centrado en la promoción y difusión de la alta cultura al nivel del Estado-nación (Menger, 2010, Dubois, 2010). En este sentido, podemos hablar de agotamiento y desestructuración de las políticas culturales (Rodríguez Morató, 2005) que debe reinventarse para acercarse al ciudadano y mostrar sus potencialidades para proporcionar bienestar social (Subirats *et al.*, 2010). Al mismo tiempo, han entrado en crisis los proyectos nacionales de reforma social a través de la cultura y es en el marco local y de proximidad donde encuentra su nueva legitimidad como marco de acción y planificación (Evans, 2001). Es en este contexto, en el que las ciencias sociales pueden y deben constituir una base sólida sobre la que distanciarse de los paradigmas clásicos de la política cultural (democratización cultural), de sus derivas instrumentalizadoras a nivel urbano y económico y empezar a concebir escenarios post-ciudad creativa en la que prime una voluntad de potenciar una gobernanza cultural generadora de valor cultural y valor público. El artículo «*Cultura y políticas públicas después del diluvio. Las ciencias sociales y la refundación de la política cultural*» de Juan Arturo Rubio Arostegui (Universidad Antonio de Nebrija) y Joaquim Rius-Ulldemolins (Universidad de Valencia) pretende ser en este sentido una re-lectura crítica de la debilidad y complacencia de las ciencias sociales respecto a las políticas culturales (y especialmente del paradigma de la ciudad creativa), así como una propuesta de contribución para la construcción de esta nueva gobernanza al servicio de una ciudadanía activa y participativa.

5. Nueva politización de la cultura: la neo-bohemia y el activismo en internet

Diversos autores han analizado el rol de los creadores en la generación de nuevas comunidades y su capacidad de generar nuevos estilos de vida (Simpson, 1981; Zukin, 1982; Kostelanetz, 2003). Estos colectivos de contornos y definición problemática han recibido a inicios del siglo XXI diversas apelaciones y caracterizaciones: algunas como la apelación *bobos* (*bourgeois bohème*) que hacen referencia a las características y trayectoria de una parte de la generación que alcanzó la edad adulta en los noventa y sus actitudes frente a la cultura y a la política, que definen como una combinación de actitud bohemia y neoliberal (Brooks, 2001). Sin embargo, el término *bobos* junto con la otra apelación que ha hecho fortuna, la de la clase creativa (Florida, 2005), engendran una visión distorsionada en la que se amalgaman colectivos muy diferenciados por su posición social y laboral (Peck, 2005). En este sentido nos parece más adecuada la caracterización que hace Richard Lloyd (2002, 2010) como neoboemia. El término parte del concepto de bohemia utilizado para caracterizar los eternos candidatos a la fama artística que poblaron las grandes capitales culturales del siglo XIX y XX (Graña, 1964).

Asimismo, el apelativo “*neo*”, hace referencia a su incardinación a la economía postfordista y su paso de una posición marginal a un rol central dentro de esta economía y su capacidad de generar patrones de consumo *mainstream* a nivel global (Currid, 2009; Greif *et al.*, 2011). Al mismo tiempo, esta neoboemia se caracteriza por repetir los patrones de concentración propios de las profesiones artísticas en determinados barrios y en convertirlos a posteriori en lugares de atención mediática y turística como barrios bohemios (Franck, 2003; Currid-Halkett y Scott, 2013). Además, la presencia de la neoboemia es capaz de modificar por completo en pocos años la dinámica social y económica de estos barrios, convirtiéndolos en espacio de vida de la nueva comunidad y en lugar de consumo para la clase media atraída por este estilo de vida (Julier, 2005; Rius-Ulldemolins, 2014). Finalmente, esta neoboemia desarrolla un ethos anti-institucional e inconformista acorde con el nuevo espíritu del capitalismo y sus necesidades laborales: trabajadores flexibles, creativos, acostumbrados a trabajar por proyectos, tolerantes a la incertidumbre y resistentes a la precariedad laboral que se extiende a todas las áreas de la vida: profesionales, personales y afectivas (Boltanski y Chiapello, 2002; Lloyd, 2010).

Diversos aspectos de su estilo de vida o de su relación con la cultura han sido analizados, aunque de forma aún poco sistematizada (Greif *et al.*, 2011) o desde una perspectiva sesgada, presentándolos de una forma un tanto idealizada como protagonistas de los nuevos movimientos sociales urbanos (Martí-Costa y Pradel i Miquel, 2011; Haenfler *et al.*, 2012) o bien presentándolos como cómplices del neoliberalismo por su rol gentrificador (Ley, 2003; Zukin y Braslow, 2011). Estas perspectivas, a pesar de su interés, no permiten comprender de forma ponderada su posición compleja y contradictoria respecto a la economía postfordista, la estructura social que engendra y las

dinámicas de refuncionalización urbana neoliberal (Lloyd, 2010; Delgado, 2013) que exige una reconsideración más completa de la relación dialéctica entre la esfera urbana, política y cultural.

FIGURA 1: BOHEMIA Y NEOBOHEMIA CREATIVA Y RELACIÓN CON LA ESFERA ECONÓMICA Y POLÍTICA

Dimensiones	Bohemia	Neoboemia
Dimensión socio-política del arte	Crítica artística al capitalismo	Nuevo espíritu del capitalismo y nuevas formas de colectivismo
Relación esfera económica	Marginalidad y articulación a través intermediarios	Centralidad y articulación flexible emprendedora
Relación esfera política	Autonomía i defensa frente a la politización del arte	Intervención en la esfera política: estetización de la política
Articulación con agentes políticos	Aportación capital simbólico específico campo cultural. Posición dependiente de los movimientos y partidos políticos	Transformación de la acción política. Iniciativas propias del campo artístico y centralidad mediática (<i>mass media</i> e internet)
Forma de acción política	Vanguardismo (arte como acción política). Relación entre vanguardia política y cultural desde la distancia social	<i>Artivismo</i> (arte como acción política). Fusión del activismo político y la creación artística
Ideología	Aristocratismo social y populismo político	Ciberutopismo: tecnología y estética como remedio a los males sociales: participación política directa
Configuración urbana	Campo urbano asociado al campo cultural i social	Transformación urbana por la creación de barrios neobohemios y posición hegemónica (gentrificación)

Fuente: Elaboración propia.

En este sentido, el artículo de Juan Pecourt (Universidad de Valencia), «*La esfera pública digital y el activismo político*» y el de Bru Lain (Universitat de Barcelona), «*Bienes Comunes, Nuevos Cercamientos y Economía Política Popular*» reflexionan en esta nueva relación entre política y cultura, en la que el ámbito digital aparece como germen

de la llamada nueva política y una esfera de antagonismo a la dominación neoliberal. Un debate que si bien tiene una notable dimensión pública y política sobre si suponen una nueva forma de organización social basada en la reciprocidad y el altruismo similar a la de sociedades pre-capitalistas y en el que se gestionaban los bienes comunes de forma colectiva y sin apropiación privada o control estatal (Polanyi & Stiglitz, 2006). Según esta visión, la esfera cultural gozaría de una nueva centralidad al contaminar la esfera económica y social, pero sin embargo se encontraría utilizada en la disyuntiva de constituir una herramienta al servicio de nuevas hegemonías sociales y económicas del capitalismo cognitivo (Blondeau *et al.*, 2004) o bien generar una esfera antagonista, germen de nuevas transformaciones sociales. Entendemos que los artículos de Pecourt y Laín presentados en este monográfico permiten avanzar en la comprensión desde las ciencias sociales de este debate social y científico.

Tal y como podemos observar en la Figura 1, a diferencia de la bohemia tradicional, la nebohemia adopta, de forma aparentemente contradictoria, el nuevo espíritu del capitalismo y nuevas formas de colectivismo que combinan emprendeduría, flexibilidad e intercambios entre iguales (el llamado *Peer to Peer*) al margen del mercado y el Estado.

Asimismo, podemos ver que su intervención en la política de la nebohemia creativa ya no es dependiente de la esfera política como en el orden moderno en el que la bohemia se subordinaba a la vanguardia partidista (representada por los partidos y los sindicatos) sino que establece su propia agenda, sus formas de actuación (el activismo artístico o *artivismo*) y sus canales como internet, una nueva ideología (el ciberutopismo) y una nueva articulación con el territorio urbano en el que se generan enclaves creativos y nebohemitos en el que desarrollan espacios de transformación social (factorías creativas, espacios de *co-working*, *fablabs*, etc.). En este sentido, el artículo de Victoria Sánchez «*Las Políticas culturales de proximidad en el Paradigma de la ciudad creativa: el caso del programa de centros cívicos en la ciudad de Barcelona*» muestra el desbordamiento de la lógica de participación en los centros cívicos con el surgimiento de nuevos centros sociales en el que la creación cultural conforma un elemento de transformación social y urbana.

6. Política cultural y paradigma de la ciudad creativa: globalización versus participación

La evolución de la sociedad postindustrial ha dado lugar a una nueva relación simbiótica entre economía y cultura: la cultura está ganando centralidad en el desarrollo económico de las sociedades occidentales (A. J. Scott, 2007). En este proceso que ha supuesto la quiebra del sistema fordista de organización industrial y la crisis del Estado de Bienestar Keynesiano y de su modo de regulación, ha conducido a una profunda reorganización del sistema político y del sistema productivo. En el contexto de estas

transformaciones, que dotan de un renovado protagonismo al marco local, sus gobiernos han cambiado y ganado peso. Así, han pasado de ser pasivos implementadores de las políticas estatales de servicios públicos a ser activos promotores del desarrollo local (Blanco, 2009a).

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

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

Este giro local y emprendedor de la política cultural (Menger, 2010) ha tenido en los grandes equipamientos culturales uno de sus principales instrumentos, bien por su capacidad de impulsar procesos de regeneración urbana (Whitt, 1987; Moomas, 2004), bien por potenciar la imagen de las ciudades (Plaza, 1999; González, 2011). Al mismo tiempo este giro local ha generado una tendencia a la estandarización de la política cultural, acomodo acomodándose a unas pautas arquitectónicas y estéticas globales (Evans, 2003) y a su tendencia a generar espacios globalizados (Evans, 2003; Muñoz, 2010). Con esto, los dilemas de la política cultural (Bianchini, 1993a) planteados hace veinte años, siguen vigentes: efecto final versus valor cultural, grandes eventos versus pequeñas acciones, proyección internacional versus desarrollo local.

El modelo de “urbanismo emprendedor” (Harvey, 1989) y “ciudad creativa”, dos caras de la misma moneda, adoptan formas distintas según las ciudades. Para explicar esta heterogeneidad de situaciones nos parece particularmente útil el concepto de “neoliberalismo realmente existente” (Brenner y Theodore, 2003), y su énfasis en “la inserción contextual de los proyectos de reestructuración liberal y su dependencia de la trayectoria” (Theodore *et al.*, 2009) Los programas de grandes proyectos, eventos globales y políticas culturales como vectores económicos se insertan en un contexto local, una ciudad, un ámbito socio-urbano específico conformado por unas características socioeconómicas y urbanas, la historia y tradiciones que la singularizan, las relaciones de fuerza entre los distintos grupos sociales y las políticas aplicadas por los gestores públicos.

Así, Valencia constituye un caso singular y extremo de la aplicación del modelo de ciudad global, emprendedora y creativa. Tal y como analizan Gil-Manuel Hernández i Martí y Francisco Torres Pérez (Universidad de Valencia) en «*La hegemonía cultural del glolugar: entre la relegación y la reivindicación local. El caso de Valencia*», la capital valenciana a mediados de los años noventa abandona un proyecto de capitalidad regional “mediterránea” para lanzar una serie de proyectos muy ambiciosos en términos de proyección de la ciudad (*Ciutat de les Arts i les Ciències*, Puerto Deportivo, Circuito de Fórmula 1) pero con unos efectos a medio y largo plazo problemáticos por el modelo de ciudad y de cultura que promueven. Como veremos, la generación de glolugares desconectados del propio contexto cultural y social local se revela como una estrategia “perdedora” que hipoteca el desarrollo cultural endógeno y un urbanismo sostenible, generando así “elefantes blancos” y segregación urbana. Por ello, en la última década se ha generado un considerable volumen de literatura crítica sobre la instrumentalización de la cultura como modelo de desarrollo local (Balibrea, 2001; Delgado, 2007; Blanco, 2009b; Degen y García, 2012). Existe un creciente consenso acerca de los crecientes efectos negativos de la regeneración urbana basados en la cultura sin una participación social efectiva en su gobernanza o en una orientación sostenible a nivel local a medio y a largo plazo (Gouldner, 1957; McKinnie, 2006; Morris Hargreaves McIntyre, 2009; Barber y Pareja Eastaway, 2010). Por ello, se requiere una creciente reflexión e investigación sobre la articulación entre política y cultura, entre participación ciudadana y gobernanza cultural, sobre el nuevo lugar que debe ocupar la esfera cultural en el marco de la sociedad postfordista y el las potencialidades y los riesgos de la transición al paradigma digital. Un objetivo al que este monográfico pretende responder con los siguientes artículos que abordan uno o diversos de estos debates.

7. Bibliografía

- BALIBREA, M.P. (2001): “Urbanism, culture and the post-industrial city: Challenging the “Barcelona model””, *Journal of Spanish Cultural Studies*, (2), pp. 187-210.
- BARBER, A. & M. PAREJA EASTAWAY (2010): “Leadership challenges in the inner city: planning for sustainable regeneration in Birmingham and Barcelona”, *Policy Studies*, (31), pp. 393-411.
- BELFIORE, E. (2004): “Auditing Culture. The subsidised cultural sector in the New Public Management”, *International Journal of Cultural Policy*, (10), pp. 183-202.
- BELFIORE, E. (2002): “Art as a means of alleviating social exclusion: Does it really work? A critique of instrumental cultural policies and social impact studies in the UK”, *International Journal of Cultural Policy*, (8), pp. 91-106.
- BELFIORE, E. & O. BENNETT (2007): “Rethinking the social impact of the arts”, *International Journal of Cultural Policy*, (13), pp. 135-151.
- BELL, D. (1991): *El advenimiento de la sociedad post-industrial: un intento de prognosis social*, Madrid, Alianza Editorial.
- BIANCHINI, F. (1993a): “Remaking European Cities: the role of cultural policies” en Franco Bianchini & Michael Parkinson (eds.), *Cultural Policy and Urban Regeneration: the West European Experience*, Manchester, Manchester University Press, pp. 1-19.
- BIANCHINI, F. (1993b): “Urban Cultural Policy in Britain and Europe: Towards Cultural Planning”, London, Institute for Cultural Policy Studies.
- BLANCO, I. (2009a): “Revista Española de Ciencia Política”, *Gobernanza urbana y políticas de regeneración: el caso de Barcelona*, (20), pp. 125-146.
- BLANCO, I. (2009b): “Does a Barcelona Model Really Exist? Periods, Territories and Actors in the Process of Urban Transformation”, *Local Government Studies*, (35), pp. 355-369.
- BLONDEAU, O. et al. (2004): *Capitalismo cognitivo, propiedad intelectual y creación colectiva*, Madrid, Traficantes de sueños.
- BOLTANSKI, L. y E. CHIAPELLO (2002): *El nuevo espíritu del capitalismo*, Madrid, Akal.
- BOURDIEU, P. (2002): *Las Reglas del arte: génesis y estructura del campo literario* 3ª edn, Barcelona, Anagrama.
- BOURDIEU, P., A. DARBEL y D. SCHNAPPER (2003): *El amor al arte: los museos europeos y su público*, Barcelona, Paidós.
- BRENNER, N. & T. NIK (2003): “Cities and the geographies of “actually existing neoliberalism””, en Neil Brenner y Nik Theodore(eds.), *Spaces of Neoliberalism: Urban Restructuring in North America and Western Europe*, Oxford, Blackwell Publishers, pp. 22-45.
- BROOKS, D. (2001): *Bobos In Paradise: The New Upper Class and How They Got There*, New York, Simon & Schuster.

- CHALVON-DEMERSAY, S. (1999): *Le triangle du XIVe: Des nouveaux habitants dans un vieux quartier de Paris*, Métailée, Paris.
- CHIAPELLO, E. (1998): *Artistes versus managers: le management culturel face à la critique artiste*, Paris, Métailié, Diffusion, Seuil.
- CONNOLLY, M.G. (2011): “The ‘Liverpool model(s)’: cultural planning, Liverpool and Capital of Culture 2008”, *International Journal of Cultural Policy*, pp. 1-20.
- CURRID, E. (2009): “Bohemia as Subculture; “Bohemia” as Industry”, *Journal of Planning Literature*, (23), pp. 368-382.
- CURRID-HALKETT, E. & A.J. SCOTT (2013): “The geography of celebrity and glamour: Reflections on economy, culture, and desire in the city”, *City, Culture and Society*, Available online, pp. 1-19.
- DEGEN, M. & M. GARCÍA (2012): “The Transformation of the Barcelona Model?: An Analysis of Culture, Urban Regeneration and Governance”, *International Journal of Urban and Regional Research*, (36), pp. 1022-1038.
- DELGADO, M. (2013): “Activismo y pospolítica. Sobre la estetización de las luchas sociales en contextos urbanos”, *Quaderns-e. Institut Català d’Antropologia*, (18), pp. 68-80.
- DELGADO, M. (2007): *La ciudad mentirosa: fraude y miseria del “modelo Barcelona”*, Madrid, Los Libros de la Catarata.
- DINNIE, K. (2008): *Nation Branding Concepts, Issues, Practice*, Oxford, Butterworth-Heinemann.
- DONNAT, O. (2004): “Les univers culturels des Français”, *Sociologie et sociétés*, pp. 36-1y 87-103.
- DUBOIS, V. (2010): “Le modele français et sa crise: ambitions, ambigüités et défis d’une politique culturelle” en Diane Saint-Pierre & Claudine Audet (eds.), *Tendances et défis des politiques culturelles*, Québec, Presses de l’Université de Laval, pp. 17-52.
- ECO, U. (1995): *Apocalípticos e integrados*, Barcelona, Tusquets.
- EVANS, G. (2001): *Cultural Planning: An urban renaissance?*, Londres, Routledge.
- EVANS, G. (2003) “Hard-Branding the cultural city-from Prado to Prada”, *International Journal of Urban and Regional Research*, 27, pp. 417-440.
- FABIANI, J-L. (2007): *Après la culture légitime. Objets, publics, autorités*, Paris, L’Harmattan.
- FLORIDA, R.L. (2005a): *Cities and the creative class*, Routledge.
- FLORIDA, R.L. (2005b): *Cities and the creative class*, Londres, Routledge.
- FLORIDA, R.L. (2002): *The rise of the creative class: and how it’s transforming work, leisure, community and everyday life*, Basic Books.
- FRANCK, D. (2003): *Bohemian Paris: Picasso, Modigliani, Matisse, and the Birth of Modern Art*, Nueva York, Grove Press.
- GARCÍA CANCLINI, N. (1979): *La producción simbólica: teoría y método en sociología del arte*, Buenos Aires, Siglo XXI.

- GARCÍA, B. (2004): "Urban regeneration, arts programming and major events: Glasgow 1990, Sydney 2000 and Barcelona 2004", *International Journal of Cultural Policy*, 10, pp. 103-118.
- GONZÁLEZ, S. (2011): "Bilbao and Barcelona "in Motion". How Urban Regeneration "Models" Travel and Mutate in the Global Flows of Policy Tourism", *Urban Studies*, (48), pp. 1397-1418.
- GOULDNER, A.W. (1957): "Cosmopolitans and Locals: Toward an Analysis of Latent Social Roles.I", *Administrative Science Quarterly*, (2), pp. 281-306.
- GRAY, C. (2007): "Commodification and instrumentality in cultural policy", *International Journal of Cultural Policy*, (13), pp. 203-215.
- GREIF, Mark, K. ROSS & D. TORTORICI (2011): *¿Qué fue "lo hipster"?: una investigación sociológica*, Barcelona, Alpha Decay.
- HAENFLER, R., B. JOHNSON & E. JONES (2012): "Lifestyle Movements: Exploring the Intersection of Lifestyle and Social Movements", *Social Movement Studies*, (11), pp. 1-20.
- HARVEY, D. (1989): "From Managerialism to Entrepreneurialism: The Transformation in Urban Governance in Late Capitalism", *Geografiska Annaler, Series B, Human Geography*, (71), pp. 3-17.
- HEINICH, N. (1992): *La gloire de Van Gogh. Essai d'anthropologie de l'admiration*, Paris, Éditions de Minuit.
- HESS, C. & E. OSTROM (2006): *Understanding Knowledge as a Commons*, Cambridge, MIT Press.
- HOLDEN, J. (2006): *Cultural Value and the Crisis of Legitimacy*, Londres, Demos.
- JULIER, G. (2005): "Urban Designscapes and the Production of Aesthetic Consent", *Urban Studies*, (42), pp. 869-887.
- KOSTELANETZ, R. (2003): *Soho: The Rise and Fall of an Artist's Colony*, Nueva York, Routledge.
- LANDRY, C. & F. BIANCHINI (1995): *The creative city*, Great Britain, Demos.
- LASH, S. (1994): *Economies of Signs and Space*, London [etc.], Sage.
- LASH, S. y J. URRY (1998): *Economías de signos y espacio: Sobre el capitalismo de la posorganización*, Buenos Aires, Amorrortu.
- LEVINE, R., F. CABALLERO y V. CAMPOS (2013): *Parásitos: cómo los oportunistas digitales están destruyendo el negocio de la cultura*, Barcelona, Ariel.
- LEY, D. (2003): "Artists, Aestheticisation and the Field of Gentrification", *Urban Studies*, (40), pp. 2527-2544.
- LLOYD, R. (2010a): *Neo-Bohemia: Art and commerce in the postindustrial city*, Nueva York, Routledge.
- LLOYD, R. (2010b): *Neo-Bohemia: Art and commerce in the postindustrial city*, New York-London, Routledge.
- LLOYD, R. (2002): "Neo-Bohemia: Art and Neighborhood Redevelopment in Chicago", *Journal of Urban Affairs*, 24, pp. 517-532.

- MARTÍ-COSTA, M. & M. PRADEL I MIQUEL (2011): “The knowledge city against urban creativity? Artists’ workshops and urban regeneration in Barcelona”, *European Urban and Regional Studies*.
- MCGUIGAN, J. (2004): *Rethinking cultural policy*, Maidenhead, Open University.
- MCKINNIE, M. (2006): *City stages: theatre and urban space in a global city*, Toronto, University of Toronto Press.
- MENGER, P-M. (2010): *Cultural policies in Europe. From a state to a city-centered perspective on cultural generativity*, Tokyo, National Graduate Institute for Policy Studies.
- MENGER, P-M. (2009): *Le travail créateur. S’accomplir dans l’incertain*, Paris, Seuil-Gallimard.
- MOOMAS, H. (2004): “Cultural clusters and the post-industrial city: towards a remapping of urban cultural policy”, *Urban Studies*, 41, pp. 507-532.
- MOORE, M.H. (1999): *Gestión estratégica y creación de valor en el sector público*, Barcelona, Paidós.
- MORRIS HARGREAVES MCINTYRE (2009): *Cultural Impact Study. The impact of the arts in Birmingham*, Manchester, Lateral Thinkers.
- MOULIN, R. (1983): *Le marché de l’art en France*, Paris, Éditions de Minuit.
- MUÑOZ, F. (2010): *Urbanización. Paisajes comunes, lugares globales*, Barcelona, Gustavo Gili.
- O’CONNOR, J. (2007): *The cultural and creative industries: a review of the literature*, London, Creative Partnerships-Arts Council England.
- PECK, J. (2005): “Struggling with the Creative Class”, *International Journal of Urban and Regional Research*, (29), pp. 740-770.
- PLAZA, B. (1999): “The Guggenheim-Bilbao Museum Effect: A reply”, *International Journal of Urban and Regional Research*, (23), pp. 589-592.
- POIRRIER, P. (2013): “Une histoire comparée de la démocratisation culturelle”, *Territoires contemporains*, (5), p. 10.
- RAUSELL KÖSTER, P. (2007): “La Ciutat de l’Artista Faller, districte cultural”, *Revista d’Estudis Fallers*, (12), pp. 16-18.
- RIUS-ULLDEMOLINS, J. (2014): “Culture and authenticity in urban regeneration processes: Place branding in central Barcelona”, *Urban Studies*.
- RODRIGUEZ MORATÓ, A. (2005): “La reinención de la política cultural a escala local: el caso de Barcelona”, *Sociedade e Estado*, (20), pp. 351-376.
- RUBIO AROSTEGUI, J.A., J. RUIUS-ULLDEMOLLINS y S. MARTINEZ ILLA (2014): *El modelo español de financiación de las artes y la cultura en el contexto europeo. Crisis económica, cambio institucional, gobernanza y valor público de la cultura y la política cultural*, Madrid, Fundación Alternativas.

- SCHLESINGER, P. (2009): "Creativity and the Experts: New Labour, Think Tanks, and the Policy Process", *International Journal of Press Politics*, (14), p. 20.
- SCOTT, A. (2010): "Cultural economy and the creative field of the city", *Geografiska Annaler: Series B, Human Geography*, (92), pp. 115-130.
- SCOTT, A. (2000): *The Cultural Economy of Cities*, London [etc.], Sage in association with Theory, Culture & Society, Nottingham Trent University.
- SCOTT, A.J. (2007): "Capitalism and Urbanization in a New Key? The Cognitive-Cultural Dimension", *Social Forces*, (85), pp. 1465-1482.
- SIMPSON, C.R. (1981): *Soho: The Artist in the City*, Chicago, Univ of Chicago Press.
- STORPER, M. & A.J. VENABLES (2004): "Buzz: face-to-face contact and the urban economy", *Journal of Economic Geography*, (4), pp. 351-370.
- SUBIRATS, J, N. BARBIERI y A. PARTAL (2010): "El retorn social de les polítiques culturals: de l'impacte social al valor públic", *Quaderns d'Acció Social i Ciutadania*, (10), pp. 18-24.
- THEODORE, N., J. PECK y N. BRENNER (2009): "Urbanismo neoliberal: la ciudad y el imperio de los mercados", *Temas Sociales*, (66), pp. 1-13.
- URFALINO, P. (1996): *L'invention de la politique culturelle*, Paris, La Documentation Française.
- URFALINO, P. (1989): "Les politiques culturelles: mécénat caché et académies invisibles", *L'Anne sociologique*, (3), pp. 81-109.
- WHITT, J.A. (1987): "Mozart in the Metropolis: The Arts Coalition and the Urban Growth Machine", *Urban Affairs Review*, (23), pp. 15-36.
- ZUKIN, S. (1982): *Loft Living: Culture and Capital in Urban Change*, Baltimore, The Johns Hopkins University Press.
- ZUKIN, S. (1995): *The cultures of cities*, Oxford, Blackwell.
- ZUKIN, S. & L. BRASLOW (2011): "The life cycle of New York's creative districts: Reflections on the unanticipated consequences of unplanned cultural zones", *City, Culture and Society*, (2), pp. 131-140.
- URFALINO, P. (1989): "Les politiques culturelles: mécénat caché et académies invisibles", *L'Anne sociologique*, (3), pp. 81-109.
- WHITT, J.A. (1987): "Mozart in the Metropolis: The Arts Coalition and the Urban Growth Machine", *Urban Affairs Review*, (23), pp. 15-36.
- ZUKIN, S. (1982): *Loft Living: Culture and Capital in Urban Change*, Baltimore, The Johns Hopkins University Press.
- ZUKIN, S. (1995): *The cultures of cities*, Oxford, Blackwell.
- ZUKIN, S. & L. BRASLOW (2011): "The life cycle of New York's creative districts: Reflections on the unanticipated consequences of unplanned cultural zones", *City, Culture and Society*, (2), pp. 131-140.