

Abstract**Dedicatoria****ÍNDICE GENERAL**

Introducción	1
Objetivos	5
Metodología	6
I. Una Aproximación a la cultura como recurso.	7
I.1.Complejidad social, globalización y localismo.	7
II. La gestión cultural: un sistema para potenciar la cultura.	11
II.1. Aproximación a las políticas culturales.	11
II.1.1. La política cultural ausente.	13
II.1.2. Políticas socio-culturales y localismos.	13
II.1.3. Políticas Elitistas.	14
II.1.4. Políticas preferenciales o temáticas.	15
II.1.5. Políticas sin coste.	16
II.1.6. Políticas de sostenibilidad cultural.	17
II.2. Los agentes culturales. Activos de la gestión cultural.	19
II.2.1. El creador.	19
II.2.2. El realizador o ejecutor.	20
II.2.3. El empresario distribuidor.	21
II.2.4. El gerente o gestor.	23
II.2.5. El público o usuario.	25
II.3. Tipología de las infraestructuras de gestión.	27
II.3.1. Los Espacios	27
II.3.1.1. Espacios nuevos y antiguos públicos o privados.	27
II.3.1.1.1. El espacio para las actividades culturales, arquitectura y función.	27

II.3.1.1.2. Los espacios patrimoniales de uso cultural.	29
II.3.1.1.3. Los planes de construcción de espacios en la provincia de Valencia.	30
II.3.1.1.4. La iniciativa privada.	31
II.3.1.2. Destino de las actividades para los espacios según diseño.	34
II.3.1.2.1. Espacios polivalentes.	34
II.3.1.3.2. Espacios específicos o especializados.	35
II.3.2. El equipamiento técnico.	36
II.3.3. Los recursos humanos.	44
II.3.3.1. El personal frontera.	45
II.3.3.2. El personal técnico.	47
II.3.3.3. El animador sociocultural.	47
II.3.3.4. El gestor o gerente.	48
II.4. Modelos territoriales de gestión.	50
II.4.1. Modelo anglosajón.	50
II.4.2. Modelo francés.	51
II.4.3. Modelo latinoamericano.	52
II.5. Evolución del modelo profesional de técnicos de cultura.	53
II.5.1. Animación socio-cultural	54
II.5.1.1. Democratización de la cultural.	55
II.5.1.2. La participación ciudadana.	57
II.5.1.3. El todo vale.	58
II.5.2. La gestión de recursos culturales.	59
II.5.2.1. El técnico de cultura.	60
II.5.3. Animación y gestión coexisten.	64
II.6. Elementos que posibilitan el desarrollo de la gestión cultural pública.	66
II.6.1. La aparición de la infraestructura cultural pública.	66
II.6.2. La creación de presupuestos públicos.	67
II.6.3. La organización de la oferta.	68
II.7. El sistema asociativo y su evolución en referencia al desarrollo de la gestión cultural.	71
II.7.1. La asociación como poder.	74

II.7.2. La asociación como servicio.	75
II.7.2.1. El voluntariado asociativo.	76
II.7.2.2. El voluntariado asociativo profesional.	76
III. Operatividad, cultura, y gestión. Hacia un modelo rentable para la gestión cultural.	81
III.1. Administración, cultura y territorio.	83
III.1.1. El territorio como condicionante.	91
III.1.2. El territorio ante la contradicción competencial.	91
III.1.3. El territorio ante la oferta y demanda enfrentadas.	93
III.1.4. El territorio como dinamizador.	95
III.2. ¿Cómo intervenir en un territorio?	96
III.2.1. Intervención e intervencionismo cultural.	96
III.2.2. La redistribución de los bienes culturales.	98
III.2.3. Elementos comunes que aúnan voluntades.	100
III.2.4. Oferta y demanda cultural.	101
III.2.4.1. Oferta contra tendencia de la demanda.	101
III.2.4.2. Oferta a favor de la tendencia de la demanda.	103
IV. La difusión en los servicios culturales valencianos durante el período cronológico 1989-2011.	105
IV.1. La difusión del producto cultural.	107
IV.1.1. La segmentación en la práctica de los servicios.	108
IV.1.2. ¿Mensaje breve y claro?	109
IV.1.3. Temporalidad.	111
IV.1.4. Posicionamiento y creación de imagen.	112
IV.2. Uso de elementos concretos de difusión.	113
IV.2.1. El cartel.	115
IV.2.2. Los medios audiovisuales y la red.	116
IV.2.3. La difusión personalizada.	117
IV.3. Dos ejemplos de difusión: L'Eliana y Almussafes.	121
V. Hacia una optimización económica de la gestión cultural: el caso valenciano.	131
V.1. Análisis de costes.	132

V.2. Mercados estables.	133
V.3. El sector empresarial.	133
V.4. Modelos de gestión territorial con presupuestos públicos.	134
V.4.1. Modelo de subvenciones.	135
V.4.1.1. Modelo histórico.	136
V.4.1.2. Modelo a través de convocatorias.	138
V.4.2. Modelo de gestión inconstante. Ausencia de planificación.	139
V.4.3. Modelo de gestión de espacios estables.	140
VI. Optimización económica en la gestión cultural del territorio: redes y circuitos.	141
VI.1. Circuitos amateurs.	146
VI.2. Circuitos específicos.	147
VI.3. Circuitos multidisciplinares.	154
VII. El SARC. Laboratorio de aplicación de la teoría de la gestión cultural en el territorio de la provincia de Valencia.	157
VII.1. Creación.	160
VII.1.1. Los medios de comunicación ante la creación del SARC.	162
VII.1.2. Análisis del territorio.	163
VII.2. Crecimiento.	167
VII.2.1. Elaboración de programas.	168
VII.2.1.1. Teatro, danza, circo y música.	169
VII.2.1.2. Fiestas populares.	176
VII.2.1.3. Tradiciones folklórico culturales.	181
VII.2.1.4. Artes Plásticas.	186
VII.2.1.5. Talleres didácticos y conferencias culturales.	191
VII.2.1.6. Programa de difusión del Cine.	197
VII.2.1.7. Tour de ofertas culturales (TOC)	202
VII.2.2. Colaboración económica.	208
VII.2.2.1. Campañas mancomunadas.	209
VII.2.2.2. Proyectos singulares.	211
VII.2.2.3. Proyectos estables.	212
VII.2.2.4. Ayudas a la difusión.	213

VII.2.3. Dotación de equipamiento.	214
VII.3. Plenitud.	216
VII.3.1. Difusión.	216
VII.3.1.1. Revista Parlem.	218
VII.3.1.2. Línea editorial.	219
VII.3.1.3. Catálogo de publicaciones.	220
VII.3.1.4. Guía de recursos culturales.	223
VII.3.1.5. Agenda Cultural.	225
VII.3.1.6. Presencia en ferias.	228
VII.3.1.7. Guías didácticas.	231
VII.3.1.8. Gestión cultural en red.	232
VII.3.1.8.1. Portal SARC y la apuesta por las TIC (tecnología de la información y la comunicación).	232
VII.3.1.8.2. Redes sociales.	234
VII.3.1.8.3. Pasaporte cultural.	234
VII.3.1.8.4. Mapa cultural de la provincia de Valencia.	238
VII.3.1.8.5. Agenda cultural Teuladí.es	242
VII.3.2. Formación.	245
VII.3.2.1. Master de perfeccionamiento de gestión cultural.	245
VII.3.2.2. Jornadas divulgativas.	247
VII.3.2.3. Técnicas artísticas aplicadas.	248
VII.3.2.4. Cursos monográficos.	249
VII.3.2.5. Seminarios técnicos.	249
VII.3.2.6. Seminarios comarcales.	251
VII.3.2.7. Congresos.	252
VII.3.2.8. Master oficial.	253
VII.3.3. Investigación.	255
VII.3.3.1. Asesoramiento técnico.	256
VII.3.3.2. Centro de recursos.	257
VII.3.3.3. Plusvalía económica.	257
VII.3.3.4. Cátedra de gestión cultural.	257
VII.3.3.5. Promoción de artistas.	258

VII.3.4. Otros programas.	259
VII.4 Ocaso.	260
Conclusión	263
Bibliografía	265

Índice de gráficas

Gráfica 1: La inversión del SARC en equipamiento cultural para distribuir entre municipios	38
Gráfica 2: Nivel de contratación de personal técnico especializado	61
Gráfica 3: Distribución poblacional en el territorio de la Provincia de Valencia	84
Gráfica 4: Número de Sociedades Musicales en la Provincia de Valencia	94
Gráfica 5: Visitas personalizadas a los municipios	97
Gráfica 6: Contrataciones del Circuit Teatral Valencià	149
Gráfica 7: Programa de Difusión de Teatro, danza y música	173
Gráfica 8: Programa de Fiestas Populares	178
Gráfica 9: Programa de Difusión de las Tradiciones folklórico culturales	183
Gráfica 10: Ingresos totales de todos los programas artísticos durante los años de la tesis (1989-2010)	185
Gráfica 11: Programa de Difusión de Artes plásticas	189
Gráfica 12: Programa de Difusión de Talleres Didácticos y Conferencias Culturales	195
Gráfica 13: Programa de Difusión de Cine	200
Gráfica 14: Programa de Difusión Tour de Ofertas Culturales (TOC)	205
Gráfica 15: Publicaciones Municipales distribuidas	223
Gráfica 16: Cantidad de ejemplares editados	227
Gráfica 17: Asistencia a ferias y visitantes	229
Gráfica 18: Visitas al portal web	233
Gráfica 19: Pasaporte Cultural	236
Gráfica 20: Datos Mapa Cultural	242
Gráfica 21: Teuladi.es	244
Gráfica 22: Programa de Formación del SARC	254

ANEXO DOCUMENTAL

Anexo 1: Planes provinciales de obras y servicios	1
Anexo 2: Catálogo El Cartel. Sala Parpalló	13
Anexo 3: Informe CTV (Circuit Teatral Valencià)	16
Anexo 4: Publicidad AVETID	21
Anexo 5: Circuit de Cooperació Cultural de La Safor	23
Anexo 6: El SARC en los medios de comunicación	25
Anexo 7: Programa de Difusión de Teatro, Danza, Música y Circo del SARC	46
Anexo 8: Programa de Difusión de Fiestas Populares del SARC	53
Anexo 9: Programa de Difusión de las Tradiciones Folklórico-Culturales del SARC	60
Anexo 10: Programa de Difusión de las Artes Plásticas del SARC	67
Anexo 11: Programa de Difusión de los Talleres Didácticos y Conferencias Culturales del SARC	75
Anexo 12: Programa de Difusión del Cine del SARC	82
Anexo 13: Programa de Difusión Tour de Ofertas Culturales (TOC)	89
Anexo 14: Programa de subvenciones del SARC. Bases	95
Anexo 15: Bases para la compra de Equipamiento Técnico para Centros Culturales Municipales del SARC	105
Anexo 16: Revista Parlem del SARC	141
Anexo 17: Publicaciones. Colecciones Pirámide y Esfera del SARC	143
Anexo 18: Guía de Recursos Culturales (Fill Directe amb l'Espectacle) del SARC	146
Anexo 19: Agenda Cultural Teuladí del SARC	149
Anexo 20: Guías didácticas para las rutas del programa Tour de Ofertas Culturales del SARC	152
Anexo 21: Pasaporte Cultural del SARC	155

Anexo 22: Mapa Cultural de la Provincia de Valencia del SARC	158
Anexo 23: Agenda cultural online Teuladi.es del SARC	175
Anexo 24: Programa de Formación del SARC	181
Anexo 25: Declaración de Valencia I y II de los congresos del SARC	190