Estudios de Ocio
Aisiazko Ikaskuntzak
Deusto

Los eventos: funciones y tendencias

Cristina Ortega Nuere
Magdalena Izaguirre Casado (eds.)

Documentos
de Estudios de Ocio
núm. 39

8º

Los eventos: funciones y tendencias

Cristina Ortega Nuere y Magdalena Izaguirre Casado (eds.)

Los eventos: funciones y tendencias

2010
Universidad de Deusto
Bilbao

Documentos de Estudios de Ocio, núm. 39

El Instituto de Estudios de Ocio pretende que la aparición de sus *Documentos* ayude a paliar la escasez de publicaciones sobre temas de ocio en lengua castellana. Cada Documento trata de responder a alguna cuestión relacionada con la práctica del ocio, entendido como cultura, deporte, educación, turismo, recreación y desarrollo personal y comunitario. Los especialistas y técnicos en las áreas señaladas podrán disponer así de investigaciones, instrumentos de trabajo y puntos de vista de personas que colaboran con este Instituto universitario. El contenido de cada uno de los documentos es obra y responsabilidad de su/s autor/es.

La publicación de este libro es posible gracias al patrocinio del Grupo Santander a través de la financiación de la Cátedra Ocio y Conocimiento.

Dirección

Manuel Cuenca Cabeza

Comité Editorial

Américo Nunes Peres, Universidade de Trás-os-Montes e Alto Douro (Portugal)
Ana Ponce de León Elizondo, Universidad de La Rioja
José Antonio Caride Gómez, Universidad de Santiago de Compostela
José Clerton de Oliveira Martins, Universidade do Fortaleza (Brasil)
M.ª Carmen Palmero, Universidad de Burgos
María Luisa Amigo Fernández de Arroyabe, Universidad de Deusto
María Luisa Setién Santamaría, Universidad de Deusto
Roberto San Salvador del Valle Doistua, Universidad de Deusto

Cualquier forma de reproducción, distribución, comunicación pública o transformación de esta obra sólo puede ser realizada con la autorización de sus titulares, salvo excepción prevista por la ley. Diríjase a CEDRO (Centro Español de Derechos Reprográficos, www.cedro.org) si necesita fotocopiar o escanear algún fragmento de esta obra.

© Publicaciones de la Universidad de Deusto
Apartado 1 - 48080 Bilbao
e-mail: publicaciones@deusto.es

ISBN: 978-84-9830-256-1

Ciudad, eventos y ocio

Roberto San Salvador del Valle

Río de Janeiro y Brasil, en su conjunto, encaran el reto de acoger los primeros Juegos Olímpicos en el subcontinente latinoamericano. La ciudad de Zaragoza ha puesto el trabajo y los recursos de más de una década en la celebración de un evento como la Exposición Internacional 2008. Casi dos decenas de ciudades españolas (Córdoba, Donostia-San Sebastián,…), junto a otro casi centenar en Europa, llevan un tiempo invirtiendo en la generación de una idea, de un proyecto, que les permita acceder a la nominación como Capital Europea de la Cultura. Madrid se ha enfrentado por segunda vez al reto de conseguir asociar su imagen a la sede de unos Juegos Olímpicos. La ciudad de Valencia acumula una prueba del Campeonato del Mundo de Automovilismo junto a la Copa América de Vela en la búsqueda denodada por convertirse en una ciudad reconocida mundialmente. En palabras de Carolina del Olmo, «todos a por todas» (Del Olmo, 2004:70), en referencia a la pugna de todas las ciudades por hacerse por cualquiera de los grandes eventos-franquicia. ¿Qué está sucediendo para que toda ciudad que se precie haya colocado un evento en su larga vida o esté en un denodado esfuerzo por lograrlo?

Las ciudades se adentran en un nuevo milenio. En el gozne de dos siglos, el cambio en curso no es un mero proceso de maquillaje de la realidad conocida. El desarrollo del paradigma científico-tecnológico ha ido modificando las reglas de juego. Los conceptos tiempo y espacio se han modificado sustancialmente y, como consecuencia, los perfiles ambientales, socio-demográficos, económicos, políticos y de identidad.

La ciudad emergente busca un saber estar que le posibilite mantener un perfil propio en un espacio continuo y globalizado. La aceleración del

tiempo, el tiempo inmediato, produce un efecto de espectacularización, (Antón Clavé, 2005: 229) en el que la ciudad queda asociada al concepto evento, de lo que acaece, del hecho imprevisto, pero también del «suceso importante y programado, de índole social, académica, artística o deportiva» (RAE, 2008). Por lo tanto, la ciudad queda asociada al hecho imprevisto y al programado, pero fundamentalmente al suceso que acaece. En la sociedad emergente, la del espacio global continuo y del tiempo acelerado inmediato, la ciudad en la que no acaecen, en la que no suceden cosas, no existe (Ashworth y Voogd, 1990).

El fenómeno del ocio se convierte en protagonista de este profundo proceso de transformación. Los ámbitos de la cultura, el deporte, la recreación o el turismo aportan materia prima en la configuración de una ciudad unida al espectáculo, a lo extraordinario, a lo imprevisto y a lo programado. La ciudad y los eventos quedan cosidos por el crecimiento exponencial del fenómeno del ocio (Lipovetsky, 2007: 55).

En las siguientes páginas, vamos a dar un paso atrás, deteniéndonos en los principales aspectos que nos ayudan a entender el cambio suscitado. Para, posteriormente, analizar la relación entre los eventos y la ciudad y, finalmente, explorar el reto del posicionamiento de las ciudades en relación a los eventos.

Compartiremos tres interrogantes que guían el devenir del presente texto: ¿Por qué las ciudades buscan un perfil como ciudad de eventos? ¿Cuáles son las relaciones que se establecen entre la ciudad y los eventos? ¿Podrá una ciudad diferenciarse en un entorno lleno de ciudades de eventos?

1. ¿Por qué las ciudades buscan un perfil como ciudad de eventos?

Las ciudades persiguen el anhelo de ser vistas y verse como una ciudad de eventos. Las razones que llevan a la persecución de ese sueño hay que buscarlas en los profundos procesos de cambio iniciados en el último cuarto del siglo XX. Dichos cambios alteran, modifican, de tal manera el concepto de ciudad que tienen una gran incidencia en todos los fenómenos sociales que en ella se produzcan (Vegara, 2004). Pero, viceversa, los fenómenos sociales emergentes modifican la textura y la naturaleza de las ciudades del nuevo siglo (ISoCaRP, 2005). Los eventos participan de este camino de ida y vuelta, en los que son epígonos de los cambios urbanos y origen de esas mismas transformaciones, generando un endiablado proceso de retroalimentación de la innovación permanente.

El conocimiento científico ha tenido un importante desarrollo desde finales del siglo XIX y todo el siglo XX. El desarrollo tecnológico, como

fruto de la aplicación práctica de dicho conocimiento, ha avanzado a ritmo creciente en la segunda mitad del siglo XX y los inicios del siglo XXI. La fuerza del paradigma científico-tecnológico se ha dejado sentir, de un modo especial, en el desarrollo del transporte, la comunicación y la domótica.

Desde la aparición de la máquina de vapor a finales del siglo XVIII, en los albores de la Revolución Industrial, pasando por la aparición del ferrocarril, el automóvil y el avión en el tránsito del XIX al XX, hasta el momento presente, la mejora tecnológica de los medios de transporte ha ido favoreciendo la movilidad. La movilidad, capacidad y acción de trasladarse de un lugar a otro, se ha incrementado de modo exponencial. Los fundamentos básicos estaban ya en el origen del ferrocarril, barco, automóvil o avión. Pero, la evolución ha sido de tal calado que la distancia entre dos puntos se ha convertido en una cuestión de tiempo, del tiempo que se tarda en recorrerla más que en el significado de los kilómetros. Un kilómetro, esa medida objetiva de la longitud, se ha visto condicionada por la mediación del medio de transporte utilizado, haciendo que quinientos kilómetros en coche (por carretera o por autovía), en tren (convencional o de alta velocidad) o en avión, sean percibidos de modo distinto. La movilidad, hija del desarrollo del transporte, se ha convertido en condición sine qua non, en aliada imprescindible, del desplazamiento constante, en movimientos pendulares, cortos, estacionales o de larga distancia. El mundo de los eventos encuentra su caldo de cultivo en un contexto de movilidad, de accesibilidad física en tiempos razonables a destinos antes inalcanzables. Las ciudades se van introduciendo en el sistema red, por las arterias de las autovías, vías de ferrocarril, autopistas del mar y pistas de aeropuertos. Y al introducirse en la red, comienzan una desaforada carrera por atraer a los ciudadanos errantes a través de una oferta de movilidad accesible, económicamente asequible y razonable en términos de ocupación del tiempo. Las ciudades todavía ajenas al sistema red, alejadas de las grandes arterias, oscilan entre el ostracismo de la regresión o la inteligente puesta en valor de la soledad ante las muchedumbres nómadas.

La invención del teléfono a finales del siglo XIX, supuso la apertura de una nueva dimensión del espacio. El espacio virtual como lugar no físico, en el que se puede desarrollar parte de la experiencia vital, arranca en el mismo momento en que el teléfono rompe el lazo inseparable entre comunicación y presencialidad. La radio de principios de siglo, la televisión de los años veinte, el mundo digital de los setenta,… son hitos en el desarrollo de la comunicación. Pero, desde un comienzo, la irrupción de lo virtual en el mundo real era un hecho. El desarrollo tecnológico ha ido enriqueciendo el concepto comunicación con una ampliación del vínculo multimedia, al introducir un mayor número de sentidos en el proceso. La

conectividad, hija del desarrollo de la comunicación, se ha convertido en protagonista de una sociedad en que lo que no se comunica no existe. De tal manera que se llega a invertir los términos y podemos llegar a generar realidades a partir de personajes y hechos virtuales. El mundo de los eventos es el mundo de la comunicación de un relato. Relatos basados en hechos reales o virtuales, fruto de la historia, del presente o del futuro, conocido o imaginado. Las ciudades son lo que son y lo que proyectan en la iconosfera de la comunicación y la permanente conectividad. Una ciudad que deja de emitir mensajes, retazos de vida real o imaginada, desaparece del imaginario de los ciudadanos del Mundo. Al contrario, las proyecciones de una ciudad construyen una imagen de la misma, incluso, por encima o al margen de la realidad. La Opera House de Sidney, en Australia, supone la proyección de una postal, a modo de presentación de la ciudad, para muchos ciudadanos del mundo que jamás han estado, ni probablemente estarán nunca, en dicha ciudad. Sin embargo, los valores inherentes al edificio y su entorno establecen un código de relación con los interlocutores virtuales. La conectividad se ha producido. Los eventos son proyectores de conectividad, pequeños o grandes haces de luz que se extienden por territorios reales y virtuales empapando los imaginarios de miles o millones de personas. Los Juegos Olímpicos, vinculados desde su origen a la ciudad que los hospeda, se convierten en codificadores de rasgos ambientales, sociales, económicos, políticos y culturales de la urbe que los acoge. Conocemos Barcelona, Atlanta, Sydney o Beijing por las tomas aéreas del maratón, por los majestuosos actos inaugurales, por las formas de sus equipamientos deportivos, por las escenas robadas de la vida cotidiana y filtradas en las cabeceras de documentales en un antes, un durante y un después. Las ciudades, al margen de los eventos, basculan entre sentirse ignoradas por no ser noticia o hacerse ellas mismas noticia sin la necesidad de evento extraordinario alguno.

La aplicación de las nuevas tecnologías a la domótica, el conjunto de sistemas que automatizan las diferentes instalaciones de un hogar, supone un tercer escenario de cambio profundo (Álvarez Monzoncillo, 2004). Pero, al referirnos al concepto hogar no deseamos circunscribirnos a la vivienda personal o familiar, sino al hábitat en el que desarrollamos nuestra existencia. Nuestro hogar entendido como vivienda, pero también como barrio, pueblo o ciudad. A nivel de la vivienda, los cambios que configuran una nueva organización y distribución del espacio son numerosos: con la incorporación de las tecnologías de la información y comunicación, el suministro y control de sistemas energéticos, la climatización, los sistemas de seguridad, los procesos de recogida de residuos urbanos,... Pero, estas aplicaciones se han extendido a otros espacios privados y públicos de nuestro entorno más próximo. Las calles de nuestros barrios, pueblos

y ciudades han ganado en infraestructuras tecnológicas de la información y la comunicación, llegando a posibilitar la existencia de espacios wifi en equipamientos culturales, aeropuertos o plazas públicas. Los sistemas de iluminación, de suministro de agua y gas, de recogida, reciclaje y reutilización de residuos urbanos, de climatización en edificios públicos cerrados y abiertos, de seguridad en calles y plazas,… se han extendido hasta ir abarcando una parte sustancial de las ciudades. Todo ello ha posibilitado un caldo de cultivo apropiado para el desenvolvimiento de los eventos, siempre atentos a la calidad de vida urbana y a la seguridad. Ha facilitado, en aquellos lugares donde se han producido los mayores avances en las materias mencionadas, un posicionamiento óptimo como ciudades de eventos, en torno a un hábitat acogedor y de calidad. Pero, por otro lado se han generado dinámicas centrífugas, en las que los propios crecimientos urbanos han provocado zonas de penumbra, no sólo lumínica, sino también tecnológica, de inseguridad o de degradación. Llegando a darse el caso de realidades absolutamente contradictorias de ciudades de eventos con patios traseros absolutamente pre-paradigmáticos. Así mismo, nos encontramos con otro fermento de contradicción en el efecto que el desarrollo de la domótica ha suscitado en el hogar-vivienda. La integración de la televisión (en evolución permanente hasta las pantallas planas), los equipos de música, el ordenador personal (cada vez más portátiles y pequeños), el home cinema, la videoconsola, etc. han producido un doble efecto cocooning (Augé, 2005:122), de enclaustramiento en una vivienda-espacio de ocio autosuficiente, y efecto deseo, de sugerir necesidades nuevas de movilidad en búsqueda de lugares y espacios que se convierten en sueños anhelados. Las ciudades, al margen de este proceso de domotización, se mueven en la ambivalencia del umbral de la degradación y la marginalidad o de la puesta en valor de la autenticidad pre-paradigma, de un cierto arcaísmo light.

De la ciudad industrial a la ciudad postindustrial

El pleno desarrollo del paradigma científico tecnológico al que nos hemos referido, a través de su materialización en los campos del transporte, la comunicación y la domótica, provoca un importante efecto de aceleración del concepto tiempo (Durán, 2006). Dicho efecto conlleva una progresiva desvinculación del tiempo natural, una disociación con la impronta de la estacionalidad y del binomio noche y día. El tiempo social que venía organizando la vida de las sociedades industriales se fragmenta. Los horarios se individualizan y se separan de una lógica uniforme y acompasada. La realidad de la movilidad, la conectividad y la domotiza-

ción exige respuestas inmediatas, en las que la dictadura del tiempo inmediato se impone sobre los anteriores.

El fenómeno del ocio se acelera (San Salvador del Valle, 2009:23). Las fórmulas del fast ocio se extienden desde los contenidos audiovisuales y multimedia a la gastronomía, pasando por los viajes o el deporte. Las programaciones se acortan. Los períodos en cartelera se reducen a lo mínimo indispensable. Los horarios se amoldan a un público cicatero en el uso del escaso tiempo disponible. Las actividades se hacen más ligeras, de menor duración y troceadas por la presencia de patrocinio y publicidad.

Los eventos son la quintaesencia del nuevo tiempo. Las ciudades, sus organizaciones y agentes promotores, encuentran en ellos los soportes ágiles y livianos para afrontar el fluir de la sociedad líquida (Bauman, 2002). La estacionalidad se convierte en un instrumento útil para la conservación de celebraciones que, en ocasiones, pueden haber perdido su componente conmemorativo. Los tiempos de siembra y de cosecha, las caídas de la hoja y los brotes de primavera, la dureza del invierno o la canícula estival, son fuentes inagotables para el conservacionismo o la creatividad de los promotores de eventos. Pero, no son pocas las disociaciones entre tradiciones estacionales y tiempos acelerados. De igual manera, la domotización del espacio público, con la universalización de la iluminación de calles y plazas, junto a mayores cotas de seguridad de los espacios privados y públicos, han mermado la barrera entre la noche y el día.

Los eventos aceleran la vida cotidiana frente a los tiempos que imponían la siembra, la madurez y la cosecha. Los eventos pueden incluso acelerar en apariencia sin acabar de mover nada ni a nadie, tal como argumenta lúcidamente el filósofo Daniel Innerarity.

La profunda transformación generada por el referido paradigma no ha hecho más que empezar. El espacio se constriñe. Las distancias se volatilizan a fuerza de caballos de potencia, de lanzaderas mejoradas por las que discurren máquinas de velocidad de naturaleza diversa. El mapa de la accesibilidad se hace local, para luego convertirse en global (Borja y Castells, 1997). Mientras tanto, la movilidad personal va haciendo acopio progresivo de la bolsa de accesibilidad disponible. Los lugares de residencia, trabajo y ocio van cambiando periódicamente y disociándose progresivamente entre sí. El ciudadano del siglo XXI nace en un lugar, reside en varios, trabaja en otros tantos y extiende sus espacios de ocio por áreas extensas y diferenciadas.

El fenómeno del ocio resultante participa de la deslocalización continua de la oferta y la demanda. La oferta se mueve, en busca de audiencias cada vez más dinámicas e inquietas. Los espacios de los lugares vinculados al ocio aumentan considerablemente y comparten potenciales usuarios con esos otros espacios de los flujos (Castells, 1998). La mass-me-

diatización lleva a las ondas y al cableado los rasgos más característicos e inverosímiles de los lugares conocidos, hasta crear sus propios mundos virtuales.

Los eventos nacen en los arcenes del espacio continuo. La globalización del espacio y la deslocalización de oferta-demanda generan el caldo de cultivo adecuado para el surgimiento de spotlights, de puntos de luz, que capten la atención de los ciudadanos nómadas que se desplazan de residencia a residencia, de trabajo a trabajo, de destino a destino de ocio. El evento es una de las buenas disculpas, pull-factor que tira del ciudadano hacia un foco de atención, hacia un lugar, hacia una ciudad. Cada evento es el compromiso limitado en un tiempo inmediato. No exige de la fidelidad, ni del grado de asentamiento del tiempo natural o del tiempo social. Cada uno llega a la cita para poder marchar en el momento en que considere compensada la inversión de escaso tiempo disponible. La dificultad radica en cómo hacer que el ciudadano nómada, que discurre por el espacio de los flujos y que brinca por el espacio de los lugares, centre su atención en un contexto de saturación de información brillante y seductora.

El perfil medioambiental de la ciudad emergente se caracteriza por la ambivalencia. La sobreexplotación del espacio y de los recursos es sometida a sospecha, con crecientes medidas que regulan la apropiación, la ordenación, la gestión y el uso. La contaminación de espacios y recursos es abordada con preocupación militante. Pero, ambas, sobreexplotación y contaminación avanzan inexorablemente hacia la reducción de la biodiversidad y el cambio climático. Nuestra sana intención de recoger selectivamente, reciclar y reutilizar, nuestra voluntad de usar racionalmente los espacios y recursos disponibles, chocan frontalmente con un modelo social, con reflejo en nuestras casas, calles y plazas, de consumo desaforado, de creciente huella ecológica.

El fenómeno del ocio participa de una dimensión ecológica (San Salvador del Valle, 2000: 64), de desarrollo sostenible, de diálogo entre el ser humano y la naturaleza, recuperando espacios urbanos para el paseo, para el peatón, para la infraestructura y equipamiento de calidad, así como poniendo en valor espacios rurales y naturales necesitados de fondos para su conservación y desarrollo. Pero, por el contrario, el ocio se ha convertido, igualmente, en agente de degradación con el crecimiento incontrolado de destinos turísticos, la saturación de la capacidad de carga de ciudades y lugares, la generación incontrolada de residuos, el consumo energético desaforado en desplazamientos, etc.

Los eventos, epígonos de esta ciudad y ocio emergentes, son buenos ejemplos de la mencionada ambivalencia. Muchos de ellos son ejemplos de uso sostenible de espacios y recursos, con medidas racionales aplicadas al diseño y aprovechamiento de equipamientos, al consumo energético en

los desplazamientos y en su desarrollo, al aprovechamiento de materiales, al desenvolvimiento de las actividades, etc. Otros, por el contrario, son fiel reflejo de un modelo de depredación en el que, desde la desmesura de los equipamientos hasta los recursos utilizados en cada una de las actividades, todo se aproxima al despilfarro del nuevo rico.

La sociodemografía de la ciudad emergente se caracteriza por la fragmentación y la diversificación. Las edades del ser humano han sufrido un cambio profundo de significado. La infancia, la idea de lo que es un niño, el joven, la asociación de ideas en torno a la juventud (Boschma, 2007:179), la vejez, el concepto de anciano, son conceptos todos ellos sometidos a una profunda revisión. La aceleración temporal a la que nos referíamos ha acortado las primeras etapas de la vida, reduciendo la infancia a un breve estadio camino de una pronta adolescencia. Sin embargo, esta última se alarga pudiendo menoscabar la madurez, en lo que Enrique Gil Calvo tildaba de una inacabada adultescencia. El período adulto, vinculado a la emancipación y la independencia, reflejada en el disfrute de un puesto de trabajo remunerado y una vivienda en propiedad (o, al menos, compartida con la entidad financiera de turno), se circunscribe a un par de décadas. A partir de mediados de la cincuentena, el rechinar del paradigma científico-tecnológico incide en la ausencia de competencias personales para hacer frente a la innovación y el cambio permanente. La pre-jubilación temprana o la jubilación dan paso a un largo proceso de envejecimiento, de mayor longitud por efecto del incremento de la esperanza de vida y la mejora de la atención médico-sanitaria. Las edades del ser humano se han visto trastocadas en la sociedad de la aceleración.

La globalidad del espacio continuo, la movilidad y la conectividad provocarán el resto de la profunda modificación de la ciudad emergente. Las personas, al rebufo de las llamadas a la movilidad, generarán fenómenos de movilidad pendular entre los disociados espacios de residencia, trabajo y ocio, junto a otros de movimientos de migración entre regiones y ciudades del mundo. El resultado es poblaciones abiertas, de rasgos variados, de futuro mestizo.

La familia tradicional es también sometida a los influyentes rasgos de movilidad y conectividad permanente, produciendo modelos diversos y heterogéneos, consecuencia del propio proceso de continuidad global espacial y de aceleración temporal. Las relaciones interpersonales se someten al túrmix del cambio constante de escenario y a la acumulación de tiempos inmediatos.

La mujer se incorpora, partícipe de los cambios temporales del ciclo vital y los cambios espaciales de la movilidad y las migraciones, a la sociedad emergente. El nuevo paradigma científico-tecnológico aporta nuevos recursos en la autonomía personal de la mujer frente a los condicio-

nantes biológicos de la maternidad y eleva el deseo de libertad frente a anteriores patrones sociales y culturales. Pero, el contexto de aceleración, continuidad y globalización cercena este proceso que acaba siendo inacabado y contradictorio por la difícil conciliación de tiempos y espacios para todo ciudadano, el varón ya emancipado o la mujer todavía en proceso de conquista de autonomía.

El fenómeno del ocio sufre en sus carnes estas alteraciones del ciclo vital. La preponderancia de lo joven frente a lo maduro se transfiere a los ámbitos del ocio a través del valor absoluto de la innovación permanente, de lo siempre joven. Así mismo, la fragmentación y la diversificación generan nuevos públicos. Se trata de públicos que adquieren carta de naturaleza por su mayor peso demográfico, rol social o por ambos motivos. Las personas mayores, las minorías sexuales, los inmigrantes o las personas con discapacidad se convierten en inmensas minorías. La pléyade de modelos de familia obliga a los agentes de ocio a ofertar productos y servicios a la medida de las necesidades más variopintas. La presencia activa de la mujer y crecientemente corroborada con puestos de responsabilidad obliga también a un replanteamiento de las propuestas de ocio.

Los eventos se posicionan en este marco socio-demográfico, como acontecimientos urbanos y de ocio, con un amplio abanico de posibilidades y puestas en escena. Los eventos establecen diálogos que intentan captar la atención de la disputada mayoría, pero en la mayoría de los casos, se especializan en búsqueda de alguna de las crecientes inmensas minorías.

El modelo económico postindustrial encuentra en la mercantilización de las experiencias (Pine y Gilmore, 2000) la fuente de extensión a los exhaustos productos y los homologados servicios. El denominado capitalismo de ficción (Verdú, 2003) se convierte en modelo de producción predominante. La crisis económica actual es, en buena parte, un reflejo del mismo. Las cosas no son lo que parecen. Se pueden generar flujos financieros en los que los recursos sean ficticios. Los productos, pobres en materialidad, pero cargados de atributos inmateriales, son cada vez más numerosos. Los procesos para la certificación de la calidad han homologado los productos y los servicios, sólo las experiencias se resisten en el rescoldo de lo incomparable, de lo no certificable, de lo singular. El mercado centra su atención en la venta de emociones, de ilusiones, de sueños, de anhelos. La pugna se establece en la capacidad de crear y de innovar, de generar conocimiento. Por consiguiente, creación, producción y consumo, creador, productor y consumidor no necesariamente deben compartir espacio ni tiempo. La deslocalización afecta a todos ellos terminando, en no pocas ocasiones, en dislocación, en desajuste profundo. No obstante, este modelo económico lejos de reequilibrar las fuerzas en la geografía del

mundo, salvo alguna honrosa excepción, ratifica el proceso de concentración empresarial, llegando a auténtico oligopolios sectoriales e, incluso, transversales.

El ocio es un fenómeno magnífico para la observación del modelo. Los productos y servicios culturales, deportivos, recreativos o turísticos no encuentran la diferencia, el punto de inflexión, en su calidad o en su excelencia. Lo encuentran en su valor añadido. En todo aquello que les aporta una profunda esencia o una patina de autenticidad, un algo que los hace significativas para quien las disfruta o padece, un valor memorable a recuperar a lo largo de la propia existencia. Las experiencias de ocio son las puntas de lanza de la nueva propuesta: un partido de fútbol en una final de un campeonato mundial ante sesenta mil personas y dos mil millones de tele-espectadores; la escucha de un aria cantada ante miles de ciudadanos al pie de un monumento genialmente iluminado; el descenso de un barranco en un bote hinchable; el manejo de la raqueta en una pantalla wii, la ascensión en solitario a una de los ochomiles, la lectura de un bestseller en un rincón del jardín y compartida por diez millones de seres humanos en unos pocos meses, el descanso en una hamaca en una playa solitaria,… Todas ellas son oportunidades de convertir los productos (un partido de fútbol, una ópera, un monumento histórico, un río, una pantalla de televisor, una videoconsola, unas botas de monte, un libro, una playa,…) y los servicios que les acompañan (el campo de fútbol, el escenario al aire libre, la empresa de deporte de aventura, la empresa de software de ocio electrónico, la agencia de viajes, la librería,…) en una experiencia incomparable.

Los eventos caminan hacia su diseño como experiencias de ocio, en las que la parte objetiva (productos y servicios) guardan escrupulosamente unos estándares de calidad mientras la parte subjetiva son trabajadas con esmero. Lo importante ya no es lo que sucede sino como lo vive quien lo contempla o quien participa en lo que sucede.

El sistema político sufre idéntico proceso de adaptación a las nuevas categorías de tiempo y espacio, al impacto del paradigma científico-tecnológico. La política se desplaza desorientada ante el cambio de los tradicionales límites espacio-temporales. Ahora las fronteras se arrastran hasta los limes del planeta o se renuevan como muros invisibles, techos de cristal, entre ricos y pobres, entre centros y periferias, entre digitalizados y analfabetos digitales, entre ciudadanos con o sin acceso,… Los estados son estructuras insuficientes. Las ciudades y las regiones son reclamadas para las políticas de proximidad. El gobierno del mundo se muestra incompleto, insuficiente ante la aceleración o la falsa aceleración (Innerarity, 2009:45) de los tiempos presentes, la secuencia de hechos que demandan respuesta. Los grandes relatos sucumben ante la premura de los retos ac-

tuales, el relativismo se abre paso confundiéndonos ante los binomios derecha-izquierda, conservadurismo-progresismo. El parlamentarismo de la democracia liberal entra en crisis por incomparecencia de su pretendido protagonista, el votante, y por la patrimonialización de la política por parte de los aparatos de los partidos políticos. La desorientación y la ausencia de tiempos suficientes para el discernimiento generan movimientos en todas las direcciones: centrípetos, en la acomodación a los nuevos escenarios como el neoliberalismo o la Tercera Vía; centrífugos, en el rechazo de las fórmulas emergentes desde la alter-mundialización a la antiglobalización.

El reflejo de lo anterior es la desvalorización del ocio. A pesar del creciente valor político del ocio, en su instrumentalización por parte las instituciones, partidos políticos, empresas y entidades sociales, por su alto valor simbólico y experiencial (Cuenca Amigo, 2008:40), el fenómeno va siendo vaciado de valor, de sentido intrínseco autotélico. La inauguración de un equipamiento cultural o deportivo, las estadísticas referidas al incremento del número de turistas y visitantes, el número de usuarios o asistentes a cualquier espectáculo, la consecución de un triunfo deportivo en cualquier campeonato de renombre,… son oportunidades de lucimiento político con impacto mediático. El sentido propio de la actividad, del programa, del proyecto de ocio queda en un segundo plano. A esto se añade un cierto esteticismo que invade la presentación de cada proyecto, actividad o equipamiento de ocio. La espectacularización del fenómeno, en la búsqueda de réditos políticos, aumenta el gusto por la puesta en escena, por el envoltorio, por la inauguración, por la visibilidad. También se produce una confusión entre el espacio público y el espacio privado, entre lo que responde al interés general y lo que se camufla de tal.

Los eventos son el paradigma de lo comentado. La globalización económica inunda el mundo de los eventos, con la mala digestión por parte del gobierno del mundo. La politización, en un sentido envilecedor del término, de los eventos está a ojos vista. Raro es el día en que la portada de algún medio de comunicación no refleja la presencia de algún alto representante institucional en un evento deportivo de élite, en un espectáculo cultural de relumbrón o en la inauguración de un equipamiento de ocio. Pero, el discurso político ideológico no guarda tan buena salud en relación a la esfera de los eventos. Las ideologías presentan escasas diferencias en los argumentos esgrimidos para la defensa de una candidatura olímpica, por la capitalidad europea de la cultura, por una exposición universal, etc. Desde nuestro punto de vista, estamos ante la paradoja de la desvalorización de los eventos en el contexto de una paralela hipervaloración de los mismos. Es decir, asistimos a una más alta consideración de los

eventos por parte de los líderes políticos e institucionales, pero consideración instrumental y exotélica, en cierta medida, ajena a los valores propios de cada evento.

El concepto identidad, tanto individual como colectiva, está sujeto a una profunda reformulación (García Canclini, 1999:165). Dicha reflexión se formula en términos de búsqueda de un equilibrio en un escenario de continua tensión entre lo global y lo local, entre la homogeneización y la diversificación cultural. Los mosaicos culturales, conformados por minorías étnicas, subculturas y tribus urbanas, se tejen en las ciudades emergentes. En el fondo, se encuentra la disparidad de escala de valores y la amplia gama de estilos de vida. El presente de tiempos acelerados y espacios continuos provoca la multiplicidad de identidades y sentidos de lugar en soluciones no siempre armónicas, cuando no abiertamente conflictivas o violentas. La identidad puede ser uno de los principales problemas del siglo XXI. La desaparición de los anclajes indiscutibles de la sociedad del tiempo social y del espacio de los lugares provoca más de una desorientación e inseguridad personal. Dicha inseguridad puede transferirse o, directamente, ser percibida o sentida de modo colectivo como miedo al extraño, al distinto. Ese sentimiento de amenaza puede suscitar desde afirmación de lo propio, de preservación de la lengua o cultura propia, hasta la exacerbación del nosotros en una actitud beligerante o xenófoba.

Los ámbitos del ocio son ámbitos de identidad, en los que la inseguridad, la afirmación, la exacerbación surgen y se materializan. La búsqueda de respuestas, de referentes, a través de la cultura o del deporte es algo consustancial a la sociedad que nos ha tocado vivir. La lengua propia, un artista reconocido, la selección nacional, un monumento, un deporte rural, un acontecimiento histórico, una figura del deporte patrio,… se convierten en símbolos de la identidad en tránsito. De la afirmación, de la necesidad de autoestima individual y colectiva, de la seguridad de la respuesta conocida a la sempiterna pregunta ¿quién soy yo? a la exacerbación, a la necesidad de negar al otro, a la violencia como modo de garantizar la pervivencia de mi propia identidad van, en ocasiones, pocos pasos. La necesidad de respuesta debiera ser compatible con la obtención de más de una respuesta como posible.

Los eventos son oportunidades para la ciudad mestiza, de las identidades múltiples y los sentidos compartidos de lugar. La idea de las redes, de los circuitos, de los eventos itinerantes,… son interesantes formulaciones para una de las cuestiones centrales de las agendas del nuevo milenio. Pero, también, son circunstancias que pueden favorecer la exacerbación desmesurada de los símbolos utilizados contra el otro, contra el distinto.

El posicionamiento de la ciudad en la sociedad emergente

Las ciudades buscan su perfil de ciudades de eventos, hasta alcanzar el umbral de ciudad evento en algún caso, por efecto de la movilidad a partir del transporte intermodal, de la conectividad (Rifkin, 2000:283) soportada por una comunicación multimedia y de la domotización de espacios privados y públicos. Incluso las ciudades al margen de la fiebre de los eventos, y que no han sucumbido a la lateralidad o marginalidad, rastrean la posibilidad de poner en valor su incomunicación, falta de conectividad o desdomotización.

Tabla 1

Estrategias urbanas ante los eventos

	Transporte y movilidad	Comunicación y conectividad	Espacio y domotización
Ciudad no eventos	ostracismo	aislamiento	degradación
Ciudad de eventos	accesibilidad	visibilidad	calidad urbana y seguridad
Ciudad evento	soledad como valor	proyección per se	autenticidad pre-paradigma

Fuente: Elaboración propia

La ciudad no eventos queda reducida al ostracismo, al margen de los grandes nervios del transporte hipermoderno y de la movilidad holística. Sufre el aislamiento en medio de una sociedad que vive de la comunicación permanente y de la necesidad de conectividad constante. Deriva hacia la degradación de su espacio urbano por la ausencia de inversiones en la domotización de calles, equipamientos, infraestructuras y plazas.

La ciudad de eventos se muestra accesible, favorecida por el desarrollo del transporte intermodal y de la movilidad creciente. Se hace visible a través de la proyección de imágenes y mensajes en la comunicación, de la conectividad permanente con usuarios potenciales, algunos lejanos y a priori inalcanzables. Sus espacios se dotan de calidad urbana y de seguridad en todos los órdenes.

La ciudad evento busca en sí misma la diferencia, hasta el punto de convertir su soledad en un valor tan atractivo o más que la permeabilidad de la anterior. La comunicación no se fundamenta en la exportación del valor añadido, sino en la proyección de sí misma, de lo que configura su idiosin-

crasia distintiva. Los espacios urbanos rezuman autenticidad, singularidad, que bien gestionados y dinamizados se convierten en el mayor de los valores en el posicionamiento de la ciudad en la sociedad emergente.

Las políticas urbanas en relación con los eventos dan como resultado ciudades bien distintas. Ciudades que pierden el pulso de la contemporaneidad por su incapacidad para hacer frente a la espectacularización que acompaña a los nuevos tiempos. Ciudades que consumen sus energías en mantenerse en la cresta de la ola de los tiempos inmediatos. Ciudades que se interpretan auténticas y singulares entre las que han quedado aisladas y las que corren desaforadas. Se trata de posicionarse en el marco del espacio continuo y global, entre el espacio de los lugares y el espacio de los flujos. Es una cuestión en torno a la ubicación en un contexto de aceleración del tiempo, en la transición entre el tiempo social y el tiempo inmediato.

Las políticas urbanas buscan generar una experiencia de ciudad a partir de la celebración de eventos o de la conversión de la propia ciudad en un evento permanente. En el primer caso, las autoridades locales buscan, denodadamente, ser candidatas competentes a las principales convocatorias globales: sede de juegos olímpicos, exposiciones universales o internacionales, campeonatos del mundo, capitalidades de naturaleza diversa,… En el segundo caso, la estrategia se centra en releer la historia, el presente o el futuro de la ciudad desde el interés del resto de los ciudadanos del planeta.

La generación de una experiencia de ciudad a partir de los eventos debe contemplar, en ambos casos, una oferta objetiva atractiva y de calidad: dirigida a personas y grupos, en tiempos y espacios adecuados, con actividades de interés, a un precio ajustado. Así como realizar una propuesta subjetiva seductora que tenga en cuenta: los cómos, asociados a emociones y sentimientos (Landry, 2006:240); los porqués asociados a motivaciones, necesidades y deseos; y los paraqués vinculados a los valores y beneficios.

2. ¿Cuáles son las relaciones que se establecen entre la ciudad y los eventos?

La relación entre la ciudad y los eventos se establece en tres tiempos distintos. En primer lugar, en el previo, en el que la ciudad se convierte en un valor para el diseño de un evento. En segundo lugar, en el durante, la ciudad se pone a disposición del desarrollo del evento. En tercer lugar, en el post, el evento genera unos impactos en la ciudad y aporta valor añadido a la imagen de la misma.

En el previo: ciudad de eventos/ factor de atracción-candidatura o ciudad evento/ fundamentación-concepto

La relación apriorística entre ciudad y eventos se establece en una doble alternativa. Por un lado, la ciudad suma o resta en la presentación de una candidatura a un evento-franquicia. Por otro lado, la ciudad aporta elementos que ayudan a fundamentar el concepto base de un evento de nuevo cuño.

En lo que respecta a la primera alternativa, cabe preguntarse: ¿Cuáles son los factores que pueden sustentar la presentación de una candidatura a un evento-franquicia?

Evidentemente, el espacio geográfico, en cuanto a situación, localización, climatología y meteorología, aporta perfiles distintos a las candidaturas. En ocasiones, porque una buena situación o localización favorecen su toma en consideración. En otras, porque la climatología y meteorología benigna posibilita mejor el planteamiento inicial. Pero, también se producen las circunstancias en las que una esquiva situación o una climatología adversa se convierten, precisamente, en el objeto de deseo según la naturaleza del evento de que se trate. Por ejemplo, los juegos olímpicos buscan climas cálidos o templados para su manifestación estival, mientras que se refugia en el frío para su expresión invernal. Un lugar se convierte, de esta manera, en magnífico candidato para los juegos estivales no siéndolo necesariamente para los invernales. De la misma manera que una situación privilegiada puede ser más favorable al posicionamiento estival, siendo el aislamiento relativo un rasgo que acompañe a los juegos de invierno.

Las características de la población de la ciudad candidata, tanto desde el punto de vista demográfico como desde el perfil de la ciudadanía, son elementos que pueden, igualmente, refrendar o debilitar una candidatura. El envejecimiento o la juventud, la homogeneidad o el mestizaje pueden ser factores que intervengan en uno u otro sentido, pero siempre dignos de ser tenidos en consideración.

La fotografía de una ciudad en términos de desarrollo socioeconómico, calidad de vida y bienestar puede influir de modo significativo. Aunque, al igual que los elementos anteriores, puede conjugarse de maneras bien distintas. La pobreza y la necesidad bien pueden justificar la concesión de una sede como argumento para el desarrollo local. Un alto nivel de desarrollo y bienestar puede resultar atractivo para quienes desean rodear al evento de un marco de excelencia.

La ordenación, el planeamiento urbano, la calidad medioambiental y el desarrollo sostenible son variables que aparecen en el proceso de evaluación de un destino. Bien desde parámetros de exigencia, bien desde

planteamientos de oportunidad, las ciudades se enfrentan al diagnóstico urbanístico ambiental.

En la sociedad de la conectividad y la movilidad, las redes de telecomunicaciones, las comunicaciones y los transportes se contemplan como ingredientes imprescindibles en el menú de presentación. Salvo contadas oportunidades en que el aislamiento sea visto como un valor añadido por la naturaleza diferenciada del evento, la interrelación con el entorno es una variable determinante en el posicionamiento de una candidatura a organizar un evento.

El contexto político e institucional aparece en la lista de méritos a valorar. Un espacio público marcado por la corrupción y el desorden acumula buenas razones para ser vista como candidatura poco solvente. La estabilidad institucional y el consenso político hablan bien de la sede propuesta. Si bien hemos podido ver casos en los que las sedes elegidas no derrochaban ninguno de los mencionados atributos. Muy próximo al mérito o demérito anterior se encuentra la valoración del sistema jurídico y aduanero. Toda sede debe verse como segura y accesible.

La creciente absorción de fondos por parte de los eventos obliga a presentar candidaturas en las que las fuentes de financiación y las garantías de cumplimiento de los compromisos económicos adquiridos sean suficientes. Esto no cierra las puertas a ciudades de países menos desarrollados o emergentes, pero sí obliga a la captación de compromisos en firme por parte de las autoridades públicas y privadas.

El nivel de prestación de servicios de una ciudad, tales como la seguridad, la sanidad o el comercio, ayuda a completar las expectativas esperables de una candidatura a la organización de un evento.

Junto a lo anterior, hemos de reseñar la importancia de la red existente de infraestructuras, equipamientos y servicios especializados disponibles y vinculables al evento a promover.

La oferta de ocio, cultura, gastronomía, deporte y recreación se convierte en la mayoría de las circunstancias en fuente de fortalezas y debilidades. Esto es evidente en aquellos eventos cuya propia naturaleza es cultural o deportiva, pero también lo es en aquellos otros casos en que el evento derrote por otras esferas pero que, no obstante, buscará su diálogo con el entorno del ocio cotidiano local.

En lo que respecta a la segunda alternativa, cabe preguntarse: ¿Cuáles son los elementos en los que podemos fundamentar el concepto base para la generación de un evento?

Decíamos que cuando de construir una ciudad evento se trata, la fundamentación debe basarse en la propia idiosincrasia de la candidata. La historia, patrimonio e identidad son fuente inagotable de ideas y argumentos en la generación de un evento, tanto en sus rasgos más específicos y

diferenciales como en aquellos más universalizables y generalistas. Pero, el presente, la personalidad actual de la ciudad, también es fuente de conceptos aprovechables en la maduración de un evento. La observación del devenir cotidiano puede proveernos de perfiles, de acentos, de novedades, susceptibles de consolidar una buena propuesta. La personalidad distintiva puede venir del prestigio de los profesionales que viven en la mencionada ciudad, a modo de promotores de eventos. Un evento profesional busca de la existencia de buenos profesionales que soporten el relato del evento por fundamentar.

De igual manera, los agentes promotores juegan un papel primordial. Una ciudad no pone todos sus recursos al servicio de la fundamentación hasta que desarrolla buenos intérpretes de la realidad. A los promotores hemos de sumar los organizadores profesionales de eventos que acostumbran a intuir el itinerario a recorrer por un recurso hasta convertirse en fundamento argumental en defensa de un evento.

Todo lo anterior puede quedar, lógicamente, en una vía muerta si no se produce un compromiso de financiación y patrocinio suficiente por las fuerzas vivas, públicas y privadas, de la ciudad promotora del evento.

Finalmente, nos encontraremos con la necesidad de contar con una red de infraestructuras, equipamientos y servicios especializados suficientes para dar fiabilidad a la iniciativa. Al menos, la posibilidad de lograrla en un plazo delimitado de tiempo si no son realidad en el presente.

Durante: al servicio del evento y la ciudad del ocio

En el momento en que el evento ocupa la ciudad, la interrelación se acrecienta porque ya no se desarrolla en el mundo de las hipótesis, del respaldo a la candidatura o a una fundamentación.

Las infraestructuras, equipamientos y servicios imprescindibles en el desarrollo de un evento son numerosas. En primer lugar, las directamente relacionadas con el desarrollo de un congreso o evento. En segundo lugar, todas aquellas que, aún pre-existiendo en la piel de la ciudad, adquieren tonalidades más intensas por el uso en el período de desarrollo del evento: transporte y movilidad, telecomunicaciones, sanidad, seguridad ciudadana, infraestructura hotelera y de restauración, sedes y profesionales implicados. La pre-existencia nos asegura una dotación de base y, posiblemente, un saber hacer. Pero, la irrupción del evento puede poner a prueba la capacidad de dilatación del servicio, de la capacidad de carga de la infraestructura o del equipamiento. La ciudad se estira para hacer frente al impacto intensivo del evento, para tener que volver a su forma anterior con elasticidad y adaptabilidad planificada.

La ciudad, como espacio de ocio, puede ser interesante desde la configuración o en el desarrollo de un evento. El programa social de un congreso o evento se alimenta del diálogo más o menos cómodo con los recursos de la ciudad. La ciudad del ocio de los residentes entra en diálogo, más o menos fructífero, con los visitantes. Los equipamientos, servicios y programación de ocio cultural, deportivo y recreativo local se articulan con la demanda puntual externa. O, si esto no fuera posible, se completa con nuevos ingredientes orientados específicamente a quienes nos visitan. La oferta de comercio urbano también aparece como factor complementario al desenvolvimiento del evento en la ciudad. De igual manera que lo es la oferta gastronómica y los locales de restauración al alcance del visitante.

En el post: imagen de ciudad e impactos en la ciudad

El tercer tiempo mira al después, el post en el que el evento ha replegado sus banderolas y enaras, dejando a la ciudad circunstancia y reflexiva. Los ciudadanos, en general, y los responsables institucionales, en particular, se preguntan: ¿Qué tipo de impactos ha generado ese evento en nuestra ciudad?

Podemos discriminar entre los impactos en la ciudad y los impactos de ciudad. Entre los primeros, los impactos de carácter ambiental, económico, social, cultural y político derivados de la celebración del reciente evento. Entre los segundos, la imagen de ciudad: imagen depositada en la retina de los ciudadanos residentes; de los visitantes y turistas convertidos en embajadores del boca-oído; de los medios de comunicación acreditados en la ciudad; de los organismos y entidades supra-locales implicados en mayor o menor grado en el evento. En resumen, los impactos de todo tipo configuran una city-hallmark, una marca de ciudad, que llena de atributos el imaginario del ciudadano que nos visitó y de quien, en la distancia, también configuró una percepción de la ciudad no visitada a través de su proyección.

3. ¿Podrá una ciudad diferenciarse en un entorno lleno de ciudades de eventos?

La implosión de eventos en el mundo de la hipermodernidad, de la espectacularización de la realidad, dificulta la diferenciación y singularización de una ciudad en relación con otras. El posicionamiento estratégico de una ciudad ante los eventos debe profundizar en la idea de la city event

leisure experience. Se trata de desarrollar la idea de que hay vida más allá de los eventos, la ciudad hecha evento, la ciudad que es evento.

En este punto, ¿cuáles son los factores que sitúan la ciudad en una experiencia atractiva, desde el punto de vista de los eventos, para un ciudadano del mundo?

La respuesta es doble. Por un lado, los factores vinculados a la consideración objetiva de la propuesta. En primer lugar, el modo en que la oferta se dirige al ciudadano: como individuo, usuario o consumidor, estableciendo un diálogo directo y bilateral; en pareja, por lo tanto, alimentando dos vías distintas de experimentación; o como grupo, con el que se identifica el ciudadano.

En segundo lugar, las propuestas vinculadas al tiempo aportan su propio perfil a la experiencia en su organización y aprovechamiento, tales como fechas escogidas para su celebración, duración prevista u horarios.

En tercer lugar, la fuerza expresiva de los espacios condicionan la relación con el potencial destinatario, tanto de los ya existentes (la capacidad de atracción de la ciudad histórica) como de los que han de venir (los proyectos urbanísticos y arquitectónicos asociados al evento);

En cuarto lugar, las actividades que se derivan del evento pueden generar un mayor o menor interés para el potencial destinatario.

Y, en quinto lugar, los recursos requeridos para acceder al disfrute del evento condicionan también la interacción con la ciudad que lo acoge: los viajes y desplazamientos, el alojamiento, la manutención, el precio de entradas, las tarifas del merchandising, los precios generales de la ciudad, etc.

Por otro lado, nos encontramos con los factores asociados a la consideración subjetiva de la propuesta. Se trata de los cómos, emociones y sentimientos que evocan la ciudad candidata y el tipo de evento propuesto. De idéntico modo, se refiere a los porqués, motivaciones, necesidades y deseos que pueden ser atendidas desde la naturaleza del evento planteado y del deambular por la ciudad que lo acoge.

Finalmente, se contempla los paraqués, valores y beneficios que quedan interrelacionados con el perfil del evento y la marca de la ciudad huésped.

La ciudad puede encontrar una guía de referencia para la diferenciación en la contemplación de tres principios en relación con los eventos:

1. Los responsables del desarrollo de una ciudad debieran salvaguardar el equilibrio entre cohesión interna/política social y atracción externa/marketing de ciudad (inoutclusión).
2. Los gestores urbanos debieran plantearse el equilibrio entre competitividad y cooperación entre ciudades (coompetencia).

3. Toda ciudad debiera alcanzar el equilibrio entre lo local y lo global, entre los diversos agentes, públicos y privados, con y sin ánimo de lucro (glocalización).

Las ciudades compiten por un perfil como ciudad de eventos, que en el fondo encierra la doble posibilidad de trabajar con la idea de ciudad de eventos franquicia o de ciudad evento. En el previo, en el durante y en el post se establecen una íntima relación entre la ciudad y los eventos, de tal manera que, utilizando el ocio como intermediación, se convierten en dos caras de la misma moneda. En este contexto, la ciudad que trabaje la event leisure experience logrará diferenciarse en un entorno lleno de ciudades de eventos, trabajando los elementos objetivos y subjetivos de la propuesta, en la consideración de los tres principios propuestos.

Bibliografía

ALVAREZ MONZONCILLO, J.M.ª. (2004). *El futuro del ocio en el hogar*. Madrid: Fundación Autor.

ANTÓN CLAVÉ, S. (2005). *Parques temáticos, más allá del ocio*. Barcelona: Ariel.

ASHWORTH, G.J. Y VOOGD, H. (1990). *Selling the city.* Londres: Belhaven Press.

AUGÉ, M. (2005). *Los no lugares. Espacios del anonimato*. Barcelona: Gedisa.

BAUMAN, Z. (2002). *Modernidad líquida*. México: FCE.

BORJA, J. Y CASTELLS, M. (1997). *Local y global. La gestión de las ciudades en la era de la información*. Madrid: Taurus.

BOSCHMA, J. (2007). *Generación Einstein*. Barcelona. Gestión 2000.

CASTELLS, M. (1998). *La era de la información*. Madrid: Alianza Editorial.

CUENCA AMIGO, J. (2008). «El ocio líquido. Un nuevo paradigma de experiencia», en Monteagudo, M.J. *La experiencia de ocio: una mirada científica desde los Estudios de Ocio* (pp. 17-41). Bilbao: Instituto de Estudios de Ocio-Universidad de Deusto.

DEL OLMO, C. (2004). «Poco pan y mucho circo: el papel de los macroeventos en la ciudad capitalista», en *revista Archipiélago*, n.º 62 (pp. 69-80). Barcelona.

DURÁN, M.A. (2006). *El valor del tiempo*. Madrid: Espasa.

GARCÍA CANCLINI, N. (1999). *La globalización imaginada*. Buenos Aires: Paidós.

INNENARITY, D. (2009). *El futuro y sus enemigos*. Barcelona: Paidós.

ISoCaRP (2005). *Making spaces for the Creative Economy, International Society of City and Regional Planners*. Madrid: Fundación Metrópoli.

LANDRY, CH. (2006). *The Art of City Making*. Londres: Earthhscan.

LIPOVETSKY, G. (2007). *La felicidad paradójica*. Barcelona: Anagrama.

PINE, B.J. Y GILMORE, J.H. (2000). *La economía de la experiencia*. Barcelona: Granica.

RIFKIN, J. (2000). *La era del acceso*. Barcelona: Paidós.

SAN SALVADOR DEL VALLE, R. (2000). *Políticas de Ocio*. Bilbao: Instituto de Estudios de Ocio-Universidad de Deusto.
SAN SALVADOR DEL VALLE, R. (2009). «La aceleración del tiempo y el fenómeno del ocio», en Cuenca, M. y Aguilar, E., *El tiempo del Ocio: transformaciones y riesgos en la sociedad apresurada* (pp. 23-41). Bilbao: Instituto de Estudios de Ocio-Universidad de Deusto.
VEGARA, A. Y RIVAS, J.L. DE LAS (2004). *Territorios inteligentes*. Madrid: Fundación Metrópoli.
VERDÚ, V. (2003). *El estilo del mundo*. Barcelona: Anagrama.