
Centres i perifèries culturals a Espanya: contribució a la construcció d'una geografia del món de l'art

Joaquim Rius Ulldemolins

Centre d'Estudis de Sociologia de la Cultura i de les Arts
Universitat de Barcelona

Nota de recerca **Introducció**

No afirmem res de nou si diem que la cultura no està repartida igual. Ni per classe, estatus o grup social, ni per regions, províncies o localitats. La variable grup social, a causa de la desigualtat cultural, ha estat la més estudiada per la sociologia. I, no obstant això, la variable lloc de residència és més explicativa pel que fa a les diferències en consum o pràctiques culturals.¹ Quan parlem de cultu-

1. Fenomen observable en qualsevol enquesta sobre consum i pràctiques culturals a nivell estatal. És Pierre BOURDIEU, que en seu famós estudi *La Distinció*, París, Éditions de Minuit, 1984, assenyalava la importància del lloc de residència pel que fa a la desigualtat en el consum cultural, i remarca el seu habitual oblit per part dels investigadors.

ra hem de parlar, doncs, de centres i perifèries. Això és a causa d'una determinada geografia econòmica? O al contrari, és resultat d'una dominació ideològica? Potser, és producte de la voluntat i victòria estratègica d'una part de l'elit política, intel·lectual i artística? Abans, però, haurem de començar pel més bàsic: on situem el centre i les perifèries en la geografia artística a Espanya?

Totes aquestes qüestions les volem resoldre des de la recerca sociològica, dins el marc teòric de la sociologia de l'art de Raymonde Moulin.² I partirem del debat plantejat pel sociòleg de les professions artístiques, Pierre-Michel Menger,³ en el seu article *L'hégémonie parisienne. Économie et politique de la gravitation artistique*,⁴ on trobem una brillant anàlisi de la situació i una nova hipòtesi de treball. Si simplifiquem molt, la configuració de la geografia artística no és només una conseqüència de les polítiques culturals, sinó que, sobretot, és deguda a una combinació de factors econòmics i professionals que desemboquen en una dominació cultural.

Nosaltres, en aquest article, treballem aquests dos grups de variables: primer la política cultural, i el mercat de les arts plàstiques i la professió d'artista després. Valorem en cada cas quins són centres i perifèries assenyalades, i si les diverses dades concideixen a mostrar unes mateixes tendències. Ens quedem en un registre descriptiu, però intentem assenyalat hipòtesis explicatives pel fenomen observat. En definitiva, aquesta nota de recerca és una aproximació a partir de dades secundàries que intenta descriure el millor possible la situació, assenyalant al mateix temps els límits interpretatius de la informació de la que es disposa, i que vol plantejar un camí de recerca amb un objectiu empíric —els centres i les perifèries artístiques a Espanya—, i un de teòric —construir una geografia del món artístic—.

2. Raymonde MOULIN, sociòloga francesa de l'art, fundadora del Centre de Sociologia de l'Art (CSA) a l'École d'Hautes Études en Sciences Sociales, ha dedicat tota la seva carrera a fer la recerca de la situació del mercat de l'art en totes les seves facetes (galeries, artistes, col·leccionadors, etc.) i la seva evolució durant quaranta anys. Les dues obres més importants són *Le marché de la peinture en France*, París, Éditions de Minuit, 1967, i *L'artiste, l'institution et le marché*, París, Flammarion, 1992, la seva darrera obra que aniré citant al llarg de l'article i que prenc com a marc teòric de referència.

3. Sociòleg francès, és director d'estudis a l'EHESS, i director actual del CSA, i el seu treball s'ha centrat sobretot en la música contemporània. Vegeu *Le paradoxe du musicien*, París, Flammarion, 1983 i, darrerament, en la professió d'actor, a *La profession de comédien*, París, La Documentation française, 1998.

4. Pierre-Michel MENGER, *L'hégémonie parisienne. Économie et politique de la gravitation artistique*, Annales ESC, nov.-des. 1993, núm. 6, p. 1565-1600.

1. Una primera aproximació: la política cultural

Ens podriem preguntar, però, fins a quin punt l'Estat no és un agent exterior al món artístic, i les seves accions en aquest camp, la política cultural com l'anomenem ara,⁵ més enllà de les polèmiques, generen algun efecte. Nosaltres, partim de l'anàlisi feta per Moulin (1992), segons la qual durant el final dels anys setanta i el principi dels vuitanta (el període del Ministre J. Lang) es va produir una sèrie de mutacions en el mercat artístic i una transformació en la concepció (i en el volum dels mitjans pressupostaris utilitzats)⁶ de l'acció de l'Estat, que ens duu a la situació actual, en la qual el mercat és la base del món artístic, però on trobem una forta intervenció de l'Estat, fenomen que Menger⁷ ha descrit amb l'expressió «mercado administrado».

1.1. Despesa cultural per nivells d'administració

Partim de la consideració que la política cultural és una de les dimensions del món de l'art i que, per tant, d'alguna manera influeix (no ens atrevim a determinar en quin grau i sentit) en la configuració geogràfica del món artístic. Comencem amb un índex molt utilitzat per l'anàlisi de la centralització cultural, el repartiment de la despesa cultural per nivells d'administració:

Quadre 1. Despesa per nivells d'administració a Espanya (en milions de pessetes)

Anys	Central	%	CA	%	CL	%	Total	%
1986	37.414	22,2	29.356	17,4	101.917	60,4	168.687	100
1990	66.660	20,9	77.814	24,5	173.595	54,6	318.069	100
1994	111.036	26,3	113.463	26,8	198.118	46,8	422.617	100

Cultura en Cifras, Ministeri de la Cultura, , p. 38.

5. La denominació de política cultural apareix després de la Segona Guerra Mundial. Va ser iniciada pel ministeri Malraux d'«afers culturals» (vegeu Philippe URFALINO, 1996, *La invention de la politique culturelle*, La documentation Française). No obstant això, segons Pascal ORY, 1986, a «Politiques culturelles avant la lettre: trois lignes françaises, de la Révolution au Front populaire», a Raymonde MOULIN (dir), *Sociologie de l'art*, París, La documentation Française, podem dir que la Revolució Francesa plantejà la qüestió i, ja durant el Front Popular va obrir la nova etapa de l'acció estatal en la cultura, és a dir, la política cultural.

6. Com recorden FRIEDBERG i URFALINO, 1984, a *Le Jeu du Catalogue. Les contraintes de l'action culturelle dans les villes*, París, La documentation Française, en el terreny de les polítiques culturals, actuar és abans que res gastar.

7. Pierre-Michel MENGER, 1983.

A més d'una augment pressupostari important en matèria de cultura (més del doble en vuit anys), podem veure com tres tendències:

- a) primer una disminució i, després un petit augment després de la contribució del ministeri.
- b) un creixement de la despesa de les comunitats autònomes (CA)
- c) una baixa important de la de les col·lectivitats locals (CL)

Aquesta és una situació complexa, davant la qual és difícil treure'n conclusions clares. Observem una situació més descentralitzada que a principis del anys vuitanta (aleshores, el ministeri representava, aproximadament, el 60 % de la despesa), en la qual els municipis perden pes en la despesa cultural i el ministeri, del 1990 al 1994, augmenta la seva importància. Només, les CA veuen una tendència constant a l'alça en tot aquest període.

La comparació amb França, tot i els problemes de les comparacions internacionals en el terreny de les polítiques culturals, ens pot ajudar a situar-nos una mica allunyats de nostre objecte d'estudi i, per tant, a comprendre'l millor. La despesa cultural francesa és la següent:

Quadre 2. Despesa cultural per nivells d'administració a França (en milions de francs)

Anys	Central	% Depart.	% Regió	% CL	Total	%				
1980	2.597	20	1.100	8,5	300 ^a	2,3	9.000 ^a	69,2	12.997 ^a	100
1990	11.227	25,3	3.890	8,8	995	2,3	28.125	63,6	44.297	100

Département des Études et de la Prospective, Ministère de la Culture.

a. Dades aproximades

L'Estat veï, podem veure les mateixes tendències: un creixement importantíssim del pressupost global dedicat a la cultura en tots els nivells d'administració; l'Administració central pren importància en la dècada dels vuitanta i les regions guanyen també percentualment; i, finalment, les col·lectivitats locals són les «perdedores» en la evolució del any vuitanta als noranta. Si bé la importància percentual de l'Administració central és la mateixa a Espanya i a França, la de les regions a França és molt més petita, i la de les col·lectivitats locals, molt més gran. Podem observar que, als dos països, tot i la descentralització cultural en el marc d'una descentralització general de l'Administració (que, a França, arrencà l'any 1982), els municipis segueixen tenint un paper molt important, però perden pes; en canvi, aquesta beneficia les regions i l'acció central de l'Estat no perd

res en aquest terreny, sinó que, fins i tot, es desenvolupa durant el final d'aquest període.

1.2. L'Estat central i la geografia de la política cultural

També, és interessant analitzar la distribució territorial de la despesa en l'Administració central. Aquesta és una qüestió polèmica que pot, no obstant això, ser analitzada de dues maneres: en primer lloc, com el producte d'una distribució geogràfica anterior del consum i de les institucions culturals; o bé, com a productora, ella mateixa, d'una determinada configuració territorial de la cultura. En aquest estadi de la investigació, no podem encara avaluar quina part de raó té cadascuna.

Quadre 3. Distribució territorial de la despesa del Ministeri de Cultura a Espanya (1993-1996)

CA	Mil. de ptes.	%
Castella i Lleó	6.226,3	3,4
Catalunya	5.207,3	2,8
Galícia	9.693,7	5,2
Madrid	95.693,7	51,2
Total	186.413,3	100

Intervención General del Estado. Resultats presentats a la Generalitat de l'Institut d'Estadística de Catalunya / Departament de Cultura. *Economia i Cultura*, Generalitat de Catalunya. Departament de Cultura, Barcelona, 1998.

En aquest cas, les dades són prou evidents, només cal preguntar-se les raons d'aquesta concentració de la despesa a la comunitat autònoma madrilenya. Com hem fet abans però, podem comparar aquestes dades amb unes de França.

Quadre 4. Distribució territorial de les despeses del Ministeri de Cultura francès (1990)

Per territoris	Mil. de francs	%
Despeses grans		
treballs parisencs	1.187	10,6
Despeses a París	5.107	45,5
Despeses a Ile-de-France	6.225	55,4
Total despeses Ministeri de Cultura	11.227	100

Département des Études et de la Prospective, Ministère de la Culture.

No deixa de ser sorprenent que, en aquest punt, també la distribució de la despesa sigui semblant entre França i Espanya: si el 51,2 % es queda a la comunitat autònoma de Madrid, el 55,4 % es queda a la regió d'Ile-de-France, i el 45,5 % a París *intramurs*. Cal destacar, alhora, la importància dels grans treballs⁸ parisencs, amb un 10,6 %.

1.3. La política cultural «descentrada»

Pel que fa a les polítiques culturals regionals o municipals, preferim parlar de política descentrada, és a dir, que no és feta des de la capital, que de política descentralitzada. Descentralitzar significa fer una transferència de fons i de poder de decisió des del centre a la perifèria; un element que, a diferència de França, no ha tingut aquí la mateixa magnitud. Fins i tot, moltes vegades, els municipis o les mateixes regions han pres la iniciativa de fer política cultural sense esperar l'ajuda de la capital. Alguns investigadors ho han anomenat «territorialització» o «municipalització de la cultura».⁹

A Espanya, pel que fa a les CA, podem observar el següent rànquing de les comunitats que pressuposten més diners per cultura:

Quadre 5. Despesa en cultura de les comunitats autònomes (1994)

CA	Mil. de ptes.
Andalusia	33.339
Catalunya	20.523
C. Valenciana	8.248
Castella-Lleó	7.504
Madrid	7.238

Pressupost consolidat i lleis pressupostàries de cada comunitat, i la publicació anual a *Memoria de la Administración Tributaria*.

8. Denominació corrent a França, que designa la creació de grans equipaments culturals com per exemple l'Òpera Bastille, el Gran Louvre o l'últim, la Biblioteca Nacional de França.

9. Guy SAEZ, 1982, «La territorialisation de la politique culturelle», a *Silex*, núm. 22, p. 5-11, [tercer trimestre], i Philippe URFALINO, 1987, «La municipalization de la culture» a François CHAZEL, (ed.) *Pratiques culturelles et politiques de la culture*, Bordeaux, Presses universitaires de Bordeaux, p. 29-32. Tema reprès per Andrea COLASIO, 1989, «Centralización y descentralización en las políticas culturales en Italia, Francia y España», a *Autonomies*, núm. 11, p.49-7, [desembre].

I concretament, pel que fa al capítol de museus i arts plàstiques:

Quadre 6. CA que gasten més en museus i arts plàstiques (1994)

CA	Mil. de ptes.
Catalunya	2.750
Andalusia	1.380
C. Valenciana	1.275

Pressupost consolidat i lleis pressupostàries de cada comunitat, i la publicació anual a *Memoria de la Administración Tributaria*.

Podem observar que Catalunya ocupa el segon lloc en despesa cultural entre les CA; la Comunitat Valenciana, el tercer, mentre que Madrid no hi dedica relativament gaire esforç pressupostari, i així ocupa així una cinquena posició molt allunyada de la despesa catalana. Pel que fa als museus i a les arts plàstiques, Catalunya té el primer lloc, i la Comunitat Valenciana es manté en tercera posició.

1.4. El balanç de la descentralització?

De tot el que hem vist sobre la política cultural, en podem extreure dues conclusions aparentment paradoxals. Per una banda, constatem la importància de les polítiques culturals de les regions i, sobretot, dels municipis; i respecte a això, ens podem preguntar si aquestes no són qualitativament diferents a les polítiques de l'Administració central (per tant, si se'ls pot aplicar l'apel·lació de «política cultural»), quins condicionaments tenen¹⁰ i, finalment, si poden competir amb les polítiques culturals de l'Estat. I, per altra banda, l'Estat a seques, és a dir, el govern central i l'administració de la capital, com veiem, es reserven el control d'una bona part dels recursos que, després, dediquen a projectes propis, construccions que creixen sota les seves finestres o campanyes de renom internacional. En efecte, els estats volen conciliar (potser, allò inconciliable): democratització cultural (i, per tant, descentralització de la despesa cultural) amb el manteniment o relançament, a tot preu, de la capital de l'Estat entre les ciutats «que compten» en el circuit mundial de l'art. Podem sospitar que, més enllà dels propòsits explícits dels ministeris centrals, les dificultats de descentralitzar totalment la cultura són degudes a una resistència per part de l'Estat a abandonar aquest instrument de legitimació i de celebració d'un mateix, com és la cultura.

10. Erhard, FRIDBERG ; Philippe URFALINO, 1984.

2. Geografia del mercat i de la professió artística

Fins ara hem intentat aproximar-nos al món artístic des del punt de vista de la política cultural, a través d'alguns indicadors que, com hem vist, tot i ser insatisfactoris, ens han dibuixat una geografia artística, a grans trets, en la qual es poden entreveure centres i perifèries. Ara és el moment d'adoptar un altre punt de vista pel nostre objecte d'estudi: seguim la investigació, citada de Menger (1993), i analitzem el mercat de l'art i la professió artística per intentar descriure la seva geografia i poder-la comparar amb l'anterior, la de la política cultural.

2.1. Geografia del mercat artístic

El mercat de l'art és on es forma el doble valor de l'obra d'art, l'estètic i el monetari, dues dimensions que van fortament associades. I la base del mercat artístic, encara que, darrerament, altres formes de comercialització hagin pres força (fires internacionals, supermercats, fin i tot Internet) segueixen sent les galeries. El teixit format per algunes galeries (totes no són igualment rellevants) és d'on arrenquen i on es desenvolupen les carreres dels artistes. Per tant, la distribució geogràfica de les galeries pot ser un bon indicador de la geografia i, a la vegada, del mercat i de la creació artística.

Per aquest anàlisi, hem utilitzat diversos indicadors. Comencem pel que dona *Arteguía*,¹¹ un directori d'art espanyol i portuguès.

Quadre 7. Galeries per CA (1993)

CA	Núm. de galeries
Balears	70
Catalunya	252
C. Valenciana	109
Madrid	183
Altres	297
Mitjana d'altres CA	17,47
Total	911

Anuari de la revista *Arteguía*

Si utilitzem un directori internacional, per exemple l'*Art Diary International*, trobem una altra llista corresponent, potser, a les galeries d'art més prestigioses.

11. *Arteguía*, 1998, Madrid, Ediciones Arteguía.

Quadre 8. Galeries a Espanya (anuari 1998-1999)

Situació galeries	Núm. de galeries
Barcelona	67
Madrid	62
Altres	104
Total	233

Art Diary International, 1998-1999.

Com podem veure, segons les llistes, tenim, producte de dos criteris de selecció (un més ampli i un altre més selectiu) uns resultats ben diferents; *Arteguía* ens parla de 911 i ADI, només de 233. Pel que fa a la distribució territorial, encara que utilitzen unitats territorials diferents, observem proporcions semblants: Catalunya, 252; i la comunitat autònoma de Madrid, 183; Barcelona, 67; i Madrid ciutat, 62, respectivament per les llistes d'*Arteguía* i ADI. Les dues ciutats i les seves zones d'influència representen els dos centres indiscutibles pel que fa a les galeries d'art. I la suma dels dos centres dóna en *Arteguía* i en ADI, xifres semblants (47,7 % i 55,4 %, respectivament), que ens mostra del grau de centralització del mercat a Espanya.

Per aprofundir més en aquesta qüestió, disposem d'una investigació, *Las galerías de arte en España*,¹² realitzada l'any 1995 i que, a partir d'una enquesta, dóna els següents resultats:

Quadre 9. Distribució de galeries per província (1995)

Províncies	% galeries
Madrid	24,5
Barcelona	21,5
València	7,1
Balears	4,4
Total	100

LAPORTE (*et. al.*), 1995, p. 42.

12. Antoni LAPORTE (*et. al.*), 1995, *Las galerías de arte en España*, Barcelona, Ministerio de Cultura.

Quadre 10. Distribució de galeries per municipis (1995)

Municipis	Núm. de galeries
Madrid	141
Barcelona	100
València	43
Palma de Mallorca	17
Total	608

LAPORTE (*et. al.*), 1995, p. 42.

La distribució per províncies ens parlen d'una concentració a Madrid i a Barcelona (totes dues juntes sumen el 46 % del total de les galeries), seguida de petits centres com València i les Balears. La distribució per municipis ens remarca, encara més, aquesta concentració, on sobresurt Madrid, seguida de Barcelona i, a una certa distància, València i Palma de Mallorca. Cal dir, doncs, que ens trobem, pel que fa a les galeries, davant d'un mercat centralitzat i bipolar, tot i que hi ha petits centres prou importants i, fins i tot, alguns municipis fan la funció de centre de zones, que per si sols ja són focus dins del mercat de l'art.

Com a conclusió sobre el mercat de l'art, podem afirmar que hi ha una geografia artística més centralitzada que no apareixia, en principi, en les polítiques culturals; i encara més, potser, si només tenim en compte les galeries d'art contemporani. No obstant això, el mercat artístic espanyol és menys centralitzat que el francès: el 1990, d'un total de 1.077 galeries censades, 625 eren parisenques (Moulin, 1992). Creiem, malgrat tot, que per arribar a conclusions més completes sobre el mercat artístic, és necessari recollir i analitzar les dades referents a les subhastes d'art, als supermercats d'art i, sobretot, a les fires d'art internacional ja que, darrerament, han agafat molta importància, no tant, potser, pel que fa a vendes, sinó a la projecció futura i a la visibilitat internacional de les ciutats-centres d'art contemporani.

2.2. Geografia de la professió artística

2.2.1. Les fonts de dades sobre els artistes

Passem a la realitat professional de la geografia del món artístic a Espanya, on utilitzem com a indicador principal la distribució geogràfica de la residència i/o el lloc de treball dels artistes plàstics. La font d'informació utilitzada (que, de moment, és la disponible) són els anuaris professionals. Aquesta font, però, presenta diversos pro-

blemes epistemològics, que comentarem més endavant. No obstant això, a diferència de França, a Espanya no tenim altres dades estadístiques fiables; el mateix Ministeri de Cultura no utilitza aquestes fonts estatals sinó que, quan vol donar dades sobre els artistes plàstics, utilitza fonts exteriors,¹³ com per exemple l'anuari professional que nosaltres, tot seguit, presentem.

2.2.2. Evolució de la distribució geogràfica

Quadre 11. Distribució territorial dels artistes plàstics

Per CA	Anys 85	89	91	93	98 ^a
Catalunya	935	1.034	1.750	1.151	3.094
C. Valenciana	404	502	546	555	—
Madrid	2.031	2.751	3.675	2.639	2.751
Total	5.628	6.494	8.732	7.168	11.755
Total Cat.+Madrid	52,7%	55,5%	62,1%	52,9%	49,7%

Arteguía i agrupacions de dades, realitzades a *Cultura en cifras*.

a. Dades aproximades.

D'una anàlisi de les agrupacions per CA, en podem deduir, a més d'un visible augment dels efectius d'artistes plàstics a Espanya (exceptuant el període 1991-1993, en el qual s'expressa, potser, la crisi del mercat de l'art), en un primer moment, un predomini de la comunitat autònoma de Madrid, i un segon lloc per Catalunya; ara bé, des del 1985 fins a l'actualitat, aquesta darrera comunitat autònoma ha sobrepassat la primera. Cal prendre aquestes dades amb prudència, i veure si es confirma la tendència en els propers anys. Per altra banda, podem veure la importància d'altres CA com Andalusia, les Balears i, sobretot, València que, amb la xifra de 555 artistes, el 1993 apareixia (confirmant, d'altra banda, el que havíem observat en política cultural i en galeries d'art) en un sòlid tercer lloc. Finalment, podem veure, en l'evolució longitudinal dels efectius, que la concentració geogràfica dels artistes augmenta des del 1985 fins al 1991 (respectivament, un 52,7 i 62,1 % viuen a Barcelona, o a Madrid), però el 1993 baixà (9,2 %) més fortament

13 Aquest és el cas de l'obra comparativa europea d'estadístiques de la cultura, on el Ministeri de Cultura ha utilitzat les dades del citat anuari *Arteguía* (*Statistiques de la culture en Europe*, Ministère de la Culture, 1998, Paris, La documentation Française).

que la reducció d'artistes plàstics respecte al 1991 (17,9 %). Enfront d'aquest fenomen, només podem avançar hipòtesis explicatives: és possible que en temps dolents, els artistes de les grans ciutats pateixin més durament que els de la perifèries i es vegien obligats a retirar-se del mercat? O bé, és que els artistes de les províncies emigrats per «fer carrera» a les grans ciutats, davant la crisi, es veuen obligats a tornar a casa? Les dues opcions són possibles. En tot cas, aquest és un bon objecte d'estudi per entendre millor, tant la geografia del món artístic com la professió d'artista plàstic.

Seguint amb l'anuari professional *Arteguía*, a partir d'agrupacions d'elaboració pròpia, analitzem la geografia artística amb una mica més de precisió geogràfica. Per localitats, veiem:

2.2.3. Distribució per municipi i tipus de llista

Quadre 12. Distribució dels artistes plàstics per localitats / *Arteguía* 98

Localitat	Núm. d'artistes	%
Barcelona	2.120	18,0
Madrid	2.751	23,4
Altres	6.884	58,6
Total	11.755	100

I en canvi, si agafem el directori internacional ADI, per la mateixa classificació local i pel mateix any, veiem:

Quadre 13. Distribució dels artistes plàstics per localitats / ADI 98

Localitat	Núm. d'artistes	%
Barcelona	184	37,3
Madrid	140	28,4
Altres	169	34,3
Total	493	100

Ens trobem, doncs, davant diferències notables. Segons *Arteguía*, Madrid té més artistes (23,4 % Madrid, i 18 % Barcelona), en canvi, per l'ADI és al revés, Barcelona passa al davant a Madrid (37,3 % i 28,4 % respectivament). En segon lloc, si ajuntem els percentatges dels dos centres artístics, veiem que *Arteguía* dona un 41,4 % i l'ADI, un 65,7 %, és a dir, hi ha una centralització molt més gran. I per últim, l'anuari espanyol, dona una xifra de 11.755 i l'internacional,

en dona una altra molt diferent, 493! Un dels dos s'equivoca? Un dels dos està més ben realitzat que l'altre? Podem contestar banalment i dir que el nacional és més exhaustiu que l'internacional; però, no és només això. El que canvia és la valoració estètica del que és ser artista (tots els que pinten són artistes, o només ho són els que fan art contemporani), i la valoració professional (tots els que exposen, sigui on sigui, són artistes, o —la versió més restringida— només ho són els que exposen en circuits internacionals).

3. Final

Lamentem no poder dir als lectors, si Barcelona supera Madrid, o si és a l'inversa. Afortunadament, l'ofici del sociòleg no és com el del futbolista, que guanya o perd (o empata, és clar), sinó que es tracta d'anar aprofundint en el coneixement del terreny, propòsit en el qual s'encaminava aquest article, que pretenia bastir un programa de recerca que ens permeti construir el coneixement sociològic sobre la geografia artística.